



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

CALIDAD DE SERVICIO FRENTE A POSIBLES PROBLEMAS CON LOS
CLIENTES. RESTAURANTE "ROSSO PASTAS Y VINOS" EN LA CIUDAD
DE MACHALA

RENTERIA PARRA SAUL ALFONSO
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

MACHALA
2018



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y
TURISMO

CALIDAD DE SERVICIO FRENTE A POSIBLES PROBLEMAS CON
LOS CLIENTES. RESTAURANTE "ROSSO PASTAS Y VINOS" EN
LA CIUDAD DE MACHALA

RENTERIA PARRA SAUL ALFONSO
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y
TURISMO

MACHALA
2018



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y
TURISMO

EXAMEN COMPLEXIVO

CALIDAD DE SERVICIO FRENTE A POSIBLES PROBLEMAS CON LOS CLIENTES.
RESTAURANTE "ROSSO PASTAS Y VINOS" EN LA CIUDAD DE MACHALA

RENTERIA PARRA SAUL ALFONSO
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

AGUILAR GONZALEZ FREDDY ERNESTO

MACHALA, 15 DE ENERO DE 2018

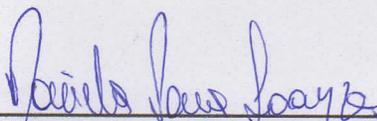
MACHALA
15 de enero de 2018

Nota de aceptación:

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado Calidad de servicio frente a posibles problemas con los clientes. Restaurante "Rosso Pastas y Vinos" en la ciudad de Machala, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



AGUILAR GONZALEZ FREDDY ERNESTO
103768024
TUTOR - ESPECIALISTA 1



PARRA LOAYZA DANIELA CRISTINA
0703824201
ESPECIALISTA 2



ILLESCAS ESPINOZA WILMER HENRY
0704128776
ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: lunes 08 de enero de 2018 - 08:12

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Titulacion.docx (D33886493)
Submitted: 12/16/2017 9:14:00 PM
Submitted By: srenteria_est@utmachala.edu.ec
Significance: 1 %

Sources included in the report:

http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322012000300006

Instances where selected sources appear:

3

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, RENTERIA PARRA SAUL ALFONSO, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado Calidad de servicio frente a posibles problemas con los clientes. Restaurante "Rosso Pastas y Vinos" en la ciudad de Machala, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 15 de enero de 2018



RENERIA PARRA SAUL ALFONSO
0704100445

Agradecimiento

En primer lugar agradezco a Dios quien me da salud y fortaleza para continuar todos los días esforzándome para cumplir mis objetivos, gracias a la universidad y a todos los maestros que he tenido ya que con sus enseñanzas he podido aprender y culmina con éxito todos los niveles de esta hermosa carrera y haciendo énfasis al Lic. Freddy Aguilar, quien como tutor de mi proyecto me ha guiado muy bien y he aprendido muchas cosas que me servirán para mi vida profesional.

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mi familia, que ha estado siempre presente con su apoyo y consejos para sobresalir ante cualquier dificultad, y por supuesto a mi enamorada, quien ha sido la persona que me ha motivado para continuar esforzándome y ha estado siempre presente en mis buenos momentos y nunca me ha fallado en las situaciones difíciles por las que he pasado y a mis compañeros de clase, con quienes he compartido 4 años de estudio llenos de alegrías y muchas experiencias.

RESUMEN

En la actualidad, el turismo ha sido una fuente de ingresos para muchos países, por ende, muchas familias se benefician de la visita de turistas hacia su establecimiento o negocio, con emprendimientos de servicios de alojamiento o alimentos y bebidas, este último ha sido una opción que eligen muchas personas, ya que se puede evidenciar en todas partes, una infinidad de locales como parrilladas, restaurantes y bar restaurante. Pero no todos son del agrado de muchas personas. La importancia de tener éxito en los establecimientos de alimentos y bebidas, se enfoca en brindar al cliente una buena calidad en el servicio al momento en que llega al establecimiento, ya que es la clave para generar satisfacción y comodidad mientras consume sus alimentos. Los inconvenientes que se puedan generar durante el servicio, son consecuencias de una mala atención, muchas de las veces los clientes no se sienten satisfechos con el servicio o en ocasiones, los problemas radican en una mala ejecución de las tareas encomendadas, pedidos olvidados o lentitud en el servicio. Es por eso que se dan opciones de cortesías, para solucionar los posibles problemas que se puedan generar durante el servicio con los clientes, mediante la cual se transmite una disculpa por el inconveniente suscitado. En el desarrollo de este trabajo se dará a conocer la importancia de la calidad del servicio a los clientes, la satisfacción e insatisfacción generada por el producto ofrecido y las diferentes cortesías con los vinos que el establecimiento puede ofrecer a los clientes.

Palabras clave: Calidad de servicio, satisfacción del cliente, atención deficiente, cortesías, turismo enológico, producto, alimentos y bebidas.

