



Acciones de mejora en la calidad de los alimentos para ofrecer mejor servicio en los restaurantes de Bahía de Caráquez

Actions to improve the quality of food to offer better service in the restaurants of Bahía de Caráquez

Ações para melhorar a qualidade da comida para oferecer melhor serviço nos restaurantes da Bahia de Caráquez

Luis Fernando Vasconez-Alvarado ^I
Fernando.Vasconez64@yahoo.com
<https://orcid.org/0000-0003-0655-2503>

José Fernando Vasconez-Macías ^{II}
fernandovasconez91@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-6149-9579>

Correspondencia: Fernando.Vasconez64@yahoo.com

Ciencias de la Salud
Artículo de Investigación

***Recibido:** 04 de enero de 2022 ***Aceptado:** 31 de enero de 2022 * **Publicado:** 21 de febrero de 2022

- I. Magister en Trabajo Social Mención en Métodos y Técnicas de Investigación, Licenciado en Ciencias de la Comunicación Especialidad Periodismo, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Manta, Ecuador.
- II. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Manta, Ecuador.

Resumen

El segmento gastronómico es uno de los negocios más significativos del país por su demanda para organizarse como empresas y brindar fuentes de empleo. Existen detalles mínimos que se deben corregir entorno al funcionamiento y promoción de los restaurantes que se encuentran localizados en el Malecón Alberto Santos de Bahía de Caráquez. La investigación tiene la finalidad entender las habilidades y destrezas que se utilizan dentro de los restaurantes y cuáles son las acciones de mejora en la calidad de los alimentos para ofrecer mejor servicio en los restaurantes de Bahía de Caráquez utilizan, lo cual ha sido posible medir de manera eficiente al utilizar la investigación de tipo exploratoria, bibliográfica y a su vez de campo, misma donde se aplicó el método cuali-cuantitativo o también conocido como método mixto, dentro de la recolección de la información se emplearon como instrumentos la entrevista la cual estuvo dirigida a los gerentes propietarios de los establecimientos gastronómicos, a su vez se aplicaron encuestas direccionada a los clientes que visitaron los establecimientos gastronómicos antes mencionados en el periodo del levantamiento de información, con los resultados obtenidos se ha podido justificar la necesidad que existe internamente en la promoción de actividades en contexto a innovación de servicios, también se comprobó que el sabor es determinante para el cliente al momento de evaluar un platillo y su aprobación repercute en su reputación; por otra parte, el servicio al cliente es personalizado y del agrado de los visitantes a los establecimientos gastronómicos de este determinado lugar.

Palabras Claves: Estrategias; calidad de servicios; promoción; segmento gastronómico.

Abstract

The research aims to understand the skills and abilities that are used within restaurants and what are the actions of improvement in the food quality to offer better service in bahia de Caráquez restaurants used, which has been possible to measure efficiently by using exploratory, bibliographic and in turn field research, where it was applied the qualitative-quantitative method or also known as mixed method, within the collection of information were used as instruments the interview which was addressed to the managers who own the gastronomic establishments, in turn, surveys were applied to customers who visited the aforementioned gastronomic establishments during the survey period of information, with the results obtained it has been possible to justify the need that exists internally in the promotion of activities in the context of

service innovation, it was also found that taste is decisive for the customer when evaluating a dish and its approval it has an impact on their reputation; on the other hand, the customer service is personalized and to the liking of visitors to the gastronomic establishments of this a certain place.

Keywords: Strategies; quality of services; promotion; gastronomic segment.

Resumo

O segmento gastronômico é um dos negócios mais expressivos do país devido à sua demanda de se organizar como empresas e gerar fontes de emprego. Há detalhes mínimos que devem ser corrigidos sobre o funcionamento e promoção dos restaurantes localizados no Malecón Alberto Santos na Bahía de Caráquez. O objetivo da pesquisa é compreender as competências e habilidades que são utilizadas dentro dos restaurantes e quais são as ações para melhorar a qualidade da comida para oferecer um melhor serviço nos restaurantes de Bahía de Caráquez, o que foi possível medir com eficiência usando pesquisa exploratória, bibliográfica e de campo, onde foi aplicado o método qualitativo-quantitativo ou também conhecido como método misto, dentro da coleta de informações utilizou-se como instrumentos a entrevista, que foi direcionada aos gerentes proprietários dos estabelecimentos gastronômicos, por sua vez, pesquisas foram aplicados aos clientes que visitaram os referidos estabelecimentos gastronômicos no período de recolha de informação, com os resultados obtidos foi possível justificar a necessidade que existe internamente na promoção de atividades em contexto para inovação de serviços, verificou-se também que o sabor é determinante para o cliente na avaliação de um prato e sua aprovação afeta sua reputação; Por outro lado, o atendimento é personalizado e ao gosto dos visitantes dos estabelecimentos gastronômicos deste local.

