

Análisis del personal que trabaja en los restaurantes de la ciudad de Tulcán.

Nombre de la autora: Yadira Alexandra Portilla Burbano
Escuela de Turismo y Ecoturismo (ETE)
Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC)
Nuevo Campus, Av. Universitaria y Antisana
Tulcán-Ecuador
Yadiraportilla@upec.edu.ec

Resumen.

Los restaurantes deben estar conscientes que la supervivencia y éxito en el mercado turístico reside ante todo en el servicio que ofrezcan a través de un personal altamente capacitado y conociendo como deben desempeñarse frente al cliente.

El presente escrito contiene los resultados del proceso investigativo el que permitió analizar a las personas que trabajan en los restaurantes de la ciudad de Tulcán. Esta investigación consistió en conocer las falencias que tienen los dueños o propietarios y el personal que trabaja brindando servicio a los clientes en el restaurante.

Se busca preparar a las personas que trabajan ofreciendo un servicio en los restaurantes, prepararlas para que utilicen siempre normas de higiene en cada área que tiene un restaurante (cocina, bodega, comedor, baños, entre otros.). También se busca motivar a los empleados para que desempeñen su trabajo de buena manera, esto se lograra con la ayuda del administrador quien será también capacitado para que sepa cómo manejar el negocio y cómo manejar el talento humano que labora a su servicio.

Palabras Claves: Calidad de servicio, satisfacción, capacitación

Abstract.

Restaurants should be aware that the survival and success in the tourism market lies primarily in the service offering through a highly trained and know how they should perform in front of the customer.

This letter contains the results of the research process which allowed the analysis to those working in restaurants Tulcán city. This research consented to meet the shortcomings that have owners or owners and staff working to provide service to customers in the restaurant.

This research work aims to prepare people to work offering a service in restaurants, prepare to always use hygiene standards in each area with a restaurant (kitchen, cellar, dining room, bathrooms, etc.). It also seeks to motivate employees to perform their work in a good way, this is achieved with the help of the administrator who is also trained to know how to run the business and how to manage human talent that works at your service.

Keywords: Service quality, satisfaction, training

1. Introducción.

El cliente es la razón de ser de una empresa u organización, la empresa existe porque existe el cliente. La ciudad de Tulcán posee lugares turísticos naturales y culturales por lo que es visitada por turistas nacionales y extranjeros dichos turistas después de recorrer los atractivos, en lo primero que piensan es degustar de una buena comida ya sea típica de la ciudad o cualquier tipo de platillo. Por esta razón se ve la necesidad de poner atención en el área de restauración de la ciudad de Tulcán, la cual se encuentra descuidada reflejando una imagen deteriorada basada en escasos conocimientos orientados a la satisfacción del cliente. Los restaurantes proyectan una imagen dedesorganización, empleados y administrador no usan uniformes, las normas de higiene importantes en el manejo y manipulación de alimentos no son implementadas, el personal no se capacita para poder atender al cliente y satisfacer sus necesidades.

En el país, universidades como la UNIANDES ha dedicado parte de su tiempo a realizar trabajos para el desarrollo de la ciudad de Ambato, orientados a capacitar a los restaurantes de mencionada ciudad. Estos trabajos los han aplicado con la finalidad de utilizar técnicas modernas que contribuyan al mejoramiento de prestación de servicios.

Consultando libros referentes al manejo del recurso humano orientado a tratar siempre bien al empleado, también sobre los conocimientos que deben tener y adquirir las personas que trabajan en contacto directo con el cliente. De igual forma analizando como debe ser un buen administrador para poder sacar adelante a una empresa, todos estos conocimientos aportaron a la investigación ideas claras que permitan analizar qué tipo de falencias existe en lo que tiene que ver con la atención al cliente desde un restaurante.

El objetivo principal de este trabajo es observar que tipo de personal trabaja en los restaurantes de la ciudad, para brindar una capacitación adecuada y mejorar la prestación de servicios a nivel de establecimientos de comida.

2. Materiales y Métodos.

La investigación es de tipo descriptivo lo que permitió que se llegue a conocer las situaciones y actitudes a través de la descripción exacta de las actividades y procesos de las personas y objetos.

También se utilizó la investigación bibliográfica la misma que permitió que se recopile información referente al tema investigado.