ABSTRACT

Currently, tourism has been a source of income for many countries, therefore, many families have benefited from the visit of tourists for their establishment or business, the latter has been an option that many people choose, which can be evidence everywhere, an infinity of grills, restaurants and bar restaurant. But not all are liked by many people. The importance of being successful in food and beverage establishments focuses on providing the customer with a good quality service when it arrives at the establishment, since it is the key to savings and comfort while consuming their food. The inconveniences that can be generated during the service, the consequences of bad attention, many times the clients do not feel satisfied with the service or sometimes, the problems lie in a bad execution of the tasks entrusted, forgotten orders or slowness in the service. That is why the options of cuts, to solve the possible problems that can be generated during the service with customers, through which an apology is transmitted for the inconvenience caused. In the development of this work, the importance of the quality of the service to the clients, the satisfaction and dissatisfaction generated by the offered product and the different courtesies with the wines that the establishment can offer to the clients was made known.

Key words: Quality of service, customer satisfaction, poor attention, courtesies, wine tourism, product, food and beverages.

Índice

INTRODUCCIÓN.....	7
DESARROLLO.....	8
La gastronomía como símbolo de cultura.....	8
Turismo enológico.....	9
Ruta enológica.....	9
Servicio y atención al cliente en competencias laborales relacionadas a la restauración.	10
La fidelización del cliente en negocios de restauración.....	11
Eficacia y eficiencia de servicio en restaurantes.....	11
Clientes insatisfechos en el servicio de restauración.....	12
Mejora del proceso de prestación del servicio en restaurantes.....	13
El éxito de la buena relación entre el restaurante y el cliente.....	14
El manipulador de alimentos.....	14
Las cortesías.....	15
¿Qué es una cortesía?.....	15
¿Qué es una cortesía gastronómica?.....	15
Tipos de cortesía dispuestas por el establecimiento “Rosso Pastas y vinos”.....	16
Tipos de copas en las que se sirven los vinos.....	17
Días de mayor afluencia de clientes en el restaurante Rosso Pastas y Vinos.....	19
CONCLUSIONES.....	20
RECOMENDACIONES.....	21
ANEXOS.....	22
BIBLIOGRAFÍA.....	23

Tabla de ilustraciones

Ilustración 1. Copa para vino espumoso-----	17
Ilustración 2. Copa para vino tinto-----	18
Ilustración 3. Copa para vino blanco-----	18
Ilustración 4. Días con mayor afluencia de clientes-----	19
Ilustración 5. Entrevista sobre las cortesías al jefe del personal del restaurante "Rosso Pastas y Vinos" -----	22

INTRODUCCIÓN

Actualmente vivimos en una época muy distinta a la anterior, debido a que el hombre siempre está en constante movimiento, buscando nuevas formas de sobresalir, avanzar y sobre todo adaptarse al medio, muchas actividades han evolucionado, entre ellas el turismo. El turismo es una actividad de la cual muchos países se han beneficiado, en su totalidad, debido a las riquezas históricas, culturales y naturales que posee dicho lugar.

La importancia de manejar bien los recursos es primordial, debido a que el turismo es una actividad que atrae a muchas personas, los cuales quieren sentirse lo más cerca de su experiencia deseada, ya que la razón de ser del turismo es poder brindar satisfacción sin comprometer o dañar los recursos que se involucran.

Como se puede observar hoy en día, muchas personas han optado por aprovechar el turismo y las riquezas gastronómicas que se posee, y han preferido los negocios de alimentos y bebidas, los cuales al parecer, representan el único sustento económico de la mayoría de personas. La actividad gastronómica demanda mucha dedicación y sobre todo el desempeño correcto de su personal en la calidad de servicio y sobre todo atención al cliente, evitando así posibles problemas que ocasionan insatisfacción y el posible cierre del establecimiento.

Por tal motivo, esta investigación se la realiza en el restaurante “Rosso Pastas y Vinos” ubicado en Ciudad del Sol en Machala, y se lo ha escogido debido a la gran aceptación que ha tenido por parte de las personas, ya que se caracteriza por brindar a sus clientes comida italiana acompañada del vino como bebida, también brinda el servicio de coctelera y realiza shows en vivo los días Sábados.

Y por esta razón, la problemática de investigación es ¿Cómo inciden los problemas con los clientes durante el servicio del restaurante “Rosso Pastas y Vinos”, en el crecimiento económico del establecimiento?, mediante la cual se plantea como objetivo de la investigación en proporcionar soluciones a los posibles problemas que se puedan presentar durante el servicio, mediante la utilización de cortesías con los vinos dispuestas por el establecimiento para satisfacer a los clientes.

La importancia de realizar este trabajo es poder aportar a los distintos establecimientos de alimentos y bebidas, la manera de desempeñar bien el servicio durante la estancia de los clientes, brindándole una buena atención, mediante el cumplimiento de los estándares de calidad en la elaboración del producto y la correcta comunicación en las distintas áreas de servicio, y así de esta manera se evitará posibles problemas con los clientes.

