

VIII EVENTO INTERNACIONAL LA UNIVERSIDAD EN EL SIGLO XXI

II Congreso Internacional: Desarrollo Empresarial, Innovación y Tecnología

SIMPOSIO No.3 Tecnología y praxis profesional en la educación superior

TEMA: “Fortalecimiento de la calidad del servicio del cliente interno en las empresas gastronómicas del cantón Manta”.

II Fase : Elaboración del plan de capacitación que fortalezca la calidad de servicio del cliente interno de las empresas gastronómicas del cantón Manta.

Autores:

1. Lic. Claudia Loor Caicedo (claudia.loor@uleam.edu.ec)
Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí – Facultad de Hotelería y Turismo.
2. Lic. Esperanza Zambrano (mariae.zambrano@uleam.edu.ec)
Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí – Facultad de Hotelería y Turismo.
3. A.S. Carlos Piguave Mero. carlos.piguave@uleam.edu.ec
Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí – Facultad de Hotelería y Turismo.
4. Lic. Emil Viera
Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí – Facultad de Hotelería y Turismo.
5. Ing. Sandy Hormaza
Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí – Facultad de Hotelería y Turismo.

RESUMEN

El presente trabajo expone los avances de la segunda fase que se ha realizado en el proyecto de vinculación de la Facultad de Hotelería y Turismo, carrera de Hotelería de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. El objetivo de proyecto es fortalecer la calidad de servicio del cliente interno de las empresas gastronómicas del cantón Manta. En esta segunda etapa se ha trabajado en la zona rural del cantón, donde se elaboró un plan de capacitación para fortalecer la calidad de servicio del cliente interno de las empresas gastronómicas del cantón Manta. Se involucraron 38 estudiantes de la carrera de Hotelería, los cuales están realizando la actividad programada. El proyecto a través de la capacitación fortalecerá los conocimientos de los clientes internos sobre temas de servicios. Hasta el momento se ha logrado capacitar 35 empresas gastronómicas y alrededor de 150 personas.

Palabras clave: Capacitación, cliente interno, empresas, calidad de servicios.

INTRODUCCIÓN

El análisis de la influencia de la demanda turística mundial, muestra como una de las principales motivaciones de viaje la gastronomía de los destinos, en donde tres de cada cuatro turistas realizan viajes para disfrutar de la gastronomía, lo que significa que el turismo gastronómico se está convirtiendo, cada vez más, en un importante factor de competitividad de los destinos turísticos, desempeñando un papel decisivo en su imagen y posicionamiento. Además, logra atraer a turistas de calidad, con una mayor disposición al gasto y más respetuosos con la cultura local.

Las líneas de acción de la Agenda Zonal 4 en el numeral 2.3 Sustentabilidad Patrimonial, define: “Implementar estrategias de desarrollo turístico que mejoren la calidad de vida del artesano y la experiencia del turista”. (SENPLADES 2015).

El Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible 2006-2020 (PLANDETUR 2020) busca consolidar el turismo sostenible como un elemento dinamizador del desarrollo económico y social del Ecuador, con la participación del sector público bajo la rectoría del Ministerio de Turismo (MINTUR), involucrando de manera activa a otras entidades gubernamentales, tales como Consejos Provinciales y Municipios; y, la participación de los actores del sector privado y comunitario a través de las cámaras de turismo, los gremios y las comunidades locales.

Le atribuye importancia al presente proyecto, que dentro de los objetivos procura la capacitación a los prestadores de los servicios gastronómicos con el objetivo de que en su formación permanente respondan a las exigencias de la demanda gastronómica y sean proactivos en el mercado, con innovación y calidad en el producto y/o servicio que permita atraer y retener a los turistas, aportando a la consolidación de los destinos, elevando la productividad de las empresas gastronómicas con la venta de experiencias únicas en cada plato que combine perfectamente los ingredientes, sazón, tradición, cultura, calidad y calidez de su gente transmitido en el servicio.

