



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TÍTULO:

**INGENIERO(A) EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
TURISTICAS Y HOTELERAS**

AUTORES:

Camacho Quiñonez, Livia Vannesa

Jurado Calvo, Julio César

**“Estudio del nivel de servicio, en el área de Alimentos y Bebidas del
Terminal Terrestre de Guayaquil, asociado con la satisfacción de los
usuarios”.**

TUTORA:

Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Livia Vannesa Camacho Quiñonez** y **Julio César Jurado Calvo**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **INGENIEROS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS**.

TUTORA

Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Livia Vannesa Camacho Quiñonez**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación “**Estudio del nivel de servicio, en el área de Alimentos y Bebidas del Terminal Terrestre de Guayaquil, asociado con la satisfacción de los usuarios.**” previo a la obtención del Título **de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado 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 30 días del mes de agosto del año 2014

EL AUTOR

Livia Vannesa Camacho Quiñonez



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Julio César Jurado Calvo**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación “**Estudio del nivel de servicio, en el área de Alimentos y Bebidas del Terminal Terrestre de Guayaquil, asociado con la satisfacción de los usuarios.**” previo a la obtención del Título **de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado 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 30 días del mes de agosto del año 2014

EL AUTOR

Julio César Jurado Calvo



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Livia Vannesa Camacho Quiñonez

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“Estudio del nivel de servicio, en el área de Alimentos y Bebidas del Terminal Terrestre de Guayaquil, asociado con la satisfacción de los usuarios.”** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014

AUTOR:

Livia Vannesa Camacho Quiñonez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Julio César Jurado Calvo

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“Estudio del nivel de servicio, en el área de Alimentos y Bebidas del Terminal Terrestre de Guayaquil, asociado con la satisfacción de los usuarios.”** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014

AUTOR:

Julio César Jurado Calvo

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios principalmente por mantenerme con vida al igual que a todas las personas que conforman mi familia.

A mi mama por apoyarme en todo lo que efectúo, gracias por aconsejarme para que realice lo que me proponga con responsabilidad y ahínco. A mis hermanas que siempre me han ayudado en lo que está a su alcance.

Agradezco a nuestra Tutora, Mgs. Karla Ramírez por su ayuda durante estos meses.

A mi compañero de Trabajo, por la tranquilidad y las risas compartidas en este lapso de elaboración.

A todos los que de alguna manera han contribuido de manera positiva en mi vida.

Livia Vannesa Camacho Quiñonez

AGRADECIMIENTO

Agradecimiento a Dios como ser supremo que nos guía en cada uno de nuestros días, por darnos la inteligencia, retos y paciencia para seguir adelante junto a Él.

A mi mamá, papá, hermano, hermanas, mis abuelas Guga Ayala y Rina Costa y a toda mi familia que estuvo presente mediante su apoyo incondicional.

Agradezco a nuestra Tutora, Mgs. Karla Ramírez por su constante ayuda durante este proceso, ya que sin ella no hubiera podido ser posible este proyecto en el cual nos guió paso a paso para la finalización de nuestro trabajo de titulación.

A mi amiga Livia, compañera de trabajo, en el cual agradezco su paciencia y apoyo hacia mí.

Y a todos los que fueron parte de mis inicios educativos que fueron fundamentales para cumplir paso a paso mis objetivos.

Julio César Jurado Calvo

DEDICATORIA

Dedico mi Trabajo de Titulación a mi madre, hermanas y sobrinos.

Livia Vannesa Camacho Quiñonez

Dedico mi Trabajo de Titulación a Dios, mis padres, hermanos y a mis abuelas Guga Ayala y Rina Costa.

Julio César Jurado Calvo



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CALIFICACIÓN

Apellidos y nombres	Nota final del Tutor
CAMACHO QUIÑONEZ LIVIA VANNESA	
JURADO CALVO JULIO CESAR	

Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.

Tutora

ÍNDICE GENERAL

Contenido

CAPITULO I	16
INTRODUCCIÓN	16
DESARROLLO DEL PROYECTO	17
TEMA DE TITULACION.....	17
“Estudio del nivel de servicio, en el área de Alimentos y Bebidas del Terminal Terrestre de Guayaquil, asociado con la satisfacción de los usuarios.”	17
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
FORMULACION DEL PROBLEMA.....	19
¿Cómo influye la calidad del servicio de Alimentos y Bebidas ofrecido en el Terminal Terrestre de Guayaquil, en la satisfacción de sus clientes?	19
ANTECEDENTES	20
JUSTIFICACION DEL TEMA	23
OBJETIVOS	24
Objetivo General:.....	24
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	25
MARCO TEÓRICO.....	26
MARCO LEGAL.....	29
MARCO CONCEPTUAL	30
MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	31
CAPITULO II.....	32
MÉTODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN.....	32
CAPITULO III.....	35
DIAGNOSTICO DEL ESTADO ACTUAL DEL PATIO DE COMIDAS DEL TERMINAL TERRESTRE DE GUAYAQUIL.....	35

CAPITULO IV	43
PLAN DE MEJORAS.....	43
ADECENTAMIENTO DEL PATIO DE COMIDAS	47
BAÑOS.....	47
VARIOS.....	52
CAPITULO V	54
PRESUPUESTO DE IMPLEMENTACIÓN	54
CAPITULO VI.....	55
CONCLUSIONES	55
RECOMENDACIONES.....	55
BIBLIOGRAFÍA	56
ANEXOS	57

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 - VARIABLES.....	34
TABLA 2 - CHECKLIST "CLIENTE MISTERIOSO"	46
TABLA 3 - PRESUPUESTO IMPLEMENTACION	54

ÍNDICE DE GRÁFICOS

ILUSTRACIÓN 1 - CONCENTRACION DE LA DEMANDA NACIONAL	20
ILUSTRACIÓN 2 - ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS REGISTRADOS	21
ILUSTRACIÓN 3 - ECUADOR, PAIS FAVORITO	21
ILUSTRACIÓN 4: TAMAÑO MUESTRAL.....	33
ILUSTRACIÓN 5 - FRECUENCIA DE CONSUMO EN EL PATIO DE COMIDAS	35
ILUSTRACIÓN 6 - EPOCA DE CONSUMO.....	36
ILUSTRACIÓN 7 - CARACTERISTICAS IMPORTANTES.....	37
ILUSTRACIÓN 8 - INCONVENIENTES	38
ILUSTRACIÓN 9 - INFRAESTRUCTURA	39
ILUSTRACIÓN 10 - NIVEL DE SERVICIO	40
ILUSTRACIÓN 11 - ORGANIZACION	41
ILUSTRACIÓN 12- MEJORAS	42
ILUSTRACIÓN 13 - ASPECTOS CLAVE DEL SERVICIO	44
ILUSTRACIÓN 14 - UNIFORMES PERSONAL DE LIMPIEZA TTG	48
ILUSTRACIÓN 15 - COLOR DE UNIFORME RECOMENDADO.....	48
ILUSTRACIÓN 16 - ACUERDO INTRAMINISTERIAL	50
ILUSTRACIÓN 17 - ACUERDO INTRAMINISTERIAL	51
ILUSTRACIÓN 18 - COMPRAS PUBLICAS	53
ILUSTRACIÓN 19 - TERMINAL TERRESTRE DE GUAYAQUIL	57
ILUSTRACIÓN 20 - TERMINAL TERRESTRE GE.....	57
ILUSTRACIÓN 21- VISITA DE CAMPO.....	58
ILUSTRACIÓN 22 - PATIO DE COMIDAS TTG	58

RESUMEN

El presente Trabajo de Titulación está orientado a optimizar la atención al cliente, así brindar un buen servicio y satisfacer las necesidades de cada uno de ellos.

Es importante mejorar el servicio al cliente a través de la implementación de un plan de mejoras que ha sido elaborado a base de las experiencias de los usuarios frecuentes del Terminal Terrestre de Guayaquil,

Entre lo que se incluye capacitación a todos los empleados del Patio de Comidas del Terminal Terrestre de Guayaquil, a través del Plan Nacional de Capacitación que ofrece el MINTUR, con el objetivo de mejorar la atención al cliente y tengan siempre presente que sin clientes no hay empresa.

Palabras Claves: atención al cliente, servicio al cliente, satisfacción, clientes, capacitación, MINTUR, empresa.

ABSTRACT

This Work Degree is aimed to optimizing the customer, provide good service and satisfy the needs of them.

It is important to improve customer service through the implementation of an improvement plan that has been developed based on the experiences of frequent users of the Bus Terminal in Guayaquil.

Training for all employees of the Food Court from the Bus Terminal in Guayaquil is included, through the National Training Plan offers by MINTUR, with the aim of improving customer service and always keep in mind that without customers there is no company.

Key Words: customer care, customer service, satisfaction, customers, training, MINTUR, company.

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

El presente es un Trabajo de Titulación de alumnos de la Carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, el que se enfoca básicamente en una investigación teniendo como tema: **“Estudio del nivel de servicio, en el área de Alimentos y Bebidas del Terminal Terrestre de Guayaquil, asociado con la satisfacción de los usuarios.”**

El principal objetivo es conocer si los usuarios del Terminal Terrestre de Guayaquil se encuentran satisfechos con los servicios que les ofrece el Patio de comidas, y de no ser así, crear un plan de mejoras para que su opinión hacia mencionado lugar sea favorable.

Para dicho trabajo se realizó una recopilación de datos generales sobre el Terminal Terrestre, se llevó a cabo un piloto de preguntas que luego nos sirvieron para realizar la encuesta final, se obtuvo resultados y se elaboró un diagnóstico de la situación actual del Patio de Comidas del Terminal Terrestre; finalmente el Plan de Mejoras, que incluyen sugerencias hechas por los usuarios frecuentes del terminal.

Se espera que el Trabajo de Titulación sea útil para futuras investigaciones y seguimientos que se realicen con el fin de mejorar el Servicio al Cliente en ciertos sectores del país.

DESARROLLO DEL PROYECTO

TEMA DE TITULACION

“Estudio del nivel de servicio, en el área de Alimentos y Bebidas del Terminal Terrestre de Guayaquil, asociado con la satisfacción de los usuarios.”

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El servicio de alimentos y bebidas es una opción que la mayoría está dispuesta a elegir antes de realizar un largo viaje por lo que se ha pensado que el Patio de Comidas ubicado en el Terminal Terrestre es un punto clave para dichas personas.

En repetidas ocasiones se ha notado que existe ausencia de capacitación a los empleados, muchos de los propietarios han abierto los locales por la necesidad de obtener ingresos encontrando así la posibilidad de captar a turistas que llegan y salen de la ciudad, sin tomar en cuenta factores indispensables para que no falle la cultura de servicio.