Palavras-chave: Estratégias; qualidade dos serviços; promoção; segmento gastronômico.

Introducción

En la actualidad el turismo va creciendo de manera paulatina y evoluciona para convertirse en un eje importante para el desarrollo local de un determinado sector, de esta manera va mejorando la calidad de vida de cada uno de sus habitantes. Esta investigación se basa en brindar mayor fuerza

y aptitud a la economía dando diversidad como por ejemplo el turismo gastronómico de este sector en la ciudad de Bahía de Caráquez.

Bahía de Caráquez es reconocida a nivel nacional por su diversidad en hermosos paisajes, su gente luchadora, por su infraestructura que recoge patrimonios culturales, pero sobre todo por ser poseedora de una gastronomía única y extensa en sabores. Sin embargo, comprometerse a la reflexión que existe entre las disconformidades de los clientes en cuanto a los servicios que brindan estos locales gastronómicos, es decir; el personal que labora en estos establecimientos desconoce el correcto significado del servicio al cliente que fueron adaptadas por parte de la organización el cual es la principal problemática de la planificación de sistemas de gestión de calidad.

Por otra parte, se manifiesta que “En general, en los restaurantes se implementan estrategias desde el punto de vista de los administradores, es decir, aplicadas de acuerdo a la teoría, a la experiencia de los gerentes y que están enfocadas a mejorar los indicadores de calidad desde la perspectiva de la gerencia administrativa” Intrínsecamente, se cuenta con una gran competencia en las cadenas de restaurantes y más aún cuando estos se encuentran ubicados en una de las localidades más transcurridas de la ciudad generando competitividad en la atención y mejoras en la calidad de los alimentos, servicios, atención al cliente, entre otros aspectos importantes (Cárdenas Herrera & Gordón Cabezas, 2016).

Uno de los sectores más importantes del país es el de alimentos y bebidas, porque genera gran cantidad de empleo, el año 2015 aportó 1.68% del PIB nacional lo que lo evidencia su aporte a la economía del país; el sector creció 10.2% y 5% los años 2013 y 2014 respectivamente, pero decreció el año 2015 2.1% y mantuvo esta tendencia hasta fines del año 2017, ya que por efecto de la apreciación del dólar y la crisis económica internacional el turismo se vio mermado, y el sector de alimentos y bebidas se vio fuertemente influenciado por esta situación. (SENPLADES, 2018)

Así mismo, se comprobó el trascendental problema relacionado con la empatía, responsabilidad de los servidores gastronómicos, lo cual involucra ir más allá de la sociabilidad con los clientes, percibir sus necesidades y manifestar atención individualizada; va mucho más allá de eso, la necesidad de instaurar en estos restaurantes alimentación variada, que el cliente que visite algún establecimiento se deleite con la variedad de platillos y bebidas. Por otra parte, se evidenció deficiencias con las instalaciones referentes a la higiene tanto en el baño en la cocina, puesto que

ellos representan la primera carta de presentación de un sitio gastronómico, ya que influyen en todos los aspectos para que los clientes tengan el deseo de volver.

Es de importancia considerar que el éxito de mejorar la calidad de los servicios depende exclusivamente de los propietarios de las líneas gastronómicas, para ello, se argumenta que “Actualmente a nivel empresarial existen factores fundamentales para el éxito en su organización y mantenimiento en el mercado, considerando que uno de sus principales fundamentos es la calidad de sus productos o servicios que brinden” (Chilpe Naula, 2017).

Por otra parte, se menciona que “Toda empresa actualmente opera en entornos dinámicos, sujetos a permanentes cambios políticos, tecnológicos, globales y económicos, por ello es importante entender las estructuras organizacionales y procesos para determinar las acciones estratégicas más adecuadas que permitan mejorar su gestión” (Saltos Torres, 2020).

