



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

**FACULTAD DE EDUCACIÓN, TURISMO, ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA**

**EXAMEN DE FIN DE CARRERA CON CARÁCTER COMPLEXIVO PREVIO A
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN HOSPITALIDAD Y
HOTELERÍA**

TEMA

**FALTA DE CAPACITACIÓN Y CERTIFICACIONES DEL “RESTAURANTE
BALCONES DE LIGUIQUI” DEL CANTÓN MANTA**

AUTORA

EMILIE CAROLINA VILLACRESES FRANCO

TUTOR

ING. DANIEL CABALLERO MERO

Manta, Abril 2023

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de docente tutor de la Facultad de Hotelería y Turismo de Manta de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación, bajo la autoría de la estudiante **Villacreses Franco Emilie Carolina**, legalmente matriculada en la carrera de Hospitalidad y Hotelería, período académico 2022 (2), cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de Exámen Complexivo, cuyo núcleo problémico es “**Falta de capacitación y certificaciones de los destinos y los miembros del sector turístico**”.

El presente trabajo ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, abril 2023

Lo certifico

Docente Tutor

Área: Hospitalidad y Hotelería

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de carrera, titulado “Falta de capacitación y certificaciones del Restaurante Balcones de Liguiki del cantón Manta”, ha sido realizado y concluido por la Srta. Emilie Carolina Villacreses Franco; el mismo que ha sido controlado y supervisado por los miembros del tribunal.

El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos pertinentes en lo referente a la investigación y diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal en las reuniones llevadas a cabo.

Para dar testimonio y autenticidad,

Firmamos:

**PRESIDENTE DEL
TRIBUNAL**

Lcdo. Luis Reyes, Mg

**MIEMBRO TRIBUNAL
DE TITULACIÓN**

Ing. Carmen Lucas

**MIEMBRO TRIBUNAL
DE TITULACIÓN**

Ing. Irene Rodriguez

**Ing. Daniel Caballero Mero
DOCENTE TUTOR**

AUTORÍA

El actual trabajo de investigación se realiza como requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Hospitalidad y Hotelería en la Universidad Laica Alfaro de Manabí. El contenido expuesto en este proyecto pertenece exclusivamente a Emilie Carolina Villacreses Franco en calidad de autora del caso de estudio “**Falta de capacitación y certificaciones del Restaurante Balcones de Liguqui del Cantón Manta**”, en caso de utilizar este documento, se debe otorgar los respectivos créditos.

Emilie Carolina Villacreses Franco

1317801544

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de investigación a Dios como autor y fuente principal de mi vida, porque ha estado conmigo en cada uno de mis pasos dándome fuerza y sabiduría para continuar con mis estudios y poder superar todas las pruebas y dificultades que se presentaron en el camino.

A mi madre Fanny Franco, por su apoyo incondicional durante toda mi etapa como estudiante, quien ha velado por mi bienestar y me ha apoyado en las decisiones que he tomado en mi vida, depositando toda su confianza en mí y dándome ánimos, además de enseñarme en base a valores, constancia y dedicación a ser la persona que soy ahora.

A mi hermana Adriana y mi sobrina Darita, que son unas de mis grandes motivaciones e inspiración para continuar y avanzar , han estado presente durante todo este proceso y por quienes me esfuerzo cada día por ser un ejemplo en sus vidas.

A mi Familia y amigos, en especial a Nelson Marcillo y Melany Anzules, que incondicionalmente me brindaron su apoyo, me dieron ánimos y me motivaron a no rendirme. Y demás personas que sin duda alguna han sido parte de este proceso tan importante, único y especial en mi vida.

A mi tutor Ing. Daniel Caballero Mero por todos los conocimientos compartidos y por guiarme a mejorar con cada consejo y enseñanza impartida durante las tutorías.

Emilie Villacreses.F

RECONOCIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios por haberme dado vida, fortaleza y sabiduría durante toda esta etapa estudiantil que hoy culmino con mucha satisfacción.

También doy gracias a mi Familia por haberme apoyado incondicionalmente en todo momento, por animarme y guiarme con amor, dándome ejemplo digno de superación y constancia para cumplir mis metas.

Agradezco también a mi tutor de caso de estudio Ing. Daniel Caballero, por la asesoría brindada durante la elaboración del presente proyecto, por transmitirme sus conocimientos y haberme instruido a mejorar y fortalecer mi aprendizaje.

A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, a la Facultad de Hotelería y Turismo y a cada uno de los docentes por contribuir a mi formación profesional, por haberme compartido y transmitido sus conocimientos con mucha entrega y dedicación.

