



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**Título:**

**Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y  
Hoteleras**

**Autores:**

**Macias Alvarado, David Israel**

**EVALUACIÓN DE TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS PARA EL  
MEJORAMIENTO DE LA RESTAURACIÓN COMERCIAL  
TRADICIONAL DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

**Tutora:**

**Gálvez Izquieta, Paola Cecilia**

**Guayaquil, Ecuador  
(2016)**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**Certificación**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **David Israel, Macías Alvarado**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

**TUTORA**

**Paola Cecilia, Gálvez Izquieta**

---

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

**Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2016**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**Declaración de Responsabilidad**

Yo, **David Israel Macias Alvarado**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **Evaluación De Técnicas Administrativas Para El Mejoramiento De La Restauración Comercial Tradicional De La Ciudad De Guayaquil** previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2016**

**EL AUTOR**

---

**David Israel, Macias Alvarado**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**Autorización**

Yo, **David Israel Macias Alvarado**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Evaluación De Técnicas Administrativas Para El Mejoramiento De La Restauración Comercial Tradicional De La Ciudad De Guayaquil, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2016**

**EL AUTOR:**

---

**David Israel, Macias Alvarado**

## **Agradecimiento**

Quiero dar gracias a todas las personas que de una u otra forma se mantuvieron apoyándome durante el transcurso de mi carrera universitaria para alcanzar la culminación de este gran paso profesional en mi vida. En primer lugar mi más sinceras agradecimientos a Dios por ser la luz en mi camino, también es importante agradecer a mis padres, hermanos y familia en general, ya que, son los pilares de todo este carácter profesional que se formó con el pasar del tiempo y motivaron a terminar mi carrera universitaria.

Además, agradezco a todo el grupo pedagógico de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil que mediante sus sabidurías y enseñanzas ayudaron a incrementar todos mis conocimientos administrativos y técnicos que servirán de bases para poder desarrollarme en el ámbito laboral, de la misma manera, agradezco a mi tutora de mi trabajo de titulación ya que ha sido la guía para lograr el desarrollo y culminación del presente proyecto.

**David Israel Macias Alvarado**

## **Dedicatoria**

Este proyecto está dedicado y todo el transcurso de mi carrera universitaria a Dios en primer lugar por darme las fuerzas y ganas de culminar. Esta dedicatoria va dirigida en especial a dos seres que amo con todo mi corazón en este mundo; mi padre Roque Neyl Macias Mendoza y a mi madre Mercedes Elizabeth Alvarado Noriega, ya que, gracias a su apoyo incondicional y a sus magníficos consejos me sirvió de soporte para ser una mejor persona cada día y aprender de mis errores para poder superarlos y llegar a convertirme en la persona que soy actualmente. También es oportuno dedicar este proyecto a mis compañeros de toda mi vida, mis hermanos Allan Daniel Macias Alvarado y Roque Abel Macias Alvarado quienes han compartido alegrías y penurias. A mis abuelos que me cuidan desde el cielo Roque y Roselinda y a mis abuelos que todavía me pueden enseñar en vida Carlos y Margarita con mucho cariño esta dedicatoria es para ustedes. Y a Raisa Romero, gran mujer que supo estar conmigo apoyándome con cariño y amor durante toda mi etapa final de mi carrera.

**David Israel Macias Alvarado**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

## **Calificación**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
<b>David Israel, Macias Alvarado</b>	

---

**Paola Cecilia Gálvez Izquieta  
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR**

## INDICE GENERAL

Resumen .....	xii
Abstract.....	xiii
Introducción.....	1
Problemática .....	3
Justificación.....	5
Antecedentes .....	6
Objetivos.....	8
Marco Teórico.....	9
La teoría clásica de la administración .....	9
La teoría de los dos factores Motivación/Higiene .....	10
Marco Referencial .....	11
Marco Conceptual .....	13
Marco Legal .....	18
Marco Metodológico.....	22
Tipos de Estudios.....	22
Investigación Histórica .....	22
Investigación Descriptiva.....	23
Métodos de Investigación.....	23
Enfoque de la investigación .....	24
Tipo de Investigación .....	25
Técnicas de recolección.....	25
Instrumento de recolección .....	26
Población.....	26
Tamaño de la muestra.....	27
Tipo de muestreo.....	29
CAPÍTULO 1 .....	30
1. Evaluación de la oferta gastronómica, teniendo como referente a las 40 restauraciones comerciales tradicionales de Guayaquil que participaron en la Feria Gastronómica Internacional Raíces 2015.....	30
1.1. Evaluación general.....	30
1.2. Técnicas Administrativas.....	32
1.3. Técnicas de Producción.....	35



1.4. Técnicas para el servicio al cliente.....	38
CAPITULO 2.....	42
2. Analizar el mercado y recolectar datos de las diferentes categorías de restaurantes de la ciudad.....	42
2.1. Estudio y recolección de datos del mercado .....	42
CAPÍTULO 3.....	49
3. MANUAL DE TECNICAS ADMINISTRATIVAS DIRIGIDO A LOS ESTABLECIMIENTOS DE RESTAURACION COMERCIAL TRADICIONAL DE GUAYAQUIL .....	49
3.1. Área Administrativa .....	49
3.2. Área de Servicio al Cliente .....	55
3.3. Área Operativa .....	60
CONCLUSIONES.....	79
RECOMENDACIONES .....	81

Referencias

Apéndices

Apéndice 1: Encuesta a propietarios-entrevistas

Apéndice 2: Encuestas a clientes

## **.INDICE DE TABLAS**

Tabla 1: Parámetros para evaluar la satisfacción del cliente.....	47
Tabla 2: Requisitos de calidad sanitaria de carnes frescas.....	73
Tabla 3: Requisitos de calidad sanitaria de huevos frescos .....	74
Tabla 4: Requisitos de calidad sanitaria de productos hidrobiológicos frescos .....	74
Tabla 5: Requisitos de calidad sanitaria de otros productos .....	75

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Clientes Diarios.....	31
Figura 2: Funciones del personal	Figura 3: Si es si, de qué manera ..... 33
Figura 4: Tiene separado el manejo del dinero personal con el que se genere en el negocio .....	34
Figura 5: Qué tal industrializado esta su proceso de producción .....	36
Figura 6: Proceso de selección del personal de cocina .....	37
Figura 7: El personal tiene capacitación .....	39
Figura 8: Tiene separado el personal de servicio con el de producción .....	40
Figura 9: Posee baño su local	Figura 10: Si es si, de qué manera .... 41
Figura 11: Como se enteró de las huecas .....	43
Figura 12: Cuando suele ir a las huecas	Figura 13: Frecuencia de visitas 44
Figura 14: Grado de satisfacción general .....	46
Figura 15: Proceso de como lavarse las manos .....	63

## Resumen

La restauración comercial tradicional de Guayaquil o mejor conocidas como huecas, forman parte importante dentro de la economía de la ciudad. Se han mantenido a lo largo del tiempo conservando sus características principales que es la de brindar las diferentes comidas típicas que tiene la ciudad. Otra característica de estos establecimientos son sus precios económicos y accesibles.

Por tal razón, la evaluación de las técnicas empleadas dentro de dichos establecimientos fue necesaria para poder lograr con el cometido de esta investigación, la cual, fue lograr analizar las ventajas y falencias que tienen al momento de operar dentro de sus tres áreas: administrativas, productiva y servicio las huecas de la ciudad.

El manual de técnicas administrativas dirigido a los establecimientos de restauración comercial tradicional de Guayaquil servirá como herramienta indispensable para lograr el desarrollo adecuado de las funciones diarias dentro de las huecas, pudiéndose volver una guía tanto para el personal como para el propietario del lugar. Este documento contiene técnicas básicas que abarcan las tres áreas evaluadas: administrativas, producción y servicio al cliente.

A lo largo del tiempo, siempre se ha criticado a las huecas por el mal servicio, por una fachada inadecuada o las diferentes situaciones que suelen pasar dentro de estos establecimientos, pero la misma son ocasionadas en su mayoría por la falta de conocimientos de técnicas básicas al momento de realizar las actividades. Esta investigación se enfoca a realizar un diagnóstico a la operación de las huecas y plantea un manual que sirva para orientar a dueños y colaboradores.

**Palabras Claves:** Establecimiento de Restauración Comercial Tradicional, Hueca, Manual de Técnicas Administrativas, Gestión Administrativa, Gestión Productiva y Gestión de Servicio al Cliente.

## Abstract

Traditional commercial restoration of Guayaquil or better known as “Huecas” , an important part in the economy of the city. They have maintained over time keeping its main features is to provide different typical meals in the city. Another feature of these establishments are economic and affordable.

For this reason, the evaluation of the techniques he employed in these establishments was necessary to achieve the purpose of this investigation, which was achieved analyze the advantages and shortcomings that have when operating in three areas: administrative, productive and service in town.

The manual management techniques aimed at traditional commercial establishment’s restoration of Guayaquil serve as an indispensable tool for the proper development of the daily functions within the “Huecas”, possibly becoming a guide for both the staff and the owner of the place. This document contains basic techniques that span all three tested areas: administrative, production and customer service.

Over time, it has always been criticized “Huecas” for bad service , by inadequate facade or different situations which often go within these establishments, but the same are caused mostly by lack of knowledge of basic techniques at the time of the activities. This research focuses on a diagnosis to the operation of the hollow and raises a hand to help guide owners and employees.

**Key Words:** Establishment of Traditional Commercial Restoration, hollow, Administrative Manual Technical, Administrative Management, Production Management and Customer Service.

## Introducción

En la ciudad de Guayaquil existen aproximadamente 4740 establecimientos de alimentos y bebidas de acuerdo a la información proporcionada con el Ministerio de Turismo, de los cuales quinientos cincuenta han sido identificados por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil como huecas.

Se reconoce como huecas a los establecimientos comerciales tradicionales cuya característica principal es la de brindar a precios accesibles para el consumidor una oferta diversa de la gastronomía tradicional de la ciudad, y en nuestro caso no solo de la ciudad, sino del país, ya que, por ser Guayaquil una ciudad en la que convergen personas de distintas provincias se le ha dado paso a una diversificación de la riqueza gastronómica.

Es por ello que se identificó la necesidad de hacer el análisis de las huecas participantes en la Feria Gastronómica Internacional Raíces 2015 efectuada por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil para identificar las debilidades o falencias en sus procesos administrativos, operativos y servicio al cliente y poder sugerir mejoras, con el objetivo de que en el corto plazo puedan ser incorporadas a la oferta gastronómica y turística de la ciudad. De acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) existen países donde la gastronomía local se convirtió en patrimonio intangible de la humanidad.

Por la cual, trabajando mancomunadamente los distintos actores públicos, privados, academia y ONG's se puede alcanzar incorporar también la oferta de las huecas a la cadena turística. Recordemos que todo visitante o turista tanto nacional como extranjero ve la gastronomía no solo como una

necesidad, sino, como una experiencia nueva dentro de su aventura en el Ecuador.

Se considera que las huecas tienen un potencial importante para complementar la oferta turística de Guayaquil y aportar nuevas experiencias a los visitantes y turista, de tal manera que, esto crea la necesidad de cubrir dicha demanda, amerita plantear técnicas adecuadas para el adecuado funcionamiento de las huecas.

## Problemática

El servicio al cliente es uno de los instrumentos que utiliza el área de marketing, con el fin de conseguir que el comensal alcance la compra de productos o servicios, en el ámbito técnico es conocido como la unión de prestaciones que tiene el cliente como expectativa, a parte del servicio o producto principal.

En su estudio Enríquez (2011) concluyo que:

A nivel local, nacional, regional e internacionalmente el servicio al cliente definitivamente ejerce supremacía para los clientes independientemente del país al que pertenezcan, cultura, religión, condición económica, edad, y demás variables; sin embargo los gustos y preferencias de los clientes varían de acuerdo a las características individuales propias de su personalidad. (p. 42)

La principal confusión para los dueños de establecimientos es creer que las recetas no pueden ser modificadas ya que en su momento fueron el motivo de su éxito, generándose una desactualización en algunos restaurantes en relación a las tendencias gastronómicas y técnicas de producción, las cuales están basadas en diferentes métodos de cocción o preparación de alimentos. La escasa aplicación de ellas reduce la variedad de los platos en las empresas de alimentos, así como puede influir en los costos de producción.

Esto también da lugar al inadecuado uso de técnicas de servicios al cliente, perjudicando en la captación de nuevos clientes y fidelización de los ya existentes, e indirectamente en la elaboración de alimentos, los cuales son fundamentales para un negocio, cualquiera que sea su mercado, y así poder obtener mayores beneficios y ser una empresa con una buena cartera de consumidores.



El principal apoyo en la restauración es la actualización gastronómica y empresarial, las cuales son beneficiosas dentro de las empresas en todos sus departamentos. En resumen es esencial la utilización de implementos tecnológicos en restaurantes para el servicio al cliente o la producción de alimentos, y poder optimizar los tiempos de servicio a la mesa.

Los propietarios a cargo de negocios deben enfocarse en la satisfacción de sus comensales y saber cómo generarla, esto establecerá confianza e incitará a generar más satisfacción para el comensal como para el propietario/a. En este punto, es necesario acentuar que la compensación a largo plazo se alcanza mediante los clientes realmente complacidos. En el caso que los propietarios/as y sus asociados de los establecimientos de restauración al momento de brindar sus servicios o productos no cumplen con la satisfacción y necesidades de los clientes, estos tendrán una existencia en el mercado muy corta. Todo el empeño puesto en el trabajo deberá de estar dirigidos hacia el comensal, puesto que, él es el único que promueve las actividades dentro del establecimiento. De tal manera que, no va a servir de nada si el producto o servicio que ofrece es realmente bueno, que tenga calidad, con el precio adecuado, si no se mantiene al consumidor.

La implementación de manuales para la apertura de una empresa de alimentos es incipiente, puesto que los permisos que se exigen para el comienzo de un restaurante por parte del municipio son superficiales y no indican sobre la necesidad de calificar al personal que labora o laborará en estos sitios. A pesar de que el Municipio de Guayaquil ha trabajado en el desarrollo de programas de capacitación enfocados a mejorar el servicios de establecimientos de alimentos desde distintas perspectivas, es necesario poder aportar con la generación de un documento que copile desde distintos aspectos información útil para quienes ven en la Gastronomía como una oportunidad de negocio. El manual propuesto, detallaría los pasos a seguir para aquellos que anhelan abrir un restaurante y obtener mejores ganancias, basado en el análisis de experiencias existentes en la ciudad como son las reconocidas “huecas”.

## Justificación

La ciudad de Guayaquil se encuentra ubicada en la provincia del Guayas, al pie del río, desde donde se ha forjado una larga historia de esta ciudad por la que han pasado diversos personajes, esta metrópolis tiene consigo diversidad en alimentación, por la convergencia de nacionalidades provenientes de todas partes del mundo, así como de migrantes de nacionales de las distintas provincias del Ecuador. A esto se suma que al ser Guayaquil un puerto reconocido de en la región, en la ciudad se podía acceder a variedad de productos provenientes de algunas puntos del país. Esto dio origen a que en la ciudad la oferta gastronómica sea variada existiendo en la actualidad el potencial para llevarla a lo más alto de la cocina, a nivel internacional y hacer de esto un atractivo turístico y no solo el complemento de un viaje.

Por ello se procederá a evaluar los establecimientos identificados por el Municipio de Guayaquil como “huecas” para conocer su problemática, de tenerla, y buscar los medios más prácticos, ligados a la realidad económica de cada restaurante, permitiendo dar un servicio de calidad, brindando confort y seguridad al cliente, y en los que el propietario no solo obtenga ganancias, sino que también capte una nueva cartera de clientes.

Los restaurantes basados en la cocina tradicional, por lo general los menús que ofrecen son muy cortos o comunes, desatendiendo en su totalidad que, la demanda de los comensales va más allá de un trato cordial al momento de ingresar al restaurante; el personal que recibe a los clientes solo realizan los protocolos de atención; la cual, conlleva a ofrecer al comensal un plus de lo que el aspira obtener y superar sus expectativas.

Este proyecto busca hacer de Guayaquil un sitio donde se pueda degustar lo bueno de la comida típica y al mismo tiempo tener una experiencia placentera, con precios accesibles para la economía del guayaquileño, ecuatoriano y todo extranjero, que llegue al restaurante de su elección.

Debido que, el servicio al cliente que se ofrece en los establecimientos de restauración comercial tradicional de Guayaquil o también conocido como “huecas” es deficiente, justifica esta investigación, puesto que, dichos establecimientos no tienen determinado el uso de estrategias dirigidas a brindar servicios de calidad al comensal, por lo que, esto puede ocasionar deslealtad, rechazo, abandono por parte de los comensales, generar mala imagen, privación de posibilidad para expansión de franquicias, entre otros. También se debe entender que el servicio de alimentos y bebidas conlleva una serie de pasos ocultos a la vista del comensal que influyen directamente sobre el servicio que se ofrece que también serán motivos de esta investigación como lo es la parte operativa o de producción y la administración del negocio.

## Antecedentes

A lo largo de la historia guayaquileña, se demuestra que sufrió muchos cambios ya sean de infraestructura, desarrollo urbano, etc. La gastronomía de la ciudad también ha sido víctima de estos cambios, cubriendo así la necesidad de degustar las comidas típicas que el pueblo guayaquileño ha venido demandando a los restaurantes o también llamadas “huecas”.

Al momento de hablar de guatita, encebollado o cangrejos, es reflejar la gran variedad gastronómica que identifica claramente a Guayaquil, puesto que, gracias a la fusión de culturas nativas y extranjeras se ha obtenido como resultado una gran variedad de platos que en la actualidad brinda una identidad gastronómica bien definida en la mesa guayaquileña.

Según con el artículo del El Universo (2012) dicta que:

Hablar de cangrejos, guatita, encebollado es profundizar en la gastronomía que de inmediato nos acerca a Guayaquil. No se puede mencionar la mesa americana o ecuatoriana sin tomar en cuenta el proceso de conquista y colonización. El mestizaje en todo lo que

somos y hacemos porque provenimos de la mezcla de etnias y culturas, y de un ancestro común. Estos cinco platos que ahora presentamos como muestra de la mesa guayaca son la fusión de productos sin fecha, pero que nos dan una identidad de orgullo.

Dicho esto, la gastronomía guayaquileña ha tenido una gran evolución en cuanto a su presentación y elaboración de platos, mejorando así la calidad de productos finales brindados al consumidor. Pero muchos de estos lugares que ofrecen el servicio de alimentos y bebidas típicas, han dejado a un lado el uso de la tecnología y el mejoramiento de su infraestructura. Recalcando que han mantenido la sazón típica guayaca como los ancestros lo hacían, pero esto ha evitado el crecimiento de dichos lugares, llevándolos a tener la denominación de “huecas”.

Sin embargo, no solo la sazón típica es importante al momento de hablar de restaurantes, ya que la falta de administración e implementación de técnicas ha ocasionado el retraso del crecimiento de la restauración guayaquileña, llevándola al punto que, sus dueños se conformen con el regular ingreso de la clientela fija generada a través del tiempo, evitando de esta manera el ingreso de nuevas oportunidades comerciales y el incremento del flujo de clientes.

El Gobierno Municipal de Guayaquil desde el 2013 ha venido elaborando una feria gastronómica denominada “Feria Gastronómica Internacional Raíces” en la que convoca a todos estos lugares de comidas llamadas “huecas”, para que presenten lo mejor de los platos típicos que ofrecen a diario a sus consumidores, durante el espacio de feria.

Es por ello que, el Municipio junto a siete escuelas gastronómicas han identificado que en Guayaquil existen aproximadamente 550 “huecas” gastronómicas, las que a partir de un diagnóstico de la infraestructura y evaluación de la composición de la presentación de sus platos típicos, participaron por el reconocimiento “Estrella Culinaria: Oro, Plata y Bronce”.

Acción que se viene promoviendo desde el Municipio de Guayaquil con la intención de fomentar mejoras en los establecimientos de comida.

Las “huecas” no constan en su registro por los platos típicos que ofrecen, ni constan como puntos de lugares turísticos, es por ello que, se dará comienzo a la selección de las 100 huecas destacables y se las determinaran como “Destino Turístico Gastronómico de la ciudad de Guayaquil”, de acuerdo a los objetivos de la Empresa Pública de Turismo del Municipio de Guayaquil.

La implementación de dichas ferias gastronómicas ha incrementado el mejoramiento de la restauración típica de Guayaquil, también ha creado un mayor interés por los guayaquileños en consumir los platos típicos presentados en tales ferias, pero todavía existe un factor muy importante que evita el crecimiento de dichas “huecas” y son los mismos dueños que no dejan a un lado la tradición de manejar el establecimiento sin el uso de nuevas tecnologías y tendencias gastronómicas, enfrascándose en metodologías administrativas obsoletas, la utilización de técnicas inadecuadas al producir y en los peores casos ofreciendo un mal servicio al cliente nacional o extranjero.

## Objetivos

### **Objetivo General**

Evaluar el servicio, operación y técnicas administrativas de las huecas participantes en la feria “Raíces”, organizada por el Municipio de Guayaquil y proponer recomendaciones de mejora para que se incorporen a la oferta turística de la ciudad.

### **Objetivos Específicos**

- Evaluar la forma en que se maneja la oferta de las huecas en la ciudad de Guayaquil.
- Analizar el mercado y recolectar datos de las diferentes categorías de restaurantes de la ciudad.

- Proponer el desarrollo de un manual para el mejoramiento de la restauración comercial.

## Marco Teórico

### La teoría clásica de la administración

Esta teoría surge por la época de la primera guerra mundial en el año de 1916, donde expone la identificación de los procesos administrativos, plantea 6 funciones administrativas y la utilización de 14 principios de administración más reconocidos, creadas a partir de la necesidad de encontrar lineamientos para administrar organizaciones complejas de su época. (Fayol, 1916, p. 7-24).

Fayol (1916) indica que la función técnica dice:

El número, la variedad y la importancia de las operaciones técnicas; las circunstancias de que los productos de cualquier naturaleza (materiales, intelectuales, morales) salen generalmente de las manos del técnico; la enseñanza casi exclusivamente técnica de nuestras escuelas profesionales; las ventajas acordadas a los técnicos...; todo contribuye a dar a la función técnica, y, en consecuencia, a la capacidad técnica, una importancia que redundará en detrimento de las otras capacidades, tan necesaria y a veces más útiles para la marcha y la prosperidad de las empresas. (p. 7-8)

La teoría moderna de Stephen Robbins y Mary Coulter (2010) dictan que:

La administración involucra la coordinación y supervisión de las actividades de otros, de tal forma que éstas se lleven a cabo de forma

eficiente y eficaz. Ya sabemos que coordinar y supervisar el trabajo de otros es lo que distingue una posición gerencial de una que no lo es. Sin embargo, esto no significa que los gerentes puedan hacer lo que quieran en cualquier momento, en cualquier lugar o de cualquier forma. (p. 6)

La restauración comercial tradicional o también llamada “Huecas”, es el sustento de vida para muchas familias que se encuentran situadas en los diferentes sectores de la ciudad de Guayaquil, que en su mayoría llevan décadas brindando dicho servicio, que con el pasar del tiempo dichos establecimientos han venido des-actualizándose, perdiendo así la posibilidad de crecer como empresa, puesto que, desde el 2013 el Gobierno Municipal de Guayaquil en conjunto a 7 escuelas gastronómicas de la ciudad, han elaborado un listado con la mayoría de huecas existentes en la ciudad, con el principal propósito de dar a conocer la ubicación de las diferentes huecas, y a su vez promocionar y realzar los diferentes platos típicos que tiene el Ecuador. De esta manera el proyecto se vincula, ya que, lo que se busca es implementar un manual que conlleve las funciones, normas, deberes, aspectos, principios y técnicas administrativas, productivas y de servicio al cliente, con el fin de alinear y mejorar la restauración comercial tradicional.

## La teoría de los dos factores Motivación/Higiene

La teoría de los dos factores Motivación/Higiene surge en 1959, donde Frederick Irving Herzberg expone que la satisfacción laboral muchas veces es dejada a un lado y es ahí donde la relación y la actitud del trabajador pueden llegar a afectar el éxito o fracaso de una empresa. Dentro de su legado, aporta con 7 estrategias básicas para lograr la motivación necesaria en el trabajo. (Herzberg, 1968, p. 59).

Según Herzberg (1959) las personas están influenciadas por dos factores:

- La *satisfacción* que es principalmente el resultado de los *factores de motivación*. Estos factores ayudan a aumentar la satisfacción del individuo pero tienen poco efecto sobre la insatisfacción.
- La *insatisfacción* es principalmente el resultado de los factores de higiene. Si estos factores faltan o son inadecuados, causan insatisfacción, pero su presencia tiene muy poco efecto en la satisfacción a largo plazo.

Tomando en cuenta lo expuesto, el grado de importancia que se le da a los trabajadores de las diferentes empresas decidirá el éxito de su compañía, puesto que, el empleado es el que tiene el contacto directo con nuestros clientes, dicho de otra manera, el trabajador está encargado de que nuestros clientes se vuelvan fieles a nuestra compañía y para futuros prospectos. En la actualidad la restauración tradicional comercial de Guayaquil está en su total auge por las diferentes actividades que el municipio organiza y una correcta aplicación de dichas técnicas ayudarían a elevar el grado de satisfacción al comensal en las futuras generaciones mediante la aplicación efectiva de los dos factores antes mencionados.

## Marco Referencial

Con respecto al marco referencial de esta propuesta, se han considerado los distintos puntos de vista encontrados en una tesis, donde se encuentran correlacionadas de forma directa, puesto que, efectúa la implementación de un manual de operaciones de alimentos y bebidas para “el restaurante Cochabamba” con el fin del mejoramiento de sus servicios y productos que brinda al comensal.



Dicho proyecto realizado por Paola Mosquera en el 2009, trata de la implementación de un manual de operaciones de alimentos y bebidas del restaurante Cochabamba, la cual, siguió un sin números de pasos para la realización de la misma.

Dentro de los procesos utilizados para la creación e implementación del manual fueron, el análisis de la oferta y la demanda, es decir, el estudio del restaurante y sus clientes. De tal manera que, encuentra las falencias de cada una y crea procesos adecuados para el mejoramiento de la misma.

También, dentro de su manual utiliza métodos y técnicas actualizadas para el correcto funcionamiento del área de producción y servicio al cliente. Donde, consigue lograr cambios efectivos, la cual, generan mayores ingresos y mejoro las experiencias obtenidas del restaurante a los comensales.

No obstante, el manual esta adaptado a las necesidades de los propietarios y sus alcances monetarios, y es aquí, donde alcanza el cometido del manual, puesto que, logra modificar y rediseñar al restaurante por completo obteniendo grandes cambios y mejoras desde el área productiva hasta el del servicio.

No solo logra cambiar la estructura interna, sino, también logra cambiar la externa, la cual, esto genera aún más aceptabilidad del cliente para el restaurante y el alcance de futuros mejores clientes.

Dentro de las conclusiones del proyecto, abarca rubros relevantes para poder efectuar dicho proyecto, donde, muestra valores monetarios alcanzables para el propietario y a su vez modificables a las necesidades del mismo, permitiendo la ejecución de la implementación del manual.

Esto demuestra que, un manual de operaciones es indispensable para una compañía de restauración, ya que, este le sirve de guía para efectuar correctamente las funciones del personal, procesos de actividades y todo lo necesario para que un restaurante alcance mejores estándares y sea competitivo en el mercado.

Con esto se refiere a la manera que vamos incluyendo técnicas administrativas a los diferentes restaurantes de Guayaquil, se puede ir corroborando que si se da la correcta implementación de dichas técnicas se puede llegar a que se efectúe una optimización y las correspondientes mejoras en los diferentes restaurantes tradicionales de Guayaquil.

Dicho esto, es de total relevancia enfocarse a tener un programa de capacitaciones para el personal, sin importar el cargo que ejerza en la compañía, ya que, el cliente jamás olvida la manera en que fue tratado y la experiencia que haya tenido con la compañía. También es necesario tomar en cuenta que los recursos tecnológicos y de maquinarias que la compañía tenga, son de gran importancia para la facilitación al momento de que el personal comience su labor, pero no hay que olvidar que, se debe tener el debido conocimiento del funcionamiento de dichas tecnologías y maquinarias, puesto que, podría ser un gran problema para la compañía.