Muchas situaciones originadas por este problema generan críticas que deben eliminarse por completo, aunque el principal motivo por el que los turistas visitan nuestro país es debido a sus hermosos e internacionalmente premiados lugares, no debe olvidarse el hecho de que los prestadores de servicios son quienes deben brindar una estadía placentera con el objetivo de que regresen gustosos y sus comentarios provoquen acogida del país a sus allegados.

Una de las bases para realizar esta investigación es dar a conocer lo que sucede en el Terminal Terrestre en cuanto la satisfacción de los servicios de alimentos y bebidas.

Por esto una vez encontrado el origen de la problemática, *es decir que el servicio de alimentos bebidas en el terminal terrestre es deficiente*, se procederá a encontrar el origen del mal servicio a través de la recolección de datos y así concluir de manera precisa con posibles soluciones, además de aplicarlas para el mejoramiento del servicio.

Aunque muchas de las personas que trabajan en dichos lugares podrían oponerse a la posible solución es importante darles a conocer los beneficios tendrían al implementar normas en su modo de trabajo

FORMULACION DEL PROBLEMA

Para formular el tema de manera adecuada, se planteó la pregunta:

¿Cómo influye la calidad del servicio de Alimentos y Bebidas ofrecido en el Terminal Terrestre de Guayaquil, en la satisfacción de sus clientes?

Lo cual nos ayudará a solucionar el problema planteado que es:

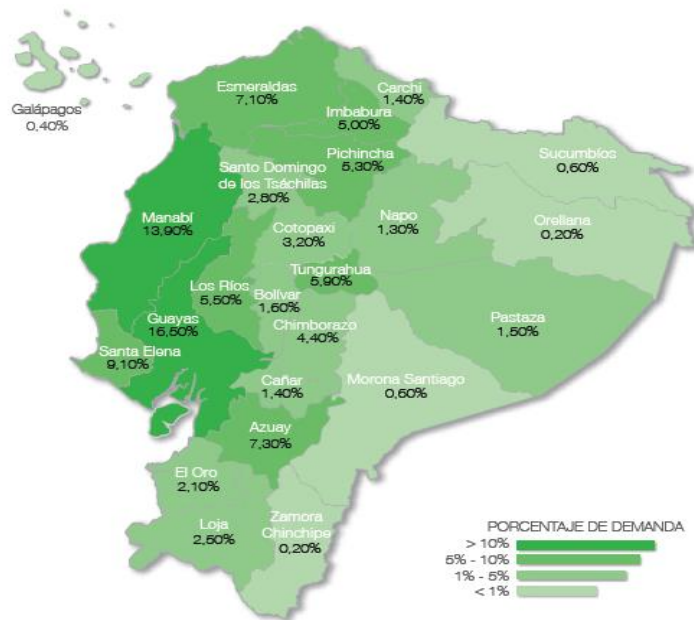
La insatisfacción de los usuarios que visitan el Terminal Terrestre y que utilizan los servicios de alimentos y bebidas.

ANTECEDENTES

Según el Ministerio de Turismo en el 2013 Ecuador recibió 1366.269 turistas, de los cuales el 28% llega vía terrestre.

Las ciudades preferidas para visitar por los turistas nacionales durante el año 2011 fueron Guayaquil con un 8,1% del total de visitantes, Quito (6,1%), General Villamil Playas (3,5%), Salinas (3,4%) y Atacames (3,4%). (Turismo, 2011)

Ilustración 1 - Concentracion de la demanda nacional



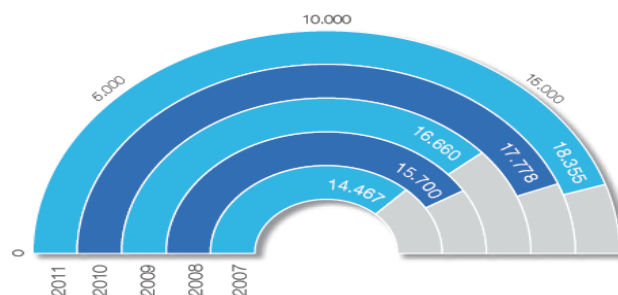
AUTOR: BANCO FOTOGRÁFICO, MINTUR

FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO

Por otra parte, el gasto turístico promedio del turista nacional asciende a USD \$94 con una estadía promedio estimada de 3 noches.

Durante el período 2007-2011 se presentó un incremento del 26,87% de establecimientos registrados en el Ministerio de Turismo y un aumento del 3,24% entre los años 2010 y 2011. (MINTUR, 2011)

Ilustración 2 - ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS REGISTRADOS



AUTOR: BANCO FOTOGRÁFICO, MINTUR
FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO

Según la información proporcionada por el Ministerio de Turismo hay cierta diferencia entre los turistas nacionales y extranjeros en algunas características,

Considerando una escala del nivel 1 al 10, el 91% de los turistas no residentes manifiesta que regresaría al Ecuador calificando muy positivamente en la escala del 8 al 10, mientras que un 9% otorga una calificación del 1 al 7.

El 92% de los turistas no residentes recomienda visitar el Ecuador con una calificación de 8 a 10, mientras que un 8% evalúa en el nivel del 1 al 7 de la escala. (Turismo, 2011)

El 71% de los turistas no residentes considera a Ecuador como su país favorito en Latinoamérica.

Ilustración 3 - ECUADOR, PAIS FAVORITO



La visita a familiares y amigos es el principal motivo de desplazamiento de los turistas internos, seguido de las vacaciones, recreo y ocio, cuyos registros alcanzan el 46,31% y 33,14% en su orden.

El gasto del turista interno está compuesto en su mayoría por el rubro que corresponde a Alimentos y Bebidas (34,24%) y un 29,05% que corresponde a gasto de transporte.

El 51,12% de los viajes fueron realizados por autobús como principal medio de transporte, el 39,59% se movilizaron en vehículo propio. (Turismo, 2011)

La Fundación Terminal Terrestre de Guayaquil, entidad de derecho privado, sin fines de lucro, de acción social y cívica, con domicilio en la ciudad de Guayaquil, fue constituida de acuerdo a las disposiciones del Título XXIX, del Libro Primero del Código Civil, mediante Acuerdo Ministerial No. 5519 del 1 de febrero de 2002, en el cual el Subsecretario de Bienestar Social del Litoral aprobó su Estatuto y le concedió personería jurídica.

Esta Fundación tiene como fin conseguir la transformación, mejoramiento, administración y mantenimiento de la Terminal Terrestre de Guayaquil, o nuevas terminales, de considerarlo necesario; y, en ambos casos, en forma directa o mediante delegación a empresas mixtas o privadas, por medio de modalidades de concesión, asociación, capitalización o cualquier otra forma contractual prevista en la Ley de Modernización del Estado o en nuevas disposiciones legales que se dictaren.

En El Terminal Terrestre de Guayaquil circulan diariamente 99.838 usuarios, un promedio de 65.000 pasajeros salen de la Terminal todos los días, 6.160 buses urbanos ingresan diariamente.

El Terminal Terrestre tiene un promedio anual de 43 millones de visitantes, usuarios y pasajeros, los que generalmente vienen o van hacia otros lugares, muchos de ellos a realizar turismo, sus viajes pueden ser largos y muchos deciden alimentarse en el Patio de Comidas del Terminal Terrestre de Guayaquil antes de emprender su viaje.

El Terminal Terrestre de Guayaquil en su última Rendición de Cuentas indica que su misión es: **“Brindar servicios de calidad a los usuarios y clientes de la Terminal Terrestre de Guayaquil y su Centro Comercial de manera eficiente y autosustentable.”**

El primero valor que el Terminal Terrestre de Guayaquil señala en este documento es: **Servicio al cliente** y lo define como: Atender con diligencia las necesidades de nuestros clientes internos y externos. (Fundacion Terminal Terrestre de Guayaquil, 2009 - 2012)

Muchos han vivido una situación en la que antes de viajar desean comer algo, y la única opción son los locales ubicados dentro de este lugar, y aunque tal vez no estén

acostumbrados a comer fuera de casa, la mayoría espera que el servicio si bien es cierto no sea como en un restaurante de primera, si como lo merecen.

Calidad, servicio y satisfacción del cliente, y aunque muchos no conocen el significado de estas palabras, las personas relacionadas con el ámbito turístico saben que son conceptos fundamentales, los que más adelante ampliaremos, es por este motivo que el principal objetivo de esta investigación es dar a conocer que lo que sucede en el país en el control de servicio y calidad, por esto una vez encontrado el origen de la problemática, es necesario informar con datos y concluir de manera precisa posibles soluciones, además de aplicarlas para el mejoramiento del servicio.

JUSTIFICACION DEL TEMA

Muchas personas deciden inclinarse por la resignación ante el mal servicio, obteniendo como resultado la falta de políticas que ayuden a controlar la calidad y el cumplimiento de normas referentes al servicio al cliente, dejando todo en manos de los propietarios quienes no dan soluciones a los problemas originados.

En Ecuador existen diversos lugares que ofrecen el servicio de Alimentos y Bebidas, este trabajo investigativo se lleva a cabo con la finalidad de conocer la inconformidad y con ella generar una propuesta que permita elevar la calidad del servicio turístico, para lo cual es necesario hacer un estudio profundo ya que servirá de respaldo para todos aquellos que viven del turismo como los vendedores, guías turísticos, mini-empresarios, hoteleros, etc.

OBJETIVOS

Objetivo General:

Identificar la importancia que tiene el brindar un servicio de calidad dentro del turismo, analizando la concurrencia de personas al Terminal Terrestre de Guayaquil, con el fin de mejorar la comunicación entre turistas y personal que les ofrece servicios.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Conocer la opinión del turista sobre la calidad de los servicios que reciben dentro del Terminal Terrestre de Guayaquil.

- Determinar si el servicio en general (infraestructura, personal, ambientación) del Patio de Comidas en el Terminal Terrestre de Guayaquil es apropiada para la cantidad de personas que lo frecuentan.

- Establecer un plan de mejoras, enfocado en el servicio al cliente en el Terminal Terrestre de Guayaquil, en temporadas altas y feriados.

MARCO TEÓRICO

El concepto de calidad es utilizado desde las primeras civilizaciones donde el hombre era nómada y su medio de vida era la caza y la recolección de frutos, en ese entonces la calidad se basaba en inspeccionar y seleccionar lo mejor.

Pero el concepto de calidad tomo mayor importancia por los años 50's donde aparece **Edwards Deming** quien fue el más importante en el estudio de la calidad, se le reconoce que logro cambiar la mentalidad de los japoneses al hacerles entender que la calidad es un “arma estratégica”.

Demostrando los altos costos que una empresa genera cuando no tiene un proceso planeado para administrar su calidad.

Deming mejoro el círculo de calidad propuesto por **Shewhart**, el cual consiste en localizar el problema y atacarlo de raíz, a través de 4 etapas las cuales son “Planear, Hacer, Verificar y Actuar”. (Arévalo, 2007)

Por otro lado, tenemos la palabra servicio, que se deriva del latin ‘servitum’ que significaba esclavitud, actualmente su significado viene a ser otro.