Emilie Villacreses.F

TITULACIÓN

EXAMEN DE FIN DE CARRERA CON CARÁCTER COMPLEXIVO

TRABAJO DE TITULACIÓN

Apellidos y Nombres	Villacreses Franco Emilie Carolina
Núcleo Problemático	Falta de capacitación y certificaciones de los destinos y los miembros del sector turístico.
Tutor	Abg. Daniel Caballero Mero
Fecha	04/04/2023

1. Contextualización del problema.

Actores

Actor 1. Restaurante “Balcones de Liguiki”

Actor 2. Autoridades y personal del Restaurante “Balcones de Liguiki”

Actor 3. Turistas locales

Actor 4. Turistas extranjeros

1.1 Contexto del problema

Las empresas restauranteras son afectadas por los problemas financieros, la falta de visión empresarial, y disposición por al cambio por parte de los empresarios. Esto conduce al cambio seguro o la desaparición de los negocios. Ante esta situación, es necesario planear y estimular alternativas útiles para la capacitación y certificaciones de los destinos turísticos para generar ventajas competitivas, lograr lealtad e incrementar oportunidades de crecimiento y posibilidades de competencia en el mercado.

La expansión del sector turístico en el Ecuador entre los años 2019-2020 involucra directamente la oferta hotelera que contribuye favorablemente a la economía del país. Dentro de ello entre las principales motivaciones para viajar, la gastronomía dentro de la restauración ha tomado fuerza en los últimos años en numerosos destinos. Es importante

de convertir el momento de consumo en el ámbito gastronómico en un recuerdo memorable, la verificación de la calidad de los alimentos es un factor clave en el éxito de una empresa gastronómica. (Carvache, 2017).

En este sentido Manta posee la planta turística más grande de la provincia de Manabí que comprende un total de 531 establecimientos turísticos, de los cuales en su mayoría equivalen a establecimientos que desarrollan la actividad de restauración (Dirección de Turismo de Manta, 2020). Muchos de ellos han cerrado temporalmente sus alojamientos y otros han quebrado definitivamente, generando pérdidas de ingresos y falta de liquidez para pagar sus deudas, despido masivo de empleados, poca promoción de su imagen y deficiencia en sus servicios. (Montenegro & Chávez, 2021)

Entre la oferta de establecimientos de restauración que ofrece la zona rural de la ciudad de Manta, específicamente en Liguiki parroquia San Lorenzo, se puede mencionar que existen aproximadamente 8 restaurantes en el lugar.

Para esto en el 2019 , se construye el Restaurante “Balcones de Liguiki” ubicado en la playa Liguiki a 35km de la ciudad de Manta, el cual mantiene sus tradiciones y recursos naturales. Es un restaurante administrado y operado inicialmente por el dueño quien es un excelente cocinero pero que no tiene estudios superiores en áreas afines a la administración. En este sentido se inició con ayudantes de cocina(2) , meseros (3) en el primer año y en el segundo año 5 personas más para ambas áreas.

Tiene como **misión** “Ofrecer al público en general sin importar cultura, los platillos de la campiña manabita que se han ido perdiendo a través de los años, en un ambiente familiar y sano, haciéndolos sentir importantes para nosotros”.; así mismo en su **visión** expresa “Lograr constituirse como el mejor restaurante de comidas típicas con los mejores niveles de calidad y con precios competitivos, que satisfaga las necesidades de los clientes nacionales y extranjeros”

Cabe mencionar que los servicios que ofrece son los siguientes: Atención al cliente , variedad de platillos típicos de la provincia en un ambiente tropical, agradable y sobre todo confortable, entre otros.

Como se señala, los servicios de este restaurante están enfocados prioritariamente a prestar servicios personalizados de calidad y confort sin embargo en el lugar existen problemas de desorganización en la atención de clientes posiblemente provocado porque no existía un personal capacitado en sus áreas que les guiará adecuadamente en

operaciones claves como: atención al cliente, distribución de espacios, trato incorrecto por la rapidez con que se deseaba hacer uso de los servicios como estacionamiento, generando así molestia por parte de los clientes manifestando su insatisfacción por el servicio de atención recibida mas no por la calidad de la comida.

En este sentido, en el presente caso, se creará un plan de acción estratégico que proponga actividades para implementar, mejorar y fortalecer las capacitaciones y certificaciones de este establecimiento turístico para realizar las actividades de forma eficaz y eficiente; que propicien que se consolide como un lugar competitivo y sirva como referente.

Situación detectada

Debido a la problemática detectada sobre la falta de capacitación y certificaciones de los destinos y los miembros del sector turístico (Restaurante “Balcones de Liguiqui”), causada por la deficiente formación del personal en sus áreas .se detallan a continuación las causas y efectos de este problema.

Causas

- Deficiencia del personal en los conocimientos, manejo y diseño de técnicas de desarrollo turístico comunitario con certificaciones avaladas por el Ministerio de Turismo y otras organizaciones anexas en el área.
- Mala coordinación entre el sector privado, los centros de enseñanza respecto a las estrategias y acciones destinadas a la formación y capacitación del personal que labora en el sector turismo.
- Deficiencias en los organismos locales para las certificaciones turísticas.
- Las autoridades pertinentes no cumplen con los tiempos establecidos
- La publicidad es obsoleta no se cumple con los principios establecidos que manifiestan los ministerios pertinentes del ramo.