Según intervino con. “La creciente globalización de los mercados ha incrementado considerablemente la competitividad entre los distintos sectores económicos. Y la industria de la restauración no está exenta a estos cambios, cada vez son más innovadores con mayores propuestas hacia los clientes con variedad de comida y diferentes sabores” en contexto a lo mencionado entre mejores servicios alimenticios se ofrezcan atraerán mayor demanda de clientes, presentar innovaciones en los menús, variedad de precios y que estos sean accesibles para los clientes se dará mayor respaldo al establecimiento (López Mosquera, 2018).

Otra problemática es la ausencia de un esclarecimiento de las políticas del funcionamiento del establecimiento, así como la sensibilización en temas del manejo de actividades pro mejoras de todo el personal para conseguir la calidad deseada y persuadir de que la calidad del producto final dé favorables resultados. Según lo menciona Rivera “Estamos viviendo grandes cambios e innovación, con el proceso de la globalización las empresas aumentan su interés hacia la excelencia, en la calidad de sus productos o servicios; dada la necesidad de adaptarse constantemente a los cambios” (Solís Rivera, 2017).

Partiendo de lo preliminar, y proyectando como objetivo general optimizar las acciones de mejora en la calidad de los alimentos para ofrecer mejor servicio en los restaurantes de Bahía de Caráquez, de manera inicial se ejecutó un análisis de las técnicas que se llevan a cabo dentro de los restaurantes del centro de la ciudad, en la prestación de servicios, balance gastronómico, y de esa manera identificar puntos críticos que afectan el servicio al cliente; se realizaron encuestas de

calidad de servicio y sabor propio, dirigida a los visitantes que son atendidos a diario en estos establecimientos gastronómicos.

De acuerdo a Ferrari “Es un trabajo de gastronomía combinado entre la calidad y la gestión con el propósito de establecer una gestión para mantener la competitividad de futuro y alcanzar sustentabilidad” (en Ferrari, 2013, p. 221) citado por (Sandoval Cabrejos, 2018).

Lo que se pretende a través de la investigación es evidenciar y reflejar que dentro de los restaurantes ubicados en el Malecón Alberto F. Santos de Bahía de Caráquez existen demanda de clientes ya que presentan una excelente sazón culinaria y a su vez existe descontento por la inadecuada preparación en servicio al cliente por parte de los colaboradores de los establecimientos. De esta manera se conseguirán crear una serie de propuestas para perfeccionar las acciones de mejora en la calidad de los alimentos para ofrezcan mejor servicio al público.

Materiales y Métodos

La investigación presentada tiene un enfoque mixto ya que pretende conocer la atribución de las acciones de mejora en la calidad de los alimentos para ofrecer mejor servicio en los restaurantes de Bahía de Caráquez en relación a la viabilidad de los objetivos.

Diseño de la Investigación

Enfoque de la investigación

Se utilizó el *enfoque cualitativo* ya que describe las problemáticas que se encuentran dentro de la situación trabajada. Se utilizó el enfoque cuali-cuantitativo y descriptivo para la recolección de cifras específicas en cuanto a la demanda en los restaurantes localizados en el malecón Alberto Santos.

El *enfoque cuantitativo* ya que intervienen valores, datos y estadísticas, brindando resultados que sirven para cuantificar las dimensiones determinadas que resulten en esta investigación.

Alcance de la investigación

Se consideró la *investigación exploratoria* ya que contiene lectura científica para lograr conocimientos técnicos e información especializada del trabajo de investigación a desarrollarse. Además se tomó en consideración a la *Investigación de campo* como modalidad, para conocer la relación investigadores investigados, y desde el lugar de los hechos de manera directa con la realidad del problema y con la revisión histórica que permitió detallar antecedentes de

investigación acerca de las ventajas de las acciones de mejora en la calidad de los alimentos para ofrecer mejor servicio en los restaurantes de Bahía de Caráquez.

Técnicas

Para recabar la información necesaria se utilizaron las fuentes primarias y secundarias en la investigación.

Fuentes primarias.- Enfocadas en las entrevistas (gerentes propietarios de los establecimientos gastronómicos) y encuestas con la muestra seleccionada en la población (clientes)

Fuentes secundarias.- Incluyó información bibliografía, antecedentes investigativos en la web, como documentos certificados y revistas indexadas

Instrumentos empleados

Para esta investigación se tomaron en consideración los siguientes instrumentos:

La encuesta, aplicada a los clientes que visitan frecuentemente los establecimientos gastronómicos localizados en el malecón Alberto Santos, la cual permitió la obtención de información de los sujetos del estudio, sobre opiniones, actitudes, inquietudes, exigencias o cambios a considerar dentro del establecimiento.