Se tomó en cuenta las personas que habitan en Tulcán, para tomar la muestra aleatoria se consideró que la ciudad de Tulcán tiene 86.765 habitantes según el último censo realizado por el INEC en el año 2010 y se aplicó la fórmula de muestra, que se indica a continuación con su respectiva descripción de variables:

$$n = \frac{z^2 s^2 N}{e^2 (N - 1) + z^2 s^2}$$

n = muestra
N = población total
S = varianza

Z = nivel de confianza
e = error porcentual

$$n = \frac{1.96^2 0.5^2 * 86765}{0.05^2(86764) + 1.96^2 0.5^2}$$

n = 396

La técnica empleada para el desarrollo de la investigación fue la encuesta la misma que fue aplicada a los turistas que hacían uso de los restaurantes. También aplicada las encuestas al personal que trabaja en los restaurantes.

3. Resultados y discusión.

Se analizó que en lo que se refiere a la preparación académica los empleados tienen una preparación tipo secundario en un elevado porcentaje en relación a los niveles de estudio de primaria y superior, los cuales presentan un resultado bajo e igual. Esto indica que los empleados que laboran brindando servicio a los turistas tienen una limitada preparación educativa. Lo cual explica las falencias que presentan en el momento de atender a los visitantes.

En cuanto a la pregunta de si el puesto de trabajo en la empresa está en relación a la experiencia que poseen se observa que los empleados consideran que si tienen experiencia al desempeñar sus labores, sin embargo no es el resultado totalmente afirmativo que se busca. Si se basa en que los empleados no tienen una preparación académica relacionada con los conocimientos que se debe tener para trabajar brindando servicio al cliente. Este análisis manifiesta que los empleados trabajan de forma empírica, sin conciencia de lo que significa acatar y hacer uso de normas de higiene y seguridad alimentaria.

Referente a que si el puesto en la empresa tiene relación con la titulación académica encontramos una respuesta negativa, esto alerta a poner cuidado al tipo de personal que está trabando en los restaurantes brindando un servicio a los clientes, dicho servicio está siendo manejado de forma deficiente si consideramos que los empleados no tienen niveles de estudio basados en la buena atención que se debe brindar al cliente. Es lamentable que los empleados trabajen únicamente de forma rutinaria, lo que da a entender que únicamente trabajan por tener una remuneración más no por amor al trabajo que desempeñan.

En relación a que tipo de capacitación deberían recibir mencionaron que les gustaría recibir capacitación sobre atención al cliente. Atender bien al cliente significa manejar una imagen impecable, haciendo uso de las normas de higiene y seguridad alimentaria, manejando de forma adecuada cada espacio que tiene un restaurante tale como: cocina ,bodega, comedor, puertas de ingreso, salidas de emergencia, empleados preparados para atender cordialmente al cliente y poder solucionar problemas de forma inteligente frente al él. Estos son algunos de muchos otros puntos importantes que deben manejar los empleados que brindan servicio al cliente.

La encuesta realizada a los turistas que visitan los restaurantes de la ciudad se hace relevancia a las siguientes preguntas:

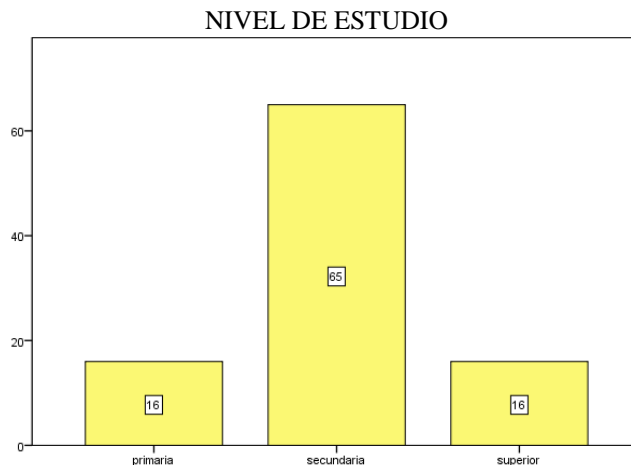
Si el restaurante está orientado a la satisfacción del cliente, arrojan una nota aceptable, la misma que se la puede interpretar diciendo que, los usuarios se conforman con la calidad no tan buena en la satisfacción del cliente, esto se debe a que están acostumbrados a la pobre calidad de servicio que se proporciona haciendo mención de lo anterior por las encuestas realizadas y por lo que se pudo observar durante la realización de las mismas.

Al pedir una calificación en una escala del uno al diez sobre si el restaurante es de buena calidad le otorgaron una calificación de ocho la cual está por encima de la media, estos indica que para los usuarios de los restaurantes existen lugares donde pueden degustar de comida apetecible mas no de un entorno en donde se pueda recibir un trato satisfactorio para el cliente, el cual empieza desde el momento en el que el cliente ingresa al restaurante.