## Marco Conceptual

En este marco, se expone la recolección de las distintas teorías que la recopilación de las diferentes teorías que sostiene esta investigación. Dentro del marco conceptual se explica los significados de los conceptos indispensables para la comprensión de dicha investigación.

### **Huecas**

Según, el Diario Hoy en su publicación Un delicioso Agachadito (28/06/2009) explica que:

En el Ecuador es un pequeño restaurante, se diferencia de los restaurantes y cafeterías porque en ella la comida se ofrece bajo el esquema de "comida rápida regional", conocidos también como los "antojitos" o "agachaditos" comúnmente, que consiste en platos muy elaborados e inspirados en la cocina ecuatoriana.

Otra característica de las “huecas” es que usualmente son negocios familiares la cual pueden ser entre una o más personas pertenecientes al círculo familiar, permitiéndole mantener de esta manera la tradición en la sazón de sus platos.

### **Administración**

En su estudio Stoner, Freeman y Gilbert (2006) concluyeron que:

Desde finales del siglo XIX se acostumbra definir la administración en términos de cuatro funciones específicas de los gerentes: la planificación, la organización, la dirección y el control. Aunque este marco ha sido sujeto a cierto escrutinio, en términos generales sigue siendo el aceptado. Por tanto, cabe decir que la administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización y el empleo de todos los demás recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar las metas establecidas para la organización. (p. 11)

### **Capacitación**

Pacalla (2008), en su tesis explica que el personal debe de estar totalmente capacitado para realizar sus labores profesionales.

Es necesario contar con personal capacitado y correctamente actualizado, sin importar el área en el que se desenvuelva, logrando que la empresa funcione siempre a la vanguardia; por lo que, tanto el área administrativa como operativa debe salvaguardar el buen funcionamiento de cada una de las áreas de la empresa. (p.19).

Pacalla (2008) indica también que todo el personal del trabajo ya sea desde el conserje hasta el gerente general, deberá tener la capacitación exacta para el área de trabajo que ejerza en la compañía, puesto que,

beneficiará a los intereses laborables de la compañía, el desempeño y su evolución en ella.

### **Sistematización de procedimientos**

Pacalla (2008) expresa que:

La sistematización de procedimientos a través de sistemas operativos, documentos de control y la implementación de jefes de área subordinados al administrador le permitirán al hotel y restaurante un mejor desenvolvimiento de todas sus actividades, volviéndose eficientes en la prestación de servicios satisfactorios para el cliente. (p. 21).

### **Recurso Humano**

Duarte (2011) expone que:

El factor más importante del negocio propuesto es el recurso humano, pues aunque se tenga toda la inversión en instalaciones y equipo, el cliente recordará siempre el trato que se le brinde. Este recurso merece ser capacitado constantemente, pero adicionalmente a ello se debe considerar que existe un complemento clave para su buen desempeño, que consiste en instalaciones adecuadas, así como mobiliario y equipo acorde a las exigencias actuales. (p. 117).

### **Orientación Para Restaurantes**

Según, Brendan (2000) menciona que:

los restaurantes con orientación al mercado tienden a tener más aceptación de los clientes que los que no cuentan con este.

Dicha orientación está basada en varias medidas:

Una cultura Corporativa más balanceada que también enfatice la eficiencia de producción y su calidad, así como el cuidado de sus trabajadores.

La innovación es una importante ventaja competitiva en mercados, donde las preferencias de los clientes cambian, la competencia es dura, el ciclo de producción está disminuyendo o madurando o donde la diferencia está limitada. (p.149 – 155)

### **Estadísticas para la aplicación en Restaurantes**

Este es un método dirigida al área contable, la cual, evalúa el cumplimiento y el desarrollo dentro de las áreas del establecimiento. Consta de 4 radios usados en la industria de la hospitalidad; porcentaje de ocupación, rotación de sillas, rotación de inventarios y utilidades. (Ditmer, 2002).

Desde el 2001 el turismo ocupa el cuarto lugar en cuanto a la generación de las divisas en el Ecuador, generando más de 430 millones de dólares siendo visitado por habitantes de Estados Unidos, Europa y América Latina, generando mayoritariamente plazas de empleo a la ciudadanía Ecuatoriana.

### **Turismo Gastronómico**

Según Mitchel y Hall (2003):

Es importante diferenciar en primer lugar de su residencia habitual de aquellos cuya selección del destino se relaciona directamente con la gastronomía. En una tentativa de definición técnica se puede señalar que turismo gastronómico es la visita de productores primarios o secundarios de alimentos, participación en festivales gastronómicos y búsqueda de restaurantes o lugares específicos donde la degustación

de alimentos y toda experiencia inherente es la razón principal para viajar. (71-90)

### **Motivación En Restaurantes**

Según Fields (2002):

Las motivaciones físicas se encuentran asociadas al hecho de que el acto de comer es algo natural para el ser humano y a que la comida despierta los sentidos y provoca variadas sensaciones. Se sustentan en necesidades que no son satisfechas en lo cotidiano como la necesidad de relajarse, cambiar de rutina, la obtención de placer a través de refecciones, la oportunidad de familiarizarse con nuevos sabores. Las necesidades físicas también se relacionan con el área de la salud ya que muchas personas buscan incorporar hábitos alimenticios más saludables durante sus vacaciones. Por ejemplo, la dieta mediterránea característica de Grecia, Italia y la Península Ibérica; o la dieta atlántica portuguesa es tomada muy en cuenta por los visitantes que pueden verse influenciados por una gastronomía saludable cuando seleccionan su destino vacacional.( 36-50)

### **Clientes**

Son los individuos o entidades que están presto a la compra de productos o la adquisición de servicios. Debe de existir análisis del mercado, es decir, establecer quienes son los clientes potenciales y reales de la compañía. Tener en cuenta cuales son los consumidores esenciales de la compañía, sus preferencias y necesidades que se requiere cubrir, en otras palabras, conocer realmente cuál es su nicho de mercado.

### **Proveedores**

Son todas las personas y empresas que proporcionan la materia prima y los recursos humanos, tecnológicos y financieros para que la empresa pueda operar.

### **Necesidades de los Clientes**

Las necesidades de los clientes difieren sustancialmente de unos a otros, ya que no todas las personas son iguales y, por tanto, sus comportamientos de compra serán también distintos.

### **Satisfacción al cliente**

De la literatura se desprenden dos tipos de definiciones sobre la satisfacción del cliente. Aquellas que la enfatizan como un resultado y aquellas que dan una mayor importancia a la satisfacción como un proceso, las orientadas al resultado se basa en una experiencia de consumo, respuesta emocional a las experiencias y el estado psicológico resultante y las orientadas al proceso parecen prestar una mayor atención a los procesos de percepción y evaluativos los cuales se combinan para generar la satisfacción, esta orientación es la más adoptada en temas de investigación.

## **Marco Legal**

Toda organización social posee un andamiaje jurídico e institucional que regula los derechos y los deberes, en las relaciones establecidas entre sus diferentes miembros. Este contexto parte desde la Constitución, la ley, los decretos, las ordenanzas, los acuerdos, hasta los reglamentos y las resoluciones, y se expresan en forma prohibitiva o permisiva.

La ley de Turismo (2002) en los siguientes artículos reza:

Art. 44.- El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio.

Art. 45.- Habrá lugar al resarcimiento de daños y perjuicios, en los siguientes casos:

a. El que anuncie al público, a través de medios de comunicación colectiva, de Internet o de cualquier otro sistema, servicios turísticos de calidad superior a los que realmente ofrece; o en su propaganda use fotografías o haga descripciones distintas a la realidad;

b. El empresario cuyo servicio tenga una calidad inferior a la que corresponda a su categoría a la oferta pública de los mismos;

c. El empresario que, por acto propio o de sus empleados, delegados o agentes, cause al turista un daño material;

d. El empresario que venda servicios con cláusulas prefijadas y no las informe y explique al usuario, al tiempo de la venta o de la prestación del servicio;

e. En caso de discriminación a las personas; con excepción del derecho de reserva de admisión; y,

f. Los demás determinados en otras leyes.

En estos artículos se encuentra acerca de los servicios prestados de los cuales los dueños son responsables totalmente dentro del lugar y también son responsables de lo que realicen sus asociados esto lleva a tener un riguroso cuidado con la atención al cliente y buscar la capacitación necesaria para un servicio de calidad.

Acciones de PLANDETUR 2020 para eliminar brecha de información:  
Generar nueva información para la actualización del Plan de Marketing



Turístico del Ecuador, esta información será definida en la fase de actualización del plan, de acuerdo a la solicitud de los expertos y a las necesidades manifestadas por los ejecutores FMPT, Ministerio de Turismo y unidades ejecutoras y proyectos aprobados.

Capacitación: A partir del Plan de Competitividad se diagnosticó el bajo nivel de capacitación en el sector turístico, tanto de profesionales dedicados a la actividad como de funcionarios de migración y otros servicios públicos en contacto con el turista. Como consecuencia de esto se produjo una consultoría para la evaluación de las necesidades de los RRHH en hotelería y turismo.

De acuerdo a los documentos posteriores el objetivo de contar con un mejor nivel de atención y profesionalismo no ha sido solventado, ya que varios de ellos citan la necesidad de invertir en capacitación para sector privado en todos los niveles y afinar la relación entre centros educativos y las necesidades del empresariado. En el sector público, la capacitación también es necesaria como parte del refuerzo institucional. Actualmente se ejecuta un programa de competencias laborales que promueve la calificación de puestos operativos.

Acciones de PLANDETUR 2020 para eliminar brecha de información: Complementarla con información disponible sobre los programas de capacitación del Ministerio de Turismo y del Ministerio de Ambiente que se encuentran en ejecución. Conectividad: Algunos documentos tocan el tema de conectividad, en el que se refieren a la necesidad de mejorar los terminales aéreos, frecuencias aéreas regionales e internas, sistema vial dentro del Ecuador. No solo se refieren a la construcción y mantenimiento vial, sino a los servicios adicionales de señalización y seguridad.

Acciones de PLANDETUR 2020 para eliminar brecha de información: Coordinar con las acciones de expedición de reglamentos en marcha. Calidad: El concepto de calidad y de mantener una mejora de la calidad, se definió como una necesidad a partir del Plan de Competitividad turística, cuando se propone contar con un sistema de calidad, normas técnicas y programas de certificación voluntaria, objetivos que también se nombran en

otros documentos posteriores. Estrategias como las de Ecoturismo, Turismo Comunitario, Desarrollo de productos turísticos, proponen manuales de calidad y programas de certificación.

Acciones de PLANDETUR 2020 para eliminar brecha de información: Coordinar con las acciones de expedición de reglamentos en marcha. Estadísticas: Los documentos que analizan la situación estadística del Ecuador definen como necesario el contar con un sistema de estadísticas turísticas y mencionan la utilidad que tuvo en su momento la Cuenta Satélite de Turismo del Ecuador 2002. Por otra parte se menciona la necesidad de un Sistema de Inteligencia de Mercados y la medición de satisfacción y perfil de visitantes.

La Senplades posee elementos que pueden coadyuvar en la investigación acerca de implementar nuevas técnicas en servicio al cliente como las expuestas a continuación:

#### Capitulo.- 5 Planificamos el futuro

##### 5.1.2 Tecnología, innovación y conocimiento

En el marco de la estrategia de acumulación, distribución y redistribución, el desarrollo de las fuerzas productivas se centra en la formación de talento humano y en la generación de conocimiento, innovación, nuevas tecnologías, buenas prácticas y nuevas herramientas de producción, con énfasis en el bioconocimiento y en su aplicación a la producción de bienes y servicios ecológicamente sustentables. Estos procesos se orientan en función de la satisfacción de las necesidades del país y, por ello, conllevan el fomento de los sectores productivos priorizados para la transformación de la matriz productiva a mediano y largo plazo.

##### 5.1.4 Matriz productiva y sectores estratégicos

El cambio de la matriz productiva debe asentarse en el impulso a los sectores estratégicos en la redefinición de la composición de la oferta de bienes y servicios, orientada hacia la diversificación productiva basada en la incorporación de valor agregado, en el impulso a las exportaciones y su

expansión en productos y destinos, en la sustitución de importaciones, en la inclusión de actores, en la desconcentración de la producción de los polos actuales hacia los territorios, y en la mejora continua de la productividad y la competitividad, de forma transversal en todos los sectores de la economía.

## Marco Metodológico

En esta sección se plantea la figura que se seguirá en la recolección de datos para lograr los objetivos de la investigación, como la descripción de los distintos métodos y técnicas para obtener la información necesaria.

El marco metodológico se refiere a los procesos de investigación para ponerlos en manifiesto y sistematizarlos con el propósito de descubrir, analizar y reconstruir los datos, partiendo de los conceptos teóricos. En este capítulo se detalla cada aspecto relacionado con la metodología para desarrollar la investigación.

## Tipos de Estudios

Denominamos tipos de estudios a las herramientas de investigación usadas con el fin de obtener toda información indispensable para nuestro proyecto, cuya clasificación denominada por Grajales (2000) expone que “La forma más común de clasificar las investigaciones es aquella que pretende ubicarse en el tiempo (según dimensión cronológica) y distingue entre la investigación de las cosas pasadas (Histórica), de las cosas del presente (Descriptiva) y de lo que puede suceder (Experimental)” (p. 1).

### Investigación Histórica

Grajales (2000) expone que:

La investigación histórica trata de la experiencia pasada, describe lo que era y representa una búsqueda crítica de la verdad que sustenta los acontecimientos pasados. El investigador depende de fuentes primarias y secundarias las cuales proveen la información y a las cuáles el investigador

deberá examinar cuidadosamente con el fin de determinar su confiabilidad por medio de una crítica interna y externa. En el primer caso verifica la autenticidad de un documento o vestigio y en el segundo, determina el significado y la validez de los datos que contiene el documento que se considera auténtico. (p. 1)

El aspecto histórico de la investigación consiste en brindarnos datos importantes sobre los acontecimientos pasados por parte de la restauración de Guayaquil, será de gran ayuda para poder sustentar nuestro proyecto, puesto que, es de total relevancia saber las técnicas que utilizaban nuestros ancestros y con ello llegarlos a mejorar en la actualidad.

### Investigación Descriptiva

Según Grajales (2000) indica que:

La investigación descriptiva, según se mencionó, trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Esta puede incluir los siguientes tipos de estudios: Encuestas, Casos, Exploratorios, Causales, De Desarrollo, Predictivos, De Conjuntos, De Correlación. (p. 1)

Dicho esto, el aspecto descriptivo demostrará las características de los elementos que afectan el máximo uso de la implementación de las técnicas administrativas para la restauración comercial tradicional de Guayaquil. También aportará datos importantes sobre las tendencias de técnicas utilizadas en la actualidad y las falencias que se tienen al momento de ser aplicadas.

### Métodos de Investigación

Debido al deficiente uso de tecnología en restaurantes, y a la escases de un servicio de calidad, se partió de un problema general; la baja aplicación de técnicas administrativas en la restauración comercial tradicional de Guayaquil, este como punto de partida se deriva a problemas más pequeños, dado que se encuentran estos dilemas se concluye que los métodos de investigación que se usaran son el Analítico y Deductivo.

En su estudio Bernal (2010) indicó que los métodos deductivo y analítico son:

**Método deductivo:** Este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para poder obtener explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares.

**Método analítico:** Este proceso cognoscitivo consiste en descomponer un objeto de estudio, separando cada una de las partes del todo para estudiarse en forma individual.

En la investigación que se está realizando se obtendrá un postulado general, la baja aplicación de técnicas administrativas, al determinar porque sucede esto se encontró el supuesto de que existen problemas particulares: como las malas prácticas alimenticias, escaso uso de tecnologías y problemas con el servicio al cliente. Entonces la pesquisa será a través del método Deductivo y Analítico porque se parte de una hipótesis verificada, y luego procede a separar las explicaciones específicas de las generales.

### Enfoque de la investigación

El enfoque para la investigación será mixta: cualitativa-cuantitativa, con respecto al concepto de este enfoque, Hernández (2010) explica que “la meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus

debilidades” (p. 544), con el análisis cualitativo se recolectaran y analizaran datos de los diferentes negocios de comida tradicional, basándose en la aplicación de técnicas en administración; del análisis cuantitativo se obtendrán datos numéricos que se sacaran en base a herramientas de campo como encuestas y entrevistas recolectadas del cantón Guayaquil.

### Tipo de Investigación

El tipo de investigación que se utilizara, en este proyecto será correlacional ya que con este método, como lo determino Hernández (2010) “se puede saber el comportamiento de un concepto o una variable al conocer el comportamiento de otras variables vinculadas” (p. 82), asociando así a este proyecto la aplicación de las técnicas en administración al crecimiento económico de la empresa de alimentos o la desaparición de la misma.

### Técnicas de recolección

La investigación también implica la necesidad de determinar las técnicas e instrumentos de recolección de datos que se implementaran, debido al enfoque mixto que se escogió, es necesario consultar fuentes, técnicas primarias y secundarias que aporten en la investigación.

Las técnicas a implementarse dentro de la investigación son la encuesta y la entrevista.

Hernández, Fernández & Baptista encontraron que al hablar de los contextos en los cuales se aplican cuestionarios los cuales son de aspectos cuantitativos son las entrevistas, no obstante, la entrevista cualitativa que es más personal, flexible y abierta se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre el entrevistador y el entrevistado o los entrevistados los que pueden ser una familia o grupos de personas pero individualmente que no llegue a ser una dinámica grupal, esto nos lleva a la realización de encuestas que sirven para estudiar poblaciones mediante el análisis de muestras a fin de explicar las variables del estudio.

La investigación será realizada bajo la técnica de entrevistas a profesionales de la rama de la administración y la gastronomía; de esta forma se obtendrá resultados directos y reales acerca de la implementación de técnica en administración, así como la influencia que provocaría las capacitaciones en aquellos negocios.

El objetivo de recopilar información mediante las encuestas, es conocer las técnicas aplicadas en la parte operativa y productiva de los restaurantes, y la satisfacción de los clientes. Mediante sus respuestas y comentarios se podrá conocer lo que piensan y las razones por las cuales no obtienen más ganancias, además de responder a datos que servirán al proyecto.

### Instrumento de recolección

Las técnicas a implementarse dentro de la investigación serán: Cuestionario- Preguntas Abiertas y Cerradas (Encuestas y Entrevistas).

### Población

De acuerdo con Sampieri, Collado, Lucio y Perez (1998) el universo o población “Es el conjunto de personas, cosas o fenómenos sujetos a investigación, que tienen algunas características definitivas. Ante la posibilidad de investigar el conjunto en su totalidad.” (p. 53).

Para lograr analizar la información que se desea obtener acerca de una investigación, es de total relevancia contar con una población objeto de estudio, siempre y cuando esta cumpla con las especificaciones hacia las cuales se dirige la misma.

En este caso, debido al gran realce que actualmente ha tomado la gastronomía en la ciudad de Guayaquil, la población de restaurantes de comida típica ha tomado gran relevancia en la actualidad, puesto que gracias al Gobierno Municipal de Guayaquil junto a siete escuelas gastronómicas crearon una feria denominada “Feria Gastronómica Internacional Raíces”, donde en su última ejecución se obtuvo datos importantes sobre la cantidad de restaurantes

tradicionales o también llamadas “huecas” que existen en la ciudad, recopilando así un total de más de 550 restaurantes tradicionales o “huecas” de Guayaquil en donde solo 47 fueron participes de la feria, las cuales 17 participaron por primera vez en dicha feria.

Según una publicación en la página web del Gobierno Municipal de Guayaquil indica que el Alcalde describió a la feria como un evento exitoso, que tuvo un total de 58,515 asistentes en los cuatros días de feria, \$ 200,000 de venta de comida en las 47 huecas participantes, y un total de 16,500 platos típicos vendidos.

Con los datos presentados, se considera que la población a estudiar en la presente investigación es a los dueños de los restaurantes tradicionales de Guayaquil y a sus comensales. Determinando así a la población de dueños de restaurantes tradicionales y sus comensales debido a los argumentos expuestos.

### Tamaño de la muestra

De acuerdo a Dieterich (2007) indica que:

Para determinar el tamaño de la muestra siempre se considera una sola característica de los individuos de la población total. Esta característica puede ser económica o demográfica. Por ejemplo: el ingreso de las personas la escolaridad, la edad, el sexo. Siempre se escoge una característica que está relacionada con las variables que se consideran en el estudio. Esta característica se llama **fundamental del muestreo**. (p. 7).

Distintas razones indican que para realizar la investigación debe considerarse una porción de la población para poder estudiarse, a este segmento se lo denomina muestra. Como se mencionó la población a estudiar son los dueños de los restaurantes tradicionales comerciales de Guayaquil.

De acuerdo con la publicación realizada por el periódico del El Universo (2015) indica que existen más de 550 restaurantes tradicionales en



Guayaquil en donde solo 47 fueron participes de la feria y que solo 40 eran de Guayaquil los otros 7 al nivel nacional, con estos datos se concluye que el universo o población que se va a estudiar en la investigación abarca los 40 restaurantes tradicionales de Guayaquil que participaron en la feria raíces, lo que se considera una muestra infinita.

A continuación la formula a utilizar para la muestra a la que se enfoca para la obtención de la población mencionada.

$$\frac{k^2 N p q}{e^2 (N - 1) + k^2 p q}$$

N: es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

k: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos.

e: es el error muestral deseado

p: proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio.

q: proporción de individuos que no poseen esa característica

Una vez explicada cada ítem de la formula, daremos paso a la realización de los cálculos de las muestras que se va a obtener para el proyecto.

Datos para clientes:

N: 2'350,915

k: 1,95

e: 5%

p: 50%

q: 50%

Una vez que se obtiene los valores respectivos de cada ítem, se procede a aplicarlos en la formula ya expuesta.

$$N = \frac{2350915 * 1.95^2 * 0.50 * 0.50}{0.50^2(2350915-1) + 1.95^2 * 0.50 * 0.50} \quad N = 385$$

Por ende es necesario estudiar a 385 comensales de Guayaquil en esta investigación, de los cuales se obtendrá la información aplicándolas técnicas explicadas anteriormente.

En cuanto al análisis de los ofertantes, es decir, a los propietarios de los establecimientos, se realizaron doce encuestas-entrevistas de los cuarenta establecimientos participantes de la feria, las mismas que, fueron divididas entre norte, centro y sur, realizándose cuatro encuestas-entrevistas al norte, cuatro encuestas-entrevistas al centro y cuatro encuestas-entrevistas al sur. Se determinó levantar el muestreo de esta manera, puesto que, la realidad que tienen las huecas en los distintos sectores de la ciudad es diferentes, pero, la manera de operar como hueca se debería estandarizar.

### Tipo de muestreo

El tipo de muestreo utilizado para elaborar la investigación es el muestro aleatorio estratificado para una población que pertenece al grupo de muestreo probabilístico. La población se dividirá por grupos norte, centro y sur con el fin de que ninguno de ellos sean escogidos disparejos.

Casal y Mateu (2003) acota que:

Se divide la población en grupos en función de un carácter determinado y después se muestrea cada grupo aleatoriamente, para obtener la parte proporcional de la muestra. Este método se aplica

para evitar que por azar algún grupo de animales este menos representado que los otros.

También explica que el muestreo estratificado tiene interés cuando la característica en cuestión puede estar relacionada con la variable que queremos estudiar. Entonces el proceso que se realizara es de segmentar por sectores la ciudad de Guayaquil, quedando dividida por norte, centro y sur con el fin de que la mayoría sean tomados en cuenta y por la alta manifestación de restaurantes en Guayaquil.

## CAPÍTULO 1

1. Evaluación de la oferta gastronómica, teniendo como referente a las 40 restauraciones comerciales tradicionales de Guayaquil que participaron en la Feria Gastronómica Internacional Raíces 2015.

### 1.1. Evaluación general

Según Cappelletti (2004)

La evaluación es una constante en nuestra vida. En las interacciones cotidianas, en casa, en nuestra trayectoria profesional o en nuestras actividades de ocio, la evaluación siempre se hace presente e incluye un juicio de valor sobre nosotros mismos, sobre lo que estamos haciendo y también sobre el resultado de nuestro trabajo. (p.9)

La restauración comercial tradicional de Guayaquil pertenece a uno de los segmentos comerciales encargados de brindar servicios de alimentos y bebidas, con cierta característica que es vender platos típicos y económicos, es por ello, la necesidad de evaluar las

técnicas utilizadas al momento de producir, servir y administrar para mejorar las futuras experiencias del comensal.

Para poder realizar la evaluación de las técnicas administrativas utilizadas por la restauración comercial tradicional de Guayaquil es necesario conocer la realidad de como ellos funcionan internamente. Por tal razón, se procedió a segmentar en tres zonas, las cuales se denominaron como zona norte, zona central y zona sur para poder alcanzar una mejor perspectiva de la realidad de las huecas de la ciudad de Guayaquil, dicho esto, se determinó a realizar encuestas-entrevistas a los propietarios de las huecas.

Uno de los puntos relevantes que se obtuvo en esta investigación, es la cantidad de visitas que los establecimientos de restauración comercial tradicional de Guayaquil tienen a diario, puesto que, la aceptación del comensal es prominente, según la figura a continuación.

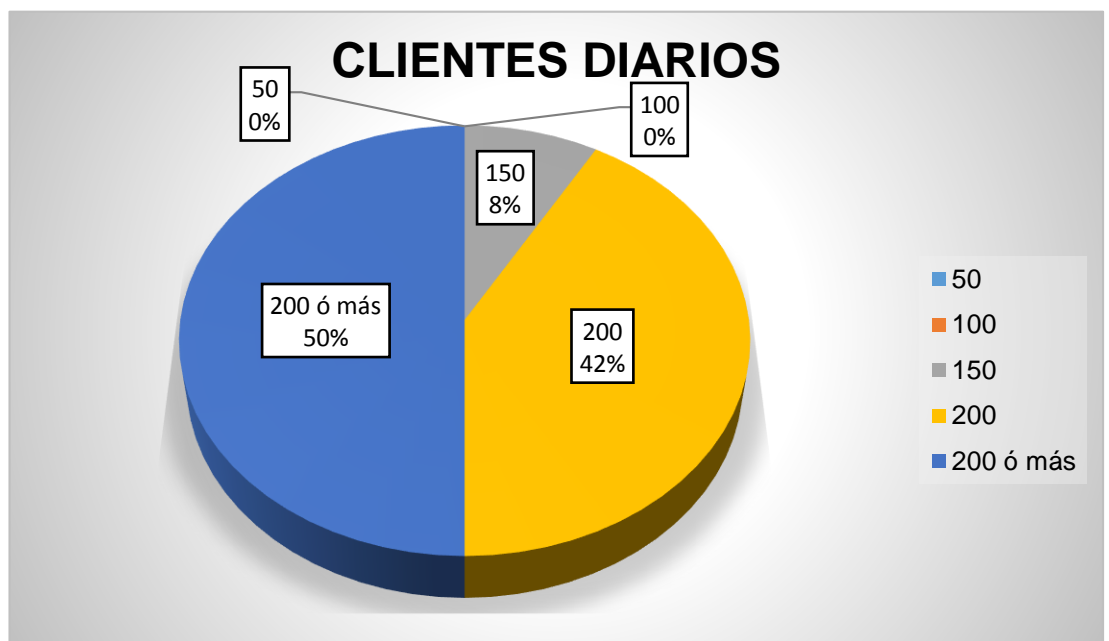


Figura 1: Clientes Diarios

Según la figura presente, representa la afluencia de comensales a diario que tienen los establecimientos de restauración comercial tradicional de la ciudad de Guayaquil. En los datos obtenidos por las encuestas-entrevistas, se puede tener una perspectiva de la afluencia diaria de comensales en las huecas de Guayaquil. El porcentaje mayor que se observa en la figura es del 50% en el campo de 200 ó más, y se toma como referencia para los requisitos necesarios de clientes diarios que debe de tener el establecimiento para poder generar los suficientes ingresos y sirva para cubrir los gastos.

Debido a los porcentajes obtenidos, da hincapié a la necesidad de establecer una evaluación de las técnicas empleadas por los establecimientos para mejorar la experiencia futura del cliente. Es por ello, que se ha realizado un desglose de las 3 áreas (administrativa, producción y servicio) que tienen los establecimientos de restauración comercial tradicional de Guayaquil.

## 1.2. Técnicas Administrativas.

Dentro de esta área, se ha tomado en cuenta ciertos puntos referentes a las actividades diarias que normalmente realizan las huecas, la cual, se ha obtenido una extensa información acerca de las técnicas empleadas en dichas actividades, con el objetivo de, poder realizar la adecuada evaluación en las huecas de Guayaquil.

