

MODELO PARA GERENCIAR LA CALIDAD EN LA  
ADMINISTRACION DE LOS ESTABLECIMIENTOS  
DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL PROYECTO  
MALECON 2000

**Autores:**

Yana Macas Cuenca<sup>1</sup>, Mercedes Torres Muyulema<sup>2</sup>, Carlos Corral<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Licenciada en Turismo 2000

<sup>2</sup>Licenciada en Turismo 2000

<sup>3</sup>Licenciado en Sistema 1998

<sup>3</sup>Director de Tesis, Licenciado en Sistema, Profesor de la Escuela Politécnica del Litoral desde 1998

**RESUMEN:**

Nuestra Tesis con el tema la Aplicación de las Normas ISO 9000 para la Administración de los Establecimientos de Alimentos y Bebidas del Proyecto Malecón 2000, fue realizado con la supervisión del Gerente de Marketing Antonio Rigo, el cual nos ofreció toda su ayuda en nuestro trabajo de tesis; el tema a realizar está dividido en 7 Capítulos, y cada uno de ellos desarrolla un tema que tiene relación con el otro, así tenemos:

- **Primer Capítulo:** Fundamentos y Definiciones de la Calidad en los Servicios de Alimentos y Bebidas.

- **Segundo Capítulo:** Administración de las Operaciones de Comedor.
- **Tercer Capítulo:** Administración de las Operaciones de Cocina.
- **Cuarto Capítulo:** Servicio al Cliente.
- **Quinto Capítulo:** Administración Gerencial para los Establecimientos de Alimentos y bebidas.
- **Sexto Capítulo:** Marketing Turístico para los Establecimientos de Alimentos y bebidas.
- **Séptimo Capítulo:** Administración Financiera para los Establecimientos de Alimentos y Bebidas.

El desarrollo del contenido de esta tesis se realizó en base a los conocimientos obtenidos en la Universidad, en la experiencia laboral adquirida, en las diferentes investigaciones de campo realizadas y en la información real que nos facilitó la Fundación Malecón 2000.

## INTRODUCCION

Al tener conocimiento sobre el Proyecto Malecón 2000, nos interesó de sobremanera el mismo y fue debido a esto que empezamos a investigar todo lo relacionado a él, llevándonos a la conclusión de que este proyecto sería de gran valía para el desarrollo urbanístico, económico y turístico de Guayaquil, ya que se convertiría en el centro de recreación más completo y moderno de la ciudad, puesto que contará con múltiples áreas verdes, áreas de entretenimiento y servicio comercial, además que se estima que recibirá a más de 100.000 personas por día.

A través de este proyecto se busca cambiar la forma de vida de los guayaquileños y sus visitantes; es por tal razón, que consideramos necesario elaborar herramientas de trabajo como las que propone el desarrollo de nuestra tesis, ya que estará basado en un marco teórico aplicable a las Normas ISO 9000 para los servicios.

Con nuestra idea nos dirigimos a la Fundación Malecón 2000 y la expusimos a los señores Pedro Gómez Centurión (Gerente General), Guillermo Suaya (Gerente del Proyecto), Antonio Rigó (Gerente de Marketing) y Roberto Espíndola (Ingeniero de Obra), quienes mostraron mucho interés en nuestra propuesta, ya que este proyecto no cuenta con un documento como el que estábamos proponiendo, es así como, interesados en el mismo, nos asignaron al señor Roberto Rigó como consultor para todo el desarrollo de nuestro trabajo, quien ya nos había facilitado

información de diferente tipo como documentos, planos y diskettes.