Consecuencias

- Bajo número de empresas turísticas certificadas y con personal capacitado.
- Desequilibrio del manejo administrativo y operativo del restaurante
- Disminución de ingresos en el establecimiento

- Deficiencia en la prestación de servicios por no contar con el capital financiero suficiente para cubrir dichos gastos o costos.
- Desventaja con las competencias, no estará en condiciones de realizar un trabajo en conjunto adecuado.

1.2 -Definición del problema o formulación

¿Cómo mejorar la atención al cliente a través de las capacitaciones al personal y certificaciones del Restaurante “Balcones de Liguiqui” en la parroquia rural de Liguiqui-Manta para mejorar el rendimiento del personal de trabajo y optimizar los recursos del mismo que promueve el éxito del establecimiento?

2. Marco Teórico

Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico. El turismo genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados (y más allá de estos) fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y proveerse. (ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, 2019).

Esta acepción es una adaptación de la primera definición que realizase el propio organismo en 1994 “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual , por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio , por negocios y otros” Son dos definiciones amplias en las que se menciona las características y elementos que delimitan el turismo: motivaciones de viaje , localización, tipología de turistas y delimitación temporal; establecen el marco para medir y analizar la economía del turismo.

El Turismo se caracteriza por ser un sistema de interrelaciones entre los diferentes factores que intervienen en él, lo que justifica que el turismo se considere y analice desde

una perspectiva sistémica, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente. (Travel Touris Competitiveness , 2015)

Básicamente cuatro elementos se asocian al concepto de actividad turística:

1. Demanda: consumidores actuales y potenciales de servicios turísticos
2. Oferta: agentes involucrados en la experiencia turística
3. Espacio geográfico: donde tiene lugar el encuentro entre oferta y demanda
4. Operadores del mercado: instituciones y empresas que facilitan la interacción entre oferta y demanda. Aquí se pueden enumerar agencias de viajes, compañías de transporte y organismos que ordenan la actividad turística.

Destino: Lugar a donde va dirigido alguien o algo o el Uso o función que se da o se piensa dar a una cosa. (Diccionario Oxford Languages, s.f.)

Miembros del sector turístico: (Hurtado, 2022) Menciona que el turismo como fenómeno social, económico, ambiental y cultural es un sector que tiene una gran variedad de organismos internacionales que se encuentran velando por su sostenibilidad y desarrollo. Reconocer que este fenómeno se involucra en diferentes aspectos globales y que requieren de la participación de gobiernos y líderes en el área, permite garantizar su viabilidad en torno a las conexiones y alianzas posibles que ayudan y permiten las buenas prácticas y la toma de decisiones que involucran a todos los sectores y partícipes del fenómeno del turismo. Las más importantes son:

- Organización Mundial del Turismo (OMT)
- Consejo Mundial de Viajes y turismo (WTTC, por sus siglas en Inglés)
- Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA, por sus siglas en inglés)
- Organización Internacional de Aviación Civil (OACI, por sus siglas en inglés)
- Organización Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA, por sus siglas en inglés)
- Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS, por sus siglas en inglés)
- Organización Internacional del Turismo Social (OITS)
- Meetings Professionals International (MPI)
- Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF, por sus siglas en inglés)

-Alianza Mundial de Asociaciones de Agentes de Viajes (WTAAA, por sus siglas en inglés)

-SKAL international (International Association of Travel and Tourism Professionals)

-Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura (UNESCO, por sus siglas en inglés) entre otras.

Hotelería

La Hotelería es una rama del turismo, que brinda el servicio del alojamiento al turista. Este puede tener diversas clasificaciones, según el confort y el lugar donde se encuentren, cada instalación hotelera tiene sus propias cualidades. (Sandoval, 2012)

La Hotelería ocupa de la administración de alojamientos, la gestión de diversos aspectos concernientes a diferentes servicios relacionados con el turismo incluyendo la gastronomía, organización de eventos o el alojamiento mismo. También se encuentran diferentes tipos de lugares donde se brindan estos servicios. Algunos de los establecimientos hoteleros posibles son los hoteles, las pensiones, los hostales, los campings, los apartamentos o bungalows de alquiler temporario, los tiempos compartidos, etc. (www.turismohotelería.net, 2021)

Restauración

Con el término restauración nos referimos a los negocios dedicados a la elaboración de comidas y bebidas y que son preparadas para su consumo. Incluiríamos pues diferentes tipos de negocios como restaurantes, casas de comidas, cafeterías, bares, mesones, vinotecas, bodega, chiringuitos, etc. (ESAH, 2020)

Historia de los restaurantes.

Las salidas a comer tienen una larga historia. Las tabernas existían ya en el año 1700 a.C. Se han encontrado pruebas de la existencia de un comedor público en el año 512 a.C. Que tenía un menú limitado. En aquel entonces las mujeres no podían asistir a estos comedores, lo hicieron hasta el año 402 a.C. Los romanos salían a comer fuera de sus casas, aun hoy pueden encontrarse pruebas en Herculano, una ciudad de veraneo cerca de Nápoles en el año 79 a.C. Después de la caída del imperio romano, las comidas fuera de casa se realizaban generalmente en las tabernas o posadas, pero alrededor del año 1200 d. C. ya existían casas de comidas en Londres, Paris y algunos otros lugares en los que podían comprarse platos ya preparados.

