

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ingeniería Marítima, Ciencias Biológicas, Oceánicas y Recursos Naturales
y de la carrera de Licenciatura en Turismo



CASO DE ESTUDIO

**“PROPUESTA DE HERRAMIENTAS A UTILIZAR PARA EL CONTROL DE
LA CALIDAD EN LIMA FLORAL”**

EXAMEN COMPLEXIVO

FASE ORAL

Previa la obtención del Título de:

LICENCIATURA EN TURISMO

Presentado por:

HÉCTOR ANDRÉS CABEZAS MACAS

GUAYAQUIL-ECUADOR

2015

AGRADECIMIENTO

Quisiera agradecer, en primer lugar a Dios por haberme dado la existencia, colmarme de bendiciones y darme la oportunidad de poder demostrar mi potencial en cada objetivo que me propongo, como la culminación de mi carrera universitaria.

Así mismo quisiera agradecer muy profundamente a las instituciones educativas que me acogieron durante toda mi vida estudiantil, retándome y forjándome día a día.

A cada uno de mis profesores, maestros y docentes, quienes con su esfuerzo y perseverancia, lograron aportar con sus conocimientos y experiencias, las herramientas necesarias para resolver con coherencia, los problemas que se presentan en la vida.

Héctor Cabezas Macas

DEDICATORIA

Es mi deseo dedicar el siguiente caso de estudio, en primera instancia a mi madre, quien ha sido, es y será el pilar fundamental de mi existencia, a la que debo todas las virtudes y valores que poseo y quien con su mano amorosa pero firme, ha sabido guiarme y apoyarme en cada etapa de mi vida.

A mi padre, quien con sus sabios consejos y experiencias, supo inculcarme los principios que todo hombre necesita para desenvolverse correctamente en la sociedad.

A mi hijo y mi mujer, quienes son los motores que me impulsan a superarme y a vencer cada obstáculo que la vida me ponga día a día.

A mis hermanos, quienes me apoyaron de manera activa y están conmigo en todo momento.

A mis tías y abuelos, por tener la paciencia de criarme desde niño y enseñarme a valorar y considerar a la mujer.

Héctor Cabezas Macas

TRIBUNAL DE EXAMEN COMPLEXIVO

MBA. Cinthy Veintimilla Mariño
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

M.Sc. Julio Gavilanes Valle
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

“PROPUESTAS DE HERRAMIENTAS A UTILIZAR PARA EL CONTROL DE LA CALIDAD EN LIMA FLORAL”

Héctor Andrés Cabezas Macas

Facultad de ingeniería marítima y ciencias biológicas, oceánicas y recursos naturales

Licenciatura en Turismo

Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)

Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral

Apartado 09-01-5863.

Guayaquil-Ecuador

hcabezas@espol.edu.ec

Resumen

El mundo está en constante cambio y es por eso que los negocios que no se adaptan están destinados a morir. La gastronomía peruana, durante la última década, se ha dado a conocer a nivel mundial, gracias a la confianza y el mercadeo que su gobierno ha puesto sobre ella, pero sobretodo es debido a chefs de renombre internacional como Virgilio Martínez y Gastón Acurio quienes con sus conocimientos y experiencias han sabido moldear, adaptar y traer al siglo XXI, aquellos platos que encantan al paladar peruano, con sus respectivos toques, producto de esa evolución destinada al mercado extranjero. Es por esto que Perú ha sido acreedor al galardón de “Mejor Destino Culinario del Mundo” en las tres últimas ediciones de los “World Travel Awards” (WTA por sus siglas en inglés).

Lima Floral cuenta con un personal calificado y entrenado que el propósito de esta investigación no es otra que ayudar y dar herramientas que señalen las directrices para que la calidad tanto del servicio como del producto, no se vean comprometidos, en la búsqueda de un desarrollo sostenible.

Palabras claves: Lima Floral, calidad, servicio, producto, desarrollo sostenible

Abstract

The world is constantly changing and that's why businesses that do not fit are destined to die. Peruvian cuisine during the last decade, has been released worldwide, thanks to the confidence and marketing that its government has put on it, but most of all is because of internationally recognized chefs as Virgilio Martinez and Gaston Acurio who with their knowledge and experience have been able to shape, adapt and bring the XXI century, those dishes that delight the Peruvian palate, with their own touch, as a result of that evolution focused to foreign markets. That is why Perú has been the winner of the "World's Leading Culinary Destination" in the last three editions of the "World Travel Awards" (WTA).

Lima Floral has a qualified and trained staff that the purpose of this investigation is just to help and give some tools that indicate the guidelines for the quality of the service and product, are not compromised in the pursuit of a sustainable development.

Keywords: Lima Floral, quality, service, product, sustainable development

La gestión de la calidad, según I. Torre en 1998, la definimos como el conjunto de propiedades y características de un servicio que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades implícitas o explícitas; o en otras palabras, todas las características percibidas por el cliente para satisfacer sus necesidades.

Las necesidades de los clientes, varían dependiendo del producto o servicio turístico que se esté ofertando y del segmento del mercado para el cual esté dirigido el mismo. Por ejemplo, un huésped del Hotel Hilton Colon, no va a esperar o recibir el mismo producto o servicio que aquella persona que va a comer en un restaurante de menor categoría.