DESARROLLO

La gastronomía como símbolo de cultura

La gastronomía es considerada como la identidad de cada provincia, región o país, la cual mediante la elaboración de su comida típica, da a conocer a sus visitantes, la riqueza de su cultura y sobre todo de los sembríos, frutas y fauna que posee, haciendo sentir al turista parte de la cultura de dicho lugar. (Carvache Franco, Carvache Franco, Orden Mejía, & Macas López, 2017).

Lo más importante de un lugar es su cultura, existen diferentes maneras de expresar y emitir la cultura a los demás, uno de ellos es mediante la gastronomía. Aquí los turistas podrán identificar los platos típicos que son representativos de cada sitio, la composición de dicho plato demuestra las potencias con las que los representan, es decir, los ingredientes representativos, en el caso de la región costa se tiene: el guineo, el verde, los mariscos y proteínas como el pollo, la carne de res y la guatita. En la sierra son: los granos como el mote, choclo y chochos, proteínas como el chancho y el cuy. Y en la amazonia se representa más las proteínas de animales salvajes como la guanta, el armadillo, guatusa, e insectos como el chontacuro.

Cada región o país tiene su comida típica con sus elementos representativos de la zona, muchos de estos platos, y más aquellos que representan la cultura de la amazonia, son extravagantes para las personas de la ciudad, pero existen muchos turistas que aman tanto viajar y conocer la cultura vernácula de diferentes lugares, que están dispuestos a degustar cualquier alimento, debido a que la experiencia de viajar es eso, el conocimiento de las diferentes formas en que cada lugar demuestra su cultura, sentirse parte de ella y aportar con el crecimiento turístico y económico de la zona.

En la actualidad, hay muchos restaurantes cuyo producto gastronómico no es nacional, por la razón de entregar al cliente un diferente tipo de comida, aquella que no han degustado y representa un nuevo sabor para ellos, un ejemplo claro son aquellos restaurantes cuyo producto gastronómico se basa en la comida italiana, tal es el caso de Rosso Pastas y Vinos.

Turismo enológico

El turismo cada vez va tomando forma y las personas optan por las diversas clases de turismo que existen, la unión entre la gastronomía y el vino es una combinación muy agradable para muchos, existen establecimientos que optan por el vino como bebida acompañante, este nuevo producto turístico que nace de la unión entre el turismo y el vino permite no solo el incremento económico del establecimiento, también la satisfacción del cliente que es fanático del vino. (Álvarez García, del Río Rama, Coca Pérez, & González Sanmartín, 2014)

Aunque muchas de las personas no tengan el gusto o apreciación por el vino y de acompañar sus alimentos con esta bebida, los restaurantes de la actualidad piensan en todo tipo de cliente, ya que pueden degustar de un plato acompañado de un buen vino o simplemente elegir solo comer. El vino como bebida acompañante se lo puede encontrar en establecimientos cuyos productos se destacan en servir carnes, ya sean asadas o al carbón, dependiendo del lugar, la categoría y su calidad en el servicio, se puede encontrar un vino cuyo sabor y marca sean de calidad.

La satisfacción del cliente depende de muchos factores, entre ellos la calidad en el producto, si una persona decide comer en un restaurante elegante el cual tenga entre sus bebidas el vino, sabrá que es de buena calidad, por la razón de ser un establecimiento cuya categoría es alta con respecto al precio, ya que los comensales pagan por un servicio y producto que cumpla con sus expectativas, y no lo ven como un gasto sino como una inversión al recibir la satisfacción de sus necesidades.

Ruta enológica

La característica más popular del enoturismo son las rutas enológicas, las cuales están dedicadas a la enseñanza del vino hacia los turistas, dando a conocer su historia y sobre todo visitando las bodegas donde se encuentran depositados los vinos, los museos y las plantaciones de uva conocidas como viñedo. (Gómez Conde, González Sánchez, & López Valeiras, 2012).

La principal razón que motiva a muchos turistas amantes de vino en realizar turismo enológico, es poder participar de las rutas turísticas enológicas, ya que por medio de esta, se puede conocer la historia de los vinos, realizar catas de las diferentes clases de vinos que existen, visitar los viñedos donde se encuentran los sembríos de uvas los cuales no solo se utiliza para la elaboración del vino, sino también para la venta y cuidado de uvas, y por último la visita a las bodegas donde reposan los vinos en las barricas para alcanzar su sabor y añejamiento.

Lastimosamente en Ecuador no existen rutas enológicas, por el motivo de que el turismo enológico no es frecuente en nuestro país. Pero en la actualidad, se está integrando el servicio del vino en la gastronomía, ya que muchos restaurantes optan por incluir el vino como bebida acompañante, y en algunos establecimientos, ya cuenta con una carta específica de vinos, como es el caso del restaurante “Rosso Pastas y vinos”.