Luego de haber obtenido la aprobación necesaria, procedimos a realizar encuestas a las personas que acudían a los diferentes establecimientos de alimentos y bebidas, en el cual obtuvimos los siguientes resultados:

1. La gran mayoría de los establecimientos de alimentos y bebidas operan empíricamente, sin llevar ningún tipo de administración.
2. Los pocos establecimientos que funcionan con ciertos principios administrativos son convencionales y de muy poca concurrencia en la actualidad.
3. La inversión con respecto a la construcción de establecimientos de alimentos y bebidas ha crecido.
4. No cuentan con información actualizada para la administración y operación de los establecimientos en relación a las Normas ISO 9000.
5. La mayoría de personas encuestadas se quejan de mala atención y mala calidad de los alimentos, ya que al visitar los establecimientos ellos esperan encontrar limpieza en todas las instalaciones, rapidez en el servicio, amabilidad y buenos precios.

Es así como basadas en los resultados obtenidos que llegamos a la conclusión de que la única forma de lograr que se cumplan los requerimientos que demanda el mercado es a través del desarrollo y mantenimiento de operaciones superiores mediante el uso constante de un Sistema de Calidad, el mismo que lograremos mediante la aplicación de las Normas ISO 9000 para los Servicios.

# CONTENIDO

## **Anexo # 1**

### **Método de trabajo para cumplir con especificaciones para la Calidad en los Servicios**

**Resultado:** Como resultado de las diferentes investigaciones realizadas por nosotras, y a constatar de las deficiencias que tienen los establecimientos de comida rápida en sus diferentes áreas de trabajo, nos dimos cuenta que necesitaban un método de trabajo para cumplir con las especificaciones que detallaremos a continuación en el Anexo # 1.

Este anexo detalla de manera horizontal la fecha, el turno, persona responsable y resultados y en manera vertical señala áreas de gran importancia como son la cocina, comedor, personal de servicio, exteriores y éstas a su vez se clasifica en tres grandes áreas que son: PRODUCTO – SERVICIO – LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO.

- ***En Producto:***

En el ***área de cocina*** encontramos ítems a evaluar como tiempos de preparación, rotación de materia prima, almacenamiento de producto, procedimiento de preparación.

En el ***área de comedor*** todo lo que refiere a producto terminado al cliente cumpliendo con los parámetros de calidad como temperatura, apariencia, orden completa y buen servicio.

- ***En Servicio:***

En el ***área de comedor***, todos los pasos a seguir para brindar un buen servicio, empieza desde una bienvenida hasta la despedida, invitándolos a regresar al cliente.

- ***En Limpieza y Mantenimiento:***

***En la Cocina:*** cumpliendo con los parámetros de limpieza, como áreas organizadas y limpias, ventilación adecuada, equipos en buen estado, etc.

***En el Comedor:*** Cumplir con la limpieza para tener un buen ambiente en el establecimiento ya sea en el área interna como externa del mismo.

Este procedimiento permitirá obtener resultados predecibles que podrán ser debidamente controlados y así en un futuro obtendremos un local en óptimas condiciones si los resultados son favorables, caso contrario deberán enmendarse los errores para mejorar la calidad en el servicio.

## **Anexo # 1.1.A**

### **¿Qué factores influyen en su decisión de regresar a un establecimiento de Alimentos y Bebidas?**

De acuerdo al sondeo exploratorio realizado, pudimos conocer cuales son los factores primordiales que influyen en un cliente para regresar a un establecimiento y los sus porcentajes respectivo.

- |   |     |
|---|-----|
| ♦ Buena experiencia en el lugar                               | 58% |
| ♦ Valor y precio del producto en comparación a la competencia | 12% |
| ♦ Calidad del producto  | 30% |

Estos resultados nos indican que el factor que más influye es el servicio y la presentación de local con un porcentaje del 58% del total de los resultados. Por lo tanto podemos manifestar que el cliente valora mucho la primera impresión que le causa el establecimiento, por lo que es necesario tomar los correctivos para brindar un mejor servicio a los clientes.

## **Anexo # 6.1**

Este sonde exploratorio arrojó los siguientes resultados previos a la obtención de los datos recolectados.