El primer restaurante propiamente dicho tenía la siguiente inscripción en la puerta: “Venite ad me omnes qui stomacho laboratoratis et ego restaurabo vos”, en el año 1765, donde Boulanger, el propietario decía “venid a mi todos aquellos cuyos estómagos clamen angustiados que yo los restaurare”. Por eso es que esta industria es conocida como la restauración.

Restaurante

“La palabra restaurante se estableció en breve y los chefs de más reputación que hasta entonces solo habían trabajado para familias privadas. Abrieron sus propios negocios o fueron contratados por un nuevo grupo de pequeños empresarios: los restauranteros”. (Daza, 2014)

Un restaurante es un establecimiento de servicio cuyo objetivo es preparar y vender comidas y bebidas para satisfacer a los clientes. También, un restaurante se encarga de ofrecer otras comodidades a los clientes, como servicio a la mesa, servicio de entregas a domicilio, métodos de pago óptimos, y más. (Elkins, 2022)

Servicio

El concepto de servicio proviene del latín *servitium*. El mismo hace referencia a la acción servir, sin embargo este concepto tiene múltiples acepciones desde la materia en que sea tratada. Los servicios, desde el punto de vista del mercadeo y la economía, son las actividades que intentan satisfacer las necesidades de los clientes. Los servicios son lo mismo que un bien, pero de forma no material o intangible. Esto se debe a que el servicio solo es presentado sin que el consumidor lo posea. (Etecé, 2021)

Servicio al cliente

El "servicio al cliente", deriva del verbo "SERVIR", de ahí que signifique, "disposición o indisposición para servir a otros". Si existe disposición el servicio será bueno, si lo que prevalece es la indisposición, los vendedores siempre darán un servicio que resultará malo. Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing. (Paz, 2018)

Necesidades y expectativas del cliente

Las expectativas de los clientes ante los proveedores son fuertes y claras. En la actualidad, no basta con que tengas un buen producto para un usuario determinado; también debes pulir y cuidar todos los elementos que involucren al proceso de compra por parte del consumidor, para poder garantizar la mejor experiencia posible con tu marca. Si consigues colmar las expectativas de tu cliente (y superarlas), verás cómo aumentarán tus ventas de forma significativa, a mediano y largo plazo. (Rodríguez, 2022)

Satisfacción del cliente

Según (www.aec.es, 2019) “La satisfacción del cliente es la base de los sistemas de gestión de la calidad. Los clientes necesitan productos y servicios que satisfagan sus necesidades y expectativas. Los requisitos del cliente pueden estar especificados por el cliente de forma contractual o pueden ser determinados por la propia organización, pero en cualquier caso, es finalmente el cliente el que determina la aceptabilidad del producto.

Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas

(Ministerio de Turismo, 2018) Menciona que el nuevo Reglamento, firmado por el ministro Enrique Ponce De León, clasifica a los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas en siete categorías: cafeterías, bares, restaurantes, discotecas, establecimientos móviles, plazas de comida y servicios de catering.

La normativa está enfocada en tres pilares fundamentales: mejorar la calidad en el servicio, infraestructura y en las buenas prácticas de manufactura, es decir que los establecimientos cumplan con servicios de calidad, que tengan espacios adecuados y que respeten las normas para la manipulación de alimentos, de modo que se garantice un buen producto para los turistas.

El Reglamento considera a la calidad como uno de los pilares principales, con el fin de generar valor agregado en la prestación de servicios turísticos. Por ello, busca elevar los estándares en la prestación del servicio turístico para generar un destino competitivo a nivel mundial.

Además, promueve la profesionalización y capacitación del personal que trabajan en el ámbito de alimentos y bebidas y permite que los productos que se ofertan a través del menú sean de fácil comprensión al usuario.

Calidad

En base a la investigación de (Pérez, 2021) se menciona que el término calidad nace del latín *Qualitas*, lo cual significa que algo es de buena procedencia o que tiene una muy buena disposición. Es aquella cualidad de las cosas que son de excelente creación, fabricación o procedencia. Todo lo que posee un cualitativo de calidad supone que ha pasado por una serie de pruebas o referencias las cuales dan la garantía de que es óptimo

Así mismo para que exista ello se debe tener un control de calidad el cual es el mecanismo a través del cual se realiza un seguimiento estricto a los procedimientos de elaboración de un producto dentro de la empresa, con la finalidad de mejorar la presentación del mismo, este se realiza con la ayuda de una serie de herramientas y acciones que se emplean para detectar cualquier tipo de errores, a fin de solventarlos, todo esto garantiza la calidad y el cuidado del producto y/o servicio ofrecido al público. Este tiene como objetivo principal, brindar satisfacción máxima a los consumidores, lo que facilita el conseguir los objetivos de la empresa, es por eso que generalmente suele ser aplicado en las diferentes áreas y procesos de la empresa.