Servicio y atención al cliente en competencias laborales relacionadas a la restauración

Actualmente la demanda en los restaurantes ha ido creciendo conforme el cliente va adquiriendo nuevos gustos al momento de elegir un alimento para servirse, es por esto que una buena calidad en el servicio, es el reflejo de la buena coordinación y comunicación en cada área de servicio. (Botía Sanabria & Orozco Pulido, 2012)

Cuando las diferentes áreas de servicio que se maneja en un establecimiento de alimentos y bebidas están correctamente coordinadas y se maneja una buena comunicación, el servicio se hace menos complicado, se lleva un ritmo equilibrado, los pedidos salen con más rapidez y existe menos probabilidad de cometer algún error durante el servicio. Ya que al momento de ir a un restaurante, lo menos que quiere el cliente es esperar mucho tiempo por su pedido, debido a que llega al establecimiento con deseos de comer y la espera hace que el deseo de poder alimentarse se vaya por completo, generando así insatisfacción y calificando al establecimiento con una mala atención al cliente.

La buena administración del restaurante juega un papel importante en la calidad de servicio, por tal motivo Paul Apolo, dueño del establecimiento Rosso Pastas y Vinos, cuenta con personal, cuyas habilidades y cualidades están aptas para el servicio de restauración, ya que es común ver restaurantes cuyo personal no está correctamente capacitado o no han recibido estudio previo en lo que tiene que ver con servicio al cliente, por la razón de que no cualquier

persona puede desempeñar esta labor, ya que se necesita de experiencia y profesionalismo en el servicio.

La fidelización del cliente en negocios de restauración

Si el restaurante cuenta con muchos clientes habituales, da a entender que las características de su servicio son del agrado del cliente y por ende, está teniendo éxito ganando su confianza, debido a que está ofreciendo un excelente servicio. La manera de ocasionar fidelidad es conociendo a los clientes, identificando así sus gustos para poder cumplir con sus expectativas durante el servicio. (Cabrera, 2013)

Al cliente se lo conquista no por el tamaño del establecimiento ni por la cantidad de platos que ofrece en su menú, la clave está en la atención que se le brinda. Si el menú cuenta con las características que cumplan con las exigencias de los clientes, y por supuesto la atención, si es buena, el cliente regresará y atraerá a más personas, así se generará la fidelidad y como consecuencia se obtendrá el retorno del mismo hacia el lugar, optándolo como su opción favorita al momento de alimentarse. Además de aumentar su clientela y la economía, crecerá su fama, ya que pueden existir muchos establecimientos ofreciendo el mismo producto, pero por la fidelidad del cliente gracias al servicio, optara por elegir el mismo establecimiento.

El restaurante Rosso Pastas y Vinos cuentan con la mitad de su clientela que frecuenta a menudo el establecimiento, ya que los mismos clientes regresan por la calidad de servicio que les brindan, y por supuesto el producto, debido a que es el único establecimiento que brinda comida y postres italianos acompañados del vino como bebida.

Eficacia y eficiencia de servicio en restaurantes

La eficacia se representa como el grado en que un establecimiento realiza en conjunto con su personal de trabajo, las actividades que tiene establecidas alcanzando los resultados planificados, y la eficiencia como el nexo entre el resultado alcanzado y los recursos utilizados. (Ramos Iglesias, Segura Domínguez, González Catalá, & Alonso Suárez, 2012)

Un restaurante debe estar siempre en coordinación con su personal, las tareas que se realicen durante el servicio, deben estar estrictamente bien ejecutadas. El talento humano del establecimiento debe estar correctamente capacitado y apto, en función a las actividades y servicios que presta el lugar. Como resultado de todo este proceso que se interrelacionan, se logra obtener la eficacia y eficiencia en un restaurante, los beneficios se pueden reflejar en

una crecimiento no solo a nivel económico, sino también en el aumento de su clientela y la gran fama que podrá adquirir el lugar.

Durante el servicio, el personal del restaurante Rosso Pastas y Vinos, se mantiene siempre en contacto con los demás departamentos, para ejecutar correctamente el servicio y estar pendientes de los pedidos y cobros a las diferentes mesas del establecimiento.

Pero qué ocurre cuando el restaurante no logra alcanzar la eficiencia y eficacia en su establecimiento, cuando el servicio ofrecido no es del agrado de los clientes o no cumple las expectativas que esperaban recibir, cuando el producto no es lo suficientemente bueno o la atención del restaurante no es la adecuada. A continuación se dará a conocer la insatisfacción de los clientes durante el servicio.

Cientes insatisfechos en el servicio de restauración.