La investigación se ha basado en 7 preguntas puntuales para lograr la evaluación de los establecimientos de restauración comercial tradicional de Guayaquil y se ha obtenido como resultado, que las falencias más representativas de las técnicas administrativas empleadas en los restaurantes fueron: el manejo de la contabilidad

del local, el manejo del inventario, la ausencia de organigramas y el cálculo del costo final de los platos.

Donde se muestra el poco tecnicismo usado para administrar el local, puesto que, la contabilidad es manejada por el propietario y muchas veces este no tiene el suficiente conocimiento para realizar dicha actividad. También es necesario plantear la necesidad del uso de procesos adecuados para el mejor manejo de inventario, debido que, la mayoría de las huecas lleva un control manual al momento de realizar su inventario y muy pocas son las que emplean programas como Excel para manejar su inventario.

Además, existe la necesidad de definir el adecuado método para la designación de las funciones del personal existente en el local, según el resultado en este punto de la investigación, se ha obtenido los siguientes porcentajes de la metodología usada para la delegación de funciones.



Figura 2: Funciones del personal



Figura 3: Si es si, de qué manera

Con el grafico #2 junto al grafico #3 podemos analizar y llegar a la conclusión que todas las huecas son manejadas y realizan sus funciones de acuerdo a delegaciones directas del propietario. El jefe o propietario es el que dirige la empresa como tal y el encargado de designar funciones al personal del negocio pero la manera correcta de realizarlo es mediante la utilización de organigramas, lo que la restauración comercial tradicional de Guayaquil no ha implementado en su estructura. La necesidad de crear áreas, puestos y funciones específicas indicadas en un organigrama es sustancial, para lograr un mejor entendimiento de responsabilidades del personal.

Otro de los resultados más relevantes que se obtuvo de la investigación, trata de, si existe la separación en el manejo del dinero personal con el que se genera en el negocio y los resultados fueron los siguientes.

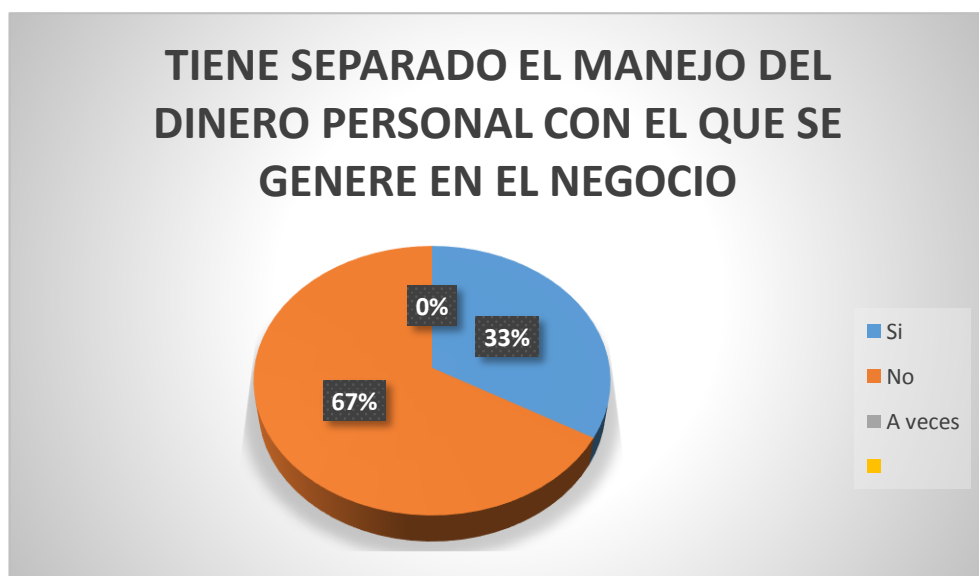


Figura 4: Tiene separado el manejo del dinero personal con el que se genere en el negocio

Esta pregunta se ha realizado para pautar un punto muy importante que existe dentro de los establecimientos de la restauración comercial tradicional de Guayaquil, demostrando en la siguiente figura la realidad sobre como es el manejo de los ingresos personales, con los que son generados por el restaurante.

Se ha obtenido que el 67% de los negocios de restauración comercial tradicional de Guayaquil no separan el dinero empleado en el negocio sobre los que son de uso personal, esto se debe a que, en su mayoría los propietarios son los que manejan sus cuentas y no le rinden cuentas a nadie más que a ellos. Recalco, la necesidad de plantear los procesos de manejo administrativos de las huecas de Guayaquil mediante la formulación de un manual.

### 1.3. Técnicas de Producción.

Según Deleg (2010)

Un proceso de producción es un sistema de actividades que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (materias primas) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor. (p.18)

El área de producción ha sido evaluada de acuerdo a las modalidades de las huecas, es decir, se han establecido parámetros comunes para poder regularizar las técnicas necesarias al momento de producir los platos. En la investigación se ha localizado el uso de técnicas inadecuadas para el correcto funcionamiento del establecimiento de restauración comercial tradicional de Guayaquil.



Las cuales, han sido denominadas como el inadecuado proceso de selección del personal, la falta de industrialización, la forma en como realizan el abastecimiento de los productos y la falta de designación de las funciones al personal de cocina.

La técnica de abastecimiento de los productos que utilizan a diario los establecimientos es manejado de la correcta manera más no eficiente, puesto que, la mayoría de los propietarios de las huecas aceptaron que, su abastecimiento es comprar directamente al mercado siendo ellos los testigos de la calidad y frescura de los productos adquiridos. Esta técnica puede ser la correcta manera al momento de cerciorar la calidad y frescura del producto, pero a su vez quita tiempo dispensable para la realización de otras actividades, por tal razón, lo adecuado es tener una fuente de proveedores confiables previamente evaluados para la compra y el abastecimiento de los productos.

Según la investigación, la mayoría de las huecas no manejan una industrialización en su área de producción, como lo indica el esquema expuesto a continuación.



Figura 5: Qué tal industrializado esta su proceso de producción

El 67% de las huecas utilizan equipos caseros, es decir, utensilios y maquinarias tales como licuadoras, cocinas, tostadoras, cuchillos, etc. destinadas para el uso de cualquier persona en cada uno de sus hogares, mas no los que han sido creado para el fin de uso profesional.

Por otro lado, la industrialización en dichos establecimientos está en auge gracias a los proyectos que la municipalidad ha estado implementando, es por ello que, solo el 33% de las huecas manejan máquinas y utensilios profesionales.

También, se ha evaluado la falta del organigrama del área productiva, es decir, las huecas por abaratar costo de personal, designan a cualquier persona que trabaje en el negocio a realizar las funciones específicas para el área de producción, es por eso que, pueden existir casos antihigiénicos dentro de la zona productiva.

Otro punto que ha sido evaluado es el proceso de selección que tienen los establecimientos de restauración comercial tradicional de Guayaquil.

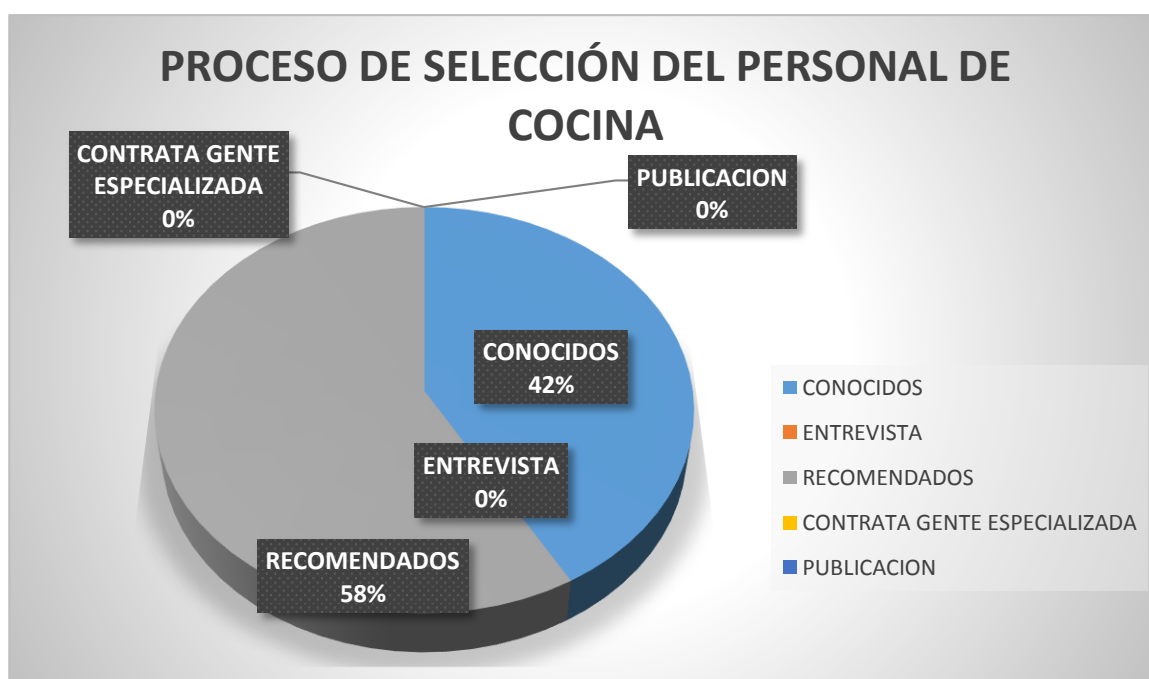


Figura 6: Proceso de selección del personal de cocina

En el siguiente esquema, se puede analizar que los negocios de restauración comercial tradicional se inclinan más por la contratación de personas recomendadas, ya sea, por amigos, familiares o alguien de confianza que indique dicha persona es buena para la cocina o que tiene buena sazón para cocinar. También, se puede observar la otra parte de selección es mediante la elección de personas conocidas, que en su mayoría, son familiares o amigos. Es por ello que, dentro de la propuesta de esta investigación debería de existir un proceso de contratación de personal adecuado a los establecimientos de restauración comercial tradicional que tiene la ciudad de Guayaquil.

#### 1.4. Técnicas para el servicio al cliente

El área del servicio al cliente ha sido evaluada de acuerdo a las características obtenidas de las huecas, es decir, factores en común pertenecientes a los establecimientos de restauración comercial tradicional de Guayaquil. Es importante aclarar que el personal de esta área, es la primera impresión del trato del restaurante al cliente.

En la evaluación de esta área encontramos que el personal no suele capacitarse periódicamente o en su defecto no realizan ningún tipo de capacitación como lo muestra la figura a continuación. Además, esta falencia puede ocasionar que las técnicas empleadas para cualquiera de las 3 áreas sea desactualizada y perjudique al restaurante al momento de atender y brindar el servicio de alimentos y bebidas.

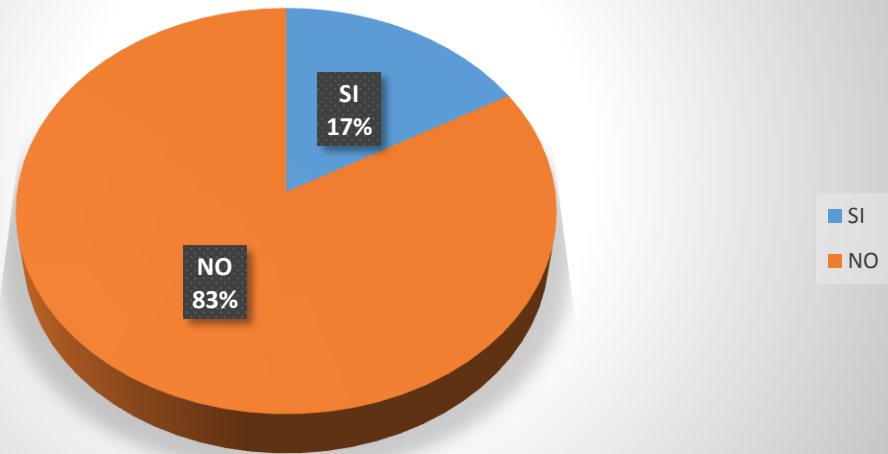


*Figura 7: El personal tiene capacitación*

Se puede observar que la mayoría de las huecas no invierten en la capacitación de su personal, puesto que, el resultado de las encuestas-entrevistas es de 92% que no emplean dicha capacitación. Esto es un icono alarmante, ya que, la actualización en técnicas de servicio, producción o administrativo es importante si se quiere crecer como empresa y sobre todo que el comensal tenga una grata experiencia al momento de visitar las huecas de Guayaquil.

Continuando con la evaluación, se realizó un análisis sobre la separación del personal de servicio con la de otras áreas y los resultados fueron los siguientes:

## TIENE SEPARADO EL PERSONAL DE SERVICIO CON EL DE PRODUCCION



*Figura 8: Tiene separado el personal de servicio con el de producción*

Según el gráfico presente, la restauración comercial tradicional de Guayaquil el 83% no tienen separado el personal en las diferentes áreas del restaurante, es decir, el personal de producción también puede hacer la labor de brindar servicio al cliente y viceversa. Esto es algo común en las huecas, debido a que, ahorran dinero al no contratar más personal para el establecimiento según los propietarios de las huecas. También este factor se debe a la falta de realización de organigramas de los negocios según el gráfico #3.

Por otro lado, podemos observar que el 17% de las huecas de Guayaquil tiene separado las funciones del área de servicio con el de producción, aunque esta no sea de la mejor manera, puesto que, el método usado es por delegación directa como lo muestra el gráfico #3, ayuda a separar las responsabilidades que existe en las diferentes áreas mas no plantearlas de manera formal mediante la utilización de organigramas.

Para culminar con esta investigación, se analizó si las huecas tenían baños y el estado de ellos. En las siguientes figuras podremos observar los resultados obtenidos.

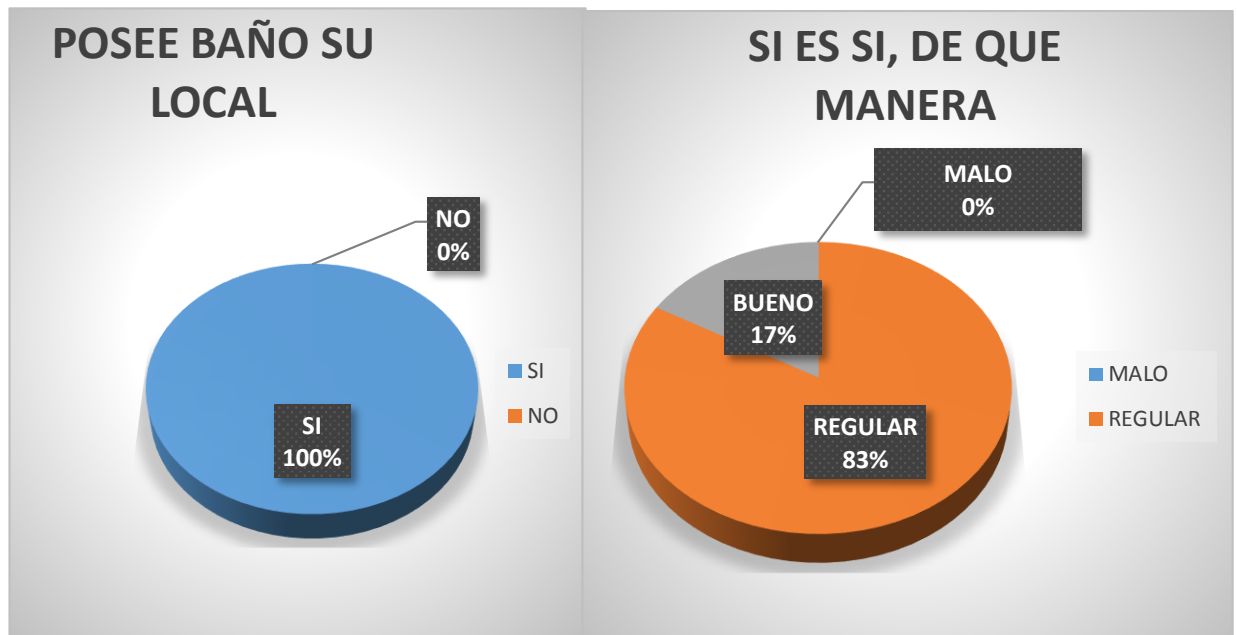


Figura 9: Posee baño su local

Figura 10: Si es si, de qué manera

Mediante el siguiente grafico se puede analizar sobre cual es estado en que se encuentra los baños de las diferentes huecas de la ciudad de Guayaquil.

Como podemos observar todas las huecas tienen un baño disponible al cliente como debería de ser pero ¿el estado en que se encuentran los baños es el adecuado para el comensal?

De acuerdo con esta investigación el 83% de los baños de las huecas están en un estado regular, es decir, que no constan de todos los implementos para el uso adecuado (jabón, papel higiénico, toallas de papel desechables) o en otros casos el baño no luce higiénico para el comensal. Mientras que el 17% de las huecas tienen los baños en un estado bueno aceptable para el comensal preocupándose de las necesidades del cliente.

## CAPITULO 2

### 2. Analizar el mercado y recolectar datos de las diferentes categorías de restaurantes de la ciudad.

#### 2.1. Estudio y recolección de datos del mercado

Para la realización de la propuesta final es necesario realizar un estudio de mercado tal y como lo dice Remache (2012) “Es estudio de mercado es el punto inicial para realizar la presentación de un proyecto, ya que con este se realiza análisis, técnicos, financieros y económicos, puesto que recopila antecedentes para ver la convivencia de producir para satisfacer una necesidad” (p.7).

Una vez establecido cual es el estudio de mercado, también hay que abarcar el concepto de mercado, puesto que, es donde se va a realizar la investigación. Según Córdoba (2006) explica que “El mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio, para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precio” (p.147).

Para comenzar el análisis de mercado es necesario identificar cual o que será el mercado objetivo a estudiar. En este ensayo el mercado que será sujeto en investigación y análisis son los ciudadanos de Guayaquil, debido a que, ellos son los clientes potenciales de los establecimientos de restauración comercial tradicional de la ciudad.

Para la recolección de datos, se utilizó el método de encuesta, la cual se obtuvo puntos referentes a la satisfacción y experiencia que han tenido los comensales en dichos establecimientos, donde se obtuvo datos importantes para sustentar la propuesta final de este ensayo.

Como principal pregunta, es necesario saber el método en que las huecas se dan a conocer al público y a su vez si esta fue receptada de la forma esperada. Es por eso que, se hará el análisis de los resultados obtenidos en la figura siguiente.

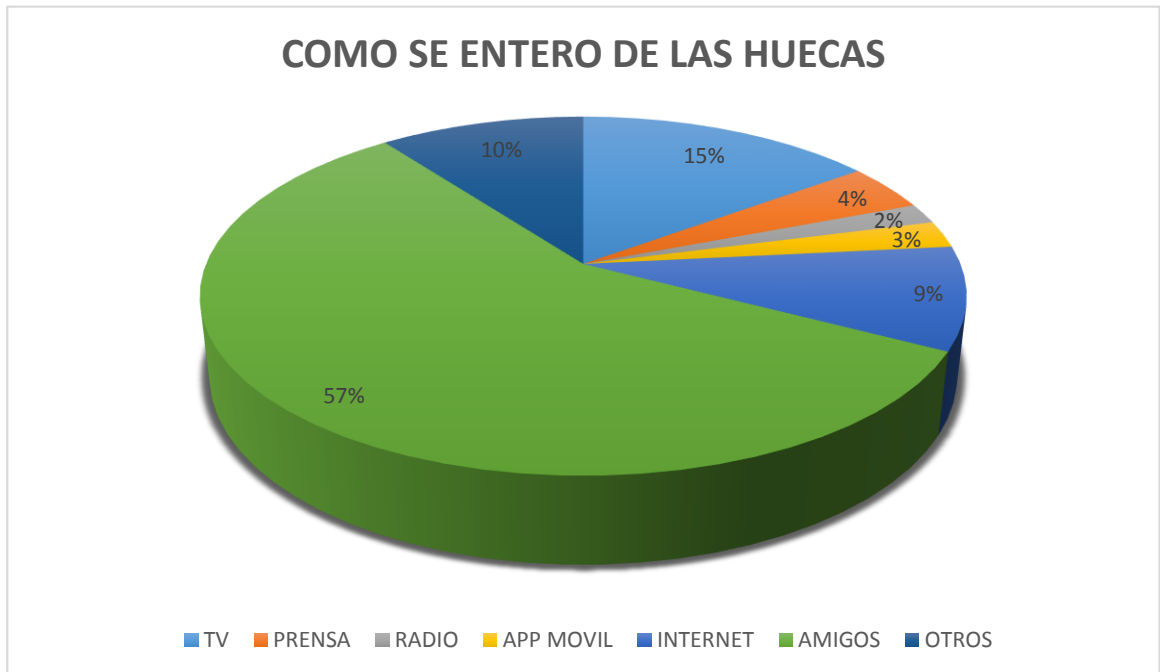


Figura 11: Como se enteró de las huecas

El grafico que se observa a continuación presenta datos explícitos de como la restauración tradicional de Guayaquil logra llegar a sus comensales, es decir, los diferentes tipos de publicidad que puede llegar a tener las huecas. Presentando como mayor porcentaje al 57% en el área de publicidad indirecta denominada amigos/familias, la cual, es uno de los métodos más efectivos para dar a conocer un lugar o establecimiento.

Es necesario recalcar que, este método de publicidad que predomina en las huecas es muy efectiva y sobre todo da la seguridad al comensal de que dicho establecimiento es de buena procedencia, ayudando al rápido crecimiento.



Existen otros métodos de publicidad como tv, internet, radio, prensa, entre otros, pero la realidad es que, dichos métodos ameritan una gran inversión de capital que muchos de los establecimientos no consideran en su presupuesto, de tal manera que, es necesario mantener la fidelización de los comensales al establecimiento, mediante el adecuado servicio al cliente.

Una vez analizado de cómo se da a conocer los establecimientos de restauración comercial tradicional de Guayaquil, es necesario saber los días que más frecuentan los comensales a dichos establecimientos, es decir, que es indispensable conocer los días de la semana que tiene más demanda para el consumo de alimentos y bebidas.

Para comprender de una mejor manera se ilustrará los resultados mediante la utilización de una figura que será expuesta a continuación.

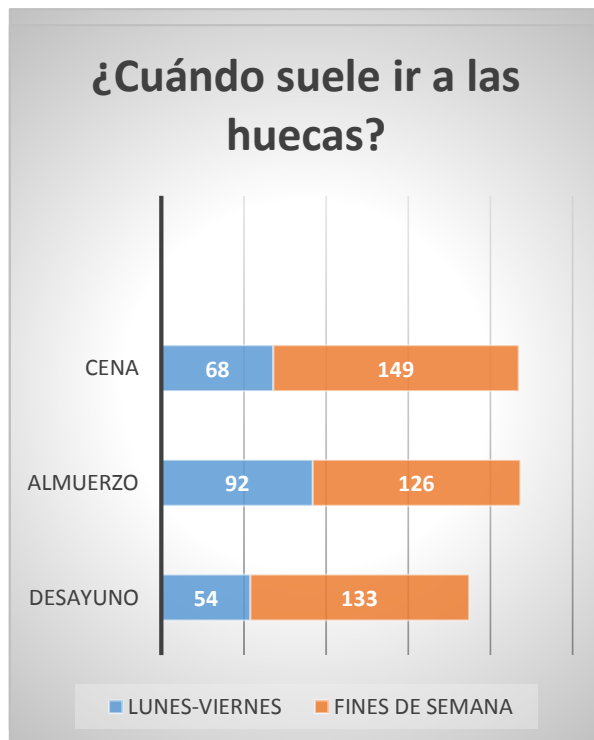


Figura 12: Cuando suele ir a las huecas



Figura 13: Frecuencia de visitas

Se puede comprobar a través de este método estadístico la frecuencia de visitas que tiene la restauración comercial tradicional de Guayaquil, la cual denota su mayor afluencia de clientes los fines de semana, ya sea para desayuno, almuerzo o cena.

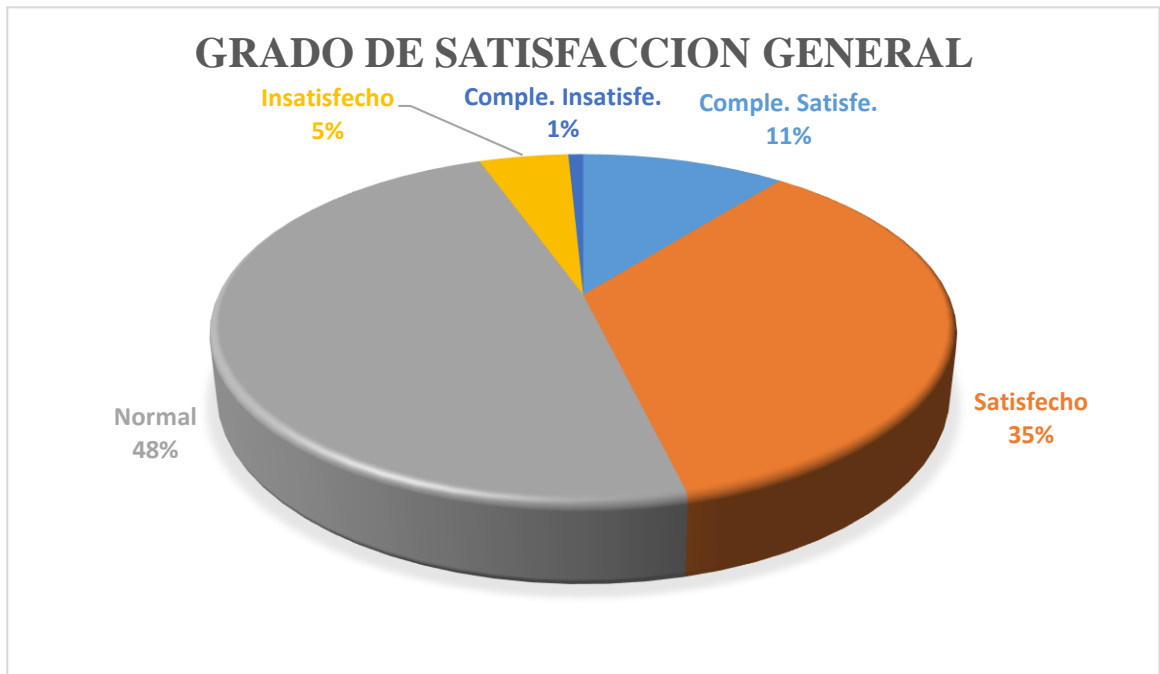
Se demuestra en el presente gráfico que el comensal guayaquileño si es partícipe del consumo de la gastronomía que brinda Guayaquil, por lo tanto, es de total relevancia adecuar los establecimientos de restauración comercial tradicional para mejorar la experiencia del cliente.

La frecuencia de visitas que realizan los comensales a los establecimientos de restauración comercial tradicional de Guayaquil teniendo como base, diferentes puntos que abarcan desde la opción diariamente hasta la opción que nunca han visitado dicho establecimiento.

Las frecuencias con mayores visitas según la figura #13 son: una vez a la semana y varias veces al mes con el mismo resultado del 21%, es decir, que la fluidez de visitas a las huecas consta de una gran demanda por el comensal guayaquileño.

Por último, es necesario analizar el grado de satisfacción que tienen los comensales al culminar su visita en los establecimientos de restauración comercial tradicional de Guayaquil, puesto que, dependiendo de los datos obtenidos se tendrá una perspectiva de la aceptación por parte de los comensales a las huecas de Guayaquil.

Por tal razón es indispensable analizar mediante la utilización de un esquema estadístico, los resultados obtenidos por dicha investigación.



*Figura 14: Grado de satisfacción general*

Se puede observar en el siguiente grafico los diferentes porcentajes de satisfacción que tienen los clientes al momento de visitar las huecas, según la encuesta previamente realizada.

Siendo el 48% como el mayor porcentaje, tenemos que la satisfacción de los comensales es normal. Se podría decir que el rango medio es satisfecho con un 35% de porcentaje, indicando que a pesar de no ser un restaurante de lujo, el comensal se lleva un buen grado de satisfacción al momento de visitar las huecas.

Los porcentajes más bajos que presenta el grafico son de un grado de satisfacción muy bajo, demostrando la aceptación hacia las huecas en la ciudad de Guayaquil.