Se entiende por *servicio en restauración* a la puesta a disposición del cliente de una competencia humana, siendo ésta algo intangible por lo que tiene de relación entre cliente y empleado y por lo tanto muestra un valor variable (el servicio recibido por el cliente cubre sus necesidades y éstas pueden variar según el momento y los individuos).

Por eso resulta fundamental a la hora de prestar un buen servicio que el profesional conozca los productos ofertados y que sepa transmitir esa información al cliente.

Por eso diremos: ***“Que la relación entre cliente y empleado debe ser un valor añadido en la satisfacción del cliente a cambio del pago de los bienes consumidos, al margen de las circunstancias y la categoría del establecimiento”.***

El servicio que se le presta al cliente de manera satisfactoria, al contrario que el resto de los bienes ofertados por la empresa, no tiene ningún coste adicional, (una sonrisa, un trato educado, una palabra amable ante la demanda de información por parte del cliente, etc, no repercute en los costes del establecimiento).

En el lado opuesto podemos decir que la decepción en la atención recibido por el cliente está cargada de costes para la empresa, éstos son directos motivados por las quejas y

reclamaciones y sobretodo indirectos por aquellos clientes que sin expresar su decepción sienten frustradas sus expectativas. Podemos considerar que un cliente insatisfecho producirá la perdida de 12 posibles clientes potenciales (mediante el boca a boca), entendiendo que resulta mucho más caro para la empresa conseguir nuevos clientes que mantener los que ya tiene. Por eso la importancia de un **“buen servicio”**.

Gracias a **Francisco García Ortiz, Pedro Pablo García Ortiz, Mario Gil Muela**, quienes en el libro **Técnicas de servicio y atención al cliente** describieron los factores que inciden en un mal servicio, entre lo que se encuentra:

1. **Los motivados por las actitudes sociales:** existen una serie de actitudes sociales que pueden condicionar la relación con el cliente, etimológicamente la palabra “servicio” deriva del latín “servitum” palabra que significa esclavitud a nivel histórico podemos decir que en la época de los romanos el servicio corría a cargo de los esclavos y después con el paso de los años venía muy diferenciada la clase social de los que servían en función a los servidos y que en la actualidad donde la diferencia social ha quedado totalmente diluida en una sociedad abierta y para nada clasista el significado de la palabra “servicio” es muy diferente y así podemos hablar de servidores públicos (policías, maestros, etc.) o del buen servicio que ha prestado un doctos o un abogado.

Pero existen ideas sociales derivadas del pensamiento sobre la palabra servicio que consideran una relación entre esta palabra y su relación con el servilismo o cercana a éste, que atenta contra todo principio de igualdad. Este planteamiento puede afectar de forma clara al trato recibido.

En este sentido la propina es considerada en muchos casos una dádiva (cosa que se da graciosamente) como forma de conseguir privilegios o consideración, viene a reforzar la idea anterior. Debemos entender que existe una gran diferencia entre servicio y servilismo al margen de la retribución recibida y que las propinas no deberían ser un condicionante para el cliente a la hora de recibir un buen servicio ni para el camarero a la hora de percibir un sueldo suficiente.

Por otro lado planteamientos discriminatorios por sexo o condición no tendrían que afectar a la relación entre cliente y empleado.

2. **Las políticas de gestión aplicadas por las empresas** también influyen de forma importante en el servicio que se presta. La selección de personal y la valoración de las aptitudes para el trato con el cliente presentadas por el trabajador deberían tenerse muy en cuenta.

3. ***La formación de los empleados*** resulta fundamental a la hora de prestar un buen servicio y se hace fundamental que las empresas apuesten por políticas de formación para sus empleados (valga el ejemplo de que un camarero que tenga formación como sumiller por un lado podrá informar al cliente y asesorarle sobre las bebidas a consumir lo que incidirá en un mayor grado de satisfacción por el servicio recibido pero por otro lado a través de esos conocimientos puede programar una mayor rotación de los vinos, buscar los más idóneos y los mejores en relación a la calidad y el precio).

4. ***La motivación del personal*** se hace necesaria, un personal que se siente parte de la empresa y valorado dentro de la misma, que participa de sus problemas y de sus logros que tiene un salario justo y unas condiciones laborales dignas, será un trabajador contento que transmitirá esa situación al cliente.

El personal de servicios:

El personal de servicios debe presentar una serie de aptitudes que le capaciten para el normal desarrollo del oficio y desarrollar una serie de actitudes que le permitan ser un buen profesional.

En cuanto a las primeras podemos hablar de:

1. Resistencia física para permanecer largos periodos de pie.
2. Memoria visual para quedarnos con la cara de los clientes y poder relacionar a cada cliente con su nombre y gustos.
3. Memoria auditiva para poder retener las peticiones de los clientes y las órdenes de los superiores.
4. Destreza manual para poder realizar las distintas practicas a desarrollar en nuestro trabajo con un mínimo de soltura.
5. Buena comprensión para entender las demandas solicitadas por el cliente.
6. Buena fluidez verbal.
7. Rapidez de reflejos a la hora de realizar nuestro trabajo.
8. Agudeza olfativa y gustativa que nos permita poder describir organolépticamente los productos con los que trabajamos.

De las segundas se cita:

1. Educación, respeto y sobretodo comprensión.
2. Pulcritud y limpieza.
3. Amabilidad.
4. Responsabilidad y puntualidad.
5. Discreción por lo que vemos y oímos.

6. Orden, método y organización.
7. Curiosidad por aprender.

Tenemos que entender que a lo largo de nuestra vida una parte muy importante de ese tiempo lo pasamos trabajando y cuando vamos a trabajar tenemos dos opciones: la primera es la de disfrutar del trabajo, tratar de pasarlo bien, sentirnos satisfechos viendo que el cliente disfruta con el servicio que le hemos prestado y mostrar siempre una tremenda curiosidad por todo lo que nos rodea (saber de dónde vienen los productos con los que trabajamos, como se elaboran éstos, etc.). Por contra podemos ir a trabajar con mala cara, amargados, prestar al cliente un servicio deficiente, no tener ilusión por lo que hacemos y ninguna curiosidad hacia los productos con los que trabajamos. Todo esto nos puede acarrear problemas en la empresa que llevado a los límites nos puede suponer incluso la pérdida del puesto de trabajo.

Pero lo que nos tiene que quedar muy claro es que en esta vida salvo contadas excepciones a la inmensa mayoría de las personas nos toca trabajar durante muchos años. Así que tratemos de convertir esa obligación en algo que nos sirva para crecer tanto como ciudadanos como profesionales y si ante esta actitud positiva y ese interés por conocer nos sirve para tener una mayor cualificación y esa mayor preparación nos posibilita acceder a puestos de mayor responsabilidad y más remunerados pues tanto mejor para nosotros.

Por otro lado aplicando el siguiente dicho popular “el que tiene vergüenza, ni come ni almuerza” tenemos que entender que el profesional de servicios realiza su trabajo cara al público y que en muchos casos por el carácter introvertido del mismo le cuesta mucho vencer la timidez. En estos casos la sugerencia es que el profesional se tome esta limitación como un reto profesional que es capaz de vencer con la práctica. Esta práctica se la proporcionara el tratar con el cliente y también se lo puede plantear como si estuviera haciendo la interpretación de un papel en una obra de teatro, lo cual le puede predisponer de forma más positiva para poder encarar este tipo de situaciones delante del cliente. (Francisco García Ortiz, 2009)

MARCO LEGAL

La **FUNDACIÓN TERMINAL TERRESTRE DE GUAYAQUIL**, es una persona jurídica, sin fines de lucro, de acción social y cívica, cuyo objeto consiste, principalmente, en la administración, transformación y mejoramiento de la Terminal Terrestre de esta ciudad, sus socios fundadores son:

- Municipio de Guayaquil
- La Junta Cívica
- Comisión de Tránsito de la Provincia del Guayas.

MARCO CONCEPTUAL

Ciente: El cliente es definido por *Albrecht y Bradford (1990)* como la razón de existir de nuestro negocio.

Ciente: Usuario indispensable para el servicio en el Terminal Terrestre de Guayaquil.

“Quien no sea capaz de sonreír que no ponga un negocios” – **Proverbio Chino**

Pero ¿quién es el cliente? Según el autor del libro *Atención al cliente y aplicación de técnicas de venta:*

Es la persona más importante en nuestro negocio (actividad).

Las personas de la que dependemos, nunca ellos de nosotros.

Las personas que nos hacen un favor cuando entran, no les hacemos un favor cuando les atendemos.

Atención al cliente: Es el «conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes» (Blanco, 2001).

Atención al cliente: Espacio en donde el usuario accede por un servicio o producto cubriendo su necesidad, ya sea de transportación o alimentos

Calidad: Según Philip Crosby calidad consiste en satisfacer las exigencias de los clientes, prevenir es mejor que inspeccionar.

Calidad: Control de normal en el cual se rigen para brindar un servicio de excelencia sea de alimentos o servicios.

Servicio: *Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo según Koetler.*

Servicio: Acción mediante el cual el usuario hace uso de ellos, como el transporte o los servicios de alimentos y bebidas.

Turismo: Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual, por un período superior a un día e inferior a un año, por ocio, negocios u otros motivos.

Turismo: Viajes continuos que se realizan a diario de un lugar a otro en la ciudad de Guayaquil partiendo desde el Terminal Terrestre.

Mantenimiento: citando a Antonio Blandón en su libro “manual de gerente de alimentos y bebidas” (2006) es el equipo técnico especializado en todas las ramas industriales necesarias para correcto funcionamiento de las instalaciones del establecimiento.

Mantenimiento: Constante supervisión en el espacio donde se relaciona al usuario y su interacción.

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

Para hallar la respuesta a la problemática y descubrir que es lo que se necesita en el sector turístico, específicamente en el Área de Alimentos y Bebidas del Terminal Terrestre de Guayaquil se usara el Libro TECNICAS DE SERVICIO Y ATENCION AL CLIENTE, 2da Edición por Francisco García Ortiz, Pedro Pablo García Ortiz y Mario Gil Muela, 2011.

Además se ha tomado como referencia la teoría de Calidad propuesta por Deming: Planificar, Actuar, Hacer y Verificar.

CAPITULO II

MÉTODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN

La investigación a realizar será de tipo social, siguiéndose el proceso de INVESTIGACIÓN SERVICIO, lo que conlleva una investigación bibliográfica y de campo.

Las investigaciones bibliográficas se realizaron en libros de la Biblioteca de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y en Internet, con el fin de conocer profundamente todos los ámbitos conceptuales que abarca la realización de este estudio

La investigación de Campo se realizara por medio de observaciones, encuestas e interacción con los usuarios. A través de las observaciones poder notar varios puntos de vista, los cuales más adelante con las encuestas y con los testimonios de los usuarios, poder conocer el estudio que fue analizado en el patio de comidas del Terminal Terrestre de Guayaquil.

