ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Título del trabajo

DISEÑO DE UN PLAN DE ACOMPAÑAMIENTO ESTRATÉGICO Y TÉCNICO PARA LOS CABAÑEROS DE LA ASOCIACIÓN DE TURISMO DE LA COMUNA DE OLÓN

Previo la obtención del Título de:

Licenciado en Turismo

Presentado por:

Erika Daniela Berrones Franco

Stefany Carolina Orellana López

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2019

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado a nuestros padres, quienes han sido parte fundamental desde el inicio hasta la culminación del mismo.

El apoyo, paciencia y confianza brindada la retribuimos en el orgullo de vernos finalmente graduadas.

Gracias a Dios Todopoderoso por no dejarnos perder la voluntad y seguir adelante en los momentos difíciles durante la realización de este proyecto.

AGRADECIMIENTOS

Nuestro más sincero agradecimiento a nuestras familias que siempre han estado a nuestro lado confiando e incentivándonos a terminar este trabajo de graduación.

A nuestros profesores el MSc. Mathías Pecot, la Lic. Andrea Yánez y la Ing. Gina Andrade que supieron orientarnos para aplicar con eficacia la información y lograr que este proyecto sea un éxito.

No queremos dejar de agradecer a una persona que siempre estuvo ahí aportando no sólo con sus conocimientos sino también con su apoyo incondicional, gracias.

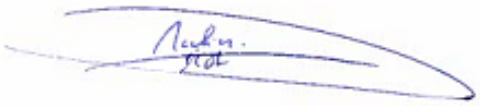
DECLARACIÓN EXPRESA

"Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Stefany Carolina Orellana López* y *Erika Daniela Berrones Franco* damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual".

Stefany Carolina
Orellana López

Erika Daniela Berrones
Franco

EVALUADORES



Ph.D Mathias Pecot
PROFESOR DE LA MATERIA

Lcda. Andrea Yánez
PROFESOR TUTOR

RESUMEN

Las comunidades costeras del Ecuador se han inclinado por la práctica de actividades orientadas al turismo. Sin previos conocimientos y con instinto de supervivencia son abiertas muchas cabañas a orillas de las playas para proveer de alimentos a los visitantes del sitio. Siendo este el antecedente, el presente proyecto abarca el caso de la Asociación de Turismo comunitario de Olón dónde se da apertura a un diseño de plan de acompañamiento estratégico y técnico que permita la generación de una cultura de servicio acorde a la realidad local. El manejo de recursos y el trato con cada uno de los actores sociales se emplearon cuidadosamente para no crear brechas de comunicación. Las herramientas utilizadas en el levantamiento de datos fueron claras, sencillas y dinámicas. Empleándose desde una encuesta Likert hasta un check-list que permitió la facilidad en la observación directa y una rápida retención de la información. Se respetó siempre el espacio y tiempo de los involucrados, en este caso: los visitantes y prestadores de servicio para que el proceso fluya sin inconveniente alguno. Los elementos tangibles y la empatía son dimensiones que fortalecen el servicio de Olón y permitieron generar líneas de acción que ataquen las debilidades detectadas. Finalmente se concluye que para cualquier tipo de implementación en comunidades se debe de generar previamente un proceso de sensibilización para que se desarrolle un adecuado aprovechamiento de los recursos.

Palabras claves: Servicio, Servqual, Comunitario, acompañamiento, estratégico.

ABSTRACT

The coastal communities from Ecuador had decided that the option of the tourism oriented activities are the best option for them. With no previous knowledge and with a survival instinct, many cabins have been inaugurated at the beach to provide food for the visitors. Being this the antecedent, the present project embraces the case from the ***Asociacion de Turismo comunitario de Olón*** *where a strategic and technical accompaniment plan has been opened which would alllow the generation of a service culture according to the local community reality.*

The management of resources and the treatment to each of the stakeholders is carefully considered to avoid communication gaps. The tools used in the daa gathering were clear, easygoing and dinamic. Being applied, from a Likert survey to a check-list that allowed toe ase the direct observation and a faster information retention. The time and space of the respondents was respected, in this specific case: the visitors and service providers to allow the process to flow with no inconvenients. The tangible elements and the empathy are elements that fortify Olon´s service and allowed to generate responses to the detected weaknesses. Finally it is concluded that any type of implementation in communities must be generated with a previous sensibilization process in order to develop an appropiate exploitation of the resources.