Gestión de la calidad

La gestión de la calidad es una forma de dirección, que vincula los elementos de la organización en el perfeccionamiento y mejora continua de sus procesos, incentivando a las organizaciones a analizar los requisitos del cliente, definir los procesos que contribuyen a generar productos aceptables para el cliente y a mantener estos procesos bajo control (Puig, 2014)

Según (www.nueva-iso-9001-2015.com, 2020) “Son todos los procesos que se llevan a cabo en una empresa para garantizar una ejecución óptima de sus actividades. Todos estos procesos y métodos se agrupan en una estructura única llamada sistema de gestión de calidad, que variará en función del tipo de organización, el rubro al que se dedica y sus objetivos. Cuando la gestión de calidad cumple con ciertos estándares, puede ser reconocida con la norma ISO, que certifica que los procesos aplicados de forma sistemática por la organización se traducen en productos y servicios con los más elevados parámetros de seguridad industrial, salud y procesos de producción.”

Calidad en los servicios turísticos

Actualmente la calidad además de ser un requisito esencial de un producto, es un eje estratégico clave para que las organizaciones mantengan su posición en el mercado e

incluso aseguren su supervivencia, por ello las empresas deben caracterizarse por la alta calidad de los servicios que entrega a los clientes.

Para (Ayala, 2015) el servicio es un producto intangible que se le ofrece al cliente, con la finalidad de satisfacer sus necesidades y expectativas; que presenta cuatro características básicas:

-Intangibilidad por lo que es difícil definir especificaciones concretas que estandaricen su calidad.

-Heterogeneidad, varían de un productor a otro y de un usuario a otro.

-Simultaneidad de producción y consumo, se consume mientras se realiza, a menudo con el cliente involucrado en el sistema.

-Caducidad, la mayoría de servicios no se pueden almacenar, por ello si no se usa cuando está disponible se pierde la capacidad del servicio.

Cabe señalar que la calidad de los servicios debe establecerse desde la perspectiva de los clientes, es percibida de la evaluación que el consumidor realiza al comparar sus expectativas con el servicio recibido; implica lograr la satisfacción del consumidor para impulsar el incremento de ventas, la cuota de mercado y el retorno de la inversión; por ello hace falta entregar servicios de alta calidad.

Certificación Turística

Impulsa a través de los Programas de Calidad la mejora continua y la excelencia en los servicios turísticos. Tales como:

La marca “Q” es el certificado de calidad turística por excelencia, la manera de dar a conocer a los clientes qué servicio está por encima. También es el indicativo de un prestigio reconocido por todos, un distintivo entre servicios aparentemente similares, en definitiva, es información y satisfacción para el cliente. (Ostelea , 2020)

(Empresa Pública Metropolitana, 2023) Menciona que un establecimiento obtendrá el reconocimiento Distintivo Q después de completar con el siguiente proceso:

1. Designación del equipo Distintivo Q en el establecimiento.- Designación de un Auditor Interno y otro personal operativo que realizará el seguimiento de norma técnica en el establecimiento.

2. Capacitación.- Quito Turismo abre anualmente convocatorias para nuevos establecimientos Distintivo Q. La capacitación incluye la formación para auditores internos y charlas técnicas.
3. Verificación.- Se realizará la visita técnica al establecimiento participante en la que debe cumplir con la Norma de Calidad Turística para el Distintivo Q de acuerdo a la actividad, el cual aprobará al cumplir por lo menos el 80% de los parámetros verificados.
4. Aprobación.- Un establecimiento obtiene el reconocimiento Distintivo Q a la Calidad Turística cuando recibe por parte de Quito Turismo, un certificado y una placa del reconocimiento.

El Distintivo Q a la Calidad Turística, tiene vigencia de 1 año a partir de la entrega del certificado. Este incorpora 5 ámbitos importantes para el sistema de gestión a la calidad del establecimiento como:

- Gestión Administrativa y Legal;
- Responsabilidad Social, Ambiental y Cultural;
- Infraestructura y Equipamiento;
- Calidad de Servicio y Atención al Cliente; y
- Bioseguridad.

Programas de Certificación Turística

Es importante considerar que la capacitación permanente permite incrementar la calidad y la satisfacción del cliente, lo cual impacta en el número de visitantes a los diversos destinos turísticos. Siendo así esto promueve la competitividad de las empresas turísticas, con Sistemas de Calidad que el Gobierno de la República reconoce y certifica a través de los diferentes Programas, Distintivos y Sellos de Calidad.

Normas ISO 9000

(EUROINNOVA , 2015) Hace énfasis que la ISO es una organización de normalización y estandarización, es decir, una federación mundial de organismos nacional de normalización, por lo que todos los profesionales que aplican estas normas trabajan bajo un mismo estándar legal.