La Observación participativa, sirvió para conseguir conocer acerca de lo que quieren, solicitan los clientes que visitan los restaurantes para satisfacer sus necesidades.

Población y Muestra

La población a considerada en el presente trabajo de investigación fue de 181 (visitantes o clientes que acuden a los restaurantes localizados en el Malecón Alberto Santos) a los que se incluye una encuesta de base estructurada.

Al considerar una población pequeña la muestra se toma en su totalidad

TAMAÑO DE POBLACIÓN	CANTIDAD DE PERSONAS
Clientes que visitan los restaurantes	181

Procedimiento

Con la tipificación de los establecimientos gastronómicos y/o restaurantes localizados en el Malecón Alberto Santos de la Ciudad Bahía de Caráquez, se inició la elaboración de un banco de preguntas con alternativas, mismas que fueron empleadas para la aplicación de la encuesta.

Se efectuó la respectiva visita a cada uno de los establecimientos durante las últimas semanas del mes de julio y agosto respectivamente, luego se les comunicó a los propietarios las actividades que se realizarían dentro del establecimiento y bajo su consentimiento se dio paso a la aplicación de la encuesta con el objetivo de recaudar la información necesaria, misma que servirá como un referente para innovar, remodelar y estructurar acciones necesarias dentro de sus locales, aquellas que permitirán acciones de mejora en la calidad de los alimentos para ofrecer un mejor servicio dentro de su territorio.

Resultados

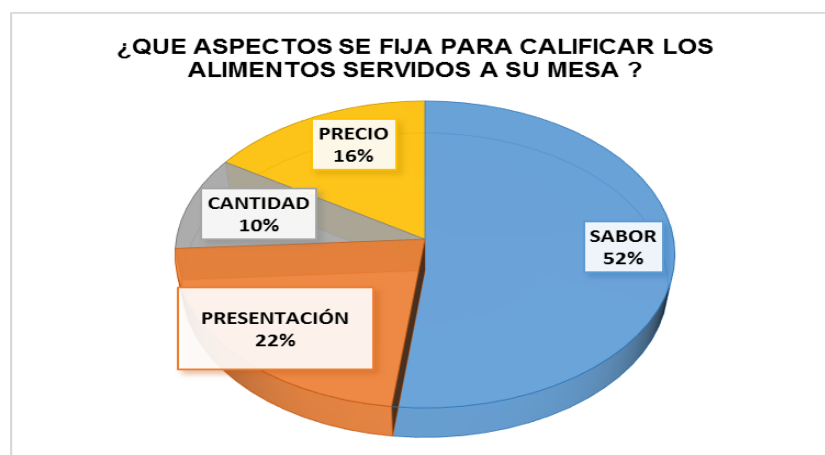
Pregunta 2 ¿Qué aspectos se fija para calificar los alimentos servidos en su mesa?

Tabla 1

<i>Criterio</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>SABOR</i>	94	52%
<i>PRESENTACIÓN</i>	40	22%
<i>CANTIDAD</i>	18	10%
<i>PRECIO</i>	29	16%
TOTAL	181	100%

Elaborado por: F. Vásconez, (2021)

Gráfico 1 Representación gráfica en porcentajes



Elaborado por: F. Vásconez, (2021)

Análisis

De acuerdo con los resultados obtenidos en el gráfico de la pregunta 2; sobre la calidad de los alimentos en los restaurantes de Bahía de Caráquez Malecón Alberto Santos; se refleja que el mayor porcentaje que eligieron fue el Sabor con el 52% equivalente a 95 personas; Presentación el 22% equivalente a 40 personas; Cantidad el 10% equivalente a 18 personas; y el Precio 16% equivalente a 29 personas. Es decir que el 52% correspondiente al sabor representa el mayor porcentaje; y el 16 % correspondiente al precio representa el menor porcentaje.