Para lograr la adecuada evaluación de la satisfacción de los comensales, se procedió a realizar una tabla que contenga parámetros de las actividades más comunes realizadas en los establecimientos de restauración.

Tabla 1: Parámetros para evaluar la satisfacción del cliente

N°	Parámetros	Completo. Satisfecho	Satisfecho	Neutral	Insatisfecho	Completo. Insatisfecho
1	Los platos son servidos calientes y frescos	19%	46%	31%	3%	1%
2	El menú fue sencillo de entender	15%	46%	25%	3%	1%
3	La calidad de la comida es excelente	17%	42%	33%	7%	1%
4	Los camareros hablaban con claridad	23%	41%	33%	7%	1%
5	Los camareros fueron amables y respetuosos	17%	41%	33%	7%	1%
6	El precio fue correcto	15%	41%	32%	6%	3%
7	Los platos son sabrosos	14%	40%	31%	5%	3%
8	El interior del restaurante estaba limpio	18%	39%	34%	9%	2%
9	El exterior del restaurante estaba limpio	25%	38%	34%	12%	1%

10	Me tomaron la nota sin errores	17%	37%	37%	8%	2%
11	El camarero fue paciente tomando mi nota	17%	36%	37%	9%	2%
12	Me sirvieron rápidamente	19%	31%	38%	14%	2%
13	La disponibilidad de salsas, utensilios, servilletas.. fue correcta	13%	31%	36%	13%	3%
14	El menú tiene una amplia variedad	16%	30%	44%	10%	2%

Tomando en cuenta la presente tabla, se puede analizar los motivos o parámetros que generan la satisfacción del cliente, la cual, se ha organizado en forma descendente teniendo en cuenta los resultados de satisfacción.

Por lo que, los siete primeros parámetros se puede apreciar un alto grado de satisfacción por el cliente, los parámetros restantes aunque en algunos el grado de satisfacción es mayor, los grados neutral e insatisfacción son de cifras que ameritan ser objetivo de mejora para poder llegar al grado de satisfacción que el cliente amerita.

Por tal razón, la unificación de técnicas administrativas, productivas y de servicio dentro de un manual es importante, puesto que, este servirá de guía para el adecuado funcionamiento de las actividades dentro de los establecimientos de la restauración comercial tradicional de la ciudad de Guayaquil.

## CAPÍTULO 3

### 3. MANUAL DE TECNICAS ADMINISTRATIVAS DIRIGIDO A LOS ESTABLECIMIENTOS DE RESTAURACION COMERCIAL TRADICIONAL DE GUAYAQUIL

#### 3.1. Área Administrativa

##### **Manejo de dinero**

Antes de comenzar, para un correcto manejo de dinero se debe revisar las finanzas tales como los ingresos y los egresos, ya sean, presentes como futuros. Se debe de elaborar y guardar un registro de todos los gastos, ya sea semanal o mensual preferible en digital y en archivadores. Teniendo en cuenta las prioridades en el gasto.

Un sistema financiero sólido y eficiente es imprescindible para alcanzar tasas de crecimiento económico adecuadas y sostenidas. (eumed, s.f.)

Según Velastegui (2013) El proceso para el correcto manejo de dinero es tener:

- Un encargado de recibir el fondo de caja diario
- Una persona responsable de cerrar las cuentas en el sistema después de que han sido cobradas
- Se debe de contar siempre con dinero en efectivo para la entrega de cambio justo sin perjudicar al cliente y al establecimiento.
- Realizar el cuadro diario de caja después de su turno y entregarlo al administrador
- Facturar cada una de las mesas que se han abierto.

Es necesario que se maneja una caja chica para controlar los gastos menores, ya sea en efectivo o por medio de tarjeta. Es muy importante ya que se necesita contabilizar para el momento de declarar los impuestos.

Los tipos de gastos que se tiene para manejar una caja chica es la compra de materiales de cocina, reparaciones menores del establecimiento, etc. Es necesario puntualizar que la caja chica solo debe ser usada para gastos administrativos del restaurante, es decir, queda totalmente prohibido el uso del dinero existente en la caja chica para gastos personales.

## **Compras**

Se debe de disponer de la materia prima requerida al menor costo posible siempre y cuando sea de la mejor calidad para su producción y venta. Teniendo en cuenta que se debe de disponer lo suficiente para enfrentar lo que pide la demanda de nuestros comensales y que la producción funcione.

Según Guiltinan (1998) La principal determinante para comprar una forma o clase del producto es la percepción que tiene el comprador sobre la utilidad del producto o servicio, para una o más situaciones de uso.

El proceso de una buena compra consta de cuatro aspectos:

- 1) Los requerimientos del área de producción.
- 2) El punto de reposición.
- 3) Los artículos de mayor cuidado.
- 4) La fluctuación de precios de adquisición.

Al momento de hacer la compra de la materia prima hay que tratar de no excederse en cosas innecesarias, solo en lo que se va a consumir en cierto periodo, puesto que, podemos tener una gran pérdida de producto innecesario y afectaría a la venta y producción.

## **Manejo inventario**

El manejo de inventario debe de estar siempre en movimiento. Hacer un seguimiento del inventario es necesario e importante para los

administradores de los restaurantes, teniendo en cuenta qué alimentos tiene una gran demanda y acerca de los suministros de cocina que requieren repuestos.

Sin embargo, un control adecuado de las compras de los productos evitará excesos e insuficiencias.

Hay que tener conocimiento acerca de la capacidad máxima y mínima de almacenamiento, ya que es indispensable y hasta se podría evitar la caducidad de los productos.

Según González (2013), en los procesos del manejo de inventario se deberá de llevar un libro de contabilidad que contenga:

- La descripción del artículo
- Precio de venta
- Precio de costo
- Cantidad recibida
- Cantidad vendida
- Existencia física
- Fecha de compra
- Proveedor

Se puede manejar un inventario por medio de hojas de cálculo en Excel o en digital ya que es necesario y útil llevar un registro real, se debe de realizar un control en determinado periodo, ya sea semanal, mensual, semestral o anual.

### **Capacitación de empleados**

Al momento de proponer una capacitación al personal para brindar una adecuada atención al cliente, implica diagnosticar las necesidades de capacitación de dicha área determinando las diferentes estrategias que se apliquen en la capacitación, teniendo como resultado un factible programa de capacitación hacia el personal acerca de la atención al cliente.



Para el proceso de la capacitación al personal se debe de tener en cuenta:

- Preparación del personal para la ejecución inmediata de las diferentes tareas que se indique.
- Dar oportunidades, no solo en su puesto actual, sino también en otras funciones que pueda ser considerada.
- Tener en cuenta la actitud de las personas, para crear un clima más agradable entre los empleados, aumentar su motivación con premios, viajes, elogios.
- Lograr que su comportamiento que sea el adecuado, con el fin de mejorar las relaciones interpersonales entre todos los empleados.

La exigencia de la creación de estrategias para innovar, informar y orientar a los empleados de un establecimiento es importante para los empleados y el restaurante haciendo posible claro su trabajo, puesto que, sin la capacitación pierden eficiencia y productividad, por falta de conocimiento e información.

## **Seguridad**

Cada vez es más frecuente la visita hacia las huecas, y no sólo se debe ofrecer a los comensales una buena limpieza del establecimiento, calidad y presentación de alimentos, sino también seguridad contra incendios e inseguridad.

Por muchos antecedentes los comensales tienen una sensibilidad por la seguridad en las huecas tanto como incendios y como robos, ya que se ha vuelto una tendencia en los restaurantes el problema del robo.

La Corte Penal Internacional, (CPI 96 EN SU ART. 21.1.1 B), establece que en todos sus recintos y recorridos de evacuación, se dotarán con instalación de alumbrado de emergencia.

Trata de que cuando el alumbrado falla se debería de disponer de baterías de emergencia durante un tiempo necesario para poder evacuar.

En los procesos de seguridad hay que tener en cuenta los siguientes pasos

- Todos los restaurantes deben de contar con los equipos para extinción de fuego.
- Un sistema de detección de incendios que active la alarma y tengan la opción de utilizar los equipos de extinción.
- Una vía de escape protegida y señalizada.
- Señaléticas
- Recomendaciones necesarias e importantes
- Cámaras de seguridad para prevenir asaltos.
- Estar en alerta cuando los empleados abran y cierren el negocio.
- Contar con una alarma antirrobo
- Dar instrucciones a los empleados de cómo deben de comportarse ante un robo o incendio.

### **Comercialización: marketing y promociones**

La publicidad es necesaria para cualquier negocio, la mejor manera que hacerlo es por medio de promociones atractivas. De esta manera el comensal no solo disfrutara de los alimentos, sino que también cuenta con una promoción que lo hará regresar al establecimiento.

El proceso de comercialización y promociones cuenta con una demanda y estudio para descubrir los deseos del comensal y obtener la satisfacción del cliente.

- El estudio de los comportamientos, hábitos y motivación de los compradores
- La investigación
- Las características de los productos
- Creación y perfeccionamiento de canales de distribución
- La comunicación
- La creación y mantenimiento de servicio post-venta

Existen muchas estrategias que se podrían aplicar como las redes sociales, volanteo, vallas publicitarias, recomendaciones de amigos, prensa, tv, etc. También existen fechas especiales que las personas deciden comer fuera, y es ahí, donde los establecimientos deberían de aprovechar y hacer promociones especiales, dando un pequeño presente a los comensales, dando a entender que ellos son lo más importante para la empresa. Se podría hacer una decoración dependiendo de la fecha de celebración, incluso hasta hacer más atractivos los menú, teniendo un volumen de venta aceptable.

### **Mantenimiento de instalaciones**

Es un conjunto de actividades dirigido a mantener, restablecer y conservar las condiciones de seguridad en el funcionamiento, puesto que, se debe de realizar chequeos periódicos a los equipos.

La importancia de especificar que el comensal exige calidad en las instalaciones en términos de conservación y limpieza, ya que desde su instalación ya comienza su lento deterioro por ciertos factores y pueden ir en contra de la imagen de seguridad que se transmite en el establecimiento.

Los procesos que se encuentran son los siguientes:

- Se debe de definir rutinas de mantenimiento preventivo de todas las instalaciones
- La limpieza de las instalaciones periódicas

- Los equipos de cocina tenerlo en el mejor estado
- Tener un control con el personal técnico acerca del uso adecuado de los suministros y repuestos.
- Lubricación
- La electricidad

El mantenimiento que se debe de dar a las instalaciones tiene que ser confiable y ser capaz de mantenerse en un buen estado sin que se interrumpa en horarios de atención al cliente y que las reparaciones no sean costosas.

Hay que tener en cuenta el riesgo que se puede tener al momento que se presente una anomalía por causa de una mala instalación, ya que se pone en riesgo al comensal o puede generar una queja del cliente.

### 3.2. Área de Servicio al Cliente

#### **SELECCIÓN DEL PERSONAL**

Según Alles “La selección es una actividad de clasificación donde se escoge a aquellos que presentan mayor posibilidad de adaptarse al cargo ofrecido para satisfacer las necesidades de la organización” (p.103).

Procesos a seguir para la correcta selección del personal.

- Necesidad de personal para cubrir un puesto de trabajo.
- Solicitar personal.
- Recoger información del perfil vacante.
- Verificación de la descripción del puesto.
- Analizar el actual personal que constituye la organización.
- Determinar si se realiza una indagación interna del negocio.
- Determinar las fuentes para reclutar personal externo.
- Revisión del perfil de los postulantes.
- Entrevistar a los postulantes.
- Elaborar y presentar los informes sobre los postulantes finales.

- Seleccionar al postulante final.
- Avisar a los postulantes que no pasaron el proceso de selección.
- Presentar la oferta al postulante.
- Firmar contrato.
- Capacitación e inducción.

### **Estandarización de recepción de comensales**

Existen dos momentos cruciales dentro de un restaurante el primero es la llegada del comensal y su partida. Por tal razón, es necesario reconocer cierto proceso en el cual pueda servir de ayuda para brindar una mejor experiencia desde la llegada del cliente.

El personal de servicio al cliente deberá de tener en cuenta los siguientes pasos para la recepción de comensal dirigido a los establecimientos de gastronomía comercial tradicional.

- Debe de ser diario la correcta predisposición para la recepción de comensales del restaurante.
- Dar una cálida bienvenida y cerciorarse de que los comensales tengan donde sentarse.
- Sugerir al comensal la especialidad del día, bebidas y los entrantes correspondiente
- Dar un lapso de tiempo de aproximadamente 5 minutos para que el cliente decida sobre su pedido con calma, o hasta ser llamado por el comensal.
- Realizar la toma de comanda, llevando a la mesa las bebidas y ofrecer ayuda con el menú.
- Preguntar si desea alguna entrada antes de servirse.
- Repetir el pedido para verificar que no haya errores.

- Pasar la orden a cocina, cabe recordar que no se debe de sobrepasar los 10 minutos desde que se hizo la toma de comanda y se realiza el servicio a la mesa.
- Al momento de iniciar el servicio, habría que revisar lo solicitado por cada cliente antes de llevárselo para servirlo correctamente.
- Distribuir los pedidos en el orden de que se tomó la nota.
- Cuando estén todos los comensales con sus platos, preguntar ¿algo más que pueda servir o ayudar?
- Se debe de revisar la mesa asiduamente, pero tratando de no interrumpir al comensal, sino, buscar el momento preciso para saber si todo está bien o si desean algo más.
- En el caso de que el cliente desee algo más (servilletas, postre, bebidas, etc) llevar lo más pronto posible.
- Estar todo el tiempo atento durante el servicio, ya que, el comensal puede tener una petición o necesidad y se debe de anticipar ante dicha circunstancia.
- Retirar los utensilios innecesarios que haya en la mesa.
- Estar pendiente de cualquier señal que haga el comensal, para su pronta atención.
- Sugerir el postre del día y si el comensal no desea, se podría sugerir café o té.
- Al momento que se pida la cuenta no debe de demorar más de 3 minutos.
- Verificar la cuenta antes de ser entregada al comensal.
- Entrega de la cuenta, dando a conocer las modalidades de pago.
- Realizar factura o nota de venta, según lo que requiera el comensal.
- Despedir al comensal con una sincera sonrisa y agradecer por su visita.

## Protocolo de atención

Una de las principales características por las cuales las empresas son exitosas, tiene que ver con la adecuada manera en la que se atiende al cliente, puesto que, esto facilita la fidelización del comensal al establecimiento, debido a la experiencia que se otorgue en su visita.

Por tal motivo, es relevante mencionar normativas que sirvan como puntos de referencia para el mejoramiento del proceso de protocolo en la atención al cliente.

- Tener la capacidad y la predisposición de dar una buena atención al comensal.
- Tener siempre una sonrisa sincera
- Ser amable, positivo y atento
- Hacer que el comensal se sienta importante
- Dar sugerencias útiles
- Utilizar un tono de voz adecuado.
- Emplear el sentido común
- Dar las respuestas adecuadas en situaciones conflictivas.
- Identificar cualquier tipo de anomalía
- Tener paciencia a la hora de tomar el pedido
- No discutir con el personal delante de los comensales.
- Dar un buen servicio.
- Dirigirse con respeto a los comensales.
- Poner empeño en tratar de analizar al comensal e identificar sus necesidades.
- Mantener una imagen profesional la cual emita seguridad.
- Tener la predisposición al momento de atender y resolver inquietudes de los clientes.
- Siempre encontrar la solución necesaria ante cualquier situación, jamás diga no.

- Poner toda la atención necesaria al cliente
- Hablar con claridad.
- Usar los reclamos como oportunidad de mejoramiento.
- Ser cortés con sus compañeros
- Mantener la unión de equipo al momento de trabajar
- Mantener la constancia en las capacitaciones en base de prestación de servicio, protocolo y etiqueta.
- Despedir al cliente y agradecerle por su visita, invitándolo a volver pronto.
- Si es un comensal frecuente procurar identificarlo por su nombre de manera respetuosa y en caso de tener requerimiento específicos anticipárseles.

### **Procesos para responder frente a reclamos**

En un restaurante, existen algunas situaciones donde el comensal muestra actitudes especiales con respecto a la satisfacción del servicio recibido, de tal manera que, en estas situaciones se necesita de mucho sentido común, para ser capaces de resolver cualquier queja del comensal. En estas ocasiones, aunque sean diferentes los casos, existen algunas normas para prevenir que un mínimo problema se transforme en uno más grande. Por eso se presenta los siguientes pasos a seguir:

- Atienda al comensal sin interrumpir, jamás se debe de hacer polémica con el comensal, inclusive si él no tiene la razón, no se debe de pretender de convencerlo de aquello.
- Siempre justifíquese, a pesar de no estar de acuerdo con el reclamo. Acordarse que el comensal ha venido a su establecimiento para deleitarse de la comida y una experiencia grata. Si el comensal está incómodo y tiene la razón para quejarse, se hace imprescindible una disculpa y compensación.
- Aclárele al comensal que comprende cómo se siente.



- Mencione lo que va a hacer para resolver el incómodo momento y el tiempo que demorara.
- Señale que usted se ocupará personalmente para dar un arreglo.
- De las gracias al comensal por manifestarle su disgusto. Esto indicará a sus comensales que el tema de su queja es primordial para usted y que anhela darle solución para que estén satisfechos, de manera que retornen al establecimiento.
- Nunca se debe permitir que un comensal se retire decepcionado del establecimiento, si el inconveniente no ha sido resuelto, es necesario que informe al superior, puesto que, el tendrá la solución adecuada.

Todo este proceso se lo puede resumir en una metodología denominada EDSA, la cual, sirve para la resolución de reclamos o insatisfacciones declaradas por el comensal o cliente. Dichas siglas significan:

- Escuchar.
- Disculparse.
- Satisfacer.
- Agradecer.

### 3.3. Área Operativa

#### **Creación de menú/carta**

#### **MENU**

Un menú está constituido por una combinación de platos que establecen una comida, siendo esta la base de un restaurante, puesto que, la finalidad de dicho establecimiento se enfoca en el expendio de alimentos y bebidas a un público en general.

## CARTA

Es una de las herramientas más utilizada y primordial dentro de cualquier negocio gastronómico, puesto que, es una parte fundamental en la que el comensal escogerá los alimentos que va a consumir. La carta es el medio que tiene el cliente para lograr una comunicación efectiva entre él y el restaurante, por ende, este debe de ser claro y conciso al momento de ser leído para lograr ofertar los productos del local.

La carta consta de dos características principales:

- Conseguir la atención del cliente lo más rápido posible y con fácil entendimiento, de lo contrario el comensal puede optar por retirarse del establecimiento.
- La carta hace que el comensal acceda a una posible elección de platos según los gustos, necesidades y su economía.

### DIFERENCIA ENTRE MENÚ Y CARTA

El menú tiene como característica principal ofrecer al cliente un conjunto de platos cerrado, elaborado por los establecimientos diariamente, por otro lado, la carta tiene como característica principal ofrecer una amplia gama de platos en donde suele estar inmerso el menú del día. La carta permite la elección de varios tipos de comida al momento de realizar el pedido, mientras que el menú solo permite una elección. El menú ya consta de un precio definido, mientras que la carta tiene mayor variación en sus precios que responde al costo de producción de cada oferta.

#### Desde el punto de vista de la administración

- **Color:** debe de presentar armonía y colores que contrasten
- **Variedad:** debe de constar con una amplia gama de platos, evitando la exageración de platos expuestos.

#### Guía de higiene del personal operativo.

**Cuando enjuagar las manos:** El simple hecho de lavarse las manos evita un sin número de contagios de gérmenes que existen en nuestro alrededor, sin embargo, muchos de los trabajadores que manipulan alimentos no lo realizan con la frecuencia requerida ni de la manera adecuada.

A continuación una guía en donde detallará las veces que se debería de lavar las manos el personal que manipula alimentos o bebidas:

- Al disponer del tocador.
- Al momento de operar con alimentos crudos, ya sea antes o después.
- Al momento de acariciar su rostro, cabello o alguna parte del cuerpo.
- Después de toser o estornudar.
- Después de ingerir alimentos o fumar.
- Después de que termine de usar algún químico que altere la salubridad de los alimentos.
- Después de retirar los desperdicios y basura del establecimiento.

Seguido de dicho proceso, es necesario explicar la correcta forma de cómo el personal se debe de lavar las manos ante cada situación antes mencionada.

Según la Organización Mundial de Salud es necesario conllevar los siguientes pasos ilustrados en la imagen a continuación.

 Duración de todo el procedimiento: 40-60 segundos



**0** Mójese las manos con agua;



**1** Deposite en la palma de la mano una cantidad de jabón suficiente para cubrir todas las superficies de las manos;



**2** Frótese las palmas de las manos entre sí;



**3** Frótese la palma de la mano derecha contra el dorso de la mano izquierda entrelazando los dedos y viceversa;



**4** Frótese las palmas de las manos entre sí, con los dedos entrelazados;



**5** Frótese el dorso de los dedos de una mano con la palma de la mano opuesta, agarrándose los dedos;



**6** Frótese con un movimiento de rotación el pulgar izquierdo, atrapándolo con la palma de la mano derecha y viceversa;



**7** Frótese la punta de los dedos de la mano derecha contra la palma de la mano izquierda, haciendo un movimiento de rotación y viceversa;



**8** Enjuéguese las manos con agua;



**9** Séquese con una toalla desechable;



**10** Sirvase de la toalla para cerrar el grifo;



**11** Sus manos son seguras.



Fuente: Organización Mundial de la Salud, Octubre 2010.

Figura 15: Proceso de como lavarse las manos

A continuación una breve explicación en forma de proceso de cómo se debe lavar las manos adecuadamente.

1. Mojar las manos en abundante agua lo suficientemente caliente que pueda resistir.
2. Suministrar una cantidad adecuada de jabón que abastezca toda la superficie de la mano.
3. Restregar con fuerza las palmas de las manos, entrelazando los dedos.

4. Usando la palma de la mano como base, restregar las uñas sobre la palma de la otra mano y viceversa.
5. Limpiar las manos con abundante agua.
6. Cerrar el grifo usando un papel desechable limpio.
7. Secar las manos con un papel desechable limpio.

El personal operativo deberá de tener en cuenta el aseo personal al momento de trabajar con alimentos y bebidas, de manera que, certifica que los productos utilizados dentro de la cocina no sean sujeto de contaminantes que perjudiquen la salud del comensal y a su vez la imagen del establecimiento.

Como puntos clave del aseo del personal tenemos:

**Manos pulcras:** Tener las manos limpias es la principal característica en la guía para tener una adecuada higiene dentro del establecimiento.

**Aseo diario:** Aunque se lea de más mencionar el aseo diario como punto clave, muchos de los trabajadores suelen descuidar dicho punto, la cual, es importante cuidar el aseo, ya sea por la salud de la persona o para la manipulación de los alimentos que realizara dentro de sus horas de labor.

**Presentación corporal:** es bueno recalcar sobre el uso de desodorantes y perfumes, puesto que, son necesarios para dar una mejor presencia, el uso excesivo podría ocasionar mezclas de olores al momento de manipular alimentos. También, es necesario la prohibición de reloj, anillos dentro de la cocina. Otro punto importante, es de mantener las uñas cortas y limpias sin esmalte. Por último es necesario cargar siempre el cabello protegido por alguna tipo de gorro o malla que evite la caída del cabello en los alimentos o bebidas.

**La exigencia del uso de uniforme:** El uso completo e impecable del uniforme es imprescindible al momento de trabajar, debido que una presentación anti-higiénica ante el comensal significaría puntos menos a la imagen del establecimiento y fuera motivo de inseguridad al momento de querer ingerir los productos finales. En el caso de los hombres tener pulcro del delantal o chaleco es de vital importancia y en el caso de las mujeres tener la correspondiente malla junto a su cabello recogido.

**Gestos no permitidos dentro de la cocina:** se refiere a gestos o acciones no permitidos a las acciones fuera de lugar dentro de un establecimiento de comercialización de alimentos tales como fumar, ingerir sustancias psicotrópicas, gomas de mascar, ingerir alimentos dentro del horario de trabajo, andarse en el rostro ni manipular el cabello o tener las manos dentro de cualquier compartimiento de la vestimenta, puesto que, dichas acciones son estimadas como antihigiénico.

**Mesura:** el comportamiento que necesita tener el personal operativo durante las horas de trabajo, deben de ser las adecuadas para evitar cualquier accidente o problema. Como principales acciones no deseadas tenemos que no se debe arrimar en los muros del establecimiento, no se debe de manipular inadecuadamente las herramientas y utensilios, al momento de desplazarse con cuchillo a mano es necesario llevar con cuidado y la hoja apuntando siempre hacia abajo.

**Limpieza del área de trabajo:** al culminar con las horas establecidas de trabajo es necesario el aseo de dicha área utilizada por los procesos alimenticios efectuados, de tal manera que, se pueda observar higiene y seguridad. La limpieza del área se debe efectuar cada vez que esta sea requerida y realizar al menos una vez al día la desinfección.

**Verificación y desinfección de las herramientas:** es necesario la verificación de los diferentes utensilios o herramientas existentes dentro de la cocina, puesto que, estos suelen almacenar residuos en el interior. El correcto mantenimiento de la higiene dentro de la aérea de cocina es primordial, ya que, ayuda a la salubridad del espacio en donde se elaboran los alimentos.

### **Métodos de limpieza**

Existen algunos métodos físicos en la que podemos utilizarlos de manera independiente o junta, tales como, limpieza a calor, fregaderos a

presión, aspiradoras industriales. También existen otros métodos de limpieza empleando químicos como desinfectante, ácidos, entre otros.

Para realizar la adecuada limpieza se debe de tomar en cuenta las diferentes condiciones que puedan existir, es por eso, que a continuación estableceremos los siguientes parámetros:

- La condición que se encuentre a quitar la mugre o suciedad.
- El tipo de zona a desinfectar.
- Los utensilios utilizados para la desinfección.
- El nivel de consistencia del agua.
- El nivel de desinfección necesario.

Una vez tomado en cuenta las diferentes condiciones que pueden existir en un área es necesario establecer un proceso del cual sirva de ayuda para la correcta desinfección. A continuación dicho proceso a redactar:

- Extraer los desperdicios voluminosos de la zona.
- Suministrar una porción de detergente que amerite el tamaño de la suciedad para separar la capa de mugre y bacterias, manteniéndolas sumergidas.
- Lavar con agua para sustraer la mugre separada y el restante detergente.
- Continuar con algún otro método de desinfección, ya sea, físico o químico siempre y cuando el fabricante no dicte lo contrario.

Los procedimientos de desinfección y limpieza que son desarrollados de la correcta manera aportan a que el producto final sea más saludable para el consumidor y al mejoramiento de la calidad del mismo. Es por tal razón que se debe de conservar el proceso de limpieza dentro del establecimiento.

### **Puntos clave donde realizar limpieza:**

Establecimiento: La limpieza de los establecimientos se realizan por el método de restregado o el de barrido con abundante agua (jamás realizarlo en seco) de manera que sirva para eliminar la mugre que se encuentra en la superficie, prosiguiendo a cepillar con detergentes que abarquen sustancias para la desinfección, permitiendo la ejecución del efecto de desinfección en un periodo indispensable.

Utensilios y equipos: los utensilios y equipos se deben de limpiar cada vez que sea necesario, la cual será realizado por el método de restregado, a través del uso de los detergentes y desinfectantes e inmediatamente se continua con el debido secado.

### **Instrucciones para el correcto uso de sanitización.**

- Debe de realizarse inspección del establecimiento, cada una o dos veces al mes para establecer cuál es el estado en que se encuentra.
- Cualquier zona que tenga o forme parte en trato de los alimentos, incluyendo equipos y utensilios, deben de desinfectarse y limpiarse al comienzo, durante (si es necesario) y al terminar el proceso de utilización.
- Todas las zonas que sean usadas para el almacenaje de las materias primas que sean de baja humedad, deben de permanecer en un estado higiénico y seco.
- Todo restaurante tiene la obligación de llevar un archivo de que contengan las fichas de los productos químicos que hayan sido usados en el proceso de sanitización (plaguicidas, desinfectantes, etc).

### **Control de plagas**

- Se debe de realizar por lo menos 1 vez al mes la debida inspección de plagas para evitar futuros nidos de plagas y la expansión del mismo.