Con lo antes expuesto y desde el enfoque práctico el proyecto conllevará efectos positivos en seis dimensiones:

- 1) En el Cliente Interno, mejorará las habilidades y potenciará los conocimientos, desarrollando medios para crear e innovar, de tal manera que los servicios entregados serán de calidad y con calidez de su gente.
- 2) Las empresas beneficiarias desarrollarán medios de mejora continua en cada proceso y aumentará la competitividad dentro del sector.
- 3) Los gobiernos autónomos descentralizados se verán influenciados para generar ordenanzas que permitan aumentar y desarrollar la calidad de servicio en todas las empresas prestadoras de servicios turísticos.
- 4) El Ministerio de Turismo se verá obligado a emitir un Reglamento de Calidad de Servicio Turístico que permita elevar la competitividad turística de Ecuador frente al mundo.
- 5) La Universidad será líder en modelos de vinculación que generaron impactos en el sector turístico generando alianzas estratégicas entre la academia – empresa privada – estado.
- 6) Los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro utilizarán el presente proyecto como modelo para futuras propuestas investigativas que permitan vincular a la sociedad con la académica y desarrollen espacios productivos y competitivos.

El objetivo a desarrollar en este trabajo es fortalecer el desarrollo de competencias propias, conocimientos técnicos y la práctica de una cultura de servicios a los clientes internos de las empresas gastronómicas implementando un plan de capacitaciones en las áreas del servicio, mejorando la eficiencia de las empresas gastronómicas del cantón Manta y finalmente evaluar el impacto e incidencia del proyecto en el sector involucrado.

Para la ejecución del siguiente proyecto de vinculación, se ha identificado el siguiente problema:

Causas:

- Falta de programas de capacitación continua sobre calidad del servicio.
- Falta de apoyo de las autoridades competentes para desarrollo del sector

- Desinterés por parte de los propietarios frente a la posibilidad de insertarse en procesos de capacitación continua.
- Resistencia al cambio de modelos.
- Falta de convenios entre instituciones de educación superior y organizaciones que faciliten programas de capacitación

Efectos:

- Bajo nivel de rendimientos y eficiencia en la calidad del servicio.
- Desmotivación por parte de los propietarios y trabajadores al no contar con apoyo por parte de entidades u organizaciones que presten servicios de capacitaciones.
- Inexistencia de proyectos de capacitación y mejora continua en el sector.
- Resignación en la calidad de servicio que poseen.
- No hay compromiso formal por las instituciones.

En este caso particular, se pretende dar el soporte necesario a clientes internos de las empresas gastronómicas del cantón mencionado, con el fin de que mejoren la calidad del servicio y que a través de programas de capacitación puedan mejorar su nivel socioeconómico.

Cabe resaltar que la capacitación laboral es la respuesta a la necesidad que tienen las organizaciones o instituciones de contar con un personal calificado y productivo, mediante conocimientos teóricos y prácticos que potenciará la productividad y desempeño del personal

La justificación del presente proyecto de vinculación se ampara desde el punto de vista legal en distintos instrumentos jurídicos:

1. Art. 82 del Reglamento de Régimen Académico emitido por el CES, creación de las coordinaciones de vinculación con la sociedad en cada carrera de la ULEAM. Su función específica es el diseño y desarrollo de proyectos de vinculación que unifiquen esfuerzos de varias asignaturas de la misma carrera, o de varias carreras de la misma facultad, e incluso de varias facultades de la ULEAM, propiciando las actividades multidisciplinarias, inter y transdisciplinarias.

El conjunto de estos proyectos conformarán, junto con las políticas y normativas pertinentes, el Programa de vinculación con la sociedad de cada facultad. (CES, 2015).

2. De conformidad con lo dispuesto en el Art. 107 de la LOES, y los artículos 77,78,79 y 82 del Reglamento de Régimen Académico emitido por el CES, las unidades académicas y carreras de la ULEAM, deberán desarrollar diferentes modalidades de vinculación con la sociedad, fundamentándose en sus fortalezas y dominios académicos en las áreas de docencia e investigación, alineándose en los objetivos y políticas del Plan del Buen Vivir; los objetivos y agendas zonales; y los planes de los gobiernos autónomos.

3. El modelo para la evaluación de las carreras de las Universidades y Escuelas Politécnicas del Ecuador, emitido por el CEAACES, en el mes de agosto de 2013, en el criterio de pertinencia establece las características del indicador de vinculación con la sociedad, haciendo énfasis en la participación de los profesores y estudiantes en las actividades programadas en el marco de proyectos de vinculación con la sociedad.