Al conocer el problema, realizar observaciones y buscar testimonios acompañados de fotos, para conocer el tipo de servicio y calidad que se brinda a los usuarios y el grado de interés de los clientes por un mejor servicio.

Población

La población por analizar está localizada en el patio de comidas, que según estadísticas propias de dicho lugar son aproximadamente 100.000 personas las acuden diariamente al Terminal Terrestre de Guayaquil, en donde se sacará una muestra de estudio y análisis., se debe mencionar que se ha creado un perfil para el encuestado; quien debe usar o haber consumido alguna vez el Patio de Comidas del terminal Terrestre de Guayaquil, no existe un límite de edad, ni distinción de ningún tipo.

CÁLCULO DEL TAMAÑO POBLACIONAL:

Para obtener el diagnóstico de la situación actual del Patio de Comidas del Terminal Terrestre se ha llevado a cabo una encuesta, obteniendo el tamaño de muestra cómo se puede observar en el gráfico.

Ilustración 4: TAMAÑO MUESTRAL

Total de la población (N) (Si la población es infinita, dejar la casilla en blanco)	100000
Nivel de confianza o seguridad (1- α)	95%
Precisión (d)	3%
Proporción (valor aproximado del parámetro que queremos medir) (Si no tenemos dicha información $p=0.5$ que maximiza el tamaño muestral)	5%
TAMAÑO MUESTRAL (n)	202
EL TAMAÑO MUESTRAL AJUSTADO A PÉRDIDAS	
Proporción esperada de pérdidas (R)	5%
MUESTRA AJUSTADA A LAS PÉRDIDAS	213

ELABORACION: Beatriz López Calviño, Salvador Pita Fernández, Sonia Pértega Díaz, Teresa Seoane Pillado.

FUENTE: Unidad de epidemiología clínica y bioestadística,
Complejo Hospitalario Universitario A. Coruña

La población está dada por el número de personas que visitan el Terminal Terrestre de Guayaquil, siendo 213 nuestro tamaño muestral seleccionado.

Variables

Tabla 1 - VARIABLES

Variable independiente	Variable dependiente
El servicio del patio de comidas del Terminal Terrestre de Guayaquil es percibido como malo.	Experiencia del consumidor y la seguridad alimentaria es mala a causa de las instalaciones y de las prácticas de Alimentos y Bebidas.

Herramientas

Diferentes técnicas que se emplearan en el presente trabajo, técnicas que harán posible la investigación y a la ejecución del estudio entre las cuales se usan:

Encuestas

Las encuestas se las realizará con el fin de saber el conocimiento que tienen los usuarios del terminal terrestre sobre la calidad de un servicio y producto. Además poder conocer las opiniones de los usuarios quienes son los que pueden ayudar a mejorar el servicio que se les ha brindado hasta ahora. Para ver la encuesta dirigirse a la sección: Anexos.

Estudio de documentos

Los documentos revisados en los diferentes medios como biblioteca e internet ayudaran a conocer los principios de servicio en el sector en el que estamos estudiando para poder realizar la reseña, además de poder verificar la existencia de la inspección de calidad y en qué medida afecta o favorece a los clientes.

Trabajo de campo

El trabajo de campo consiste no sólo en realizar observaciones, sino en interactuar con los clientes para conocer personalmente su opinión acerca del servicio que reciben a diario. Es por esto que visitaremos el Patio de Comidas del Terminal Terrestre para experimentar personalmente lo que sucede y evidenciarlo a través de las encuestas que realizaremos.

Evidencias Visuales

Como respaldo a las observaciones realizadas de forma directa, captar en fotos/videos todas aquellas estructuras, servicios, productos, espacio, etc. que se brinda en el lugar estudiado.

CAPITULO III

DIAGNOSTICO DEL ESTADO ACTUAL DEL PATIO DE COMIDAS DEL TERMINAL TERRESTRE DE GUAYAQUIL

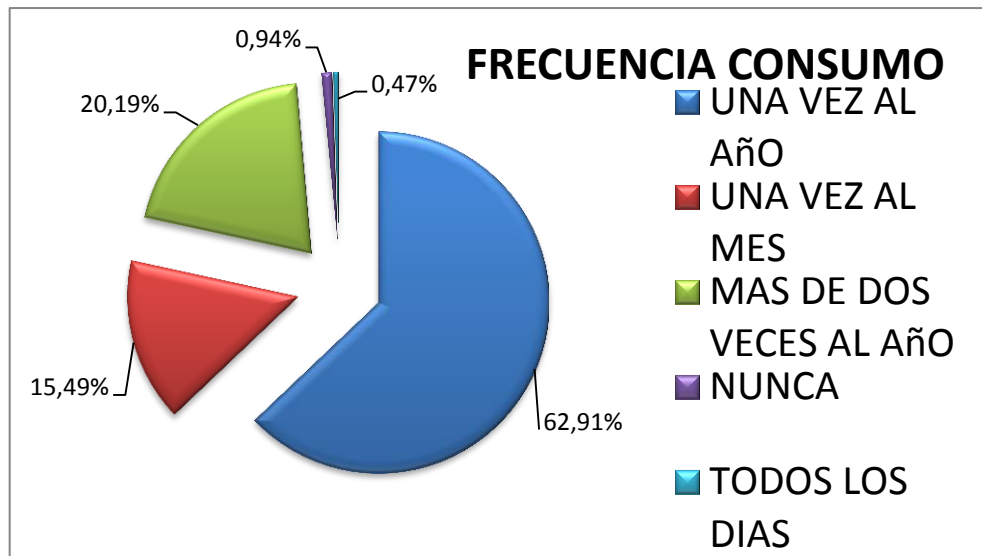
Se diseñó la encuesta que contiene ocho preguntas, de las cuales son tres abiertas y cinco cerradas, las que tienen como objetivo conocer la opinión de las personas que consumen alimentos y bebidas en el Patio de Comidas del Terminal Terrestre de Guayaquil. Con el resultado se podrá realizar un diagnóstico y las opiniones ayudaran a proponer cambios.

Se redactó una carta dirigida al Terminal Terrestre de Guayaquil, solicitando permiso para realizar las encuestas, pero debido a que no se obtuvo respuesta, se procedió a realizar algunas dentro del Terminal Terrestre de Guayaquil en el feriado que hubo por el 25 de julio del año en curso y las restantes a usuarios frecuentes del terminal fuera de dicho lugar, mediante redes sociales y de manera personal.

A continuación se explica el resultado de cada una de las preguntas incluidas en las 213 encuestas realizadas en el Terminal Terrestre de Guayaquil.

1. ¿CON QUE FRECUENCIA CONSUME EN EL PATIO DE COMIDAS DEL TERMINAL TERRESTRE DE GUAYAQUIL?

Ilustración 5 - FRECUENCIA DE CONSUMO EN EL PATIO DE COMIDAS



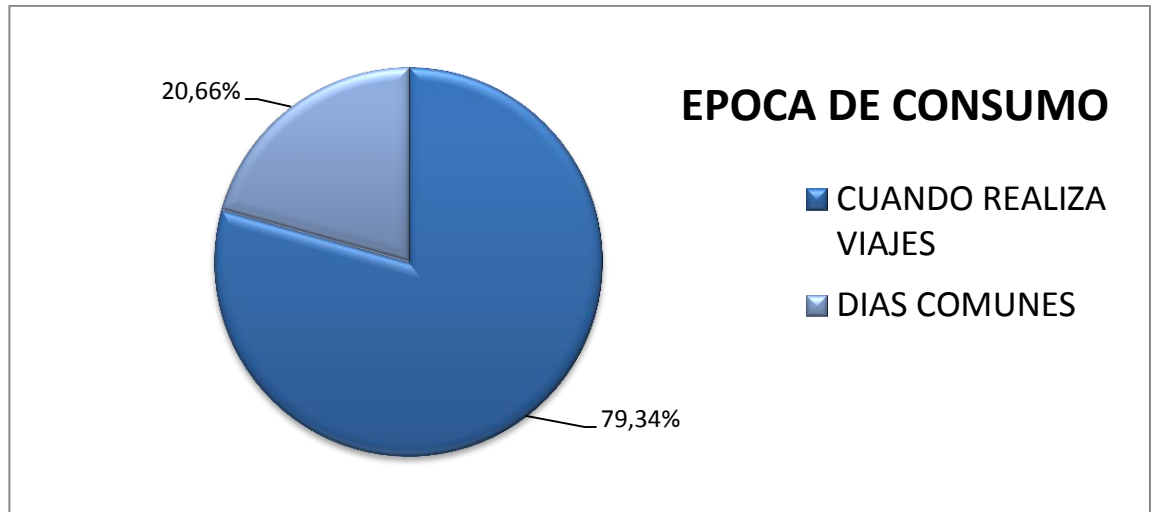
ELABORACIÓN: AUTORES

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA EN TTG

El 62.91% de los usuarios del Terminal Terrestre de Guayaquil han manifestado que una vez al año utilizan los servicio del Patio de Comidas del mismo, en donde el 20.19% asegura que lo hacen una vez al mes mientras que el 15.49% acude más de dos veces al año, con un 0.94% dijeron que nunca y por ultimo lugar con un 0.47% todos los dias. En donde podemos apreciar que la mayoría lo hace una vez al año de manera muy ventajosa en comparacion a los demás.