- Se debe manejar registros de todas las actividades realizadas y tener un control de los plaguicidas usados, la veces realizadas y a qué tipo de plaga se requiere controlar
- Cualquier plaguicidas que tenga el establecimiento o haya sido usado por el mismo, debe de tener un registro que verifique la autorización de uso por el gobierno de Ecuador.
- Es necesario que exista una rotación en cuanto el uso de los plaguicidas, puesto que, esto evita la resistencia del mismo.
- Los horarios de aplicación deben de ser cuando los equipos y herramientas no son utilizados para la producción de alimentos, ni el establecimiento este en horas de atención. Estas deben de ser aplicadas en un rango de 24 horas o más, de acuerdo a la modalidad de empleo y el periodo de efecto que dure el plaguicida.
- Después de que haya sido aplicado el plaguicida correspondiente, deberá de existir una sanitización para todos los equipos y utensilios que se usen para la elaboración de alimentos, incluyendo las zonas de producción.
- Se debe de sacar cualquier utensilio o equipo que no tenga ningún fin dentro del área de producción, puesto que, estos pueden ser sujeto a ser futuros nidos de plagas.
- Como sugerencia lo mejor para la realización del control de plagas, es la contratación de empresas que se encarguen en este ámbito laboral.

### **Manejo de desperdicios**

#### **Correcta manera de operar los restos y desechos.**

Es necesario manejar adecuadamente las medidas de traslado y acumulación de los desperdicios, la cual, ayudara a evitar la contaminación y mezclas de olores en los alimentos. Para lograr la correcta manera de operar es necesario atender los siguientes requisitos:

### **Desperdicios líquidos**

- Los establecimientos de restauración comercial tradicional deben de tener a disposición el sistema adecuado para la evacuación de las aguas residuales.
- El establecimiento debe de constar con drenaje y un sistema de disposición correctamente implantados, puesto que, de lo contrario puede existir una contaminación hacia los alimentos o algún material que se necesita para la producción del local.

### **Desperdicios solidos**

- Es necesario tener el correcto sistema para la acumulación, almacenamiento, cuidado y la eliminación de desechos o desperdicios, cabe recalcar la utilización de embaces con tapa y su adecuada especificación de los diferentes desechos existentes, principalmente las sustancias toxicas.
- Los desperdicios se desplazaran con frecuencia al área designada para su depósito, de manera que, el correcto manejo de desplazamiento de los desechos ayudara a la eliminación de varias fuentes de contaminación como la emisión de malos olores, atracción de insectos y criaderos de plagas.
- La zona de desechos tiene que estar ubicado fuera del área de producción o del área de servicio.

#### Almacenamiento de alimentos

El control de las existencias de materia prima es indispensable en un establecimiento de alimentos y bebidas, para ello es necesario establecer una serie de medidas que permitan en todo momento, tener un control total de las existencias que evitará pérdidas innecesarias y lo más importante, se evitará la paralización de la producción por la falta imprevista de algún ingrediente. (Armendáriz, 2004).

Teniendo como referencia el argumento previo, se puede estipular que la necesidad de explicar un proceso adecuado a la restauración

comercial tradicional para que exista en ella el manejo correcto de suministros en el área de producción. Es por ello que se procederá a establecer una serie de procesos.

### **Procesos básicos para el correcto almacenaje de alimentos:**

- Los productos que se iniciara a almacenar deberían de estar previamente revisados por motivos de la calidad, expiración, color, frescura, color.
- Por ningún motivo se debe de colocar las compras o los alimentos en el suelo, los mesones o estanterías deben de tener una altura mínima de 20 cm del piso.
- Debe de existir un considerable espacio entre cada producto para que no exista mezcla de olores, sobre todo si este se trata de marisco o algún producto con olores fuertes.
- El orden en el cual se va almacenando, es esencial para la calidad del producto. Nunca se debe almacenar un producto recién llegado por uno que tiene más tiempo.
- Es necesario dividir los productos según el tipo de propiedades.
- Verificar el estado de los recipientes y su fecha de expiración
- Los artículos para que sirvan para la higiene del establecimiento, se almacenan separados de todos los demás productos.
- Los productos no pueden permanecer recibiendo la luz solar
- Deben de estar limpios los compartimientos de almacenaje.
- Ningún artículo debe de tener roturas o estar húmedos.

A partir de los procesos mencionados, se puede ir diversificando la manera en que los diferentes tipos de productos se deben de almacenar, puesto que, no todos tienen las mismas consistencias, ni la misma duración. Es por ello que, se expone a continuación algunos procesos para los productos más utilizados en una hueca.

### **Proceso de almacenamiento de carnes y salsamentaría**

#### **Carnes**

- La recepción y verificación del producto permite tener la seguridad de que contenga la calidad requerida, los registros de sanidad necesario, el peso requerido, los colores y olores mencionados en el grafico #1.temperaturas
- Limpieza profunda del producto.
- Separar lo que no sirve del producto en otro embase
- Pesar lo que no sirve del producto y el producto limpio
- La distribución del producto se efectuara de acuerdo a las necesidades y lo que el chef indique.
- La técnica de empackado se realiza en plástico film y empleando etiquetas de reconocimiento de llegada y producto.
- Trasladar a un ambiente frio para su preservación.

### **Salsamentaría**

- La recepción y verificación del producto permite tener la seguridad de que contenga la calidad requerida, los registros de sanidad necesaria, el peso requerido.
- Limpiar profundo del producto.
- Separar lo que no sirve del producto en otro embase
- Pesar lo que no sirve del producto y el producto limpio
- La distribución del producto se efectuara de acuerdo a las necesidades y lo que el chef indique.
- La técnica de empackado se realiza en plástico film y empleando etiquetas de reconocimiento de llegada y producto.
- Trasladar a un ambiente frio para su preservación.

### **Proceso de almacenamiento de aves**

- La recepción y verificación del producto permite tener la seguridad de que contenga la calidad requerida, los registros

de sanidad necesario, el peso requerido, los colores y olores mencionados en el grafico #1.

- Limpiar profundo del producto.
- Separar lo que no sirve del producto en otro embase
- Pesar lo que no sirve del producto y el producto limpio
- La distribución del producto se efectuara de acuerdo a las necesidades y lo que el chef indique.
- La técnica de empackado se realiza en plástico film y empleando etiquetas de reconocimiento de llegada y producto.
- Trasladar a un ambiente frio para su preservación.

### **Proceso de almacenamiento de vegetales y frutas**

- La recepción y verificación del producto permite tener la seguridad de que contenga la calidad, olor y color requerido.
- Los vegetales o frutas que estén en mal estado serán separados y desechados.
- Se coloca una etiqueta especificando la fecha de llegada y su peso
- Se almacena en ambiente fresco, con ventilación, alejado del suelo y que tenga una luz tenue (papas, guineos y naranjas).

### **Proceso de almacenamiento de pescados y mariscos**

#### **Pescado**

- Al momento de la recepción del producto es necesario verificar que contenga la calidad requerida, las condiciones de higiene necesaria, el peso requerido, los colores y olores mencionados en el grafico #3.
- Deben de permanecer bajo temperaturas frías (7°C).

- Se debe de usar vitrinas inclinadas para evitar la posible contaminación por fluidos.
- Si es retirado del frío, mantener en embaces con bastante hielo.
- La distribución es indicada por el chef.
- Es importante la manipulación cuidadosa, puesto que, son productos de carácter perecedero y su tiempo de vital de uso dependerá del previo trato y cuanto tiempo estuvo fuera de frío.

### Mariscos frescos

- Lavar los mariscos con agua fría, realizar secado y posterior a eso almacenarlo en un embace con tapa no por más de 2 días dentro del refrigerador.
- No guardar mariscos vivos en agua dulce, ni salada.
- Dividir los mariscos cocidos de los crudos para prevenir cualquier contaminación cruzada.
- Permanecer en refrigeración a temperaturas no mayor a 2°C

### Tabla de parámetros de calidad sanitaria para carnes.

*Tabla 2: Requisitos de calidad sanitaria de carnes frescas*

Requerimientos de calidad Sanitaria para carnes		
Alimento	características para aceptación	características de rechazo
Carnes de Res	Superficie brillante y húmeda, color rojo subido, firme al tacto, olor característico, grasa blanca.	Superficie pegajosa, color oscuro, verdoso, blanda al tacto, olor ofensivo. Presencia de parásitos (quistes, larvas).
Carnes de Cerdo	superficie brillante y húmeda, color rosado subido, firme al tacto, olor característico o masa muscular sin presencia de granulaciones (quistes).	superficie pegajosa, color oscuro, verdoso, blanda al tacto, olor ofensivo o masa muscular con quistes, larvas.
Carne de Pollo	superficie brillante, firme al tacto, piel bien adherida al musculo, carne rosada, húmeda, olor característico.	Superficie pegajosa, carne blanda, la piel se desprende fácilmente, coloración amoratada o verdosa, sanguinolenta, olor ofensivo.

Nota: Ministerio de Salud del Perú (2015).

## Tabla de parámetros de calidad sanitaria para huevos.

Tabla 3: Requisitos de calidad sanitaria de huevos frescos

Requerimientos de calidad Sanitaria para Huevos		
Alimento	características para aceptación	características de rechazo
Huevos	superficie limpia, color y forma según especie de ave, cascara íntegra. No se debe notar la cámara de aire.	Superficie rugosa, rajada o rota, débil de aspecto anormal. Cámara de aire notoria, no debe sobrepasar los 15 mm. Presencia de excrementos o rasgos sanguinolentos. Olor fétido, muy característico. La clara o yema con puntos turbidez, colores o pigmentos extraños.

Nota: Ministerio de Salud del Perú (2015).

## Tabla de parámetros de calidad sanitaria de productos hidrobiológicos.

Tabla 4: Requisitos de calidad sanitaria de productos hidrobiológicos frescos

Requerimientos de calidad Sanitaria para Productos Hidrobiológicos Frescos		
Alimento	características para aceptación	características de rechazo
Pescados	Ojos prominentes y brillantes, agallas rojas y húmedas, escamas firmemente adheridas, carne suave al tacto, olor característico marino.	ojos hundidos, opacos, agallas pálidas, verdosas o grises, escamas se desprenden fácilmente, carne friable, olor ácido u ofensivo, presencia de parásitos.
Crustáceos: camarones, langostinos, cangrejos, etc	Deben estar vivos. Color gris o verde azulado, olor suave, característicos, carne firme y elástica, deben estar íntegros. En los camarones la cola debe replegarse bajo el tórax.	Crustáceos muertos, color rojizo por efectos del calor, olor fuertemente amoniacal, carne fofo, blanda. En los camarones la cola se desliga del tórax y permanece suelta, presencia de parásitos
Moluscos bivalvos: conchas de abanico, choros, machas, almejas, mejillones, etc	Deben estar vivos, pesados, las valvas deben estar cerradas o cerrarse al tocarlas. Sonido macizo al entrecucharlos, olor fresco marino, movilidad del manto al tocarlo.	valvas abiertas, no responden al tacto, olor ácido a pútrido.
Cefalópodos: pulpo, calamar, pota	Piel suave y húmeda, ojos brillantes, olor marino, color característicos según la especie, carne firme y elástica, tentáculos bien adheridos al cuerpo.	Piel pegajosa, opaca, olor pútrido, los tentáculos se desprenden del cuerpo
Gasterópodos: Caracol	Deben estar vivos, bien adheridos a su caparazón, opérculo cerrado, movilidad al tacto, olor fresco, marino. Desprenden sustancia líquida viscosa transparente.	Secos, se desprenden fácilmente del caparazón, no presentan movilidad al tacto, olor ofensivo a pútrido
Pescados Seco Salado (bacalao)	Superficies completamente seca, olor característicos, alto contenido de sal.	Superficie húmeda, con manchas rojas o negras, olor anormal.

Nota: Ministerio de Salud del Perú (2015).

## Tabla de parámetros de calidad sanitaria para otros productos.

*Tabla 5: Requisitos de calidad sanitaria de otros productos*

Requerimientos de calidad Sanitaria de Otros Productos		
Alimento	características para aceptación	características de rechazo
Alimentos enlatados	Envases íntegros, rotulados con registro sanitario y fecha de expiración vigente, además de composición del producto, nombre y dirección del fabricante.	Envases con deformaciones, hinchados, abolladuras u oxidaciones. Cuando al abrir se aprecian gases u olores desagradables. Fecha de expiración vencida o sin registro sanitario.
Embutidos y carnes curadas	Color y sabor propios y uniformes. Las carnes curadas deben mostrar superficies secas, brillantes, olor y sabor característicos. Deben tener registros sanitario y fecha de expiración vigente.	Con superficie húmeda y pegajosa, con exudación de líquido o cambios de coloración. Zonas flácidas a la palpación, con indicios de putrefacción o fermentación. Con manchas parduscas o verdosa. Fecha de expiración vencida o sin registro sanitario.
Bebidas embotalladas o envasadas	Envases íntegros, rotulados con registro sanitario y fecha de expiración vigente.	Sin materias extrañas en su interior. Las tapas no deben estar violadas. Ausencia de gas en bebidas carbonatadas (sodas, guiting, etc).

Nota: Ministerio de Salud del Perú (2015).

## MANIPULACION DE ALIMENTOS

Al referirnos a la manipulación de alimentos nos referimos a todas aquellas personas que tienen alguna clase de contacto con los alimentos durante el preparativo.

Si no se conoce la forma de manipular los alimentos se corre el riesgo de que los comensales se enfermen, por eso, tenemos que tener en cuenta la correcta conservación de alimentos, ya sea, refrigerado, congelado, siempre y cuando estén limpios y sanos.

“Un alimento seguro es aquel que está libre de contaminación por bacterias, virus, parásito, sustancias químicas o agentes físicos externos” (Ros, 3).



## **Procesos para la adecuada manipulación de alimentos.**

### **Higiene**

**Aseo adecuado de las manos.-** Todo el personal que está encargado en la manipulación de alimentos debe de limpiarse las manos con agua y jabón antes de empezar la labor y cada ocasión que se utilice el sanitario, ya que, puede causar la contaminación para el alimento. El hecho que se utilice guantes no descarta la obligación al personal de lavarse las manos y desinfectarlas.

**Personas no autorizadas a la zona de producción.-** Sin la debida seguridad y precauciones. Para esto se considera lo siguiente:

- Debería de existir señaléticas que evite la entrada de personas no autorizadas a la zona de procesamientos y contar con normativas de seguridad haciéndolas visibles las señaléticas para que el personal tenga conocimiento de dicha señalética.
- Los invitados y los trabajadores del departamento administrativo que circulen por la zona de producción, preparación y manipulación de alimentos; deben de disponer de un atuendo adecuado para el ingreso y obedecer las disposiciones señaladas.
- El ingreso de personas no autorizadas al área de producción puede ocasionar contaminación al producto final, puesto que, no conocen el proceso de sanidad requerido para dicha área.

### **Salud**

**No acudir al trabajo si se encuentra en un estado de enfermedad.-**Cualquier individuo que se encuentre en estado de enfermedad, está totalmente prohibido cualquier clase de manipulación de alimentos o bebidas del establecimiento, ya sea por resfriamiento,

infecciones a la piel, entre otras, son razones suficientes para prevenir el contacto con los mismos.

**No manipular alimentos con lesiones.-** Las heridas almacena varios gérmenes que al momento de realizar la manipulación de alimentos y bebidas infectan y puede provocar daños importantes para la persona que ingiera dichos alimentos, puesto que, es conveniente que en estas circunstancias se use guantes descartables.

**No probar alimentos con las manos o dedos.-** Para poder probar alguna clase de alimento para saber si ya está listo es recomendable la utilización de tantos utensilios como sea necesarios para poder probar los alimentos, puesto que, es indispensable evitar el uso del mismo utensilio que ya ha sido llevado a la boca y nunca se debe de catar los alimentos con los dedos, es necesario que el personal maneje uñas aseadas y cortas.

**Tener cuidado al deshacerse de los desperdicios.-** que normalmente los comensales dejan al momento de consumir los alimentos, la cual en su uso se deposita bacterias y gérmenes en las vajillas, copas y cubiertos, por lo que es necesario mantener el debido cuidado en limpiarse las manos después de tocar las herramientas usadas, ya que es un motivo de contaminación.

## **Preparación de alimentos**

Las herramientas utilizadas para la preparación de los alimentos deben ser desinfectados y estar en correctas condiciones de limpieza. Limpiarlos con detergente correctamente disuelto y agua caliente, pretendiendo que no queden restos de alimentos.

- Hervir los alimentos a temperatura adecuada (70°C) para asegurar que los microbios no se desarrollen.
- Evitar conservar los alimentos a temperaturas entre 10 y 60°C en las cuales resulta una progresiva aceleración de los microbios.

- Eludir la contaminación cruzada (No manipular los alimentos crudos con los cocinados sin una limpieza previa y con las herramientas de cocina necesaria).
- No parar con el encadenamiento de fríos alimentos (los congelados, los que están en refrigeración, frizados).
- Verificar asiduamente la fecha de vencimiento de envases de latas, botellas, las cajas, las bolsas, etc.
- Se debe usar guantes desechables, pero, si requiere tocar cualquier tipo de grasa es recomendable el Nitrilo, puesto que, los guantes desechables es más dificultoso manipular dicho producto.

## CONCLUSIONES

Un manual de técnicas administrativas dirigido a los establecimientos de restauración comercial tradicional de Guayaquil, es esencial para poder efectuar correctamente las actividades dentro de dichos establecimientos, puesto que, este servirá de guía para el personal de trabajo y sus propietarios.

Para proponer el manual de técnicas administrativas fue necesario realizar un análisis de la oferta, a través del que se pudo identificar las falencias existentes dentro de los establecimientos de restauración comercial tradicional ubicado en la ciudad de Guayaquil. Lográndose concluir que existen insuficientes técnicas aplicadas dentro de las tres áreas: administrativa, producción y servicio.

Además, se obtuvo como resultado que los establecimientos aplican técnicas inadecuadas para definir las funciones del personal en el local, hacen uso incorrecto del dinero generado por el negocio, existe poca industrialización en el área de producción, manejan inapropiadamente las técnicas para la selección del personal y existe falta de capacitación en los equipos de trabajo.

Luego de analizar la demanda, en otras palabras los clientes, se identificaron las necesidades no cubiertas de los comensales y sus exigencias. Entre las que destacan la incorrecta toma de pedidos, el servicio del camarero, la fluidez con la que se sirven los platos y la disponibilidad de salsas, utensilios, servilletas, etc.

Por otra parte, se pudo realizar dicho manual gracias a los análisis obtenidos de la oferta y demanda, donde se logró cubrir las tres áreas (administrativa, producción y servicio). Con respecto a la parte administrativa se implantó ciertas técnicas las cuales son el manejo de dinero, compras, manejo de inventario, capacitación, seguridad, comercialización y mantenimiento de instalaciones, la cual servirá de guía para el personal de esta área.

Por consiguiente para la parte de servicio al cliente se implantó ciertas técnicas las cuales son la selección del personal, estandarización de recepción de comensales, protocolo de atención y el proceso para responder frente a reclamos, la cual servirá de guía para el personal de esta área.

Por último, la parte operativa se implantó ciertas técnicas las cuales son diferencia de menú y carta, guía de higiene de personal operativo, métodos de limpieza, manejo de desperdicios, proceso básico para el correcto almacenaje de alimentos, tabla de parámetros de calidad sanitaria para alimentos, manipulación de alimentos y preparación de alimentos, la cual servirá de guía para el personal de esta área.

## RECOMENDACIONES

El Municipio de Guayaquil debería generar una ordenanza que incentive a los propietarios de huecas a realizar mejoras tanto físicas así como iniciar procesos de capacitación para lograr elevar la calidad de manera que se puedan incorporar a la oferta gastronómica de la ciudad.

Es necesario involucrar a los actores públicos y privados de la ciudad de Guayaquil que están inmersos en la actividad turística para que identifiquen las potencialidades de estos recursos y puedan integrarse a la promoción y difusión como parte del destino.

El manual de técnicas administrativas debe de ser difundido y entregado a cada uno de los miembros que conforman el equipo de trabajo, con la finalidad de que se conozca y sea empleado dentro de las huecas.

Usar este manual de técnicas administrativas de tal manera que sirva como guía práctica para lograr realizar las distintas actividades que tengan los establecimientos de restauración comercial tradicional de Guayaquil.

Es necesario tener y seguir los procesos implementados en el manual, para lograr un mejoramiento de los establecimientos de restauración comercial tradicional de Guayaquil.

Mantener un respaldo del constante cambio del establecimiento, de esa manera, se controlara los avances de las mejoras. Evitando así, la pérdida de tiempo en emplear técnicas ya usadas.

Tener las herramientas y equipos en correcto funcionamiento, con su respectivo mantenimiento periódico por un técnico certificado. Seguir los procesos para la adecuada desinfección y limpieza desde las herramientas hasta todas las áreas que tiene el establecimiento.

Capacitar según lo planteado en el manual para garantizar que el personal tenga información actualizada para emplearlas dentro del restaurante, con el fin de garantizar un producto y servicio de calidad para los clientes.

## Referencias

Fields, K. 2002 *Demand for the gastronomy tourism product. Motivational factors*. In: *Tourism and Gastronomy*. Hjalager, A. M; Richards, G. (editors). Routledge, London, pp. 36-50

Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación* (3era ed.). (O. F. Palma, Ed.) Bogota: Pearson Educacion.

Brendan J. Gray, Sheelagh M. Matear, Philip K. Matheson, (2000)  
"Improving the performance of hospitality firms", International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 12 Iss: 3, pp.149 – 155

Congreso Nacional del Ecuador (2002). Ley de Turismo del Ecuador.  
Recuperado de  
<http://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/Ley%20de%20Turismo.pdf>

Dittmer, P. R. (2002). *Dimension of the hospitality Industry*. 3° ed. United States of America: John Wiley & Sons, Inc

Enriquez, J. 2011 *El servicio al cliente en restaurantes del centro de Ibarra. Estrategias de desarrollo de servicios*. Tesis de maestria, Universidad Tecnica Del Norte. Recuperado de  
<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1148/1/PG%20251-TESIS%20MBA%20MANUAL%20DE%20SERVICIO%20AL%20CLIENTE.pdf>

Hall, M. y Mitchell, R. 2002 *Tourism as a force for gastronomic globalization and localization. In: Tourism and Gastronomy*. Hjalager, A. M; Richards, G. (editors).Routledge, London, pp. 71-90

Hernandez, R., Fernadez, C., & Baptita, M. (2010). *Metodología de la Investigación* (5ta ed.). (J. Mares, Ed.) Mexico D.F., Mexico: McGraw-Hill.

Rivera, J, et al. (26 de Septiembre de 2007). PLANDETUR 2020. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

Stoner, J., Freeman, A. & Gilbert, D. (2006) "Administración", Editorial Progreso, S.A., México D.F., (6ta ed) pp.15

Sampieri, R. H., Collado, C. F., Lucio, P. B., & Pérez, M. D. L. L. C. (1998). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.

Henri, F. (1987). *Administracion Industrial y General*. Buenos Aires, Argentina: "El Ateneo" Pedro Garcia S.A. Obtenido de <http://bibliotecagratis.blogspot.com/2014/04/henry-fayol-administracion-industrial-y.html>

Guayaquil, M. I Municipalidad de. (2015). *Guayaquil es mi destino*. Obtenido de <http://turismo.guayaquil.gob.ec/es/sala-prensa/alcalde-jaime-nebot-saadi-da-a-conocer-resultados-feria-raices-anuncia-feria-de-guayaquil>



Mosquera, P. (2009). *Implementación de un Manual de Operaciones de Alimentos y Bebidas para el Restaurante Cochabamba* (Doctoral dissertation). Recuperado de <http://repositorio.uct.edu.ec/bitstream/123456789/272/1/IMPLEMENTACION%20DE%20UN%20MANUAL%20DE%20OPERACIONES%20DE%20ALIMENTOS%20Y%20BEBIDAS%20PARA%20EL%20RESTAURANTE%20COCHABAMBA.pdf>

UNIVERSO, C. E. 2015. *Guayaquil tiene más de 550 'huecas' gastronómicas*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/05/12/nota/2955386/quayaquil-tiene-mas-550-huecas-gastronomicas>

Dieterich, H. (1996). *Nueva guía para la investigación científica*. Editorial Planeta Mexicana.

Casal, J., & Mateu, E. (2003). Tipos de muestreo. *Rev. Epidem. Med. Prev*, 1(1), pp. 6.

Pacalla, E. (2008). *Proyecto de implementación de métodos y técnicas administrativas y operativas en el restaurante "Chifa Pack Choy" y hotel "Unicornio"*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/123456789/245>

Duarte, E. (2011). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE*. Obtenido de [http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03\\_3840.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_3840.pdf)

Herzberg, F. (1996). *LA TEORIA DE LA MOTIVACION-HIGIENE*. Obtenido de [http://materiales.untrefvirtual.edu.ar/documentos\\_extras/1075\\_Fundamentos\\_de\\_estrategia\\_organizacional/10\\_Teoria\\_de\\_la\\_organizacion.pdf](http://materiales.untrefvirtual.edu.ar/documentos_extras/1075_Fundamentos_de_estrategia_organizacional/10_Teoria_de_la_organizacion.pdf)

Pinto, J. F. M. (2012). *El legado de Frederick Irving Herzberg*. Revista Universidad Eafit, 38(128), 78-86. Recuperado de <http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/revista-universidad-eafit/article/view/849/757>

DIARIO HOY, Un delicioso “Agachadito”, *una Tradición Ecuatoriana*. Publicado el Domingo, 28 de junio de 2009.

Cappellletti, I. (2004). *Evaluación Fundamentos y Prácticas Educativa*. Mexico: siglo xxi editores. s.a de c.a

Quichimbo, D., & Magdalena, N. (2010). Definición de un proceso de producción semi-industrial de ladrillos en la parroquia Susudel.

Córdoba Padilla, M. (2006). *Formulación y evaluación de proyectos*. Colección: Ciencias administrativas (Colombia).

Remache Guaña, L. (2012). *Estudio y análisis del mercado de computadoras ensambladas en el Ecuador y propuesta de un modelo de empresa consultora en integración de equipos electrónicos*. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3980/1/UPS-GT000363.pdf>

González Castro, R. (2013). *Control del Aprovechamiento de materias primas*. Madrid, España: Editorial Paraninfo. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=zY5gvT6HrEEC&pg=PT145&dq=PROCESO+DE+un+manejo+de+inventario+de+un+restaurante&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj1ry34DLAhXKkx4KHxNDN4Q6AEIHzAB#v=onepage&q=PROCESO%20DE%20un%20manejo%20de%20inventario%20de%20un%20restaurante&f=false>

Hernández Zambrano, A. (2010). *Administración de compras e inventarios en almacenes de alimentos y bebidas*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/administracion-compras-almacenes-alimentos-bebidas/>

Ros Oliver, Cristina. *Manipulador de Alimentos: La importancia de la higiene en la elaboración y servicio de comidas*. 2da. Edición. España. Editorial Ideas propias, 2007.

Organización Mundial de la Salud. (2015). *Como lavarse las manos*. Obtenido de <http://www.who.int/gpsc/5may/tools/es/>

Bermeo Méndez, V. P., & Caldas Molina, C. A. (2014). *Manual de procedimientos operativos para restaurantes de comida rápida*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/20899/2/Manual.pdf>

Armendáriz Sanz, J. L. (2001). *Procesos de Cocina*. España, International Thomson Editores Spain Paraninfo, S.A.

Armendáriz Sanz, J. L. (2012). *Técnicas Elementales de Pre elaboración*. España, Ediciones Paraninfo.

Alles, Martha. (2008). *Selección por Competencias*. Tercera Edición, Ediciones Granica S.A.

Stephen Robbins & Mary Coulter. (2010). *Administración*. Décima Edición, Ediciones Pearson.