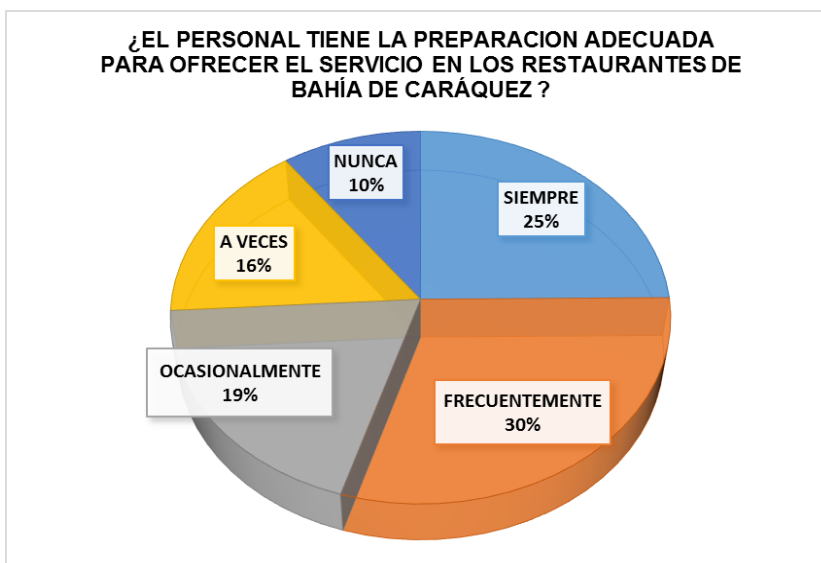
Pregunta 6 ¿El personal tiene la preparación adecuada para ofrecer el servicio en los restaurantes de Bahía de Caráquez?

Tabla 2

<i>Criterio</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>SIEMPRE</i>	45	25%
<i>FRECUENTEMENTE</i>	54	30%
<i>OCASIONALMENTE</i>	35	19%
<i>A VECES</i>	29	16%
<i>NUNCA</i>	18	10%
<i>TOTAL</i>	181	100%

Elaborado por: F. Vásquez, (2021)

Gráfico 2 Representación Gráfica en Porcentajes



Elaborado por: F. Vásquez, (2021)

Análisis

De acuerdo con los resultados obtenidos en el gráfico de la pregunta 6; sobre La Preparación adecuada del personal para ofrecer el servicio en los restaurantes de Bahía de Caráquez Malecón Alberto Santos; se refleja que el mayor porcentaje que mencionaron fue Siempre con el 25% que corresponde a 45 personas ; Frecuentemente con el 30% que corresponde a 54 personas; Ocasionalmente con el 19% que corresponde a 29 personas; A Veces con el 16% que corresponde a 29 personas; y Nunca con el 10% que corresponde a 18 personas. Entonces el 30% que corresponde a frecuentemente es el que tiene el mayor porcentaje; y el 10% que corresponde a nunca es el de menor porcentaje.

Discusión

En la presente investigación se destaca la relevante ponderación del 52% de la población, en donde se vislumbra que el sabor es la principal característica que los comensales consideran al evaluar el servicio gastronómico, esto debe constituirse como un punto de partida para la consolidación de los negocios enfocados a la alimentación turística, lo cual está en constancia con lo expuesto por (Gomes, Barbosa, & Gomes de Souza, 2013) “el gusto es una herramienta eficaz de diferenciación estudiado por las empresas para comprender las especificidades de los sabores de los alimentos y diferenciarse de los competidores por medio de la oferta de productos sabrosos y de calidad” (p.342)

En el informe realizado por (Quito Turismo, 2014) citado por (Salazar, 2017) se menciona que “el sector de alimentos y bebidas es considerado como uno de las principales gestores que favorece de forma positiva a la generación de turismo en un sector geográfico. Su contribución genera importantes ingresos económicos a escala local, regional o nacional”, por otro lado, (Cruz Atamari, 2015) expone que “siendo el cliente la prioridad de la empresa, es determinante para su éxito, conocer sus expectativas con respecto a la calidad del servicio, ya que sin esta comprensión no se concibe crear y entregar servicios que produzcan clientes satisfechos.” En este contexto dado el entorno de restaurantes es de suma importancia considerar la valoración en la calidad y variación que se ajuste a las necesidades, gustos y preferencias de los clientes.

En los análisis recogidos en la investigación se conoce que el 30% de la población estima que personal tiene una frecuente preparación idónea para ofrecer el servicio en los restaurantes de Bahía de Caráquez, cualidad que debe ser impulsada desde todos los ámbitos de la gestión

turística, que impulsen conseguir acogida en los consumidores finales, la medición de la calidad en el servicio, no solo se limita a los instrumentos ni al personal inmerso en este sector