¿Qué mejoraría con la capacitación? los clientes respondieron que se mejoraría sin duda alguna la atención que se le brinda, una atención enmarcada en higiene y seguridad en cada parte del restaurante. Brindando una buena atención se beneficiaría el cliente y también los propietarios debido a que la clientela mejoraría y se alcanzarían calidad y prestigio

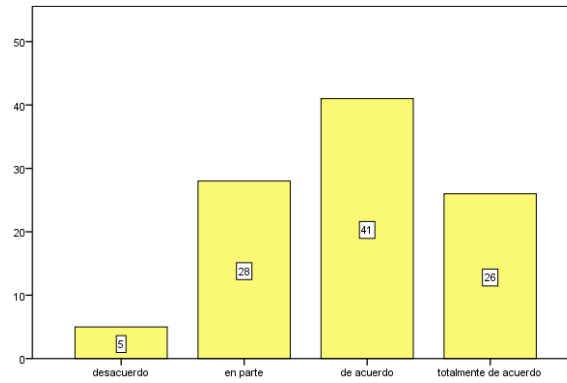
Después de haber analizado los resultados de las encuestas la investigación indica que las personas que laboran en los restaurantes carecen de conocimientos en seguridad alimentaria, aplicación de normas INEN, tienen una desorganización dentro de la estructura empresarial, por lo tanto se propone realizar una capacitación que permita educar a las personas y administradores que trabajan en los restaurantes brindando atención al cliente, con el propósito de mejorar el servicio que brindan desde cada una de las espacios con las que cuenta un restaurante.

4. Figuras.



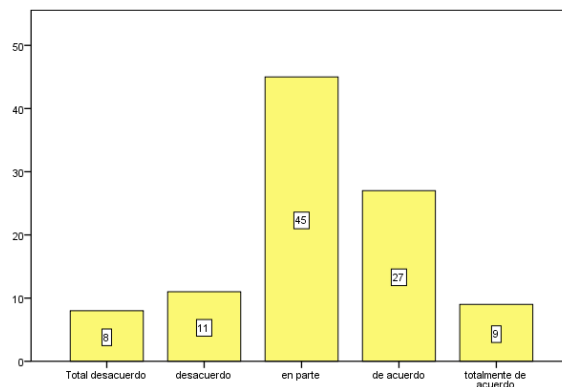
Elaborado por: Yadira Portilla.
Fuente: Encuesta dirigida.

SU PUESTO EN LA EMPRESA ESTA EN RELACIÓN CON LA EXPERIENCIA QUE USTED POSEE.



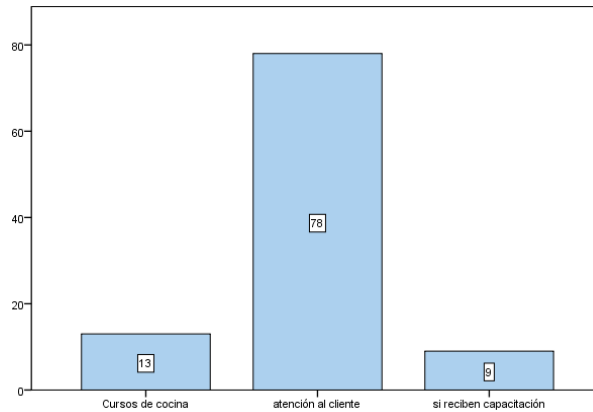
Elaborado por: Yadira Portilla.
Fuente: Encuesta dirigida.

SU PUESTO EN LA EMPRESA ESTÁ EN RELACIÓN CON SU TITULACIÓN ACADÉMICA



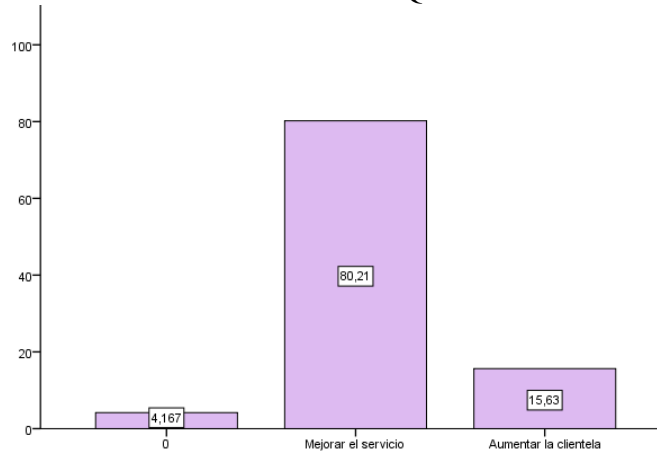
Elaborado por: Yadira Portilla.
Fuente: Encuesta dirigida.