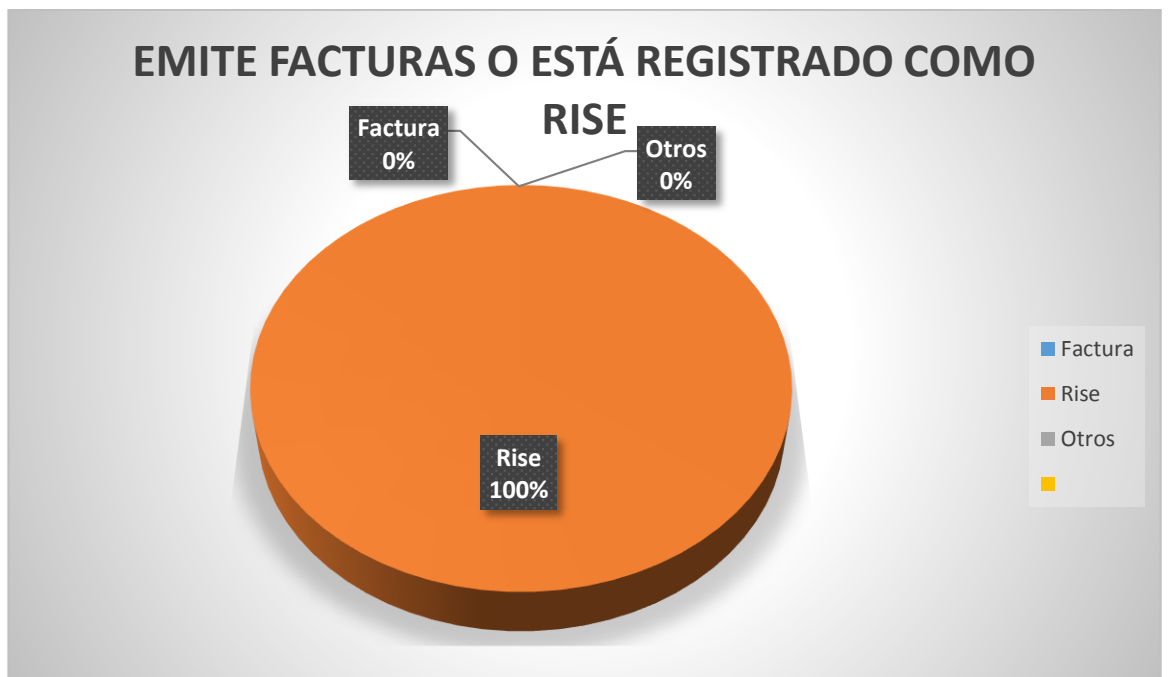
Ministerio de Salud del Perú. (2015). *Recomendaciones para la ingesta de alimentos adecuados*. Obtenido de [http://www.minsa.gob.pe/portalweb/06prevencion/prevencion\\_8.asp?sub5=2](http://www.minsa.gob.pe/portalweb/06prevencion/prevencion_8.asp?sub5=2)

UNESCO. (2010). *La cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva - El paradigma de Michoacán*. México. Obtenido de <http://www.unesco.org/culture/ich/es/RL/la-cocina-tradicional-mexicana-cultura-comunitaria-ancestral-y-viva-el-paradigma-de-michoacan-00400>

## Apéndices

### Apéndice 1: Encuesta a propietarios-entrevistas

#### 1) ¿USTED EMITE FACTURAS O ESTÁ REGISTRADO COMO RISE?



Se puede analizar por medio del siguiente cuadro, las dos modalidades existentes para regularizar el sistema de declaración de impuestos. Según los datos adquiridos, la restauración comercial tradicional de Guayaquil maneja sus declaraciones por medio del Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE), puesto que, esto le beneficia monetariamente al establecimiento siempre y cuando estén por debajo de los \$60,000 dólares anuales.

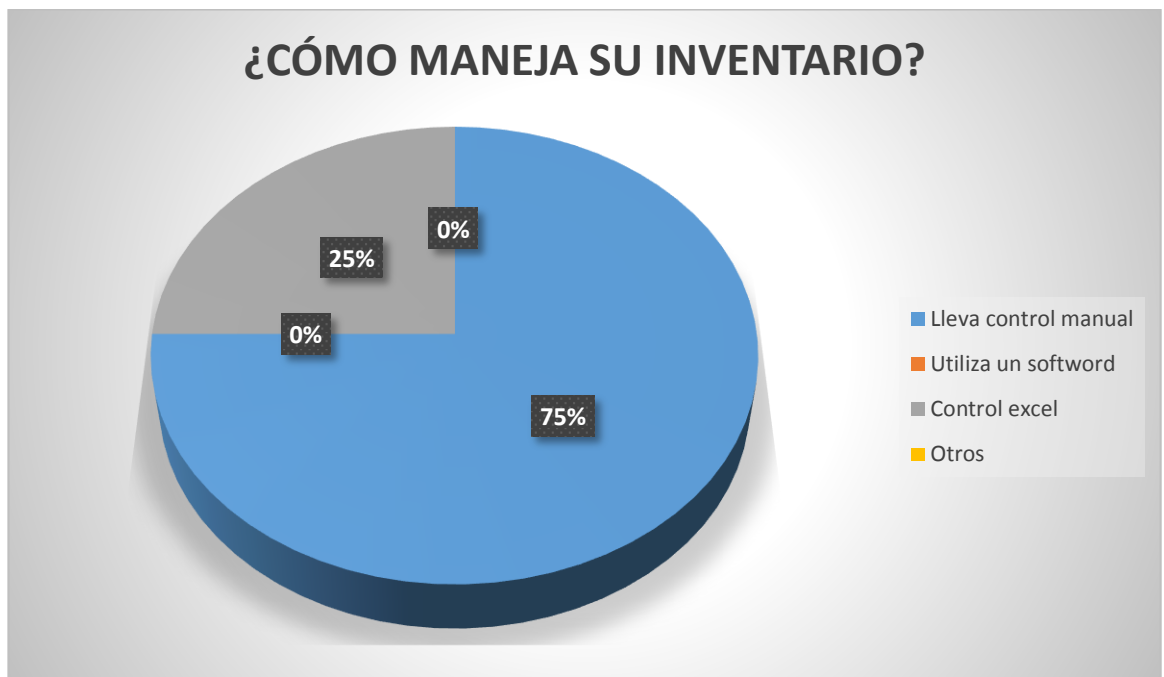
## ADMINISTRATIVA

### 1) ¿CÓMO MANEJA LA CONTABILIDAD DEL LOCAL?



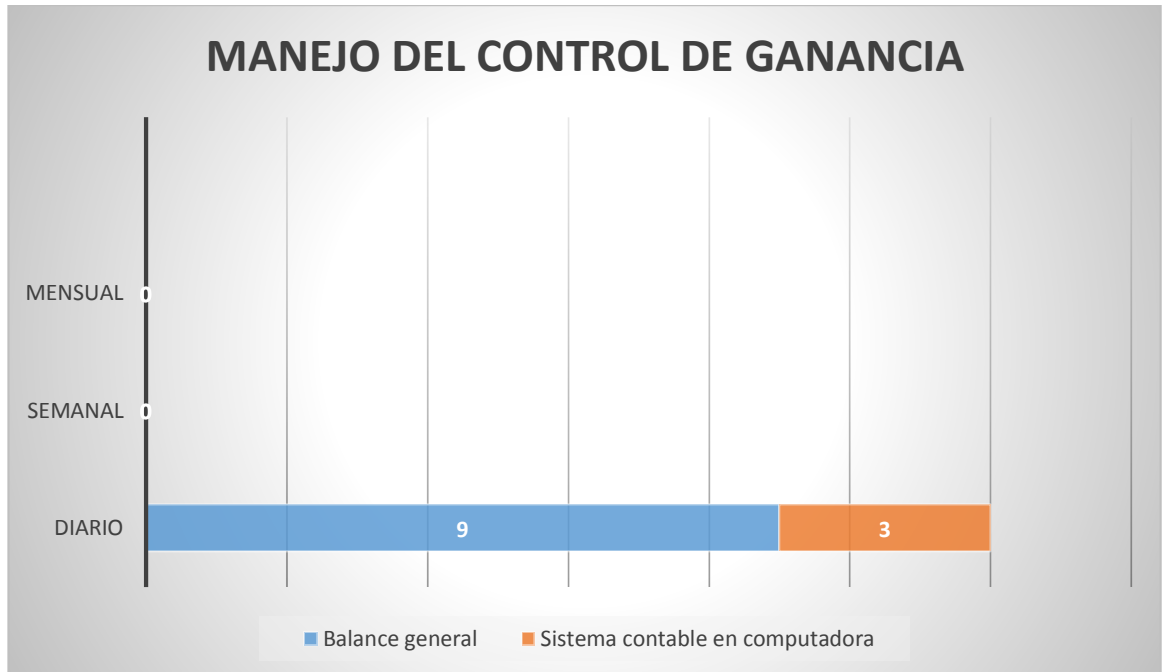
Se puede observar a través de este gráfico, sobre el manejo contable que emplean los establecimientos de restauración comercial tradicional de Guayaquil, según las entrevistas y encuestas realizadas, el uso de contadores externos a su empresa son vistos como gastos innecesarios, puesto que, el propietario puede manejar la contabilidad del establecimiento sin problemas. También, existen ciertas huecas que dentro del equipo de trabajo, cuentan con personas que tienen cierto conocimiento de contabilidad y aportan como contador interno y a su vez con otros tipos de labor.

## 2) ¿CÓMO MANEJA SU INVENTARIO?



Analizando el siguiente gráfico, se puede tener un poco la idea de cómo son manejados los inventarios dentro de los establecimientos de restauración comercial tradicional de Guayaquil, demostrando la necesidad de plantear un proceso de manejo de inventario, donde estipule la correcta manera de llevar el inventario del establecimiento.

### 3) ¿CÓMO MANEJA EL CONTROL DE GANANCIA?



Se puede analizar el siguiente gráfico, la manera de como llevan el control de ganancias de las huecas de Guayaquil. se obtuvo como resultado que los establecimientos de restauración comercial tradicional de Guayaquil todavía mantienen y rigen por el uso de balances escritos en cuadernos, realizados diariamente, la cual, le da seguridad de sus cuentas pero a la misma vez le formula inseguridad debido a que podría existir el caso de extraviarse y perder toda la información de sus cuentas. Lo interesante es que, la necesidad de usar sistemas computarizados existe pero el temor de no saber usar y crear la necesidad de contratar personal extra para su uso es requerido, evita la decisión de implementar dicho sistema al negocio.



#### 4) TIENE REALIZADO EL COSTO DE PRODUCCIÓN POR PLATO



En el siguiente esquema se puede tener una idea sobre que, por cada plato brindado por las diferentes huecas este ya se le ha realizado el costeo de producción por plato, ya sea este el adecuado o no, pero ya existe un conocimiento instintivo de comercio en las huecas, el cual, le permite poner precios de acuerdo a los gastos utilizados en el plato. Esto se debe a que muchos de estos establecimientos son manejados de manera informal y muchas veces terminan con ingresos mínimos o en el peor de los casos perdiendo dinero. Según las encuestas-entrevistas realizadas todas las huecas han realizado el costo de producción por plato.

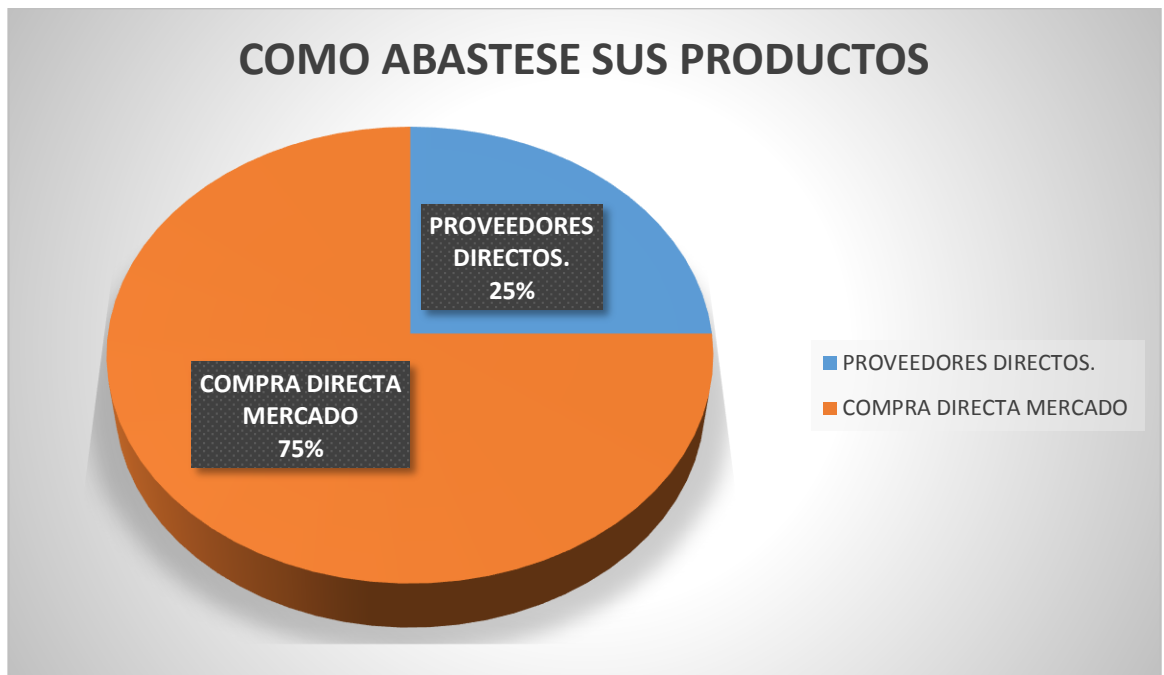
**5) DENTRO DE SU COSTO POR PLATO ESTÁ CONSIDERADO LOS RUBROS DE SERVICIOS BÁSICOS Y MANOS DE OBRA**



Se puede usar el siguiente grafico para el análisis de las huecas que tienen en cuenta los gastos básicos y manos de obra, según los propietarios es de total importancia tomar en cuenta dichos puntos, puesto que, evita la perdida de dinero y la posibilidad de generar más ingresos. La manera que han sido implementados han sido de forma informal, es decir, de acuerdo a los gastos que utilizaron en dichos rubros, en la cual, muchas veces se termina estableciendo precios exagerados o en su defecto precios en contra del negocio.

## PRODUCCION

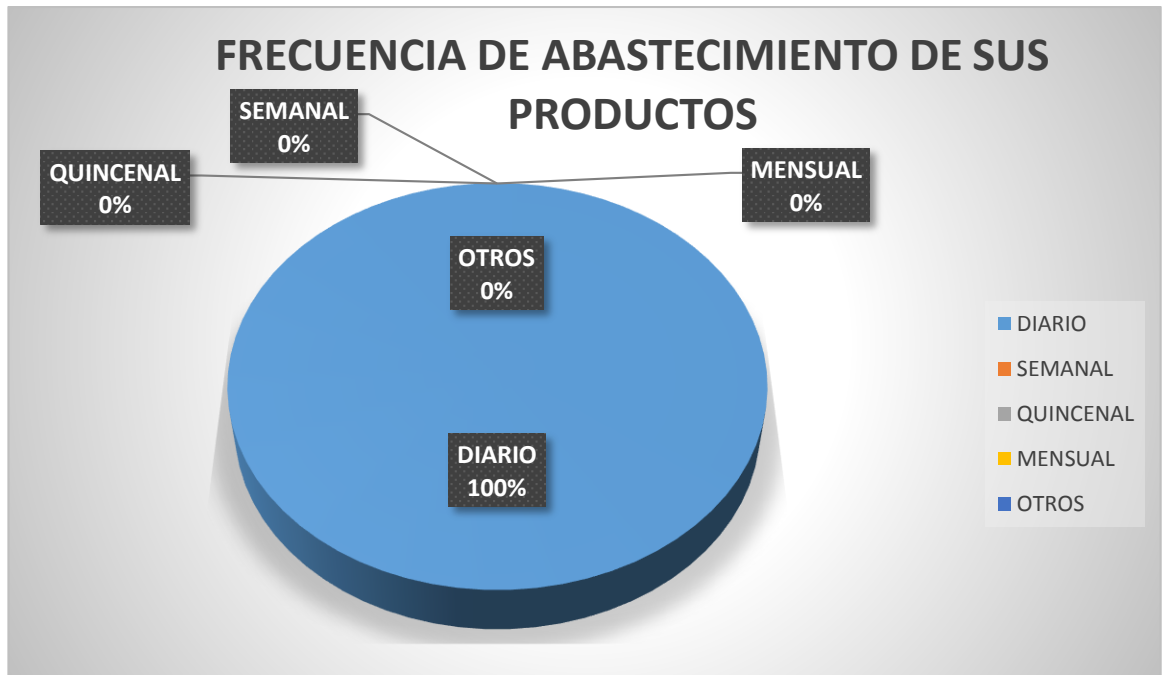
### 1) ¿CÓMO ABASTECE SUS PRODUCTOS? (PROVEEDORES)



En el presente gráfico, denota uno de los puntos más esenciales para la cadena de restauración, debido que, este es la manera de como consiguen la materia prima para la elaboración de sus platos. Se tiene como resultado que el 75% de las huecas de Guayaquil manejan su abastecimiento de productos por compra directa al mercado, es decir, los propietarios hacen la selección de los productos frescos en los diferentes mercados existentes en la ciudad, puesto que, según los dueños este es la manera más efectiva para que su producto final sea fresco y con los mejores ingredientes posibles.

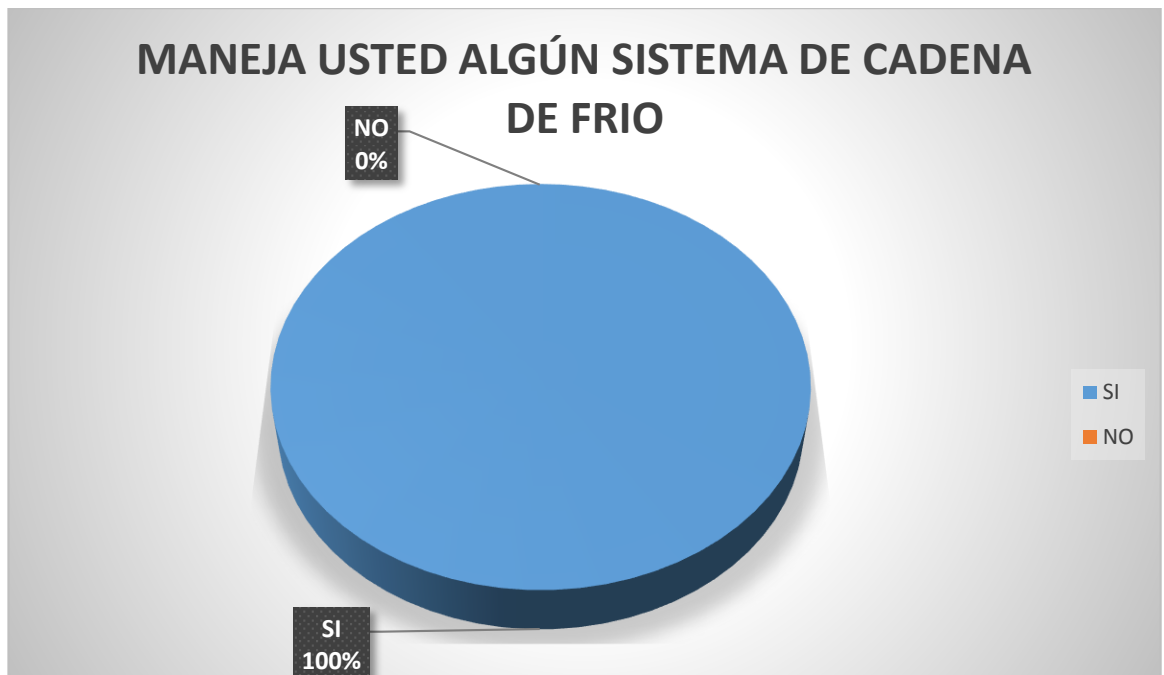
Por otro lado, existen huecas que emplean el abastecimiento mediante proveedores, ya que, ellos les facilitan la movilización para realizar las compras. Esto puede ser una ayuda de doble filo, debido a que, si los productos brindados por los proveedores no son en su totalidad frescos o de buena calidad, el producto final del negocio no tendrá la calidad necesaria para los comensales y podría causar pérdida de futuras visitas.

2) ¿CON QUÉ FRECUENCIA HACE EL ABASTECIMIENTO DE SUS PRODUCTOS?



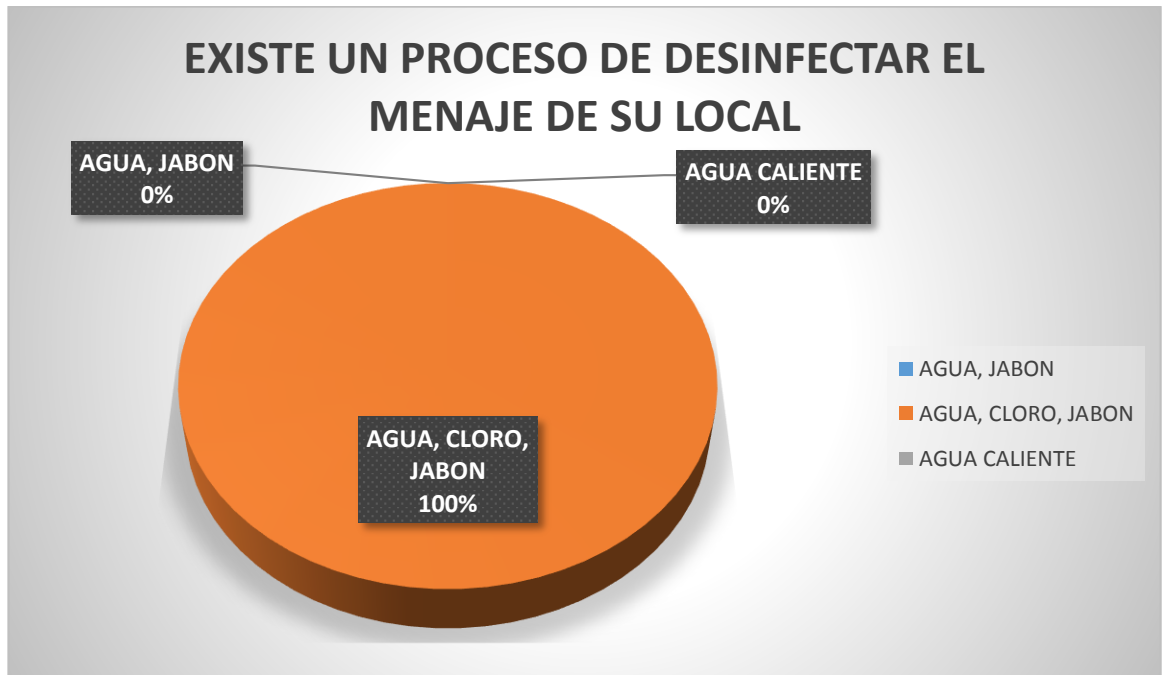
Se puede usar el siguiente gráfico para el análisis de la frecuencia de abastecimiento que utiliza la restauración comercial tradicional de Guayaquil, donde se ha logrado identificar que, abastecen sus productos a diario con el fin de no tener innecesarios productos o en su defecto sufran de escases en el producto.

### 3) ¿MANEJA USTED ALGÚN SISTEMA DE CADENA DE FRIO?



En el presente gráfico podemos interpretar los resultados obtenidos por las encuestas-entrevistas realizadas a los propietarios de los establecimientos de restauración comercial tradicional de Guayaquil, donde indica sobre el uso del sistema de cadena de frío en los negocios, puesto que, es necesario contar con dicho sistema para poder almacenar productos que necesitan de un ambiente frío. Es necesario puntualizar que, dicho sistema utilizado por las huecas en su mayoría son manejadas solo por congeladores y refrigeradoras que ayudan con los productos perecibles o que necesiten de congelación.

#### 4) ¿EXISTE UN PROCESO DE DESINFECTAR EL MENAJE DE SU LOCAL?



Se puede usar el siguiente gráfico para el análisis del proceso de desinfección del menaje que tienen las huecas, según las encuestas-entrevistas realizada el 100% de las huecas utilizan agua, cloro y jabón para la desinfección de utensilios y equipos del negocio. Esta es una manera sencilla, básica y correcta de desinfectar el menaje.

Debido a que este punto es muy importante dentro de un restaurante es necesario la descripción de un proceso de desinfección o sanitación del menaje y área de producción.

5) **TIENE UNA PERSONA DESIGNADA PARA EL LAVADO DE MENAJE**

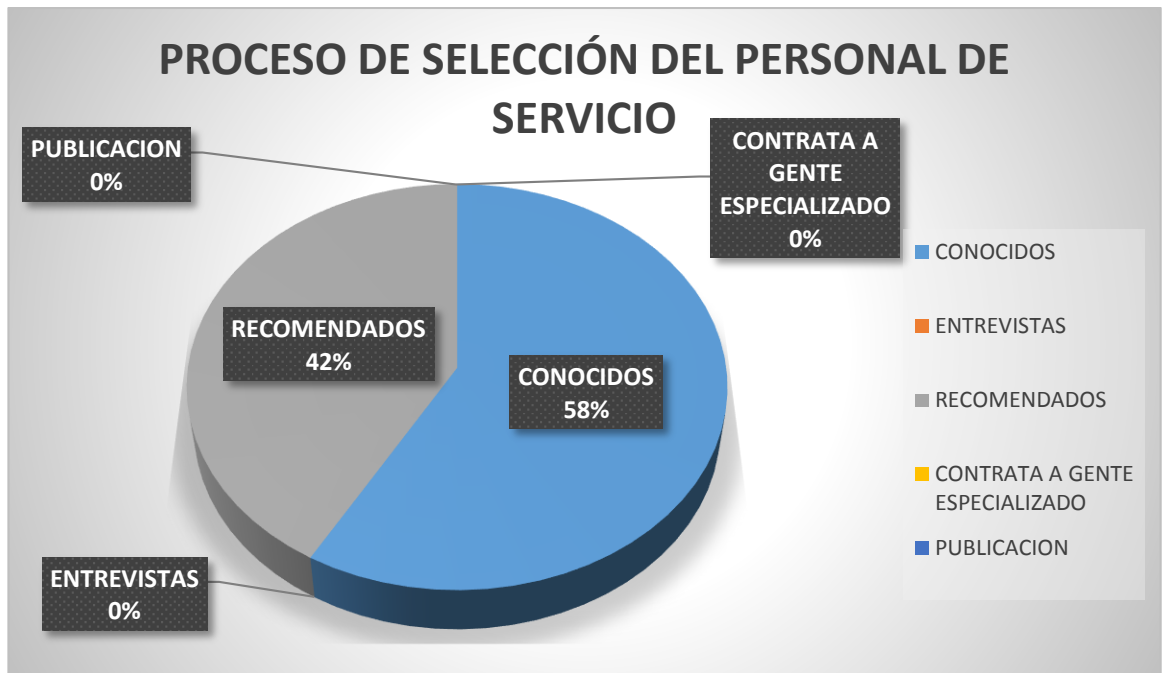


De acuerdo con el siguiente gráfico, el 75% de la restauración comercial tradicional de Guayaquil no tienen una persona designada únicamente para el lavado de menaje, puesto que, además que abaratan costos de personal, este labor lo puede realizar cualquier persona que trabaje dentro del área de producción, según los propietarios de los negocios.

Por otro lado, solo el 25% de las huecas tienen una persona designada para la desinfección de los utensilios, equipos y área de producción, ya que, según los propietarios esto ayuda a mantener la correcta higiene para todo el menaje y área de producción.

## SERVICIO

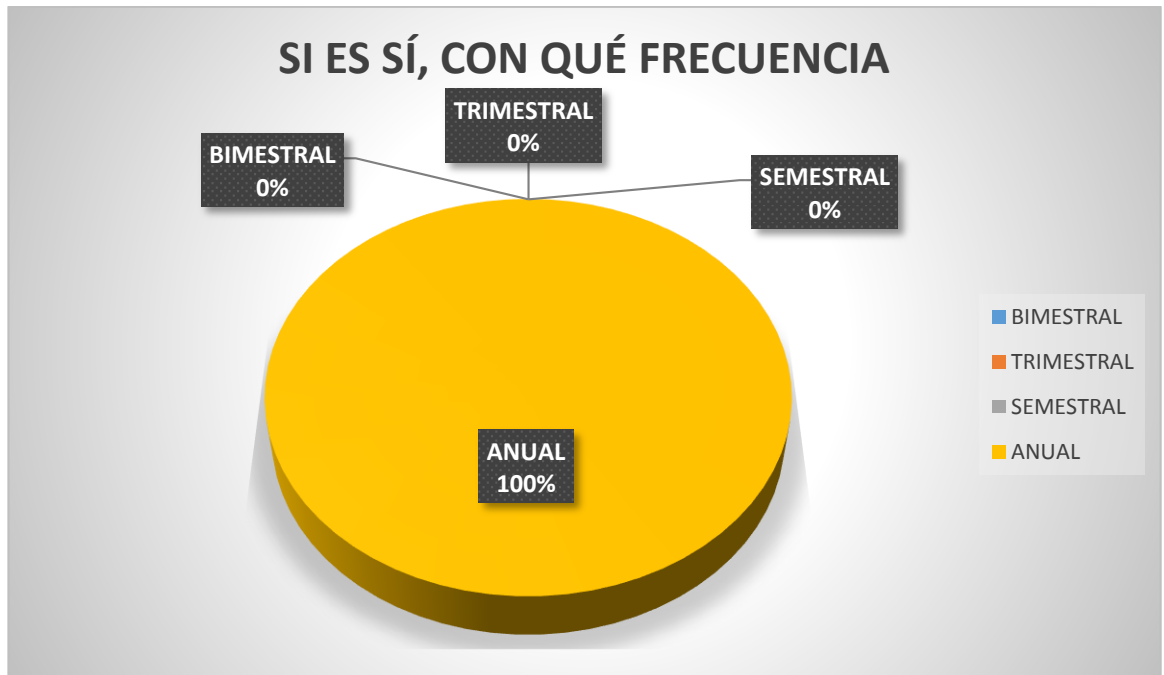
### 1) ¿CUÁL ES EL PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL DE SERVICIO?