Bajo este contexto se menciona el trabajo de (Morillo 2010) citado por (Marysela, 2015) en donde se menciona que “la calidad no solamente involucra aspectos como el mobiliario del restaurant o el buen estado de los alimentos, sino la actitud del personal, dado que un cliente maltratado difícilmente regresa al dificultarse enormemente el proceso de recuperación del servicio” (p.621), en base a ello, se desglosa la importancia de asimilar la calidad del servicio con enfoque en el personal, como un impulso a la mejora y adaptación a los cambios que constantemente requiere toda organización y la convierte en un instrumento para obtener clientes

Bajo el mismo paradigma, (Saltos, 2020) complementa que “un sistema de gestión de la calidad es una forma de dirección, que se enfoca en proporcionar el marco referencial para la mejora continua, e incrementar la satisfacción del cliente y demás partes interesadas” lo cual puede ser generar un buen rendimiento ya que nace a partir del conocimiento y predisposición de trabajo, importante considera que no solo es un buen producto que la empresa ofrece, sino, la prestación que se da orientada a la complacencia del cliente.

Conclusiones

En base a los resultados obtenidos en la presente investigación se concluye que respecto a las consideraciones de los clientes para la medición de satisfacción por los platos que degustan, el sabor se constituye como el eje primordial en este enfoque, puesto que a pesar de existir otros elementos que son importantes para la prestación del servicio y la calidad en cómo se ofrecen los platos y la materia prima que lo conforma, el sabor es determinante para las personas cuando tienen que valorar un plato, evidentemente repercute en la reputación del establecimiento.

En cuanto al desempeño del personal de atención al cliente en los restaurantes de la ciudad, desde la óptica de los clientes, la mayoría de estos percibieron que los empleados se mostraron con capacidades aceptables para el desempeño de sus labores, es decir que si tenían el conocimiento para aplicar las técnicas relacionadas con atención al cliente, lo cual se complementa con una perspectiva que denote buen humor, eficiencia, respeto, que puedan ofrecer instrucciones, alternativas y opciones de servicio, puesto que cada comensal tiene unos

requerimientos diferentes unos de otros, permitiendo de esta manera que el servicio sea personalizado y consecuentemente percibido por los clientes como profesional.

Referencias

1. Cárdenas Herrera , R., & Gordón Cabezas, A. (2016). *Estudio del nivel de satisfacción y planteamiento de estrategias para la Cafetería “No Sea Malito” y La Pirámide a través de DINESERV y Matriz IPA*. Quito.
2. Chilpe Naula, D. (2017). *PLAN DE MEJORA DE SERVICIOS EN EL RESTAURANTE “EL BUEN SAZÓN”*. Guayaquil.
3. Cruz Atamari, R. (2015). *“LA CALIDAD DEL SERVICIO Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DEL RESTAURANTE LA HUERTA- PUNO, PERIODO 2015”*. Puno.
4. Gomes, A., Barbosa, M., & Gomes de Souza, A. (2013). El SISTEMA DE OFERTA DE RESTAURANTES DE ALTA GASTRONOMÍA. Una perspectiva sensorial de las experiencias de consumo. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 336-356.
5. López Mosquera, D. C. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil.
6. Marysela, C. (2015). CALIDAD DEL SERVICIO DE COMIDA RÁPIDA A PARTIR DE LA PARTICIPACIÓN DEL EMPLEADO DE VANGUARDIA, MUNICIPIO LIBERTADOR, ESTADO MÉRIDA. *Saber, Revista multidisciplinaria del Consejo de Investigacion*, 595-628.
7. Salazar, D. (2017). Análisis de la oferta gastronómica, una perspectiva comercial a través del marketing de servicios: Caso sector La Rumipamba, Pichincha, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*.
8. Saltos Torres , V. (2020). *Análisis y propuesta de mejoramiento de procesos en la empresa “Restaurante la Cañita”*. Quito.
9. Saltos, V. (2020). *Análisis y propuesta de mejoramiento de procesos en la empresa “Restaurante la Cañita”*. Quito.

10. Sandoval Cabrejos, F. E. (2018). *El SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL RESTAURANT EL GOURMET URBANO EN EL DISTRITO DE SAN ISIDRO*. Lima.
11. SENPLADES. (2018). *Desarrollo económico e industrial del Ecuador*. Quito.
12. Solís Rivera, H. (2017). *ejora de la Calidad de servicio en una empresa de alimentos, Los Olivos 2017*. Lima.
13. Yong, A., Calves, E., González, Y., & Permuy, N. (2017). *LA CONSERVACIÓN DE ALIMENTOS, UNA ALTERNATIVA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA SEGURIDAD ALIMENTARIA A NIVEL LOCAL*. 38(1), 7.