Palabras claves: *Service, Servqual, comunitary, accompaniment, strategic.*

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO 1 1

1. Introducción 1

1.2 Justificación 4

1.3 Objetivos 5

1.3.1 Objetivo General 5

1.3.2 Objetivos Específicos 5

1.4 Marco Teórico 5

1.4.1 Servicio 6

1.4.2 Características del servicio 6

1.4.3 Cultura de servicio 7

1.4.4 Calidad de servicio 8

1.4.5 Turismo Comunitario 11

1.4.6 Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) 14

CAPÍTULO 2 15

1.5 METODOLOGIA 15

1.5.1 Delimitación de la Población 15

1.5.2 Descripción del área de estudio 15

1.5.3 Técnicas de muestreo 16

1.5.4 Diseño de la Investigación 16

CAPÍTULO 3 20

1.6 RESULTADOS Y ANÁLISIS 20

1.6.1 Análisis de Resultados cualitativos 20

1.6.4 Análisis de Resultados Etnográficos 26

1.6.3 Análisis de ficha básica de cocina basada en el Manual de Buenas Prácticas de Manufactura de 12 de las cabañas de A&B para evaluar la higiene de los establecimientos. .. 27

11 27

1.6.4 Análisis de Resultados cuantitativos 29

1.7 DISCUSIÓN 38

CAPÍTULO 4 39

1.8 CONCLUSIONES 39
1.9 RECOMENDACIONES 40
REFERENCIAS 41
✓ 96

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1 Árbol de problemas de las cabañas de Olón 4
Ilustración 2: Características del Servicio 6
Ilustración 3: Dimensiones del modelo SERVQUAL 8
Ilustración 4: Brechas del modelo SERVQUAL 9
Ilustración 5: Herramientas SIGO 10
Ilustración 6: Codificación de las entrevistas a actores claves 25
Ilustración 7: Análisis de la ficha etnográfica 26
Ilustración 8: Gráfico de encuestas - Género 43
Ilustración 9: Gráfico de encuesta - Edad 43
Ilustración 10: Promedio de persepciones y expectativas SERVQUAL 44
Ilustración 11: Promedio de Brechas SERVQUAL 44
Ilustración 12: Plano de la cabaña de A&B 3x3 45
Ilustración 13: Gráfico 3D de la cabaña de A&B 3x3 45
Ilustración 14: Exposición a Prestadores de Servicio 125
Ilustración 15: Exposición a Prestadores de Servicio 125
Ilustración 16: Exposición a Prestadores de Servicio 126
Ilustración 17: Encuestas a Consumidores *Ilustración 18: Encuestas a consumidores 126*
Ilustración 19: Cabañas de restauración de la Comuna de Olón 127
Ilustración 20: Cabañas de restauración de la comuna de Olón 127
Ilustración 21: Cotización de Buses 128
Ilustración 22: Cotización de Equipos 130
Ilustración 23: Cotización de la cabaña de A&B 3x3 132
Ilustración 24: Cotización de Materiales 133
Ilustración 25: Rúbrica de aceptación de la propuesta 136
Ilustración 26: Sr. José Luis Rodríguez, Presidente de la Asociación de Turismo Comunitario de Olón firmando la aceptación de la propuesta 137

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Resultado Fichas BPM 1 28
Tabla 2: Resultados Fichas BPM 2 29
Tabla 3: Resultados de las percepciones de los clientes con las respectivas brechas por dimensiones 30
Tabla 4: Presupuesto de la propuesta 35
Tabla 5: Cronograma de Actividades del Acompañamiento 37
Tabla 6: Proceso de Codificación 95
Tabla 7: Fichas BPM Cabaña 1 97
Tabla 8: Fichas BPM Cabaña 2 99
Tabla 9: Fichas BPM Cabaña 3 101
Tabla 10: Ficha BPM Cabaña 4 103
Tabla 11: Ficha BPM Cabaña 5 105
Tabla 12: Ficha BPM Cabaña 6 107
Tabla 13: Ficha BPM Cabaña 7 109
Tabla 14: Ficha BPM Cabaña 8 111
Tabla 15: Ficha BPM Cabaña 9 113
Tabla 16: Ficha BPM Cabaña 10 115
Tabla 17: Ficha BPM Cabaña 11 117
Tabla 18: Ficha BPM Cabaña 12 119
Tabla 19: Ficha Etnográfica 1 120
Tabla 20: Ficha Etnográfica 2 121
Tabla 21: Ficha Etnográfica 3 122
Tabla 22: Ficha Etnográfica 4 123
Tabla 23: Ficha Etnográfica 5 124

CAPÍTULO 1

1. Introducción

El turismo comunitario nace en Ecuador a finales de la década de los 70´s con la comuna de Agua Blanca, ubicada en la provincia de Manabí (Mstr. Ullairi Donoso, Mstr. Ródas, & Mstr. Sanmartín, 2015). El emprendimiento comunitario se origina como resultado de movimientos sociales, indígenas y ambientalistas que buscaban la conservación de los recursos y la distribución equitativa de los beneficios generados en territorios comunales.