Los clientes insatisfechos tienen más probabilidad de describir su experiencia durante el servicio recibido en un establecimiento que aquellos clientes que se han sentido satisfechos, por tal motivo los comentarios negativos son más aceptados y escuchados por otras personas que los positivos. (Moliner Velázquez, 2012)

Es común escuchar más comentarios negativos que positivos, y más aún si se trata del servicio en un restaurante. Un cliente insatisfecho puede generar un peligro para un establecimiento de alimentos y bebidas, debido a que sus necesidades y gustos no fueron complacidos, esta persona hablara del lugar y de su mala experiencia, emitiendo sus comentarios negativos hacia otros futuros clientes, advirtiendoles del mal servicio que ha recibido, ocasionando mala fama al restaurante.

Los clientes insatisfechos buscan la manera de calmar su mala experiencia en un establecimiento por medio de los comentarios, los cuales emiten hacia otras personas quienes les piden una sugerencia u opinión del restaurante donde acudieron. Mientras más insatisfecho haya quedado el cliente, más comentarios negativos expresara hacia otras personas. Ya que por ejemplo, si durante todo el servicio, la bebida estuvo muy dulce o la carne un poco salada, el comentario negativo se delimitara a una sola variante, pero si todas las variantes estuvieron mal, el comentario negativo será mayor y encerrara todo el servicio recibido.

Por el momento el restaurante Rosso Pastas y Vinos, no ha tenido antecedentes o situaciones en la que los clientes se sienten insatisfechos por el servicio o producto ofrecido, por motivo

de que se maneja correctamente la comunicación con el personal y se busca siempre satisfacer las necesidades de los consumidores. Pero sin embargo los días más vulnerables en que pueda existir algún tipo de problema o insatisfacción con los clientes son los fines de semana, por el motivo en que estos días tienen más afluencia de clientes y el servicio se hace un poco pesado.

Mejora del proceso de prestación del servicio en restaurantes

La mejora continua es la clave para un buen servicio, ya que por medio de este proceso, el establecimiento podrá identificar y corregir las falencias, optimizando sus virtudes las cuales beneficiaran al restaurante y a sus comensales. (López García & Michelena Fernández, 2014).

El éxito de un restaurante depende mucho de la correcta ejecución de todos los procesos que abarca en su servicio, la mejora continua no solo ayuda al correcto desarrollo de las funciones del establecimiento, sino también, a entregar un producto de calidad, el cual cumpla con los gustos de los clientes para lograr satisfacer sus deseos y necesidades.

Como se sabe, el ciclo de la mejora continua está conformado por: planificar, hacer, verificar y actuar, si se ejecuta correctamente cada uno de estos pasos, le permitirá al establecimiento el correcto funcionamiento de sus labores durante el servicio. Para poder entregar a sus clientes un producto de calidad, este ciclo debe seguir indefinidamente, ya que como su nombre lo indica, se trata de mejorar continuamente el servicio, la atención y sobre todo el producto que se les ofrece a los consumidores.

El éxito del restaurante Rosso Pastas y Vinos, se mantiene gracias al motivo en que siempre buscan la manera de mejorar su servicio, debido a que los clientes son exigentes con sus gustos, y el establecimiento debe estar al nivel cumpliendo con esas necesidades.

El éxito de la buena relación entre el restaurante y el cliente

La clave del éxito en relaciones con los clientes se trata en poder identificar sus gustos y preferencias, la manera en que compran y la frecuencia con la que asisten al establecimiento. Para mantener esta relación se necesitará evaluar correctamente al cliente esforzándose en mejorar la atención y calidad del servicio. (Fuentes Blasco & Moliner Velázquez, 2014)

Cuando un establecimiento de alimentos y bebidas tiene buena relación con sus clientes, es 100% seguro de que está brindado un excelente servicio, este éxito se consigue con la ayuda de muchos factores, la confianza es uno de ellos, lograr que el cliente tenga la confianza necesaria de pedir o recomendar ciertas opciones al momento del servicio, generará satisfacción y comodidad, lo cual no solo ayudará al crecimiento económico del establecimiento, también le permitirá ganar más clientes y sobre todo mayor posibilidad de contar con clientes fieles y habituales.

Rosso Pastas y Vinos difunde sus servicios y productos en las redes sociales, generando que los clientes puedan emitir comentarios acerca de los diferentes platos que está ofreciendo, pero la clave de este restaurante para tener una buena relación con los clientes, se basa en las diferentes promociones que ofrecen, ya sea gastronómicas o en bebidas, y también de los shows musicales que ofrecen los días sábados.

El manipulador de alimentos

Es importante contar con un producto terminado de calidad, por tal motivo, el encargado de manipular y elaborar los alimentos, juega un papel importante y fundamental dentro del establecimiento, ya que es el responsable de que el producto sea del agrado de los clientes. (Correia Paulino, Araújo Lucena, Fernandes Madruga, Leão de Menezes, & Rafael de Sousa, 2012).

El manipulador de alimentos es el encargado de elaborar y entregar al cliente un producto de calidad, el cual debe estar previamente capacitado, debido a que es importante que siga correctamente los parámetros en la elaboración de alimentos, evitando contaminaciones y mal uso de los implementos en la cocina. Se entiende que el manipulador de alimentos es aquella persona que está en contacto directo o indirecto con el producto, desde que se elabora hasta que se entrega al cliente, entre ellos se encuentran los chef, ayudantes de cocina y camareros.