QUÉ TIPO DE CAPACITACIÓN NECESITA PARA MEJORAR EN SU TRABAJO



Elaborado por: Yadira Portilla.
Fuente: Encuesta dirigida.

: CON LA CAPACITACIÓN QUE MEJORARÍA



Elaborado por: Yadira Portilla.
Fuente: Encuesta dirigida.

SERVICIO AL CLIENTE

“VISION SIN ACCIÓN ES SOLO UN SUEÑO
ACCIÓN SIN VISION ES PERDER EL TIEMPO
UNA VISION CON ACCIÓN PUEDE
CAMBIARTE A TI Y A TU COMPAÑÍA”

Diseñada por Yadira Portilla

Una empresa que no tenga visión pasa a ser una empresa incompetente. La misión de todo restaurante debe ser satisfacer al cliente.

El servicio es subjetivo por este motivo satisfacer al cliente no es tarea fácil pero no es imposible, todo restaurante debe tener una visión que le permita solidificar sus sueños, esto significa tener proyección y rebasar las expectativas de los clientes sirviéndole higiene, honestidad, productividad, alegría, constancia y optimismo y esto puede cambiarte a ti y a tu empresa.

5. Tablas.

: NIVEL DE ESTUDIO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	primaria	16	16,0	16,0	16,0
	secundaria	65	65,0	65,0	81,0
	superior	16	16,0	16,0	97,0
	4	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Elaborado por Yadira Portilla

SU PUESTO EN LA EMPRESA ESTA EN RELACIÓN CON LA EXPERIENCIA QUE USTED POSEE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	desacuerdo	5	5,0	5,0	5,0
	en parte	28	28,0	28,0	33,0
	de acuerdo	41	41,0	41,0	74,0
	totalmente de acuerdo	26	26,0	26,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Elaborado por Yadira Portilla

SU PUESTO EN LA EMPRESA ESTÁ EN RELACIÓN CON SU TITULACIÓN ACADÉMICA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Total desacuerdo	8	8,0	8,0	8,0
	desacuerdo	11	11,0	11,0	19,0
	en parte	45	45,0	45,0	64,0
	de acuerdo	27	27,0	27,0	91,0
	totalmente de acuerdo	9	9,0	9,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Elaborado por Yadira Portilla

QUÉ TIPO DE CAPACITACIÓN NECESITA PARA MEJORAR EN SU TRABAJO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Cursos de cocina	13	13,0	13,0	13,0
	atención al cliente	78	78,0	78,0	91,0
	si reciben capacitación	9	9,0	9,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Elaborado por Yadira Portilla

CON LA CAPACITACIÓN MEJORARÍA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	0	20	4,2	4,2	4,2
	Mejorar el servicio	385	80,2	80,2	84,4
	Aumentar la clientela	75	15,6	15,6	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

Elaborado por Yadira Portilla

6. CONCLUSIONES.

Es notoria la deficiencia por parte del personal que labora en los restaurantes de la ciudad de Tulcán en el momento de atender al cliente. Durante el desarrollo de la investigación se pudo constatar que existe una total desorganización en los diseños de los restaurantes como de su personal integrador.

Los gerentes propietarios carecen de conocimientos en lo que se refiere a la administración en general de un restaurante, por lo tanto se observó una deficiencia en la administración empresarial y errores en la presentación personal de los trabajadores.

El recurso humano que se contrata para brindar servicio en los restaurantes no está preparado, esto fue muy notorio en la mayoría de restaurantes en el momento de brindar atención al cliente no saben expresarse de manera adecuada, no saben cómo actuar frente a un reclamo por parte del cliente, entre muchos otros errores.

Los gerentes propietarios contratan personas sin tomar en cuenta su capacidad para desempeñar las obligaciones o tareas otorgadas. Es lamentable darse cuenta que para los propietario(as) no es importante manejar un sistema educacional para aplicar a su personal y motivarles a mejorar.

Los restaurantes de la ciudad presentan en su mayoría una desorganización lo que refleja una mala imagen. Si bien es cierto la imagen que se muestra impacta mucho a las personas usuarias de un restaurante, de tal manera en muy delicado manejar el perfil que se proyecta. Es lamentable identificar que los restaurantes no hacen uso de normas de higiene necesarias en el área de manipulación de alimentos. Es importante ser muy minucioso en el momento de trabajar con alimentos y más cuando estos son ofrecidos al cliente.