A diferencia del gráfico #11, en el siguiente esquema, se puede analizar que los negocios de restauración comercial tradicional se inclinan más por la contratación de personas conocidas, que en su mayoría, son familiares o amigos. También, se puede observar la otra parte de selección es mediante la elección de personas recomendadas, ya sea, por amigos, familiares o alguien de confianza que indique dicha persona es responsable, honesta y siempre está dispuesto a acatar órdenes.

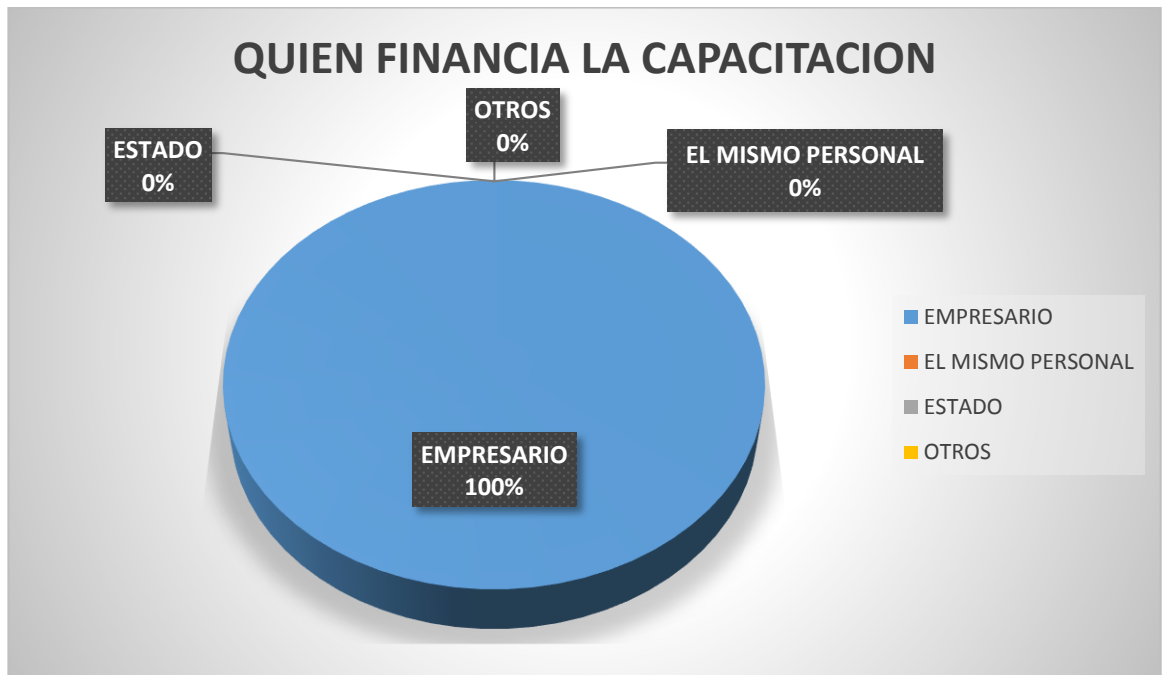


## 2) SI ES SÍ, CON QUÉ FRECUENCIA:



El siguiente gráfico en correlación al gráfico #19 indica que, el 8% de huecas que realizan capacitación al personal del negocio lo programan una vez cada año, es decir, que la frecuencia con que son capacitados el personal en las diferentes áreas del negocio es anual. Esto da una perspectiva del porque mucha veces el trato del personal al comensal es el incorrecto, es por ello que, dentro de la propuesta del manual, es necesario denotar un proceso de atención al cliente para que los restaurantes que no puedan pagar capacitación de servicio, tengan alguna idea de cómo es la correcta atención al comensal.

### 3) ¿QUIEN FINANCIA LA CAPACITACION?

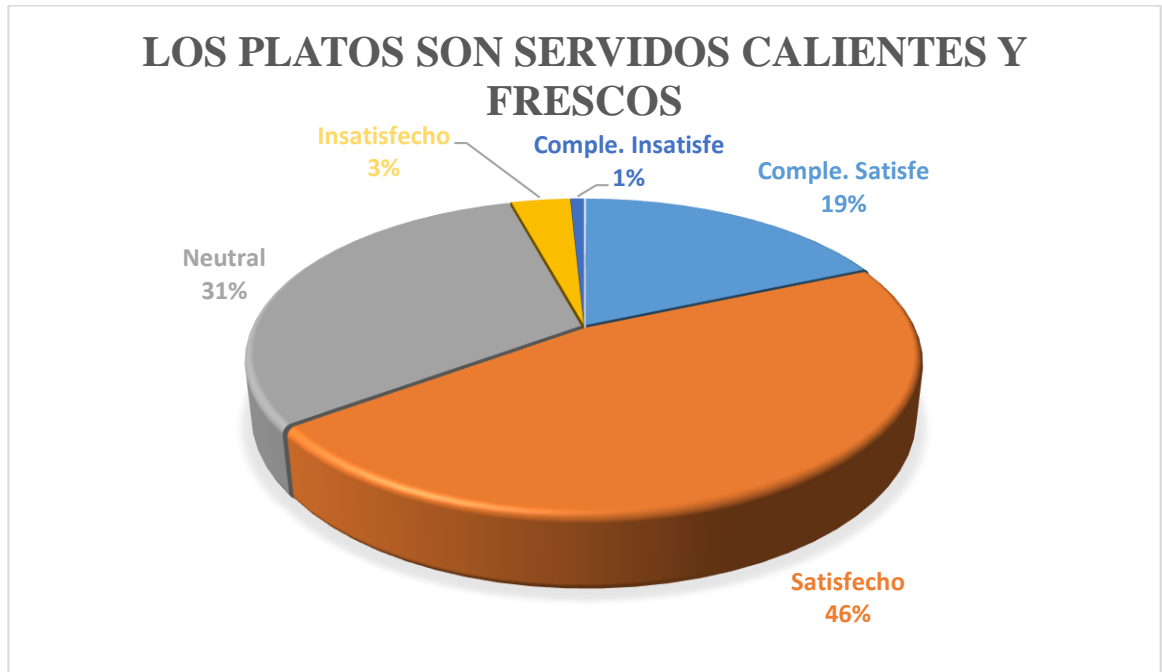


Se puede usar el siguiente gráfico para el análisis sobre porque muchas huecas de la ciudad de Guayaquil no aplican capacitaciones al personal y esto se debe a que la financiación del personal sale de los ingresos del negocio convirtiéndose según los propietarios en gastos innecesarios aun sabiendo que si sería bueno la capacitación de su personal, es por ello que, optan por no realizar capacitaciones al personal. Sin embargo, las huecas que realizan dicha capacitación, tienen visión de crecer y mejorar su servicio, puesto que, toman el tema de capacitar como inversión del negocio mas no como un gasto.

## Apéndice 2: Encuestas a clientes

1.- Por favor, indíquenos su grado de satisfacción con los siguientes atributos

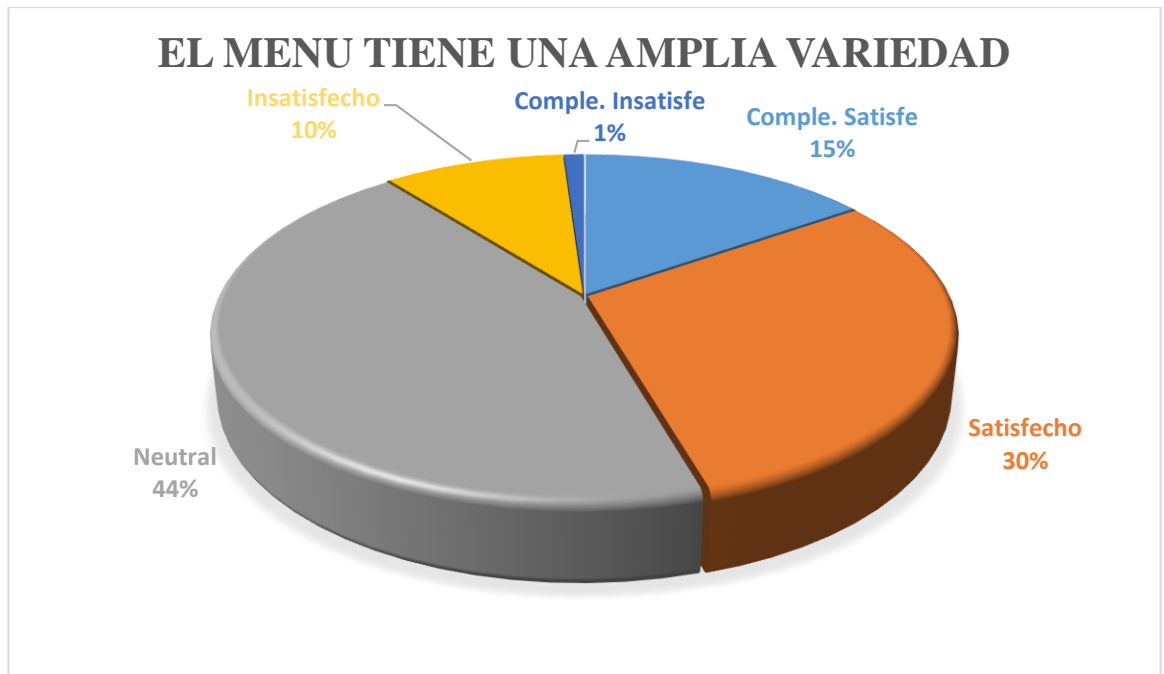
A continuación se desglosara en varios gráficos los diferentes atributos utilizados en la pregunta.



Con este gráfico se puede analizar que el grado de satisfacción que tiene el cliente al momento de recibir los platos es el adecuado, puesto que, con el 46% de satisfacción, el comensal denota la aceptación de su experiencia en las huecas.

También, dicho gráfico muestra que por otro lado el grado de satisfacción de un gran porcentaje de clientes es neutral con el 31%, es decir, que no cumple en su totalidad al momento de servir los platos al comensal, por lo tanto, debe de existir una mejora al momento de la presentación del plato.

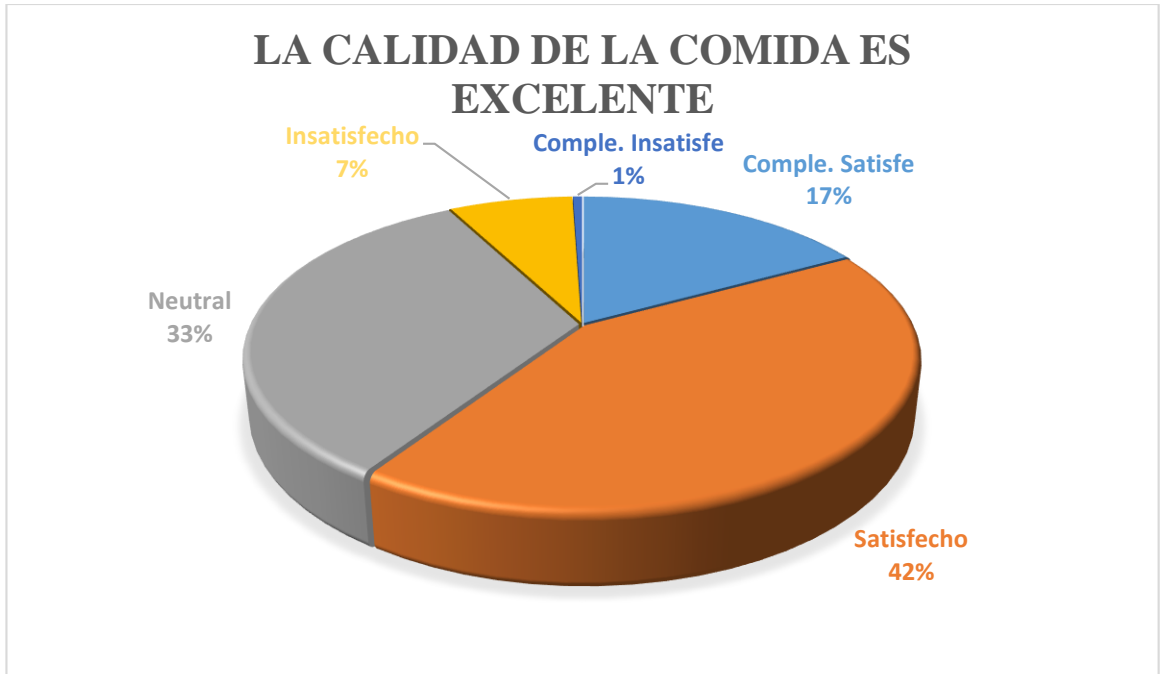
Se demuestra que los porcentajes más bajos son de insatisfacción con el 3% y completamente insatisfecho con el 1%, dando a entender que el problema hacia el comensal no pertenece a este atributo.



Se puede observar en el presente grafico que las huecas constan de un menú no tan amplio, puesto que, que el 44% de las personas encuestadas denotaron que su grado de satisfacción es neutral, al momento de observar el menú.

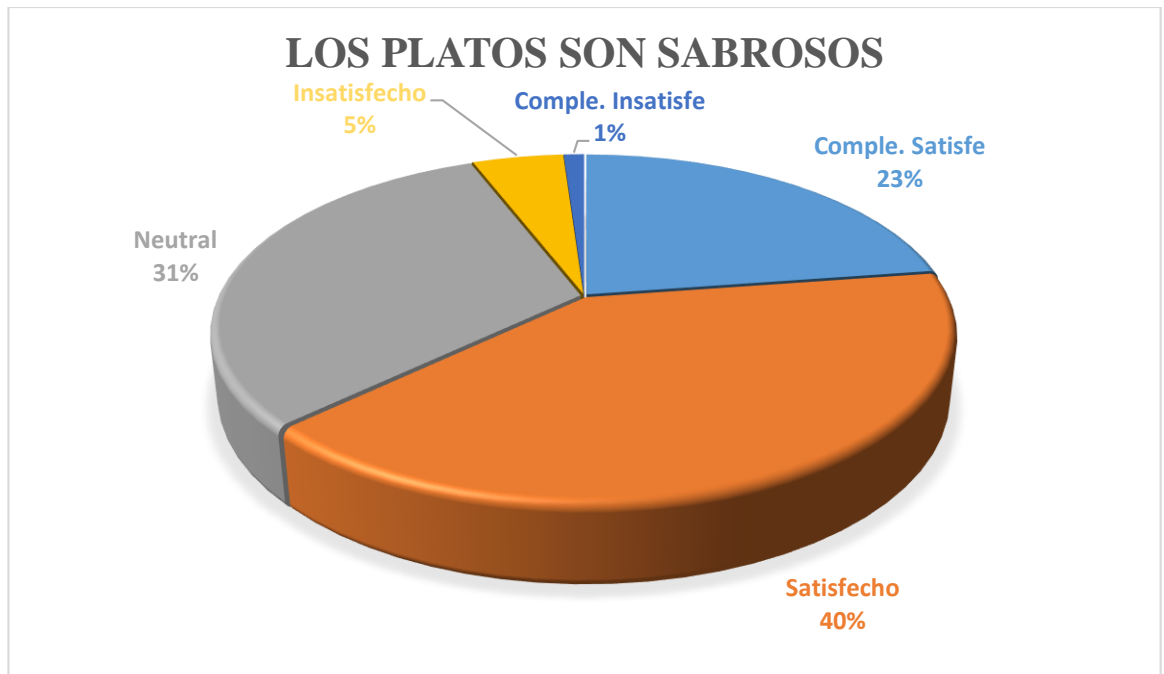
El grado de satisfacción que demuestra que está correcto, es del 30% denotando que es necesario la amplitud al momento de crear y presentar el menú al comensal.

Es importante considerar que los grados de insatisfacción y completamente insatisfecho dan un total considerable, por la cual, no debería de olvidar el constante cambio y renovación del menú.



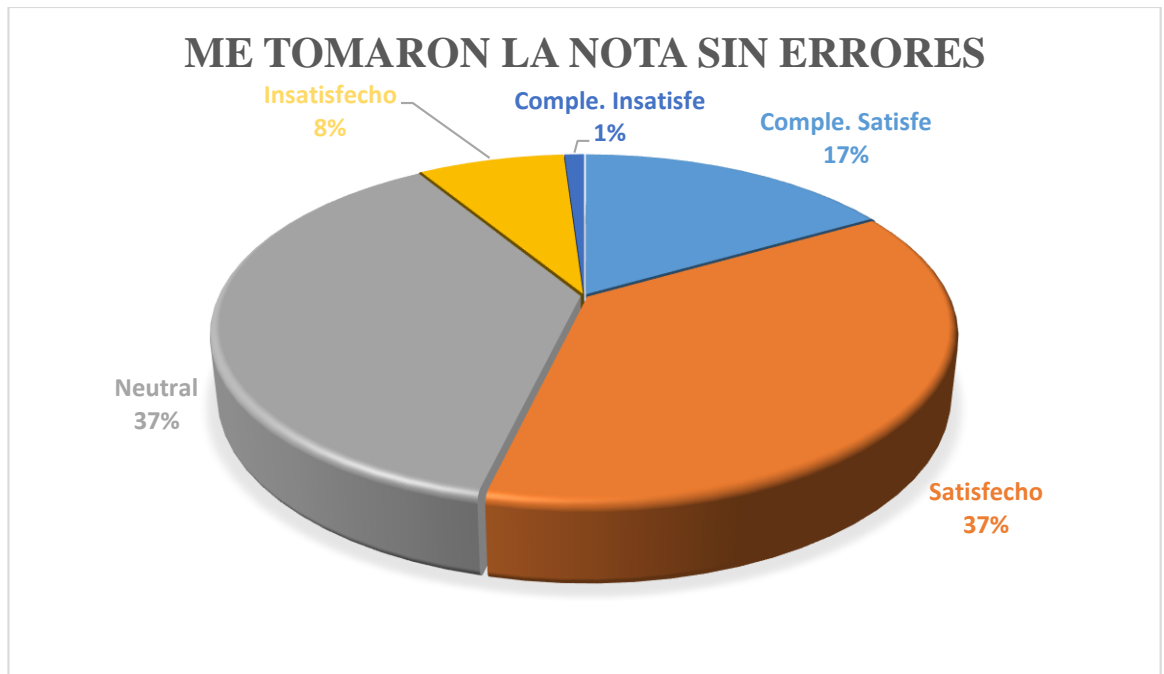
Con este gráfico se puede verificar que la calidad de la comida de las huecas maneja un 42% de satisfacción y un 17% de completamente satisfechos, denotando la cualidad más importante de dichos establecimientos y por el cual tienen una gran aceptación hacia el comensal.

También, es importante analizar que el 33% de las personas encuestadas denotan un grado de satisfacción neutral, es decir, que es necesario mantener la calidad de la comida.



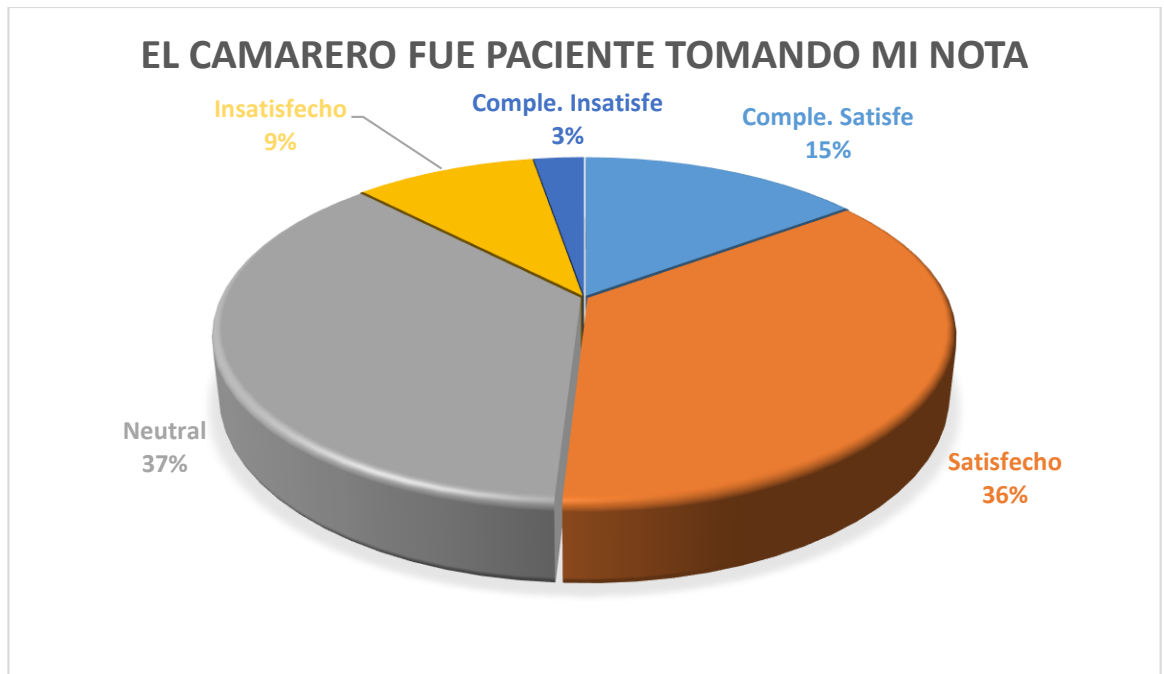
Con este gráfico junto al gráfico #4 se puede denotar que para los comensales la experiencia adquirida al momento de degustar los platos en dichos establecimientos denominados huecas, tienen una gran aceptación demostrándose en el presente gráfico, con el 40% de satisfacción y el 23% de completamente satisfecho comprueban dicho argumento.

También, es importante analizar que el 31% de las personas encuestadas denotan un grado de satisfacción neutral, es decir, que es necesario mantener la calidad de la comida.



En este grafico se puede analizar que el proceso para la toma de pedido muestra un grado de satisfacción parcial entre lo neutral y lo satisfecho con el resultado del 37% de aceptación de los comensales, indicando que este punto es muy importante para los clientes.

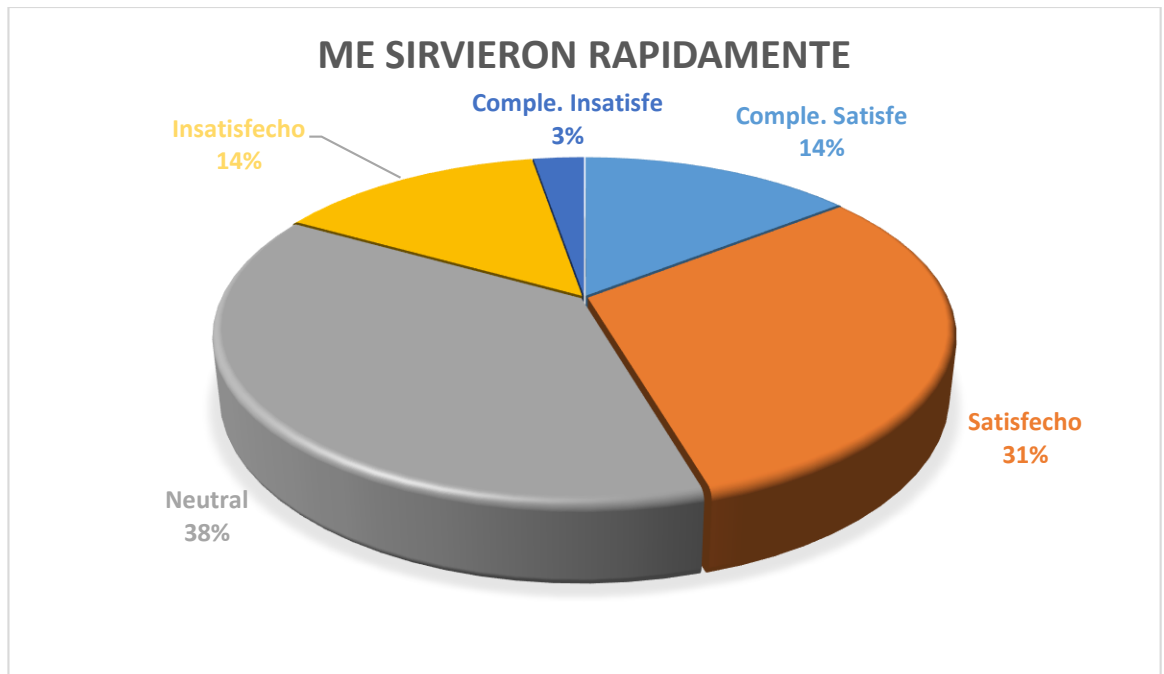
Es necesario que los grados de insatisfacción sean eliminados en dicho parámetro, puesto que, una incorrecta toma de pedido ocasionaría el rechazo hacia el establecimiento.



Se puede observar en el presente grafico la necesidad de brindar el adecuado servicio hacia el comensal, puesto que, una mala actitud significaría rechazo por parte del cliente. Es por ello, que la necesidad de una constante capacitación hacia el personal es eminentemente necesaria, corroborando dicho argumento con los porcentajes obtenidos en las encuestas.

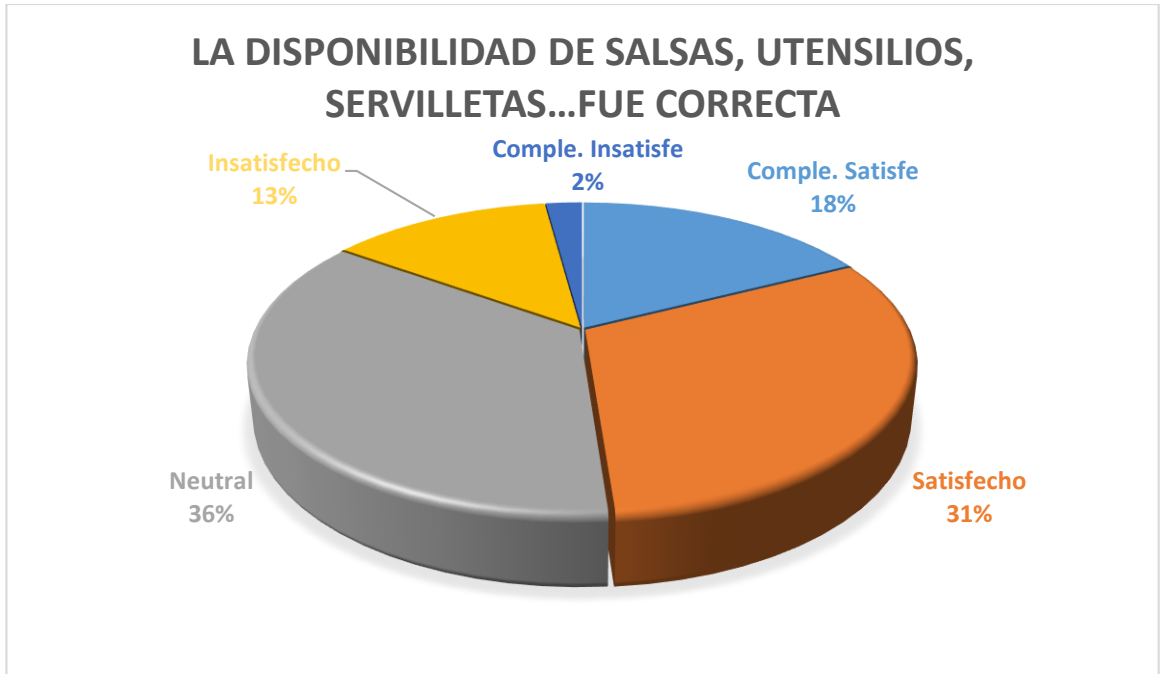
También, es importante que los grados de insatisfacción sean eliminados en dicho parámetro, puesto que, una incorrecta actitud ocasionaría el rechazo hacia el establecimiento.