Es importante que el manipulador de alimentos tenga experiencia y esté apto para la elaboración del producto, tener en cuenta las reglas de higiene y sobre todo que no exista insalubridad en su lugar de trabajo, ya que de lo contrario, al momento en que los comensales degusten sus alimentos, puede ocasionar terribles enfermedades en los mismos, teniendo como consecuencias productos contaminados y de mala calidad, clientes insatisfechos por el

mal servicio y el posible cierre del establecimiento por la incorrecta manipulación de alimentos.

Tanto los camareros como los chefs del restaurante Rosso Pastas y Vinos, están correctamente capacitados y aptos para el servicio, debido a que el producto terminado que se entrega a los clientes, es del agrado de los mismos, por motivo de que no ha existido alguna queja en relación a la comida o bebida, dando a entender que los manipuladores de alimentos realizan un excelente trabajo.

Las cortesías

¿Qué es una cortesía?

Una cortesía es un acto de bondad o respeto efectuado por las personas hacia los demás, el cual demuestra educación y genera confianza en los demás. Los actos de cortesía son muy variados, por ejemplo, saludar es un acto el cual demuestra que una persona es cortés, el saber escuchar, ser puntual, servicial, ser amistoso, abrir las puertas de un carro o lugar a las personas, decir por favor y gracias son el claro ejemplo de las cortesías que una persona puede brindar a los demás.

¿Qué es una cortesía gastronómica?

Las cortesías en un establecimiento de alimentos y bebidas, son pequeños obsequios que la casa brinda a sus comensales por diferentes motivos, ya sea por un mal entendido, un retraso en el servicio, comida fría, grasosa o con mal sabor, con la finalidad de retribuir o disculparse por el inconveniente sucedido durante el servicio.

Las cortesías en un restaurante se pueden presentar de dos maneras, cuando ha ocurrido problemas en el servicio o cuando se tiene por costumbre o política del establecimiento el brindar cortesías a sus clientes. Pero las dos maneras son ejemplo de satisfacción al cliente.

Cuando un restaurante tiene como política el brindar cortesías a los clientes, ya sea de bienvenida o en cualquier momento del servicio, genera satisfacción y una buena impresión en sus comensales. Ya que resulta una excelente estrategia para la atracción de más clientes hacia el lugar, cumpliendo con el objetivo del servicio, el cual se trata de satisfacer las necesidades del cliente por la razón de que está pagando por un servicio y producto de calidad.

Pero cuando a un establecimiento presenta problemas durante el servicio, las cortesías son una buena opción para aplacar la situación y tratar de mejorar el servicio. Dependiendo del problema, existirán diferentes tipos de cortesías, si el problema se representa como leve, la cortesía equivaldrá a un plato extra o entradas gratis, pero si el problema es medio, la cortesía equivaldrá a un determinado descuento en el pago por los inconvenientes, pero si el problema es grave, la cortesía puede llegar al consumo gratuito de los alimentos.

Tipos de cortesía dispuestas por el establecimiento “Rosso Pastas y vinos”

Los tipos de cortesías con los que cuenta el restaurante Rosso Pastas y vinos son las siguientes:

- 1) Entradas: El restaurante tiene como entradas la “Focaccia” el cual se trata de una especie de pan plano cubierto con hierbas, tradicional en Italia al cual se lo relaciona con la pizza. Como acompañante se encuentra en cada mesa 2 tipos de salsa, chimichurri y pomodoro, el pomodoro es una salsa de tomate la cual está hecha con zanahoria, apio, cebolla y albahaca.
- 2) Vino: El restaurante puede ofrecer al cliente copas de sangría si se trata de una mesa pequeña, pero si se trata de una mesa grande, el establecimiento ofrece una jarra de sangría.
- 3) Postres: El restaurante cuenta con un postre llamado “Panna cotta” este postre es típico en Italia, el cual está elaborado a base de crema de leche, azúcar y gelatina, se lo puede adornar con mermelada de cualquier sabor y agregarle frutas.

Al restaurante se le planteó la pregunta de si otorgaría una botella de vino para aplacar o resolver algún problema que se ha suscitado durante el servicio, el administrador supo contestar que si otorgaría un vino como cortesía pero en sus diferentes facetas ya sea como una cata, copas, copas de sangría, jarra de sangría o incluso si los clientes son extranjeros, otorgaría una botella de vino.

Cabe recalcar que el establecimiento cuenta con todo tipo de clientes, desde locales hasta extranjeros y cuyo horario de atención es de: lunes a jueves de 11 de la mañana a 11 de la noche, viernes y sábado de 12 de la tarde a 1 de la mañana y domingos de 12 de la tarde a 10 de la noche.