Las normas ISO 9000 permiten a las organizaciones implementar un sistema de gestión de calidad, determinando indicadores para evaluar su desempeño y cumplimiento de

objetivos. Así, reducen los costes de producción y aumentar la productividad. Estas se rigen por ciertos principios para que la organización pueda contar con unas normas que garanticen la transparencia y la calidad, esto, a su vez, permite la mejora continua de los desempeños de acuerdo a las necesidades de las partes involucradas.

Los principios de la gestión de calidad son los siguientes:

- Enfoque al cliente: Puesto que las organizaciones dependen de sus clientes y deben entender sus necesidades
- Liderazgo: Los líderes son los que ayudan a que exista un buen ambiente interno en el que el personal se pueda involucrar para el cumplimiento de los objetivos de la organización.
- Participación del personal: El personal es la esencia de las organizaciones, por lo que es importante que este se sienta comprometido.
- Enfoque basado en procesos: Los resultados se alcanzan más rápido cuando son gestionados como procesos.
- Enfoque de sistema para la gestión: Funciona para identificar y gestionar los procesos como un sistema, de forma interrelacionada.
- Mejora continua: Es parte de los objetivos de la organización para optimizar sus resultados en el tiempo y garantizar el éxito de la compañía en el mercado.
- Enfoque basado en hechos para la toma de decisión: Debido a que las buenas decisiones se basan en el análisis de datos e información.
- Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor

Un sistema de gestión de calidad ayudará a las empresas a optimizar sus procesos, gracias a la consigna de mejora continua. La certificación ISO 9000 brinda reputación y confianza a las organizaciones, por lo que son más capaces de cerrar alianzas estratégicas con otras compañías o proveedores que les facilitarán la expansión. (Conexión Esan, 2019)

Capacitación

(LÓPEZ, 2015) Menciona que en la actualidad es importante que las empresas sepan desarrollar habilidades que poseen los colaboradores para lograr un avance dentro de la empresa. Para ello, es indispensable que la organización implemente capacitaciones para las personas denominadas el talento humano. Es por ella la importancia de las capacitaciones a los mismos, lo cual facilita el crecimiento de las competencias personales y empresariales. El buen rendimiento nace a partir del conocimiento y excelente

desarrollo de actitudes y aptitudes, además, no solo es un buen producto que la organización ofrece, sino, la prestación que se presta. Es importante ofrecer a los consumidores calidad en la manufactura de sus productos, para ello, la capacitación de los colaboradores es esencial para lograrlo.

Innovación

Según (GONZÁLEZ, 2012) expresa los siguientes significados de innovar:

“INNOVAR proviene del latín innovare que significa, acto o efecto de innovar, tornarse nuevo o renovar, introducir al mercado una novedad. También significa, alterar, cambia, mudar modificar transformar, transmutar, variar corregir, rectificar y muchas más acciones que utilizamos para establecer cambios físicos de algo”.

“Innovación es la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad y la competitividad. Un elemento esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial. No solo hay que inventar algo, sino también, introducirlo en el mercado.

3. Objetivo General

- ✚ Mejorar la atención al cliente a través de las capacitaciones al personal y certificaciones del Restaurante “Balcones de Liguiki” en la parroquia rural de Liguiki-Manta para mejorar el rendimiento del personal de trabajo y optimizar los recursos del mismo que promueven el éxito del establecimiento.

3.1 Objetivos específicos

- ✚ Fundamentar bases teóricas relacionada a la gestión y mejora de procesos debido a la falta de capacitación y certificaciones del Restaurante Balcones de Liguiki-Manta.
- ✚ Determinar estrategias de motivación o compensación a los empleados para mejorar su desempeño laboral.
- ✚ Diseñar un plan estratégico donde se manifiesten propuestas para implementar capacitaciones y certificaciones del Restaurante Balcones de Liguiki en la parroquia rural de San Lorenzo- Manta, ya que la existencia de estas herramientas ayudarán a fomentar efectivamente el desempeño laboral, organización, gestión y desarrollo de las actividades turísticas.

4. Metodología

En la presente resolución del caso de estudio se aplicaron los siguientes métodos de investigación:

Deductivo: (Westreicher, Método deductivo, 2020) El método deductivo consiste en extraer una conclusión con base en una premisa o a una serie de proposiciones que se asumen como verdaderas. Esto quiere decir que se está usando la lógica para obtener un resultado, solo con base en un conjunto de afirmaciones que se dan por ciertas. Mediante este método, se va de lo general (como leyes o principios) a lo particular (la realidad de un caso concreto). Cabe señalar que la veracidad de la conclusión obtenida dependerá de la validez de las premisas tomadas como base o referencia.

Mencionado ello podemos ver que este método involucra el estudio desde lo general hasta lo particular, con el propósito de poder iniciar un juicio general hasta llegar a los criterios particulares. Es así que por medio de este método se analizó el problema del Restaurante “Balcones de Liguíqui” de lo general a lo particular.

Inductivo: El método inductivo o inductivismo es aquel método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación. Esto supone que, tras una primera etapa de observación, análisis y clasificación de los hechos, se logra postular una hipótesis que brinda una solución al problema planteado. (Porto, 2021)

Mencionado lo anterior denota que este método se usó por medio de la observación a identificar los hechos planteados del Restaurante Balnearios de Liguíqui, el cual influyó para encontrar la solución del problema dado.