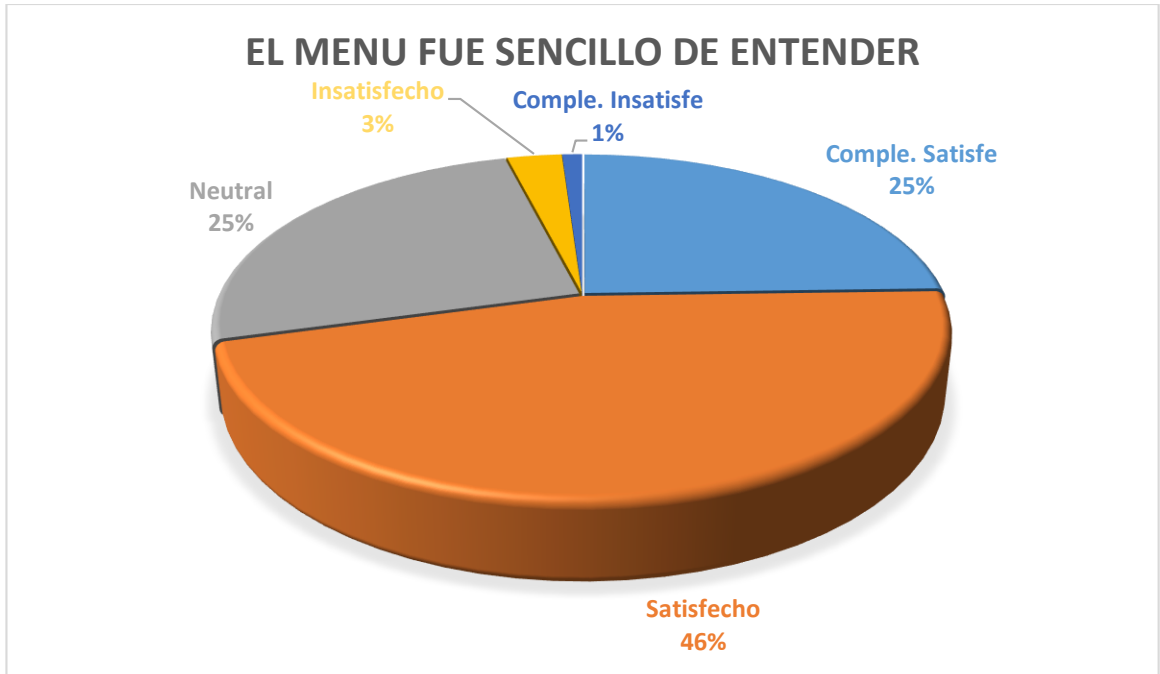
Se puede obtener como resultado de este gráfico que, la rapidez con que se sirve los platos en las huecas es muy importante, debido que, una de las características de dicho establecimiento es la fluidez con la que se sirven los platos, es por ello, que los grados de insatisfacción denotan tales porcentajes como 14% en insatisfacción y el 3% en completamente insatisfecho, obteniendo un grado considerable de mejorar.

Sin embargo, el mayor grado de satisfacción es de 38% como neutral, seguido del 31% como satisfecho demostrando la importancia de fluidez al momento de servir los platos para el comensal.

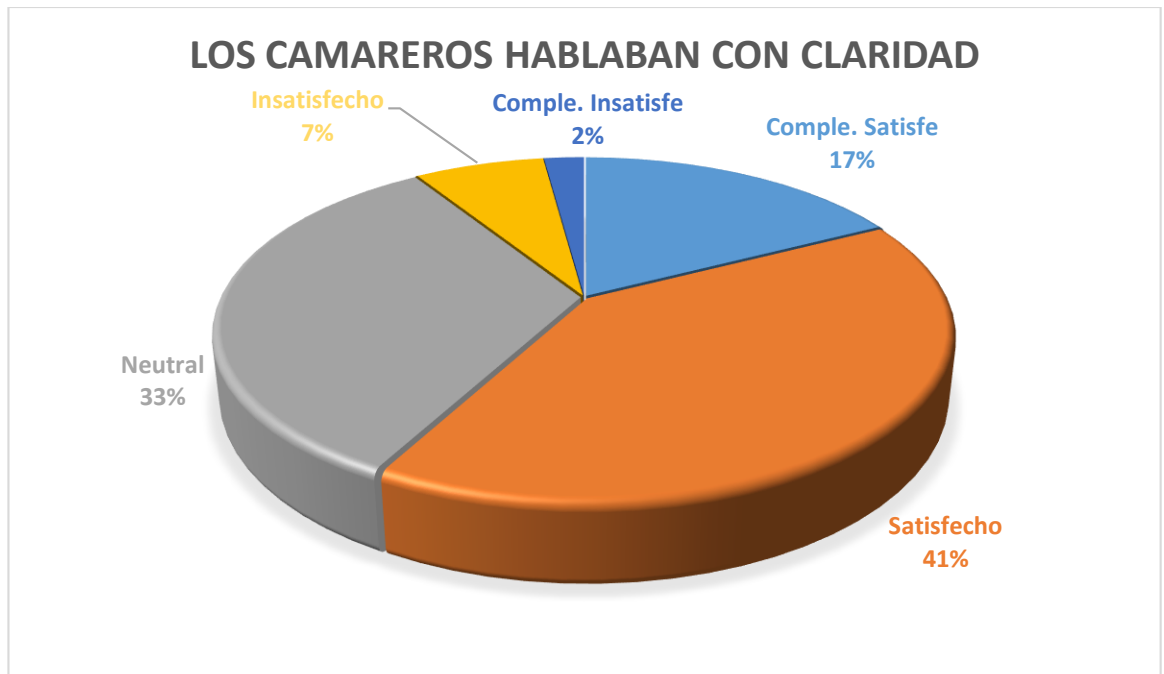


Se puede observar en el presente grafico la necesidad de constar con los utensilios necesarios para mejorar la experiencia del cliente en su visita, dicho esto, se puede analizar que la mayoría de las huecas no dispone en su totalidad de utensilios, puesto que, el mayor grado de satisfacción es el 36% como neutral.

Es necesario recalcar que el constante abastecimiento del menaje en el establecimiento es importante porque ocasiona una grata experiencia al comensal, puesto que, evita estar llamando constantemente al camarero para pedir salsas, servilletas, etc.



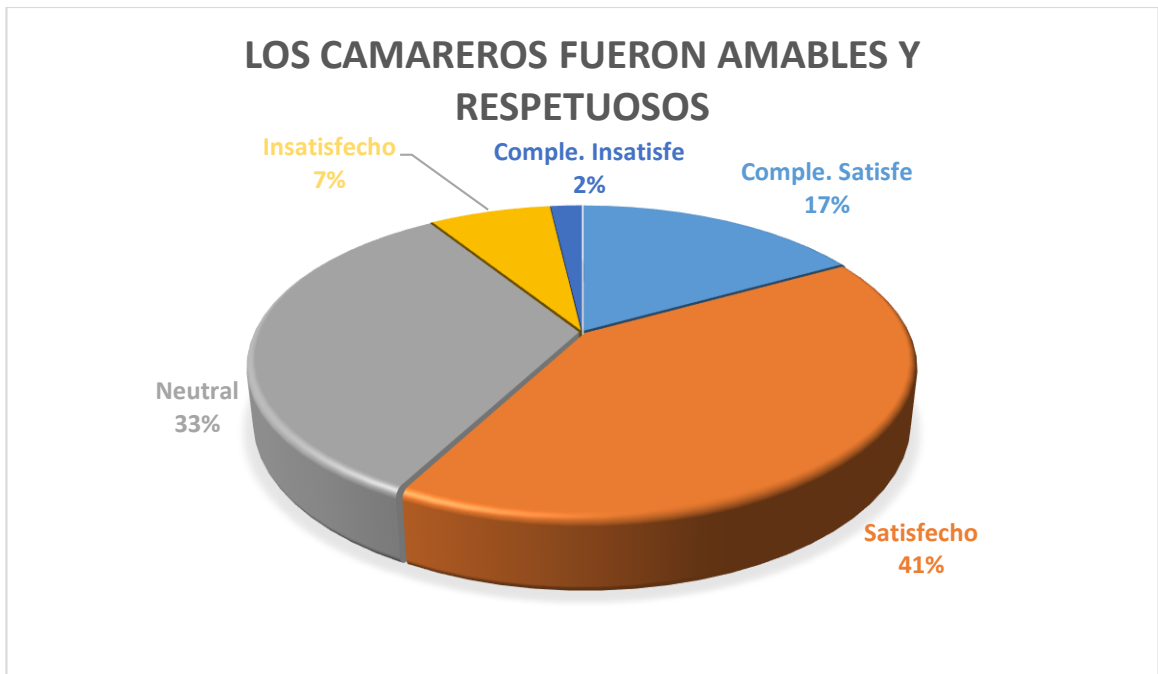
Con este grafico podemos verificar que los restaurantes comerciales tradicionales de Guayaquil manejan con claridad el menú que presentan en dicho establecimientos, presentando como mayor porcentaje al grado de satisfecho con el 46%, donde se denota la aceptación del comensal por el menú.



Se puede analizar la importancia que se debe de tener al momento de dirigirse hacia el comensal, puesto que, si no se logra tener una buena comunicación entre el camarero y el comensal la información final puede ser errónea y ocasionar grandes problemas como una mala toma de pedido o hasta una incorrecta cuenta final.

El uso correcto de la tonalidad de voz difiere mucho de las diferentes tipos de clientes que pueda existir, puesto que, existen comensales que al mínimo tono elevado puede ocasionarle disgustos o tomarlo como una falta de respeto.

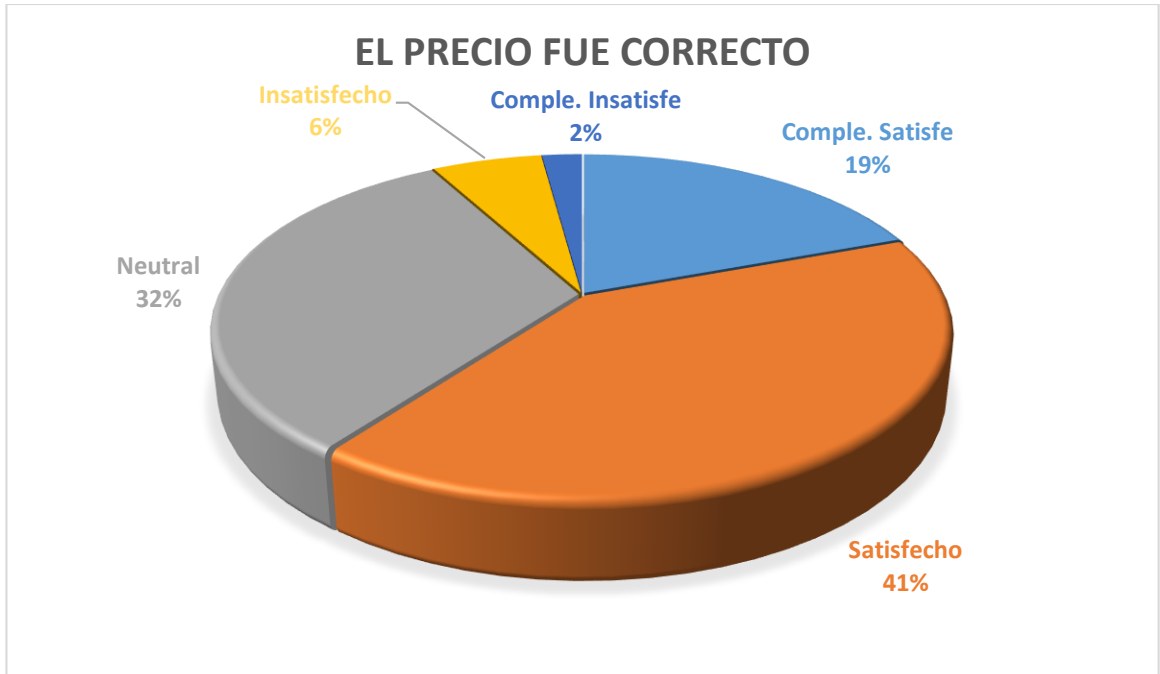
Es por eso, que los resultados obtenidos en el presente grafico demuestran un grado de satisfacción aceptable, sin embargo, es necesario la corrección de la parte insatisfecha para evitar futuros malos entendidos e inconvenientes en los establecimientos.



Con este gráfico podemos verificar la necesidad de una constante capacitación al personal del servicio al cliente, puesto que, ellos son la imagen que el establecimiento quiere ofrecer a sus comensales. Brindar un incorrecto servicio o cometer una falta de respeto hacia el comensal ocasionaría futuras inacepciones hacia el establecimiento.

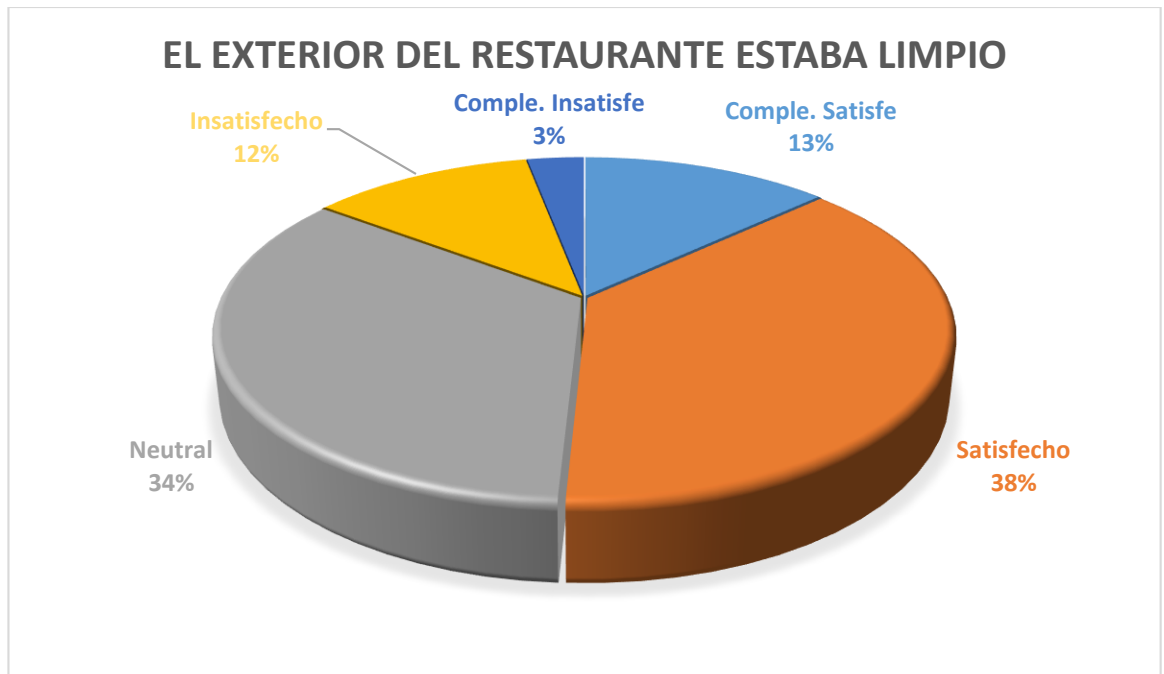
Entonces se puede decir que, al momento de atender al comensal se debe de tener una serie de cualidades, donde se pueda denotar la confianza y seguridad que tiene el establecimiento al momento de brindar sus productos al cliente.

Es bueno recalcar que el mayor porcentaje obtenido en el presente gráfico es de 41% como satisfecho, es decir, que en la actualidad las huecas de Guayaquil manejan un servicio al cliente aceptable. No obstante, los grados de insatisfacción deberían de llegar al 0%.



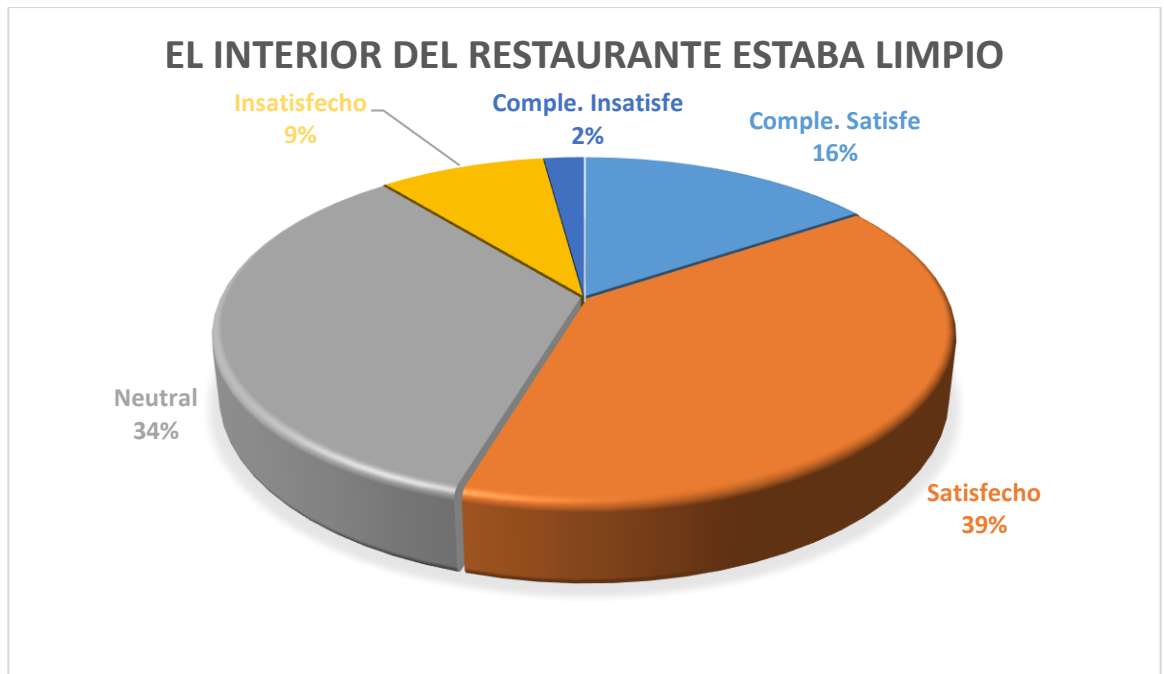
Se puede analizar en el presente gráfico, que el precio impuesto por la restauración comercial tradicional de Guayaquil tiene un grado de aceptabilidad muy bueno, ya que, para muchos comensales al momento de elegir un plato el precio es muy importante como lo demuestra el grafico #21.

También, hay que tomar en cuenta que una de las características emblemáticas de las huecas son sus precios económicos y accesibles, corroborando los resultados obtenidos en el presente gráfico.



Se puede analizar en el presente gráfico, la importancia de la limpieza del exterior del establecimiento, puesto que, una fachada limpia demuestra al cliente de que el establecimiento es higiénico o mantiene una aceptable calidad de higiene. También es importante establecer que el exterior del establecimiento es la primera impresión que tiene el comensal.

Se debe de considerar el grado de insatisfacción que presenta dicho gráfico es del 12% y el 3% de completamente insatisfecho, puesto que, cualquier aspecto anti-higiénico que presente la fachada del establecimiento tendrá como consecuencia la disminución de clientes y la inseguridad al momento de elegir que establecimiento visitar.



Con este grafico junto al grafico #14 se puede denotar que para los comensales, la experiencia adquirida al momento de visitar dichos establecimientos denominados huecas, es de total relevancia que presenten un ambiente higiénico y una fachada agradable.

Este punto es importante, puesto que, es la primera impresión que el cliente tiene del establecimiento y de esto depende de su ingreso. Uno de los motivos por la cual los comensales dejan de visitar las huecas, es debido al aspecto anti-higiénico que presentan dichos establecimientos.

Es necesario mantener un ambiente limpio dentro y fuera del establecimiento y lograr que los grados de insatisfacción lleguen a 0%, debido a que, esto depende de la imagen que se lleve el comensal al final de su experiencia.



2. Basándose en su experiencia, ¿visitara las huecas más asiduamente?



En este esquema se puede verificar la aceptación que tiene la restauración comercial tradicional de Guayaquil por los comensales, puesto que, el 77% de encuestados determinaron su futura asistencia a dicho establecimiento, mostrando así, un gran margen de aceptabilidad. No obstante, el porcentaje de encuestados que establecieron que no visitarían asiduamente las huecas, puede influir en las decisiones de clientes prospectos, es por ello, que debería existir las diferentes adecuaciones mencionadas en el manual.

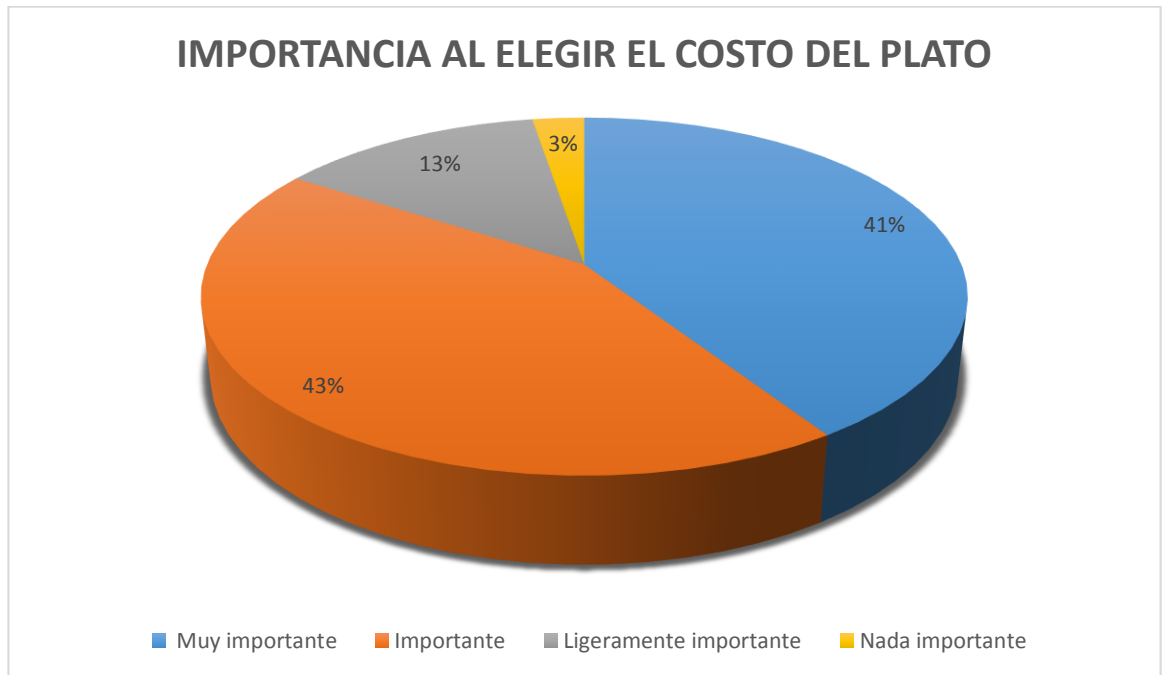
### 3. ¿Recomendaría las huecas visitadas a sus amigos?



Se puede analizar en el presente grafico la aceptación que el comensal tiene por las huecas, puesto que, una recomendación no se efectuaría si existiera una mala experiencia en dicho establecimiento. Como se puede observar el 51% de las personas encuestadas, optaron por dar una posible recomendación a sus amigos y el 38% aseguraron que sí efectuarían tal recomendación.

Es bueno reconocer que la mejor publicidad es por medio de una recomendación, ya sea familiar o de amigos.

4. ¿Qué tan importante es el costo a la hora de elegir un plato en las huecas?



Una de las características emblemáticas de la restauración comercial tradicional es que sus platos sean accesibles y vayan de acuerdo según el plato que se solicite, donde se puede corroborar dicho argumento en el presente gráfico, puesto que, el mayor resultado es del 43% como importante, seguido del 41% como muy importante.

Es necesario recalcar que, el correcto precio que impongan las diferentes huecas de Guayaquil sean los adecuados a sus productos finales, ya que, la exageración de precios puede afectar en la afluencia de clientes que pueda existir en dichos establecimientos y a su vez aminorar los precios causarían pérdidas para el negocio. Es por ello que, se debe de realizar el adecuado cálculo de gastos totales en el producto final que se va a brindar.

5. ¿Esta Ud. de acuerdo con la realización anual de la Feria Gastronómica Internacional Raíces?



En el presente grafico presenta la aceptación de la realización de la Feria Gastronómica Internacional Raíces efectuada desde el 2014 en el mes de julio. Esta feria ha otorgado algunos beneficios para las huecas participantes, desde patrocinios hasta reconocimientos internacionales. Puesto que, es satisfactorio obtener datos que apoyan a las futuras realizaciones de dicha feria.

6. ¿Hay alguna cosa que le gustaría sugerir para mejorar las huecas?



Se puede analizar en el presente grafico los diferentes puntos de sugerencias que el comensal ha transmitido a través de las encuestas previamente realizadas, donde se denota la necesidad de cubrir las áreas del servicio al cliente y la asepsia del establecimiento.

Sin embargo, las áreas de ambientación, fachada, variedad de platos, infraestructura y calidad del producto abarcan un considerable rubro al momento de pedir sugerencias para mejorar la experiencia ofrecida por la restauración comercial tradicional de Guayaquil, por lo tanto, debería existir la adecuación en dichos puntos según el manual de la presente tesis.



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Macias Alvarado David Israel, con C.C: # 0927531962 autor/a del trabajo de titulación: Evaluación de Técnicas Administrativas para El Mejoramiento de la Restauración Comercial Tradicional de la Ciudad De Guayaquil previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 11 de marzo del 2016

f. \_\_\_\_\_

Nombre: Macias Alvarado David Israel

C.C: 0927531962



## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Evaluación de Técnicas Administrativas para El Mejoramiento de la Restauración Comercial Tradicional de la Ciudad De Guayaquil		
<b>AUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Macias Alvarado, David Israel		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Gálvez Izquieta, Paola Cecilia		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Especialidades Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Escuela de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>		<b>No. DE PÁGINAS:</b>	81
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Desarrollo de la cultura de servicio		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Establecimiento de Restauración Comercial Tradicional, Hueca, Manual de Técnicas Administrativas, Gestión Administrativa, Gestión Productiva y Gestión de Servicio al Cliente.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT</b> (150-250 palabras):	<p>La restauración comercial tradicional de Guayaquil o mejor conocidas como huecas, forman parte importante dentro de la economía de la ciudad. Se han mantenido a lo largo del tiempo conservando sus características principales que es la de brindar las diferentes comidas típicas que tiene la ciudad. Otra característica de estos establecimientos son sus precios económicos y accesibles.</p> <p>Por tal razón, la evaluación de las técnicas empleadas dentro de dichos establecimientos fue necesaria para poder lograr con el cometido de esta investigación, la cual, fue lograr analizar las ventajas y falencias que tienen al momento de operar dentro de sus tres áreas: administrativas, productiva y servicio las huecas. El manual de técnicas administrativas dirigido a los establecimientos de restauración comercial tradicional de Guayaquil servirá como herramienta indispensable para lograr el desarrollo adecuado de las funciones diarias dentro de las huecas, pudiéndose volver una guía tanto para el personal como para el propietario del lugar. Este documento contiene técnicas básicas que abarcan las tres áreas evaluadas: administrativas, producción y servicio al cliente.</p> <p>A lo largo del tiempo, siempre se ha criticado a las huecas por el mal servicio, por una fachada inadecuada o las diferentes situaciones que suelen pasar dentro de estos establecimientos, pero la misma son ocasionadas en su mayoría por la falta de conocimientos de técnicas básicas al momento de realizar las actividades. Esta investigación se enfoca a realizar un diagnóstico a la operación de las huecas y plantea un manual que sirva para orientar a dueños y colaboradores.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-4-2128072 / 0993790290	E-mail: / <a href="mailto:dvid_macias93@hotmail.com">dvid_macias93@hotmail.com</a>	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> Guzmán Barquet Eduardo Andrés		
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2206950 ext 5027; 0997202912		
	<b>E-mail:</b> eduardo.guzman01@cu.ucsg.edu.ec		