2. SELECCIONE LA EPOCA EN LA QUE REALIZA CONSUMOS EN EL PATIO DE COMIDAS:

Ilustración 6 - EPOCA DE CONSUMO



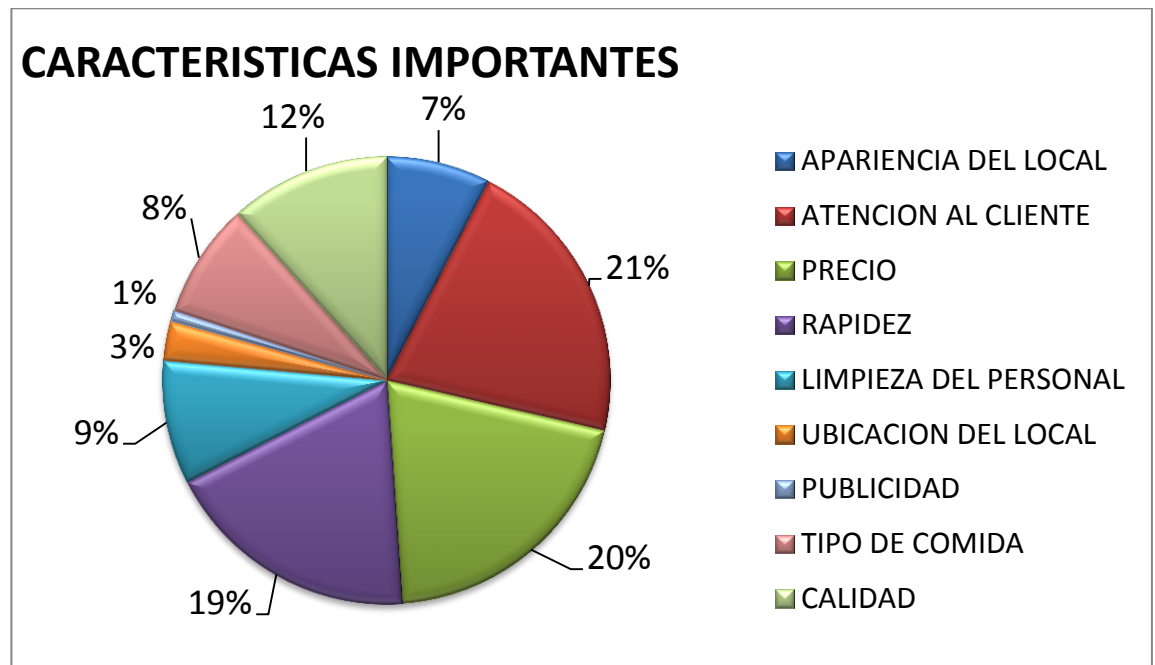
ELABORACIÓN: AUTORES

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA EN TTG

La época de consumo fue determinada por dos opciones que indican que el 79.34% consume en el Patio de Comida del Terminal Terrestre de Guayaquil cuando realiza viajes mientras que el 20.66% lo hace en días comunes. Comprobando que la mayoría de veces los usuarios hacen uso del Patio de Comidas solo cuando viajan.

3. SELECCIONA 3 CARACTERÍSTICAS AL MOMENTO DE ADQUIRIR ALGÚN PRODUCTO EN EL PATIO DE COMIDAS.

Ilustración 7 - CARACTERÍSTICAS IMPORTANTES

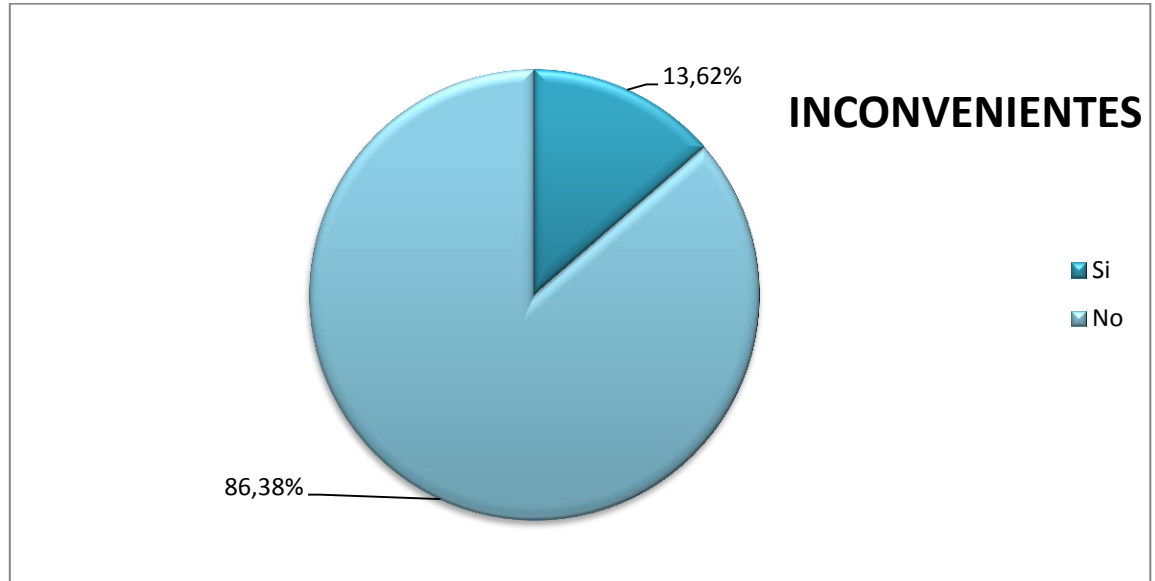


ELABORACIÓN: AUTORES
FUENTE: ENCUESTA REALIZADA EN TTG

Al momento de consultar las características más relevantes sacamos en conclusión que el 21% de los usuarios se fija en la atención al cliente, mientras que el precio con el 20% es lo consecuente. La rapidez con el 19% se encuentra entre las más importantes, el 12% se centra en la calidad del producto luego la limpieza del personal con el 9%, el tipo de comida con el 8% para mayor elección del usuario. El 7% es por la apariencia del local en donde el usuario se fija por su primer impacto al lugar que consumirá, la ubicación del local es para mayor comodidad del usuario con el 3% y finalmente con el 1% la publicidad del lugar a consumir.

4. ¿ALGUNA VEZ TUVO ALGÚN INCONVENIENTE CON ALGÚN SERVICIO O ALIMENTO EN EL PATIO DE COMIDAS? SI SU RESPUESTA ES SI, EXPLIQUE BREVEMENTE

Ilustración 8 - INCONVENIENTES



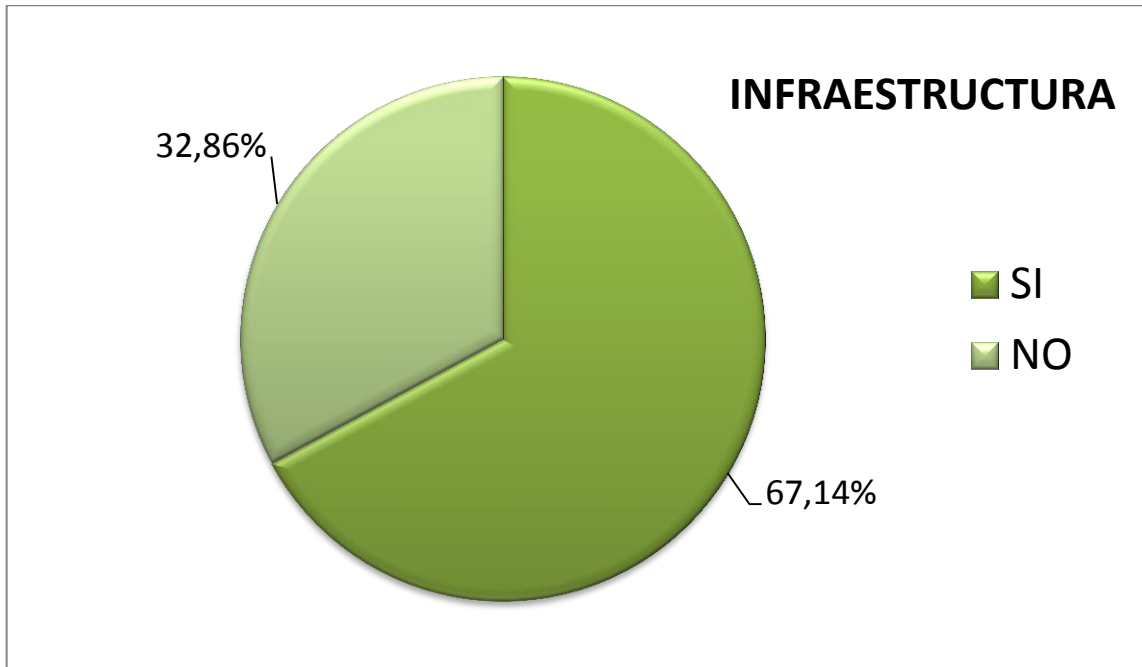
ELABORACIÓN: AUTORES
FUENTE: ENCUESTA REALIZADA EN TTG

Del 100% de las encuestas realizadas el 86.38% dio su respuesta negativa, mientras que el 13.62% afirmó coincidiendo que su inconveniente era la tardanza.

Una de las personas encuestadas indico que tuvo un inconveniente con un local de comidas, debido a que en su plato de comidas había cucarachas. Otra dijo que en una ocasión le vendieron un producto caducado y no querían cambiarlo. Por otro lado dos de ellas mencionaron que una vez sucedió que la comida solicitada era guardada y estaba fría.

5. ¿CREE USTED QUE EL PATIO DE COMIDAS DEL TERMINAL TERRESTRE CUENTA CON LA INFRAESTRUCTURA NECESARIA? (baños, asientos, ventilación) SI SU RESPUESTA ES NO, INDIQUE ¿QUE MEJORARIA?

Ilustración 9 - INFRAESTRUCTURA



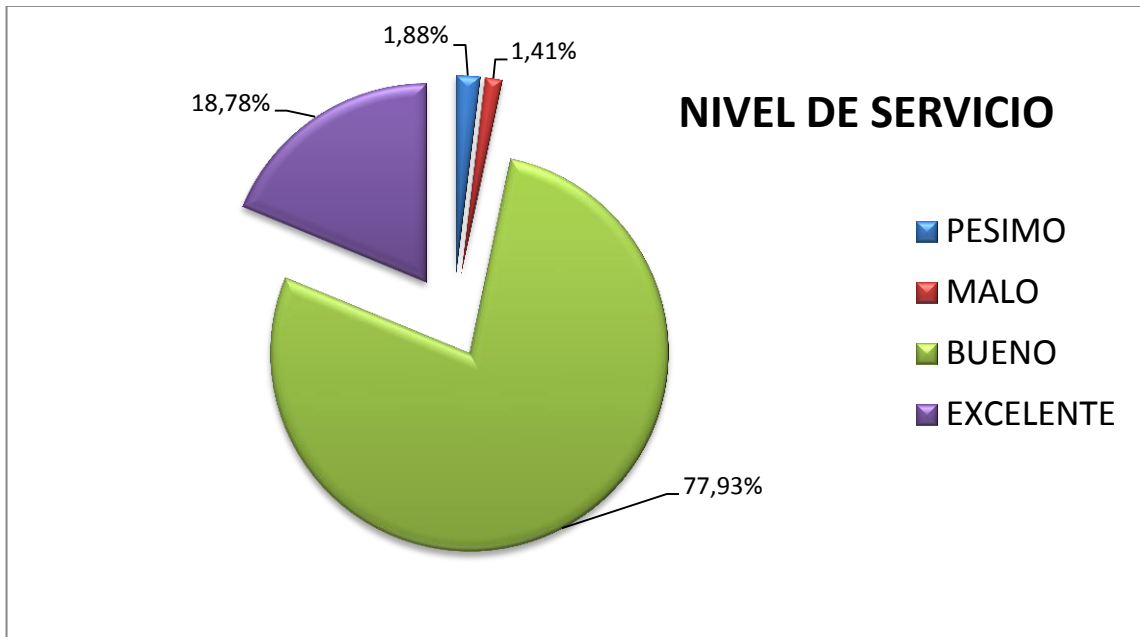
ELABORACIÓN: AUTORES
FUENTE: ENCUESTA REALIZADA EN TTG

El 67,14% de las 213 personas encuestadas piensa que el Patio de Comidas del Terminal Terrestre de Guayaquil cuenta con la infraestructura necesaria.