4. Además, el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible 2006-2020 (PLANDETUR 2020) busca consolidar el turismo sostenible como un elemento dinamizador del desarrollo económico y social del Ecuador, con la participación del sector público bajo la rectoría del Ministerio de Turismo (MINTUR), el involucramiento activo de otras entidades gubernamentales, tales como Consejos Provinciales y Municipios; y, la participación de los actores del sector privado y comunitario a través de las cámaras de turismo, los gremios y las comunidades locales; y dadas las características del programa que enfoca el desarrollo de competencias relativas al marketing para mejorar el sector del turismo y desarrollar herramientas de percepción para las poblaciones.

5. Atención a los Objetivos del PNBV 2013-2017: 4.3. Promover espacios no formales y de educación permanente para el intercambio de conocimientos y saberes para la sociedad aprendiente. 4.5. Potenciar el rol de docentes y otros profesionales de la educación como actores clave en la construcción del Buen

Vivir. 4.6. Promover la interacción recíproca entre la educación, el sector productivo y la investigación científica y tecnológica, para la transformación de la matriz productiva y la satisfacción de necesidades

6. Respuesta a las Líneas de acción de la Agenda Zonal 4: 2.3 Sustentabilidad patrimonial. Implementar estrategias de desarrollo turístico que mejoren la calidad de vida del artesano y la experiencia del turista.

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación es de tipo exploratoria, se realizó para obtener información sobre la calidad de servicios que prestan los clientes internos de las empresas gastronómicas.

La investigación de tipo descriptiva se la realizó para conocer mediante datos y porcentajes el comportamiento del cliente interno y conocer el nivel de satisfacción.

En esta investigación se utilizaron datos primarios y secundarios.

Los datos primarios son la información que reúne el investigador y que son extraídos directamente desde la fuente (Tamayo, 2004).

Los datos secundarios son toda información extraída por individuos diferentes al investigador (Tamayo, 2004).

Los datos primarios fueron obtenidos con las encuestas, mientras que los datos secundarios se obtuvieron páginas gubernamentales como la del Ministerio de Turismo, Alcaldía de Manta y artículos de periódicos reconocidos en el país. Así también revistas e informes de la OMT y CEPAL.

En esta investigación se recopilaron datos de tipo cualitativo y cuantitativo. De los cualitativos se obtuvo información general de los encuestados y de los cuantitativos se pudo conocer el comportamiento de los clientes internos de las empresas gastronómicas del cantón Manta.

La encuesta fue aplicada a los restaurantes, entre los meses de octubre y noviembre de 2018, Se utilizó un cuestionario estructurado con el propósito de obtener información relacionada a las necesidades, comportamiento y satisfacción del cliente interno, así como de la calidad de los servicios de los mismos.

Los participantes diligenciaron las encuestas con total independencia. Previamente se desarrolló un pre-test de 20 cuestionarios para detectar posibles errores.

Cuadro Metodológico

La metodología utilizada en el presente proyecto, se fundamenta en la valoración de cada una de las fases, dando como resultado el siguiente cuadro metodológico que cumple con el objetivo de estudio.

Metodología para el fortalecimiento de las capacidades del cliente interno de las empresas gastronómicas de la ciudad de Manta.

Fases	Actividades	Herramientas / métodos
I. Diagnóstico	<ul style="list-style-type: none"> - Delimitación de la zona - Análisis de la oferta - Análisis de los clientes internos. - Análisis FODA 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas - Encuesta - Matriz FODA - Observación científica - SPSS
II. Propuesta	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de las necesidades de capacitación - Evaluación de los temas de capacitación - Elaboración del Plan de Capacitación 	<ul style="list-style-type: none"> - Visita de campo - Base de datos de Catastro Turístico. - Ficha de evaluación de los temas de capacitación. - Plan de Capacitación