Revisión Bibliográfica

Se consultó y revisaron varias fuentes de información entre enlaces de páginas web, enlaces de artículos, publicaciones científicas y capítulos de libros para tener mayor soporte de información y conocimientos en el tema del caso de estudio mencionado.

5. Plan de acción de la propuesta.

Objetivos de la propuesta	Actividades	Recursos	Tiempo	Responsables	Resultados Esperados
Diseñar actividades que permitan fortalecer las diferentes áreas del Restaurante.	<p>1.Capacitar al personal del Restaurante en cada área en la que son responsables. Entre ellas la atención del cliente que es muy fundamental.</p> <p>2.Mejorar la satisfacción de los clientes y la rapidez en atención al cliente.</p> <p>3.Evaluar a los capacitados.</p>	<p>Tecnológicos</p> <p>Humanos</p> <p>Financieros</p> <p>Materiales</p>	3 meses	<p>Representante del establecimiento</p> <p>Capacitadores (Profesionales en el área)</p>	Personal capacitado con mayor dominio de conocimientos en la administración y la calidad del servicio.
Fortalecer los conocimientos administrativos del Restaurante de Balcones de Liguíqui	<p>1.Inducir conocimientos al propietario del restaurante en administrar, promocionar e incorporar capacitaciones y certificaciones que ayudarán al reconocimiento y crecimiento del mismo.</p> <p>2.Acompañamiento y asesoramiento técnico al propietario del Restaurante a través de los conceptos</p>	<p>Tecnológicos</p> <p>Humanos</p> <p>Materiales</p> <p>Financieros</p>	2 meses	<p>Docentes y estudiantes de la Facultad de administración de empresas (Uleam)</p>	Establecimiento certificado con propietario calificado y eficiente en la administración.

	<p>protocolarios , en todo lo relacionado con el comportamiento del personal tanto interno como externo.</p> <p>3.Atender las quejas e inquietudes de los clientes. (Buzón de sugerencia , calificación en sitios web , entre otros)</p>				
<p>Impulsar los estándares de calidad de los servicios turísticos en los destinos mediante la capacitación, formación e implementación de sistemas de gestión.</p>	<p>1.Visitas de seguimiento y análisis a los destinos priorizados que se ejecuten programas de calidad turística.</p> <p>2.Posicionar la imagen del Restaurante “Balcones de Liguiki” como un establecimiento turístico.</p> <p>3.Elaborar e implementar planes y programas de marketing y de desarrollo de productos turísticos que permita potenciar la capacidad turística existente.</p>	<p>Tecnológicos</p> <p>Humanos</p> <p>Materiales</p> <p>Financieros</p>	<p>3 meses</p>	<p>Personal designado del Programa de Calidad Turística.</p> <p>Docentes y estudiantes de la Facultad de Informática.</p> <p>Telecomunicaciones y marketing (Ulearn)</p>	<p>Establecimiento con óptima calidad en la prestación de servicios.</p>

Fuente: Estudio aplicado

Elaboración: Propia y apoyo de información de la web (Mercedes, 2014)

6. Conclusión

Al concluir el presente caso de estudio se conocieron las causas y efectos que ocasiona la falta de capacitaciones y certificaciones de los destinos y miembros del sector turístico tal como el del Restaurante Balcones de Liguíqui.

Entre las principales causas identificadas que genera ello es tener un personal no capacitado en sus áreas para poder guiar adecuadamente en sus operaciones claves provocando así poca demanda de sus servicios y probablemente que los clientes dejen de asistir a los restaurantes. Así mismo, se conoció el grado de preparación con que cuentan el administrador y el personal de servicio, observando que no se tenía estudios superiores afines a las áreas en las que se encontraban. Provocando ello la falta de clientes y por ende la pérdida de mejores beneficios económicos.

Al principio la visión del administrador no estaba clara ya que no potenció los recursos por el desconocimiento dentro de cada una de las áreas que implica un restaurante. En buen momento el administrador reconoce su mala gestión en cuanto a la toma de decisiones no adecuadas , pero que ahora desea convertir a su establecimiento en un restaurante turístico competitivo que pueda atraer y satisfacer las necesidades de los turistas nacionales y extranjeras.

En base a lo antes mencionado se diagnosticó la necesidad de implementar un plan de acción que fomente la mejora continua y de la innovación a la gestión de calidad de los servicios turísticos. Diseñando acciones estratégicas, permitiendo dar soluciones a la falta de capacitación y certificaciones del mismo, definiendo sus respectivas actividades, recursos y los plazos para dar cumplimiento a las metas iniciales.