El restaurante “Lima Floral”, ubicado en la calle Floral Street del conocido barrio de Covent Garden en el corazón de Londres, ha adquirido fama y popularidad a nivel local y de a poco a nivel nacional durante estos 10 meses de apertura, debido gran parte a su “hermana mayor” “Lima Fitzrovia”, ubicado frente al populoso barrio londinense de Soho, es el primer y único restaurante peruano hasta ahora, acreedor de dos premios Michelin. Esto, sumado al gran equipo de mercadeo que busca una relación a largo plazo con nuestros invitados, la cual es afianzada por el personal de la cocina y de piso, da como resultado, algo más que la venta y aprobación de un producto como lo es la gastronomía peruana, sino que además se busca que el comensal viva la experiencia y perciba la diferencia de probar un poco de Perú

con nosotros, a hacerlo con la competencia.

Fue difícil marcar la diferencia entre el primer “Lima” restaurante y nosotros, pero poco a poco, con la asesoría del gerente, del head chef y gracias a las múltiples capacitaciones que recibimos en todos los aspectos, aprendimos a notar las características que nos distinguen. Lima Floral es un restaurante más casual que Lima Fitzrovia, en el cual el invitado puede entrar en un ambiente de confianza con los distintos colaboradores del restaurante, e incluso, debido a que posee una cocina abierta, los comensales tienen la oportunidad de preguntar y charlar con los responsables de que cada plato haya sido espectacular y con sabor peruano.

El segmento de mercado al cual apunta el restaurante “Lima Floral”, es el público europeo y anglosajón, y aunque suene algo irrisorio, es, como dice el Head Chef Robert Ortiz, “comida para no peruanos”, ya que aunque se usen ciertos productos y condimentos peruanos para darle el sabor tradicional, los platos que se encuentran en el menú no lo son, ya que lo que se oferta es gastronomía peruana contemporánea.

La mayoría de nuestros clientes tienen una reacción positiva frente a la experiencia vivida con nosotros, lastimosamente hay un porcentaje, que si bien no es alto, es tomado en consideración, puesto que la retroalimentación que nos proporcionan, en muchos casos no se ajusta ni a los objetivos, ni a la misión o a la visión

que la compañía tiene y en menores casos es todo lo contrario.

La experiencia vivida por los comensales, es compartida con los dueños y el área administrativa del restaurante, mediante el envío de correos electrónicos que cada compañía posee, a fin de tener un medio adicional de comunicación, mientras que la gran parte de esas experiencias son distribuidas en las diversas páginas electrónicas especializadas en el área de turismo, como Trip Advisor, y en el área de restauración, como lo es Open Table.

La publicación de un mal comentario o de una mala experiencia vivida durante la estancia del cliente al momento de prestar el servicio, puede repercutir severamente en el alcance de los objetivos fijados tanto a largo como a corto plazo, para lo que debemos recordar la relación de 1 a 10, la cual dice que por cada buena opinión publicada de la compañía, ganamos un cliente y por cada mala opinión publicada, perdemos 10.

Es por esto que se hace imperativo la prevención de una mala experiencia mediante herramientas que nos permitan medir la calidad tanto en el producto, como en el servicio que se está proporcionando y designar a la persona encargada de usar dichas herramientas, así por ejemplo podríamos decir que aquel a cargo de su utilización en el producto sería el Head Chef o en su defecto, la persona que éste designe para que lo represente en caso de su ausencia y aquel a cargo de medir el servicio sería el Gerente

General o aquella persona designada por éste para su utilización.

Teniendo ya definido el negocio y el segmento de mercado al cual queremos llegar, podemos definir las herramientas a usar tanto para verificar la calidad del servicio como la del producto, así tenemos que:

- CALIDAD DEL SERVICIO

1. Lista de chequeo: Nos ayudara a verificar aspectos perceptibles y no perceptibles, pero igualmente necesarios para la satisfacción y seguridad de los comensales como: temperatura de los salones, no obstrucción de las salidas de emergencias, mantenimiento de los menús, entre otros.
2. Sistema de puntuación: En el mundo no somos todos iguales y aunque así fuera, no siempre tenemos el mismo ánimo, entonces por que ganar lo mismo que hace el mismo trabajo que yo pero de manera inadecuada y/o de mala gana. Con este sistema se puede cuantificar el desempeño de los colaboradores en determinado lapso y así motivarlos económicamente.
3. Pruebas de conocimiento: Lima Floral invierte en la capacitación de sus colaboradores para que estos traspasen esos conocimientos mediante el servicio a los comensales, el

cual puede y debe ponerse a prueba mediante la realización constantes de test, pruebas y recordatorios antes de empezar la atención general.

- CALIDAD DEL PRODUCTO
 1. Lista de chequeo: La cual nos permitirá saber variables como: temperatura de la cámara de congelación, temperatura de los hornos, temperatura de la parrilla, la puesta en marca (mise en place), disponibilidad del producto, entre otras.
 2. Prueba de sabor: Ya que los platos son estandarizados y siguen una receta específica, cualquier chef que esté a cargo de su preparación deberá seguirla al pie de la letra a fin de ofrecer un producto excelente y homogéneo.
 3. Verificación de proveedores: Ya que son los encargados de proporcionar la materia prima para la elaboración del nuestro producto final, necesitamos cualificar la calidad y el precio de los proveedores disponibles en el mercado.

Con estas pautas, se podría llegar a mejorar la calidad del servicio y del producto ofertado en Lima Floral, teniendo en cuenta que el producto que ofrecemos va mucho más de vender un plato, es una experiencia compartida y disfrutada tanto para los invitados, como para los anfitriones.

BIBLIOGRAFÍA

- Orlando Bravo, A. (2000). *La Calidad en el Sector Turístico*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Moto López, M. y Fernández Menéndez, M.A. (2014). *Servicio y atención al cliente en un restaurante*. España: Paraninfo.
- Castellano, M.I. (2012). *Procesos de servicio en restaurante*. Madrid: Síntesis.