Mientras que el 32,86% de las personas opina que la infraestructura no es completa, entre lo mencionado tenemos: falta ventilación, ausencia de baños en el patio de comidas, mesas y sillas no son suficientes para el número de personas que acuden a dicho lugar.

6. CALIFIQUE EL NIVEL DE SERVICIO AL CLIENTE DE LOS LOCALES UBICADOS EN EL PATIO DE COMIDAS DEL TERMINAL TERRESTRE, SIENDO: 1 PESIMO, 2 MALO, 3 BUENO, 4 EXCELENTE

Ilustración 10 - NIVEL DE SERVICIO

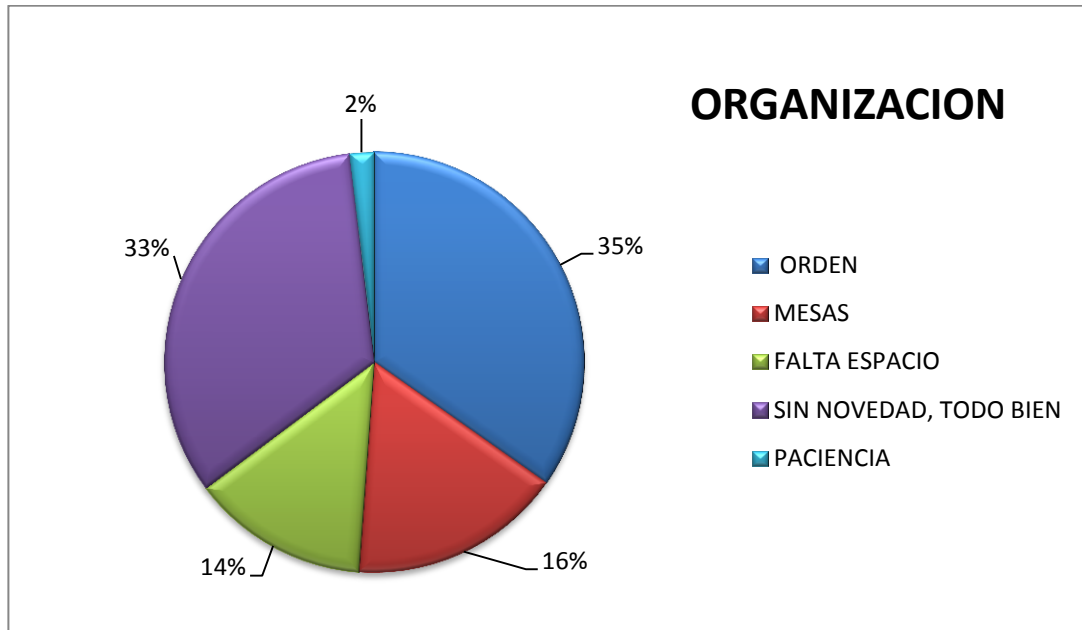


ELABORACIÓN: AUTORES
FUENTE: ENCUESTA REALIZADA EN TTG

El servicio al cliente según el 1,88% es pesimo, el 1,41% lo califica como malo, el 18,78% piensa que es excelente y el 77,93% asegura que es bueno.

7. ¿QUE OPINA DE LA ORGANIZACIÓN QUE EXISTE EN EL PATIO DE COMIDAS DEL TERMINAL TERRESTRE EN FERIADOS?

Ilustración 11 - ORGANIZACION



ELABORACIÓN: AUTORES

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA EN TTG

Acerca de la organización del Patio de Comidas del Terminal Terrestre de Guayaquil en feriados, el 2% de las personas encuestadas afirman que el personal que ofrece servicios en el patio de comidas pierde la paciencia debido a la cantidad de personas que deben atender.

Por otro lado el 14% dice que uno de los principales problemas es la falta de espacio, lo que provoca incomodidad, el número de personas que concurren al Terminal Terrestre en feriados es elevado, y su capacidad no abastece dicha demanda.

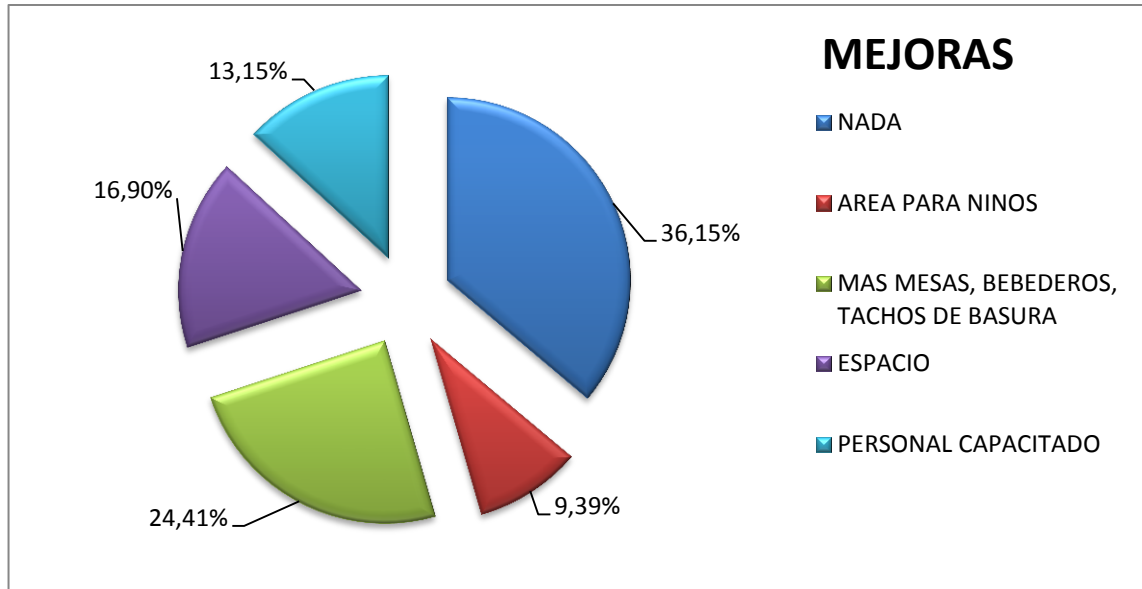
El 16% de encuestados asegura que muchas veces necesitan comer antes de emprender su viaje, pero tienen problemas, ya sea porque no hay asientos disponibles debido a la cantidad de personas, porque hay personas que no consumen en el patio y que solamente van a sentarse o no pueden sentarse en grupo debido a la ausencia de mesas.

Un 33% dice que la organización es adecuada y no tienen quejas al respecto.

Y finalmente el 35% indica que en feriados, el Patio de Comidas es un caos y no existe orden alguno. Cabe señalar que esta encuesta fue realizada en el feriado del 25 de julio/2014

8. ¿QUE CAMBIARIA EN EL PATIO DE COMIDAS DEL TERMINAL TERRESTRE PARA QUE SEA DE SU TOTAL AGRADO?

Ilustración 12- MEJORAS



ELABORACIÓN: AUTORES
FUENTE: ENCUESTA REALIZADA EN TTG

El 36,15% indicó que no cambiaría nada en el patio de comidas del terminal terrestre.

Un 24,41% dice que incrementaría el número de mesas, además es necesario que haya más tachos de basura cerca, sería muy útil un bebedero de agua, que haya comodidad en los asientos, instalar un televisor como en cualquier otro patio de comidas y ambientar el lugar con música.

El 16,90% asegura que el espacio es limitado como ya se indicó en la pregunta anterior, por esta razón ampliaría el patio de comidas.

El 13,15% dice que contrataría personal que sepa brindar atención al cliente o por otro lado capacitaría a los empleados, debido a que se percibe poca amabilidad de las personas que atienden; por lo que se recomienda entrar en un plan de capacitación en Hospitalidad y Servicio al Cliente.

Por último el 9,39% sugiere que se cree un área de recreación para niños.

CAPITULO IV

PLAN DE MEJORAS

PLAN DE CAPACITACIÓN A LOS PRESTADORES DE SERVICIOS EN EL PATIO DE COMIDAS DEL TERMINAL TERRESTRE DE GUAYAQUIL.

El Ministerio de Turismo, se encuentra en procesos de inscripción para personas que trabajan en empresas turísticas, que deseen perfeccionar o mejorar sus conocimientos, habilidades y actitudes en algunas áreas, relacionadas al turismo, entre ellas se encuentra *Hospitalidad*.

Este módulo está destinado a personas que trabajen en cualquier área de la actividad turística y que tengan contacto con los turistas.

El curso se dictará en 32 horas y tendrá un costo aproximado de \$60 por persona (valor incluye hora profesor, materiales, refrigerio y local, un curso por cada 30 pax)

Se inscribirá al empleado en el Plan Nacional de Capacitación del Mintur, este deberá asistir y aprobar el curso.

SEGUIMIENTO: Luego de que el empleado haya aprobado el curso, tengo como principal misión de acompañarlo y estar con él, en el local antes de que el cliente fantasma, concepto que mencionaremos más adelante, vaya. Esta visita debe ser máximo una semana después de terminado el curso, teniendo como objetivo el .asesoramiento y la transmisión de sugerencias

CLIENTE MISTERIOSO: También conocido como cliente fantasma o mystery shopper, se trata de una técnica empleada en Marketing para conocer la imagen que una empresa está ofreciendo a sus clientes a través del comportamiento de sus empleados.

“Él llega sin avisar, con un objetivo: **“controlar a quien le presta el servicio”**. (Directo, 2012)

La metodología utilizada en esta técnica es, como indica Javier Fuentes Merino, director general de Grupo Redes de Venta Proactiva: “Simple pero efectiva: una

persona, contratada específicamente para esta labor, se hace pasar por un cliente real en un establecimiento, simulando que va a efectuar una compra. Este “cliente misterioso” se encarga de evaluar una serie de parámetros predeterminados del establecimiento y de la persona que le atiende, tales como la identificación del establecimiento, el estado de las instalaciones, la imagen de quien atiende, la rapidez, el tiempo dedicado, el conocimiento del producto o la defensa ante la competencia”.

“Gracias al empleo de la técnica “cliente misterioso”, las empresas pueden obtener información de primera mano sobre una de sus grandes preocupaciones: la atención al cliente, que constituye un hecho diferencial frente a la competencia, y cuya percepción por parte del público resulta un elemento clave para fidelizar a quienes ya son clientes. Por un lado, permite controlar, por ejemplo, si un establecimiento de la cadena o franquicia ha variado los precios, esto puede ocurrir en sectores en los que existen márgenes de maniobra con cada cliente (como los concesionarios de automóvil) incurriendo en competencia “desleal” con el resto de establecimientos. Y, por otro, los datos recogidos a través del “cliente misterioso” son tratados y analizados, lo que permite adoptar decisiones en cuestiones claves para el negocio: la formación, la selección de personal o los niveles de precios, tanto con nuevas decisiones, como comprobando la utilidad e idoneidad de las acciones pasadas”, añade Fuentes Merino. (Directo, 2012)

Cuando el cliente misterioso aparezca tendrá como objetivo analizar si se cumplen de manera efectiva los aspectos clave del servicio.