Es vital realizar una capacitación tanto para el personal como para los gerentes propietarios, con esto se erradicara las falencias que se presentan en el momento de brindarle atención al cliente.

7. Referencias bibliográficas.

- Chiavetano. (2000). *Administración de los Recursos Humanos*. México: McGraw-Hill.
- Chiavetano. (2001). *Administración. El proceso Administrativo*. México: McGraw-Hill.
- Chiavetano, I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. Mexico: Elsevier.
- Chiavetano, I. (2002). *Administración de Recursos Humanos*. México: McGraw-Hill.
- Chiavetano, I. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México: Thomson.
- Chiavetano, I. (2002). *Gestión del Talento Humano*. México: McGraw-Hill.
- Cobra, M. (2002). *Marketing de servicios. Estrategias para el Turismo, Finanzas, salud y comunicación*. Colombia: McGraw-Hill.
- Daft, R. (2005). *Teoría y Diseño Organizacional*. México : Thomson.

7. Bibliografía.

- Aktouf, O. (1998). *La Administración: entre tradición y renovación* . Cali, Colombia: Artes Graficas.
- Altuve, J. G. (2002). Capital intelectual y generación de valor. *Revista actualidad contable* , 23-29.
- Chiavetano. (2000). *Administración de los Recursos Humanos*. México: McGraw-Hill.
- Chiavetano. (2001). *Administración. El proceso Administrativo*. México: McGraw-Hill.
- Chiavetano, I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. Mexico: Elsevier.
- Chiavetano, I. (2002). *Administración de Recursos Humanos*. México: McGraw-Hill.
- Chiavetano, I. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México: Thomson.
- Chiavetano, I. (2002). *Gestión del Talento Humano*. México: McGraw-Hill.
- Cobra, M. (2002). *Marketing de servicios. Estrategias para el Turismo, Finanzas, salud y comunicación*. Colombia: McGraw-Hill.

- Daft, R. (2005). *Teoría y Diseño Organizacional*. México : Thomson.
- Dávila, M. y. (1999). *Marketing fundamental*. España: McGraw-Hill.
- Denton, K. (1991). *Calidad en el servicio a los clientes*. Madrid: Diaz de santo.
- Ecuadorianas, N. T. (2007). *NTE INEN 2 436:2007*. Recuperado el 15 de 08 de 2011, de NTE INEN 2 436:2007: <http://www.hotelesecuador.com>
- Garcia, C. D. (2007). *EL RESTAURANTE COMO EMPRESA*. Mexico: Trillas.
- Garcia, J., & Casanueva, C. (1999). *La Gestión del Conocimiento y factor Humano. Pasos para equilibrar sus funciones en el logro del aprendizaje organizacional*. México: Thomson.
- Giddens, A. (1992). Sociología. En A. Giddens, *Sociología* (pág. 307). Madrid, España: Alianza.
- Guitierrez, A. (2004). Curso de Elaboración de Tesis y Actividade Academicas. En A. Guitierrez, *Curso de Elaboración de Tesis y Actividades Academicas*. Quito-Ecuador: Ediciones Serie Didáctica.
- Keller, K. y. (2006). *Dirección de Marketing*. México: McGraw-Hill.
- Klisberg, B. (1995). *El pensamiento organizativo: de los dogmas al nuevo paradigma gerencial*. Buenos Aires- Argentina: Tesis.
- Kotler, B. y. (2005). *Marketing para el turismo*. México: Prentice Hall.
- Kotler, B. y. (1998). *Marketing para hoteleria y Turismo*. México: McGraw-Hill.
- Levionnois, M. (1992). *Marketing interno y gestión del Recurso Humano*. Madrid: Díaz de Santos, S.A.
- Mertens, L. (2000). *La gestión por competencia laboral en la empresa y formación profesional*. Madrid- España: Organización de estados.
- Peñaloza, M. (2004). La clave para el éxito empresarial...¡ La satisfacción del cliente ! *Visión Gerencial* , 39-50.
- Peñaloza, M. (2005). *Marketing es servicio al cliente*. Merida- Venezuela : Texto Universitario.
- Sherman, A. y. (1999). *Administración de Recursos Humanos*. México: Thomson.

Turismo, M. d. (01 de 01 de 2010). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 23 de 08 de 2011, de Ecuador ama la vida: <http://www.turismo.gob.ec/>

Werther, W. y. (2000). *Administración de personal y Recursos Humanos*. México: McGraw-Hill.

Zeithami, V. y. (2002). *Marketing de servicios*. México: McGraw-Hill.