Tipos de copas en las que se sirven los vinos



Ilustración 1. Copa para vino espumoso

Fuente: El autor

Las copas para vinos espumosos se caracterizan por ser alargadas y estrechas, como es el caso de la copa tipo flauta, con la finalidad de mantener el gas dentro de la copa por más tiempo.



Ilustración 2. Copa para vino tinto

Fuente: El autor

Las copas para vino tinto se caracterizan por ser más grandes y tener una apertura más abierta que las de vino blanco, debido a que el vino tinto cuenta con sabores y aromas más fuertes, por lo que la apertura más grande de la copa permite que entre más aire y el vino se pueda oxigenar emitiendo su aroma.



Ilustración 3. Copa para vino blanco

Fuente: El autor

Las copas para vino blanco se caracterizan por ser más pequeñas y tener una apertura más estrecha que las de vino tinto, debido a que el vino blanco no necesita oxidarse tanto para percibir su aroma, por lo que la apertura más pequeña de la copa permite que el vino conserve su temperatura y no se caliente tanto, ya que con una apertura más grande existe mayor contacto con el aire haciendo que se disperse el calor o el frío más rápido.

Días de mayor afluencia de clientes en el restaurante Rosso Pastas y Vinos

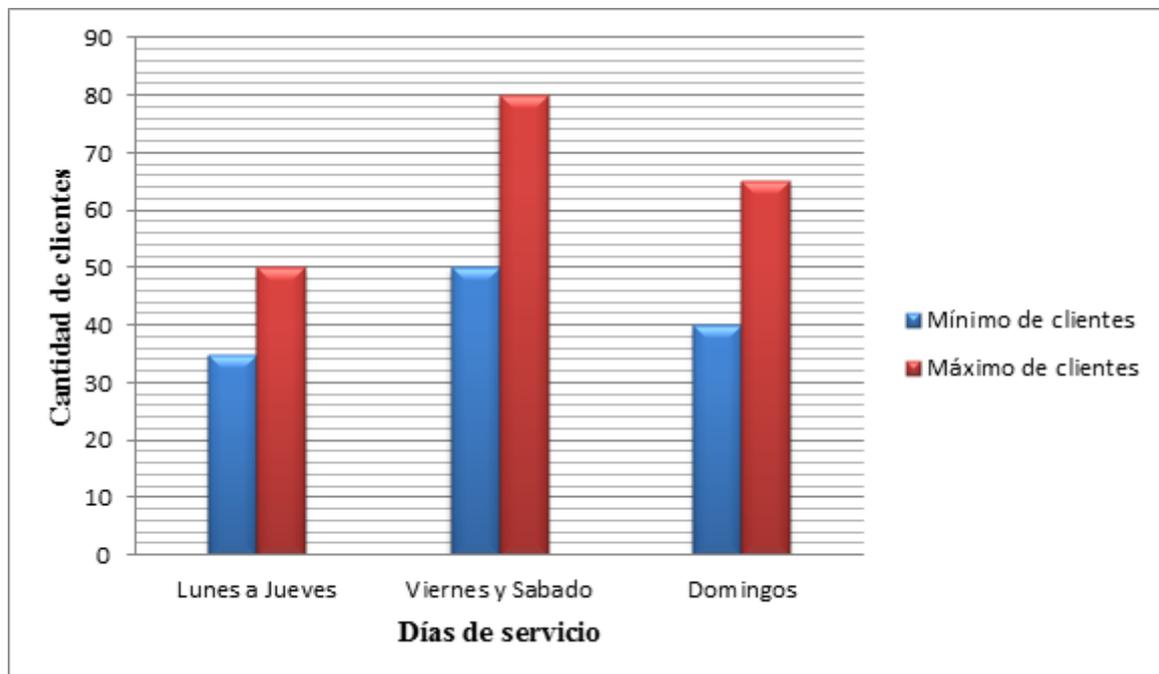


Ilustración 4. Días con mayor afluencia de clientes

Fuente: El autor

Como se puede observar mediante la representación del gráfico estadístico, se identifica que los días lunes a jueves asisten alrededor de 35 a 50 clientes, los viernes y sábados de 50 a 80 clientes y los domingos entre 40 a 65 clientes, dando como resultado que los días viernes y sábados son los más concurrentes en el restaurante Rosso Pastas y Vinos.

CONCLUSIONES

Mediante la visita in situ en el restaurante “Rosso Pastas y Vinos”, se logró obtener un listado de las cortesías que el establecimiento ofrecería a los clientes en caso de que se presente algún problema o inconveniente durante el servicio.

Los problemas durante el servicio en un establecimiento de alimentos y bebidas, pueden originarse por distintos factores, uno de ellos es el producto que se está ofreciendo, si la comida está bien preparada, con ingredientes frescos y de buena calidad. El servicio de atención al cliente encierra la mayoría de las situaciones en que se puede originar un problema, no hacer esperar al cliente por su pedido, recibirlo con un buen saludo y al despedirse de igual manera y sobre todo la actitud del personal durante el servicio, ya que el estrés puede ocasionar un desequilibrio emocional el cual se debe manejar y actuar con profesionalismo.