Ilustración 13 - ASPECTOS CLAVE DEL SERVICIO



FUENTE: ATENCION AL CLIENTE Y TECNICAS DE VENTA

En este caso en particular se realizó un check list con las características que en la encuesta los usuarios eligieron como importantes, se ven reflejados con el nombre de atributos y la calificación será otorgada por el cliente misterioso al visitar los Locales de Comida, del Patio del Terminal Terrestre de Guayaquil. A continuación se detalla:

Tabla 2 - CHECKLIST "CLIENTE MISTERIOSO"

ATRIBUTOS	CALIFICACION
Rapidez	
¿Se indicó cuanto tiempo tomaría despachar el producto?	
¿El tiempo de espera fue acorde al pedido?	
¿Se cumplió el tiempo de espera indicado?	
Atención o trato La persona que lo atendió:	
¿Tenía el pin de identificación?	
¿Saludó al tomar la orden?	
¿Ofreció alternativas diferentes al pedido?	
¿Intentó vender productos complementarios?	
¿Sonreía durante el pedido?	
¿Realizó un cierre apropiado al despedirse?	
La presentación del plato era agradable	
¿La foto del plato era igual a la exhibida?	
Precio	
¿La calidad del producto estaba acorde al precio?	
¿El cajero tenía suelto/cambio?	
¿Aceptaban tarjetas de crédito?	

REFUERZO: Se realizara en base a lo que ocurra con los clientes fantasmas.

DISMINUIR TIEMPOS DE SERVICIOS: Cada negocio tenga más personal trabaje en un sistema de disminución de tiempo.

ADECENTAMIENTO DEL PATIO DE COMIDAS

MESAS: Necesarias para los usuarios en el cual se encuentren sin espacio para poder consumir sus productos con una mayor comodidad y así emplear un mejor servicio al cliente.

SILLAS: Importantes para servir un mayor bienestar al cliente en el momento que las mesas estén disponibles para los clientes ya que al obtener el espacio de una mesa es más accesible contar con más sillas.

VENTILACIÓN: Debido al clima de la ciudad de Guayaquil es necesario tener un medio que mantenga fresco el ambiente ya que de cierta forma esto ayuda al cliente a sentirse confortable y así tener un mejor trato hacia el

REEMPLAZAR MATERIALES CONSTRUCTIVOS DESGASTADOS: Contar siempre con un mantenimiento automático debido a que por la influencia de miles de usuarios, se debe acceder a un continua remodelación

BAÑOS

LUGAR PARA CAMBIAR PAÑALES: Manifestando los usuarios un punto a favor de las madres de familia para facilitar el cambio de pañales, creando una especie de “spot” para niños y ambientarlo según su necesidad básica.

LIMPIEZA: El 6 de junio de 2012 el Terminal Terrestre de Guayaquil adjudicó en USD 2.548.768,91 a SIMPLE FAST SOLUTIONS SFS S.A. el servicio de limpieza general de la Terminal Terrestre, por el plazo de 30 meses, de los cuales han transcurrido 20 meses. **(Guayaquil, 2012)**

La limpieza de un lugar es importante para todas las personas que lo visitan y aún más cuando se trata de alimentación, por esto es necesario que esta función realice no solo

todos los días, sino varias veces al día, ya que es un área en el cual circulan miles de personas, además es importante que el personal de limpieza use redes para el pelo.

Una opción que hemos pensado serviría mucho a los usuarios es que el personal de limpieza del terminal terrestre tenga un uniforme con colores que lo diferencien de las demás personas, y sirvan para identificarlos de manera rápida cuando se necesite su colaboración.

Ilustración 14 - UNIFORMES PERSONAL DE LIMPIEZA TTG



Elaboración: Fundación Terminal Terrestre de Guayaquil
Fuente: Pagina web, www.ttg.com

Ilustración 15 - COLOR DE UNIFORME RECOMENDADO





ELABORACION: VESTUARIO LABORAL
FUENTE: PAGINA WEB

INSUMOS DE LOS BAÑOS: No deben faltar en un área de constante aseo, es por lo que es importante contar con artículos en stock para no crear deficiencia.

PERSONAL EN LOS BAÑOS: Vigilar constantemente el lugar ya que pueden faltar los insumos o quizás emergencias que se presenten y el personal esté presto a servir al necesitado.

BAÑOS CERCANOS AL PATIO DE COMIDAS: Muy aclamado por parte de los usuarios, la cercanía de los baños que ayuden la movilidad para dirigirse con mayor rapidez y en casos mencionados no perder sus viajes o también consumir con una mayor tranquilidad.

ACUERDO MINISTERIAL: Según el Acuerdo Interministerial 00002385, Anexo b se expide un instructivo para control de baños y baterías sanitarias, estaciones de expendio de combustibles y lubricantes, se resuelve que:

Ilustración 16 - ACUERDO INTRAMINISTERIAL



ANEXO B

INSTRUCTIVO PARA CONTROL DE BAÑOS Y BATERÍAS SANITARIAS ESTACIONES DE EXPENDIO DE COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES

Condiciones sanitarias y equipamiento

El baño o batería sanitaria debe contar con:

1. Un procedimiento interno de limpieza y desinfección de los servicios higiénicos y baterías sanitarias, que será difundido al personal.
2. Contar con provisión continua de agua tanto en los inodoros como en los lavabos, ya sea: agua potable, tratada, entubada o conectada a la red pública, donde exista.
3. Contar con una cartilla para el control de la limpieza, misma que deberá realizarse mínimo cuatro veces al día, y que serán registradas con hora, fecha, nombre y firma de la persona encargada del mantenimiento, de tal manera que las instalaciones sanitarias permanezcan limpias durante todo el tiempo.
4. Desagües funcionales que permitan en flujo normal de agua hacia la alcantarilla o al colector principal, que no exista acumulación de agua en pisos, inodoros y lavabos. Contar con un mecanismo de disposición de excretas y evacuación de aguas servidas.
5. Luz eléctrica, en los lugares donde exista una red pública, o cualquier sistema de iluminación en el caso de no contar con la misma.
6. Ventilación natural o artificial.
7. Inodoro con asiento y tapa, si aplica, según los tipos de inodoros.
8. Urinario, cuando corresponda.
9. Lavamanos.
10. Dispensador de jabón de pared provisto de jabón líquido.
11. Equipos automáticos en funcionamiento o toallas desechables para secado de manos.
12. Papel higiénico.
13. Porta papel o dispensador de papel higiénico, dentro o cerca al área de los servicios higiénicos y/o baterías sanitarias.
14. Basurero con funda plástica.
15. Dispensador de desinfectante, dentro o fuera de las instalaciones sanitarias.
16. La persona que realice el mantenimiento, limpieza y desinfección de los servicios higiénicos y baterías sanitarias para realizar su labor debe contar como mínimo con: guantes, mascarilla, gorra y mandil.

AUTOR: MSP, MINTUR, MRNNR
FUENTE: PAGINA WEB

Ilustración 17 - ACUERDO INTRAMINISTERIAL



Condiciones de infraestructura.

1. Los pisos deben ser contruidos con materiales impermeables, lavables y antideslizantes, no tener grietas a fin de facilitar la limpieza y desinfección, que el agua y los productos de limpieza no afecten la naturaleza del material utilizado, con evacuación de agua para evitar su acumulación. Deben ser de preferencia de cerámica o baldosa, no cubiertos por madera alfombra vinil u otro material que no reúna las características antes descritas.
2. Las paredes deben ser cubiertas de material impermeable, no absorbente, lavable, lisas, sin grietas, de forma que faciliten su limpieza y desinfección, de preferencia baldosa, cerámica o pintura lavable.
4. Las ventanas y otras aberturas (tragaluces), deben evitar la acumulación de suciedad. Las aberturas para ventilación estarán provistas de malla de protección contra insectos u otros animales.
5. Las puertas serán de superficie lisa, no absorbente que facilite su limpieza y desinfección, con cerraduras funcionando.
6. Puertas, ventanas y otras aberturas que aseguren la privacidad total de sus ocupantes.
7. La existencia de pasillos entre los servicios higiénicos y baterías sanitarias, deben tener la amplitud suficiente para el tránsito de personas con discapacidad o con movilidad reducida, y en ningún caso serán utilizados como áreas para almacenamiento o bodegas.

Handwritten signature and initials in blue ink, located to the right of the list of conditions.

AUTOR: MSP, MINTUR, MRNNR
FUENTE: PAGINA WEB

VARIOS

AMENIZACIÓN CON MUSICA: Es importante ambientar el lugar con música a volúmenes adecuados, para que las personas que se encuentran ya sea en el Patio de Comidas y el Terminal Terrestre en general se sientan como en su casa.

BEBEDEROS DE AGUA: El agua, líquido vital del ser humano, debe estar presente en el Patio de Comidas del Terminal Terrestre, de manera gratuita. Se necesita instalar bebederos de agua en un lugar visible a las personas que necesiten tomarla.

TELEVISION: Muchas de las personas encuestadas manifestaron que es necesario un televisor en el patio de comidas del terminal, ya que es importante de manera informativa por las noticias que se puedan originar en el transcurso de la espera, o por simple entretenimiento.

ZONA DE NIÑOS: El Terminal Terrestre es un sitio al que acuden gran número de personas, en familia y con niños pequeños, se evidencia una ausencia de sitios para que este grupo social sea bien atendido, por lo que se recomienda instalar en los baños un sitio para cambiar a bebés. Además es importante que el Terminal Terrestre posea un lugar de distracción para niños ya que muchas veces el tiempo de espera es prolongado y la única opción es sentarse, o en repetidas ocasiones caminar debido a la ausencia de espacios de espera.

En el Patio de Comidas se puede ubicar un sitio con mesas para niños con alguna marca de útiles escolares, en donde los pequeños tengan la opción de dibujar o colorear.

OPERATIVO PARA LIMPIEZA DE LOCALES: Al Terminal Terrestre de Guayaquil se sugiere que hagan operativos encabezados por el Ministerio de Salud Pública, para que se encargue de controlar la higiene que mantiene cada local, del Patio de comidas. Y evitar futuros inconvenientes con los clientes.

A continuación se presenta un listado de los procesos de compras públicas realizados por la fundación, que se han ejecutado en el periodo comprendido entre el 28 de julio 2009 al 30 de diciembre 2012.