### **Anexo # 6.1.a**

**¿Qué tipo de comida internacional conoce?**

- \* Italiana      23%
- \* China        19%

Este resultado nos muestra que sería más ventajoso brindar este tipo de comida, ya que tendrán mayor acogida entre el público, de acuerdo a los resultados arrojados.

## **Anexo # 6.1.b**

### **¿Cuál le gusta más?**

- |            |     |
|------------|-----|
| * Italiana | 87% |
| * Francesa | 13% |

Esto nos da como resultado que tipo de comida le gusta más al consumidor y así poder tener una referencia general de la demanda del consumidor.

### **¿Cuál le gusta menos?**

- |            |     |
|------------|-----|
| * China    | 61% |
| * Japonesa | 39% |

## **Anexo # 6.1.c**

### **¿Qué representa el Proyecto Malecón 2000?**

Podemos darnos cuenta que de los 6 literales, los de mayor porcentaje fueron los siguientes:

- |   |     |
|---|-----|
| * Un lugar grande para todo tipo de eventos                   | 31% |
| * Bien ubicado, buena iluminación                             | 20% |
| * Varios Ambientes para el entretenimiento                    | 18% |
| * Donde se puede comer cualquier tipo de comida internacional | 12% |

Estos porcentajes nos indican que las personas requieren de un lugar de esparcimiento y al mismo tiempo quieren un lugar para comer y satisfacer necesidades básicas. Por eso es de gran importancia cumplir con ciertas especificaciones, como la calidad en los servicios.

## **Anexo # 6.1.d**

### **¿Qué espera encontrar en el proyecto Malecón 2000 con respecto a los establecimientos de Alimentos y Bebidas?**

Como podemos anotar, de los 7 literales, los de mayor importancia son:

- |                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| * Buena Atención                | 26% |
| * Comida con "Sabor" de calidad | 22% |
| * Gran variedad de comida       | 15% |

Con los resultados obtenidos prevalece la buena atención y la calidad del producto, razón primordial para dar un buen servicio con productos de calidad, cumpliendo con especificaciones como las de las Normas I.S.O. 9000.

## CONCLUSIONES

Desde que iniciamos las encuestas y las investigaciones en diferentes establecimientos de venta de alimentos y bebidas logramos deducir las siguientes conclusiones:

1. El Proyecto "Malecón 2000" no tiene ningún documento que dicte políticas de servicio y operación para sus establecimientos de alimentos y bebidas.
2. Guayaquil es una ciudad donde parte de la diversión está en el buen comer.
3. Actualmente las nuevas microempresas están por los establecimientos de venta de alimentos y bebidas.
4. En Guayaquil existe mucho movimiento y la costumbre de comer abundantemente.
5. Dada la bonanza económica de años pasados, existe un grupo social considerable que ha viajado al extranjero por varias ocasiones, razón por la cual conoce mucho de comidas y bebidas internacionales, además "saben comer".
6. Existe una gran influencia extranjera en la sociedad como se observó en la creciente aceptación de servicio a domicilio y consumo de comidas rápidas.
7. Existe un "facilismo", una "informalidad", en el desarrollo de

las operaciones de la gran mayoría de establecimientos de alimentos y bebidas.

8. Los establecimientos de alimentos y bebidas bien administrados producen rentabilidad a sus propietarios, creando una considerable fuente de nuevas plazas de trabajo al lograr expandirse.
9. No existe una “posición” respecto a la profesión del servidor de alimentos y bebidas, se lo ve como un trabajo de última instancia al que se recurre por falta de empleo.

## REFERENCIAS

- Jesús Felipe Gallego, **Diccionario de Hotelería**, (Editorial Paraninfo)

Ramón Peysolon Melendez, Jorge Santander de la Cruz,  
**Enciclopedia de Hotelería**, Tomos I – II – III, (Editorial Salvat)

- Miguel C. Toledo, **Marketing Turístico**, (Editorial McGraw – Hill)