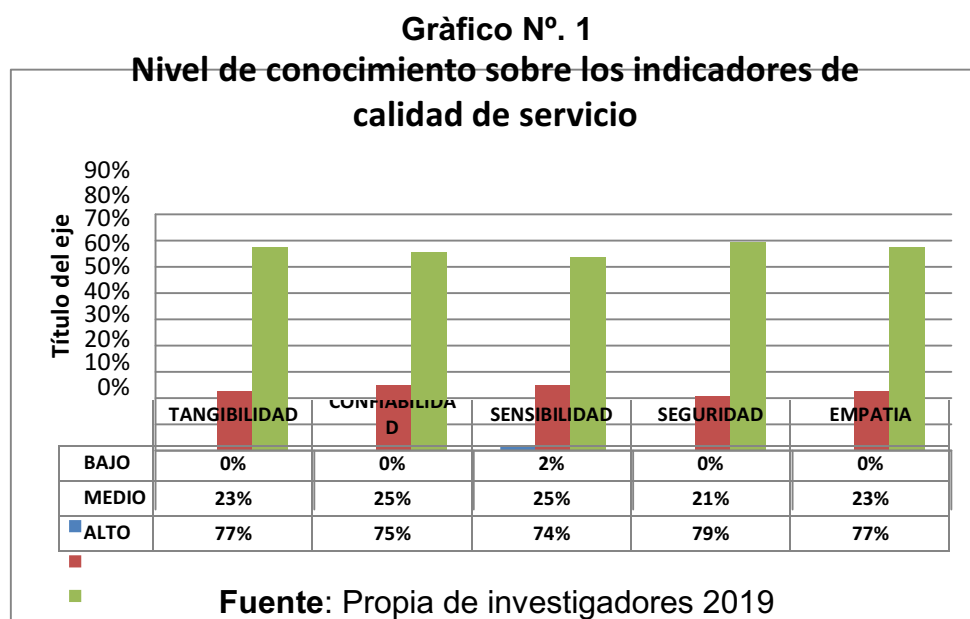
III. Implementación	<ul style="list-style-type: none"> - Determinar estrategias de implementación. - Ejecutar el plan de capacitación en las empresas gastronómicas. - Evaluar el impacto de ejecución. 	<ul style="list-style-type: none"> - Organización de las empresas gastronómicas por sectores. - Fichas de evaluación de Convenios suscritos con prestadores previamente. - Listado de Asistencia - Fichas de Evaluación de resultados.
---------------------	--	--

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se consolida que el personal que sostiene la industria turística no se encuentra capacitado para brindar un servicio de calidez que transmita un producto de calidad al turista, además la indiferencia de los propietarios de las empresas en la mejora continua para elevar la calidad de sus productos y /o servicios.

Los establecimientos turísticos no toman importancia a la formación de su personal ya que creen que genera muchos costos y pérdidas de tiempo, pero no hacen conciencia de que la satisfacción del cliente está relacionada directamente con la calidad del servicio. Finalmente, las consecuencias de mantener un bajo nivel de calidad de servicios en el cliente interno son bajo rendimiento laboral, clientes insatisfechos y bajo nivel de competitividad en el sector; por lo que la carencia de procedimientos de mejora continua, la falta de capacitación de forma periódica, la inexistencia de un marco regulatorio de calidad que busque la excelencia, son las razones por la que se presenta el proyecto investigación vinculado con el sector gastronómico por ser una actividad de gran importancia para atraer, mantener y desarrollar el turismo local y nacional. Por ello se aplicó encuestas a los involucrados, para así determinar el nivel de calidad de servicio que mantienen y en qué temas les gustaría ser capacitados.

Nivel de conocimientos sobre los indicadores de calidad de servicio:



Se identificó el nivel de conocimiento sobre los indicadores de calidad de servicio que tienen los clientes internos de los establecimientos gastronómicos, alcanzando los siguientes niveles: Con respecto a la tangibilidad se obtuvo un 77% de aceptación por parte de los empleados en el nivel alto, es decir, en lo relacionado al aspecto de la calidad de su infraestructura, equipamiento y apariencia del personal. Con respecto a la confiabilidad en el aspecto de la calidad de su habilidad para prestar el servicio de manera honesta y precisa tienen un 75% de aceptación por parte de los empleados.