Ilustración 18 - COMPRAS PUBLICAS

AÑO 2012							
CÓDIGO DEL PROCESO	DESCRIPCIÓN	PLAZO	PRESUPUESTO REFERENCIAL	FECHA DE ADJUDICACIÓN Y/O CONTRATO	CONTRATISTA	ESTADO	VALOR ADJUDICADO
SIE-FTTG-004-2012	ADQUISICIÓN DE 3.500 BANDEJAS PLÁSTICAS PARA LOS PATIOS DE COMIDA DEL CENTRO COMERCIAL OUTLET	15 DÍAS	USD 8.000,00	ADJUDICADA: 15-MAR-12 CONTRATO: 27-MAR-12	EDISON FERNAN-DO TIPAN	CONTRATACIÓN FINALIZADA	USD 6.230,00
MCBS-FTTG-003-2012	SERVICIO DE DESTRONCADO FUERTE DE RECUBRIMIENTOS DE PISOS Y PAREDES DEL TERMINAL TERRESTRE DE GUAYAQUILDR. JAIME ROLDÓS AGUILERA	10 DÍAS	USD 38.870,20	ADJUDICADA: 01-JUN-12 CONTRATO: 13-JUN-12	SIMPLE FAST SOLUTION	FINALIZADO	USD 38.665,08
SIE-FTTG-015-2012	MANTENIMIENTO PREVENTIVO, PREDICTIVO Y CORRECTIVO DEL SISTEMA DE AIRE ACONDICIONADO, VENTILACIÓN MECÁNICA Y SISTEMA DE EXTRACCIÓN DE AIRE INCLUIDO DUCTOS	365 DIAS	USD 129.885,24	ADJUDICADA: 09-jul-12 CONTRATO: 20-Jul-12	MYS C. LTDA.	EN EJECUCIÓN	USD 123.390,00
CDC-FTTG-009-2012	ESTUDIO PARA LA CARACTERIZACION DE LOS DESECHOS SÓLIDOS NO PELIGROSOS, GENERADOS EN LA TERMINAL TERRESTRE DE GUAYAQUIL Y DETERMINACION DE PROCEDIMIENTOS PARA SU TRASLADO Y DISPOSICION FINAL	45 DÍAS	USD 7.100,00	N/A	N/A	DESIERTO: 11-Jul-12	N/A
SIE-FTTG-017-2012	ADQUISICIÓN DE EQUIPOS, DUCTOS E INSTALACIÓN PARA LA READECUACIÓN DEL SISTEMA DE AIRE ACONDICIONADO Y EXTRACCIÓN MECÁNICA DEL PATIO DE COMIDAS DE LA FUNDACIÓN TERMINAL TERRESTRE DE GUAYAQUIL	120 DÍAS	USD 166.393,82	ADJUDICADO: 24-ago-12 CONTRATO: 07-sep-12	NERY WILSON ZAMBRANO GAMARRA	FINALIZADA	USD 144.000,00
SIE-FTTG-025-2012	SERVICIO DE FUMIGACION Y OTROS DE LUCHA CONTRA LAS PLAGAS EN LAS INSTALACIONES DE LA TERMINAL TERRESTRE DE GUAYAQUIL	365 DÍAS	USD 24.000,00	ADJUDICADO: 19-oct-12 CONTRATO: 01-nov-12	LOFUM S.A.	EN EJECUCIÓN	USD 22.900,00

Elaboración: Fundación Terminal Terrestre de Guayaquil

Fuente: Pagina web, www.ttg.com

A pesar de poseer presupuesto destinado a la mejora de ciertas áreas del Terminal Terrestre de Guayaquil, desde el último informe de Rendición de Cuentas de dicha Fundación, se registran carencias, mencionadas en el trabajo de titulación.

CAPITULO V

PRESUPUESTO DE IMPLEMENTACIÓN

Tabla 3 - PRESUPUESTO IMPLEMENTACION

ACTIVIDAD	PRECIO UNIDAD	VECES	TOTAL
CAPACITACION	\$60 (por persona)	3 capacitaciones	\$180
ARREGLO BAÑOS	\$100	50 M ²	5.000
ADECENTAMIENTO	\$100	150m ²	15.000
VENTILACION	\$123.390,00	-----	123.390,00
CONTROL HIGIENE	22.900,00	-----	22.900,00
PLASMA	2.000	3	6.000
PARLANTES	1.000	4	4.000

CAPITULO VI

CONCLUSIONES

Luego de haber realizado el Trabajo de Titulación con enfoque investigativo, se obtuvo resultados del diagnóstico llevado a cabo a través de encuestas para determinar el nivel de satisfacción del cliente en el Patio de Comidas del Terminal Terrestre de Guayaquil, se puede concluir que:

Los usuarios indican de manera mayoritaria como bueno el nivel de servicios de dicho lugar, aunque por otro lado existen diversas quejas por la ausencia de suministros y lugares en los que se podrían realizar diversas actividades que mejorarían la estancia en el Terminal Terrestre de Guayaquil, teniendo como punto clave el Patio de Comidas.

Muchos afirman que volverían a consumir en los locales del Patio de Comidas del Terminal Terrestre de Guayaquil, si los cambios mencionados se implementan.

RECOMENDACIONES

Por esta razón, luego de haber cumplido con uno de nuestros principales objetivos, se recomienda:

Llevar a cabo el plan de mejoras e incluir los mencionados cambios en su presupuesto de compras públicas.

Considerar capacitar a los empleados de cada uno de los locales con el fin de que los clientes, sientan satisfacción y esta alcance el nivel de la excelencia, lo que atraería a nuevos clientes y subiría de nivel la economía e imagen creada por ciertos usuarios en relación a los sitios de venta.

Es importante además acotar que de esta manera la economía del lugar ‘Terminal Terrestre de Guayaquil’ puede llegar a una mejor posición ya que al tener la ventaja de calidad superior puede traer mayor atracción y acogida por parte de los turistas.

Todos los cambios sugeridos y mencionados, se llevarían a cabo con el financiamiento de las personas encargadas de la gestión del Terminal Terrestre de Guayaquil.

BIBLIOGRAFÍA

Arévalo, C. G. (marzo de 2007). *Gestiopolis*. Recuperado el 30 de mayo de 2014, de www.gestiopolis.com

Fundacion Terminal Terrestre de Guayaquil. (diciembre de julio de 2009 - 2012). *Terminal Terrestre de Guayaquil*. Recuperado el 27 de mayo de 2014, de Informe Rendicion de Cuentas: www.ttg.ec

Turismo, M. d. (2011). *La Experiencia Turistica en el Ecuador, CIFRAS ESENCIALES DE TURISMO INTERNO Y RECEPTOR*. Ministerio de Turismo.

Blandón, A. (2006). *Educapalimentos*. Recuperado el 02 de Junio de 2014, de <http://www.educapalimentos.org/libros/manual%20de%20gerente%20de%20alimentos%20y%20bebidas.pdf>

Crosby, P. (24 de Agosto de 2006). <http://capacitacionencostos.blogia.com>. Recuperado el 2 de Junio de 2014, de <http://capacitacionencostos.blogia.com/2006/082403-philip-crosby-o-el-concepto-cero-defecto-en-los-procesos-de-calidad.php>

Karl Albrecht, L. J. (1990). *La excelencia en el servicio*. Legis Ltda.

Kotler Philip, B. P. (2004). *El marketing de Servicios Profesionales*. Paidós SAICF.

Prieto, A. B. (2001). *Atencion al cliente*. Piramide .

Tourism, O. W. (1995). <http://pub.unwto.org>. Recuperado el 2 de Junio de 2014, de <http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1034/1034-1.pdf>

ANEXOS

Ilustración 19 - Terminal Terrestre de Guayaquil



ELABORACIÓN: AUTORES

FUENTE: TTG

Ilustración 20 - Terminal Terrestre Ge



ELABORACIÓN: AUTORES

FUENTE: TTG

Ilustración 21- Visita de Campo



ELABORACIÓN: AUTORES

FUENTE: TTG

Ilustración 22 - PATIO DE COMIDAS TTG



ELABORACIÓN: AUTORES

FUENTE: TTG

FACULTAD DE EMPRESARIALES CARRERA DE HOTELERIA Y TURISMO



Este cuestionario servirá como instrumento de recolección de datos para la realización de una investigación de titulación universitaria, con el fin de obtener fundamentación para los objetivos planteados.

Se solicita llenar la encuesta en su totalidad con la mayor sinceridad posible.

Nacionalidad _____

Género:

Edad:

1. ¿Con que frecuencia consume en el patio de comidas del Terminal Terrestre de Guayaquil??

1 vez al año

1 vez al mes

Más de 2 veces al mes

Nunca

Todos los días

2. SELECCIONE LA EPOCA EN LA QUE REALIZA CONSUMOS EN EL PATIO DE COMIDAS:

CUANDO REALIZA VIAJES

DÍAS COMUNES

3. SELECCIONE 3 CARACTERÍSTICAS AL MOMENTO DE ADQUIRIR ALGÚN PRODUCTO EN EL PATIO DE COMIDAS,

SIENDO 1 INDIFERENTE, 2 IMPORTANTE, 3 MUY IMPORTANTE

APARIENCIA DEL LOCAL	<input type="checkbox"/>	CALIDAD DEL PRODUCTO	<input type="checkbox"/>
ATENCIÓN AL CLIENTE	<input type="checkbox"/>	PRECIO	<input type="checkbox"/>
RAPIDEZ	<input type="checkbox"/>	LIMPIEZA DEL PERSONAL	<input type="checkbox"/>
UBICACIÓN DEL LOCAL	<input type="checkbox"/>	PUBLICIDAD	<input type="checkbox"/>

4. ¿ALGUNA VEZ TUVO ALGÚN INCONVENIENTE CON ALGÚN SERVICIO O ALIMENTO EN EL PATIO DE COMIDAS? SI SU RESPUESTA ES SI, EXPLIQUE BREVEMENTE

SI

5. ¿CREE USTED QUE EL PATIO DE COMIDAS DEL TERMINAL TERRESTRE CUENTA CON LA INFRAESTRUCTURA NECESARIA? Si SU RESPUESTA ES NO, INDIQUE BREVEMENTE

SI NO

6. CALIFIQUE EL NIVEL DE SERVICIO AL CLIENTE DE LOS LOCALES UBICADOS EN EL PATIO DE COMIDAS DEL TERMINAL TERRESTRE, SIENDO: 1 PESIMO, 2 MALO, 3 BUENO, 4 EXCELENTE

7. ¿QUE OPINA DE LA ORGANIZACIÓN QUE EXISTE EN EL PATIO DE COMIDAS DEL TERMINAL TERRESTRE EN FERIADOS?

8. ¿QUE CAMBIARIA EN EL PATIO DE COMIDAS DEL TERMINAL TERRESTRE PARA QUE SEA DE SU TOTAL AGRADO?

Gracias por su gentil colaboración.