El personal que maneja el restaurante “Rosso Pastas y Vinos”, está correctamente capacitado y apto para el servicio de atención al cliente, ya que la mayoría son profesionales y han tenido experiencia en el servicio de restauración, lo cual es un aspecto positivo, ya que el cliente será entendido de manera eficiente reduciendo las posibilidades de que se presente problemas durante el servicio, y si se da el caso, el personal sabrá manejar la situación de la mejor manera posible, debido a la constante capacitación que reciben.

RECOMENDACIONES

Es muy importante que los restaurantes utilicen el vino como bebida acompañante, ya que muchos restaurantes no lo poseen en su menú, y existen personas que tienen cierta curiosidad por degustar y poder acompañar sus alimentos con un buen vino. Ya que esta bebida ha tenido mucha aceptación en países productores como Italia, España, Francia, Chile, etc., y en países no productores como es el caso de Ecuador, debido a que en algunos restaurantes ya cuentan con el servicio de vinos para los clientes.

Esto ayudaría al incremento económico no solo en los establecimientos de alimentos y bebidas, sino también al país, ya que muchos turistas locales como extranjeros que son amantes del vino acudirán a los restaurantes para degustar de esta bebida con sus alimentos.

Anexos



Ilustración 5. Entrevista sobre las cortesías al jefe del personal del restaurante "Rosso Pastas y Vinos"

Fuente: El autor

BIBLIOGRAFÍA

- Carvache Franco, M., Carvache Franco, W., Orden Mejía, M., & Macas López, C. (2017). Satisfacción y motivación de la demanda gastronómica en General Villamil Playas, Ecuador. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 68-84. Obtenido de <http://www.progep.ufal.br/seer/index.php/ritur/article/view/2710/2426>
- Gómez Conde, J., González Sánchez, M. B., & López Valeiras, E. S. (2012). ANÁLISIS DE LAS PRÁCTICAS DE CONTROL DE GESTIÓN EN EL ENOTURISMO: UN ESTUDIO EMPÍRICO EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DEL SUR DE GALICIA (ESPAÑA). *REVISTA DE CONTABILIDADE DO MESTRADO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS DA UERJ*, 32-49. Obtenido de <http://www.atena.org.br/revista/ojs-2.2.3-06/index.php/UERJ/article/view/1293/1203>
- López García, Z., & Michelena Fernández, E. (2014). Mejora del proceso de prestación del servicio en una instalación de servicios gastronómicos. *Ingeniería Industrial*, 34-44. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rii/v35n1/rii05114.pdf>
- Álvarez García, J., del Río Rama, M. d., Coca Pérez, J. L., & González Sanmartín, J. M. (2014). Turismo enológico y ruta del vino del ribeiro en Galicia-España. *Estudios y perspectivas en turismo*, 706-729. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322014000400004&script=sci_arttext&tlng=en
- Botía Sanabria, M. L., & Orozco Pulido, L. H. (Junio de 2012). Competencias en servicio al cliente y efectividad en solución de problemas : Sus características en el sector turismo. *Estudios y perspectivas en turismo*, 646-662. Obtenido de [sciELO.org.ar](http://www.scielo.org.ar): http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322012000300006

- Cabrera, S. (septiembre de 2013). La fidelización del cliente en negocios de restauración. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.*, 155-164. Obtenido de scielo.org.a: <http://www.scielo.org.ar/pdf/ccedce/n45/n45a14.pdf>
- Correia Paulino, G., Araújo Lucena, D. W., Fernandes Madruga, L. C., Leão de Menezes, P. D., & Rafael de Sousa, P. P. (2012). Gestión de calidad del servicio de alimentos y bebidas : La importancia del manipulador de alimentos en la calidad del servicio hotelero de la ciudad de João Pessoa, Brasil. *Estudios y perspectivas en turismo*, 763-777. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-1732201200300012
- Fuentes Blasco, M., & Moliner Velázquez, B. (2014). Antecedentes del éxito de la relación entre restaurantes y sus clientes. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 99-112. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/818/81831420008.pdf>
- Moliner Velázquez, B. (2012). El boca-oído de clientes insatisfechos: Un enfoque de segmentación en servicios de restaurantes. *Universia Business Review*, 30-47. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/433/43323186002.pdf>
- Ramos Iglesias, L., Segura Domínguez, A., González Catalá, Y., & Alonso Suárez, A. (2012). EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE EFICACIA Y EFICIENCIA EN RESTAURANTES. CASO: RESTAURANTE ESPECIALIZADO EN COMIDA INTERNACIONAL. *Ingeniería industrial*, 51-67. Obtenido de <http://revistas.ubiobio.cl/index.php/RI/article/view/35/35>