7.- Bibliografía

- (Enciclopedia Práctica Profesional de Turismo, Hoteles y Restaurantes.). (s.f.). Obtenido de <https://www.oceano.com/oceano/catalogo/buscador.asp?IdThemeGN=10&IdThemeLB=10&TypSearch=1&IdBook=113&DbName=GN>
- Ayala. (2015). *Temas de Gestión de la Calidad en Turismo*. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7205/1/T3106-MAE-Saltos-Analisis.pdf>
- Carvache, M. C. (07 de Septiembre de 2017). *Estudio de las motivaciones y satisfacción de la demanda turística en torno a la gastronomía. Caso Manta, Ecuador*. Obtenido de <file:///C:/Users/USER/Downloads/20615-Texto%20del%20art%C3%ADculo-45850-1-10-20171130.pdf>
- Conexión Esan. (10 de Septiembre de 2019). *Normas ISO 9000: conoce el sistema de gestión de calidad*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/normas-iso-9000-conoce-el-sistema-de-gestion-de-calidad#:~:text=Las%20normas%20ISO%209000%20permiten,producci%C3%B3n%20y%20aumentar%20la%20productividad>.
- Daza, M. (08 de Mayo de 2014). *HISTORIA DE LA RESTAURACIÓN*. Obtenido de <https://marvydaza.wordpress.com/2014/05/08/historia-de-la-restauracion/>
- Diccionario Oxford Languages. (s.f.). Obtenido de https://www.google.com/search?q=destino+significado&ei=7ng3ZKj2Je2KptQPi_nwAM&oq=destino&gs_lcp=Cgxnd3Mtd2l6LXNlcnAQAQxgAMgwIABCKBRBDEEYQ-QEyCggAEIoFELEDEEMyBwgAEIoFEEMyBwgAEIoFEEMyCwguEIAEELEDEIMBMggILhCABBCxAzIHCAAQigUQQzIFCAAQgAQyBQguEIAEMgsILhCABBCxAx
- Elkins, M. (11 de Marzo de 2022). *Concepto de restaurante: Importancia, cómo escoger o crear uno*. Obtenido de <https://www.waiterio.com/blog/es/por-que-el-concepto-de-su-restaurante-es-critico/>
- Empresa Pública Metropolitana. (2023). *¿QUÉ ES EL DISTINTIVO Q – CALIDAD TURÍSTICA?* Obtenido de <https://www.quito-turismo.gob.ec/calidad-turistica/>
- ESAH, B. (20 de AGOSTO de 2020). *GESTIÓN DE HOTELES Y RESTAURANTES*. Obtenido de [https://www.estudiahosteleria.com/blog/gestion-y-direccion/curiosidades-sobre-](https://www.estudiahosteleria.com/blog/gestion-y-direccion/curiosidades-sobre) Algunas curiosidades sobre la restauración:

turismo#:~:text=La%20marca%20%E2%80%9CQ%E2%80%9D%20es%20el,y%20satisfacci%C3%B3n%20para%20el%20cliente.

Paz, M. A. (Octubre de 2018). “*Determinar la percepción del servicio de atención al cliente de una farmacia hospitalaria en la zona oriente*”. Obtenido de <https://es.studenta.com/content/111003867/determinar-la-percepcion-del-servicio-de-atencion-al-cliente-de-una-farmacia-hos>

Peréz, M. (11 de Octubre de 2021). *Definición de calidad*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/calidad/>

Porto, P. (05 de Julio de 2021). *Método inductivo - Qué es, características, definición y concepto*. Obtenido de <https://definicion.de/metodo-inductivo/>

Puig. (2014). *Gestión de la calidad*. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7205/1/T3106-MAE-Saltos-Analisis.pdf>

Rodríguez, H. (20 de Febrero de 2022). *¿Qué son las expectativas del cliente? Satisface sus necesidades y mejora su experiencia*. Obtenido de <https://www.crehana.com/blog/negocios/que-son-expectativas-cliente/>

Sandoval, C. (julio de 2012). *DEFINICIÓN DE HOTELERÍA*. Recuperado el 9 de julio de 2021, de <http://turismoholera.blogspot.com/>: <http://turismoholera.blogspot.com/2012/07/definicion-de-hoteleria.html>

Travel Touris Competitiveness . (2015). Obtenido de <https://www.weforum.org/reports/travel-tourism-competitiveness-report-2015>

Westreicher, G. (01 de Mayo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Método deductivo: <https://economipedia.com/definiciones/metodo-deductivo.html>

Westreicher, G. (01 de Mayo de 2020). *Método deductivo*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/metodo-deductivo.html>

www.aec.es. (2019). *SATISFACCIÓN DEL CLIENTE*. Obtenido de <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/satisfaccion-del-cliente>

www.nueva-iso-9001-2015.com. (25 de agosto de 2020). *¿Qué es la gestión de la calidad?* Recuperado el 18 de junio de 2021, de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2020/08/que-es-la-gestion-de-la-calidad/>

www.turismo.gob.ec. (18 de febrero de 2016). *REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO*. Recuperado el julio9 de 2021, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

www.turismoetelería.net. (2021). *De que se trata la hotelería*. Recuperado el 9 de julio de 2021, de <https://www.nosequeestudiar.net/>
<https://www.nosequeestudiar.net/carreras/hoteleria/estudiar-hoteleria/>