Con respecto a la sensibilidad en el aspecto de la calidad de su predisposición para atender las necesidades del entorno tienen un 74% de aceptación por parte de los empleados. Y en relación a la seguridad en el aspecto de la calidad de su conocimiento para asegurar la calidad en la producción gastronómica, la higiene, la confianza hacia uno mismo para el cliente tienen un 79% de aceptación por parte de los empleados. Finalmente, en cuanto a la empatía en el aspecto de la calidad de su atención con calidez y calidad dentro de la empresa y para los clientes tienen un 77% de aceptación por parte de los empleados.

De acuerdo con los siguientes temas, indique ¿En cuáles le gustaría capacitarse?

Opciones		Resultados
1	Liderazgo/Habilidades empresariales	24
2	Seguridad e higiene alimentaria	21
3	Servicio al cliente	25
4	Emprendimiento, innovación y gestión	23
5	Servicio gastronómico	20
6	Calidad	23
7	Manejo del idioma Inglés	20
8	Contabilidad/costos	18
9	Todos las anteriores	26

Gráfico N°. 1

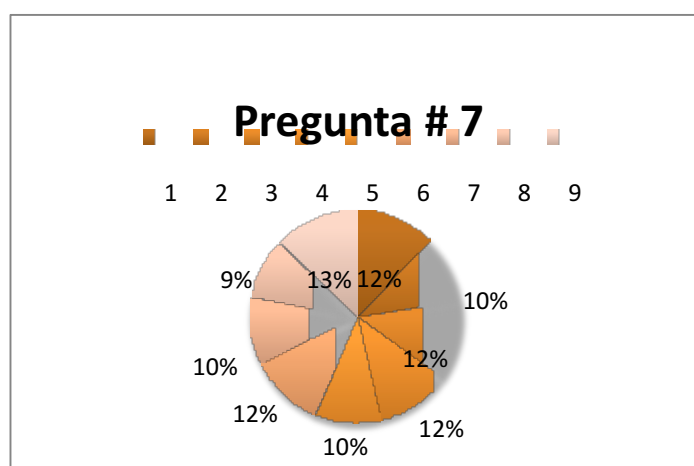


Ilustración 1

Fuente: Propia de investigadores 2019

De acuerdo a las encuestas realizadas el 12% optan capacitarse en liderazgo/habilidades empresariales; el 10% en seguridad e higiene; 12% en servicio al cliente; 12% en emprendimiento, innovación y gestión; 10% en servicio gastronómico; el 12% en Calidad; 10% manejo del Idioma ingles; el 9% en contabilidad de costos, por tal razón estos fueron los temas considerados para el plan de capacitación aplicado.

El 70% de los clientes internos de las empresas gastronómicas del cantón Manta participan en las capacitaciones, fortaleciendo los conocimientos en cuanto a los temas considerados el plan de capacitación

CONCLUSIONES

- Se implementó el plan de capacitación en las áreas de servicio, mejorando la eficiencia de los clientes internos de las empresas gastronómicas participantes.
- Se fortaleció el desarrollo de competencias propias, conocimientos técnicos y la práctica de una cultura de servicios a los clientes internos de las empresas gastronómicas
- Según lo planificado en esta segunda etapa del proyecto se pudo avanzar un 85% de lo planificado. Se espera que para el segundo semestre del año 2019, se concluya con la aplicación del plan de capacitación en todas las empresas gastronómicas y su respectiva interpretación para así dar continuidad a la siguiente fase.

BIBLIOGRAFÍA

Díaz, A. (2016). www.sincal.org. Obtenido de Importancia de la Capacitación Empresarial: <http://www.sincal.org/articulo31-importancia-de-la-capacitacion-empresarial.html>

PLANDETUR. (2007). www.turismo.gob.ec. Obtenido de DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO PLANDETUR2020:<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

CES. (2015). www.ces.gob.ec. Obtenido de http://www.ces.gob.ec/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=12&Itemid=496

SECAP. (2015). www.secap.gob.ec. Obtenido de Plan de Perfeccionamiento : [http://www.secap.gob.ec/wp-content/PUBLICACIONES/2015/PNC-publicable-2015-VF-APROBADO-\(1\).pdf](http://www.secap.gob.ec/wp-content/PUBLICACIONES/2015/PNC-publicable-2015-VF-APROBADO-(1).pdf)

Senplades. (2013). *www.planificacion.gob.ec*. Obtenido de Provincias de: Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas: <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/Agenda-zona-4.pdf>