Esta modalidad de turismo mantiene su base en la participación activa de la comunidad en todas las fases de la actividad turística. Según Carlos Palacios (2016) son consideradas actividades de turismo comunitario, aquellas realizadas por pequeñas comunas rurales con el fin de, compartir conocimientos y experiencias a los turistas, de esta forma el dinamismo de la actividad permite el intercambio y el fomento de nuevas culturas, y con ellas oportunidades para mejorar sus servicios.

En la provincia de Santa Elena, se encuentra ubicada la comunidad de Olón, con 3 kilómetros de longitud y cuenta con una de las playas más extensas del país (Miranda Yrrazaba, 2015). Dentro de esta comuna opera desde hace 4 años, la Asociación de Turismo comunitario de Olón, que está conformada por 240 miembros, de los cuales 48 se dedican a la preparación de alimentos y expendio de bebidas desde sus respectivas cabañas. Los miembros restantes se dedican a otras actividades como: carperos, cocteleros y vendedores ambulantes (cevicheros, heladeros, bolleros, entre otros).

Actualmente, existe un convenio entre la Escuela Superior Politécnica del Litoral y el Municipio de Santa Elena, esta alianza surge para dar apertura a planteamientos de estudios que permitan analizar la realidad de la comunidad y sus servicios orientados al turismo, y así finalmente brindar a la asociación de comuneros, planes de manejo de recursos y herramientas de superación.

1.1 Descripción del problema: Necesidades de información insatisfechas.

La Asociación de Turismo de la comuna de Olón considera que el servicio que brindan a los visitantes es insuficiente porque, su demanda es muy baja. Lamentablemente este problema ha repercutido en el buen vivir de la comunidad, la falta de ingresos debido al déficit de visitantes ha sido el inicio de una cadena de malas decisiones. Según el presidente de la asociación esa considerable disminución de comensales se debe a la ausencia de herramientas y conocimientos en cultura del servicio.

La asociación de turismo de la comuna de Olón a determinado que hay un insuficiente flujo de turistas, esta situación la atribuyen a malas decisiones administrativas como: incumplimiento del reglamento de la asociación, falta de compromiso de los comuneros, carencia de recursos económicos para sostenibilidad del proyecto

Es más barato generar lealtad en el cliente que conseguir uno nuevo. Guadamarra y Rosales (2015) afirman que: "*Captar un cliente nuevo requiere un esfuerzo cinco veces mayor que conservar a uno ya existente*" (pág. 312). Este es un principio marcado para muchos emprendimientos, ya que permite la obtención de ingresos de manera prolongada y constante. Los cabañeros de Olón no poseen dentro de su cultura este principio, ellos sólo viven del presente y son felices con las ventas que puedan realizar en un día. Al no crear valor para sus consumidores, lo que consiguen es que el cliente opte por elegir otro establecimiento para consumir sus alimentos.

Cuando un cabañero se da cuenta que no tiene acogida sus productos tiende a autolimitarse e inclinarse por dejar de abrir su cabaña todos los días, hasta que finalmente opta por sólo abrirla en estaciones con mayor demanda. Lo lamentable de esta decisión es que muchos de ellos viven únicamente de la venta de sus productos en estas cabañas, y al no abrir todos los días, subsisten todo el año con los ingresos percibidos en la temporada alta. Actualmente de las 48 cabañas sólo se encuentran en funcionamiento permanente 5.

Las necesidades básicas y complementarias que tiene un cabañero y su familia no son cubiertas por los ingresos que se obtienen únicamente en temporadas altas. Por lo que, los jefes de familia terminan realizando préstamos a chulqueros, y con ese dinero se ayudan a levantar su negocio nuevamente, y a solventar gastos del hogar. Otros toman la decisión de desplazarse a Guayaquil para trabajar como guardias o empleadas domésticas. La intranquilidad por la poca acogida de clientes y las deudas son el marco de la realidad en la que viven las personas que forman parte de la Asociación de Turismo Comunitario de Olón.

La manipulación inadecuada de los alimentos en las cabañas de la comuna de Olón ha causado la difusión de una mala reputación e imagen en los clientes. En Ecuador existen muchos referentes del buen desarrollo en la cocina, pero para objeto del proyecto se tomará en cuenta las buenas prácticas de manufactura. Díaz y Uria (2009) definen a las BPM[1] como: "*un conjunto de principios y recomendaciones técnicas que se aplican en el procesamiento de alimentos para garantizar su inocuidad y su aptitud*" (pág. 10). La delicadeza de este tema ha sido también pilar fundamental para la creación del proyecto.

Para la delimitación de las causas y los efectos de la situación que atraviesa la comuna de Olón, se desarrolla el árbol de problemas que identifica el origen de los conflictos socioeconómicos que subyacen en la falta de sostenibilidad de la asociación de comuneros.

[1] Buenas prácticas de manufactura

Ilustración 1 Árbol de problemas de las cabañas de Olón

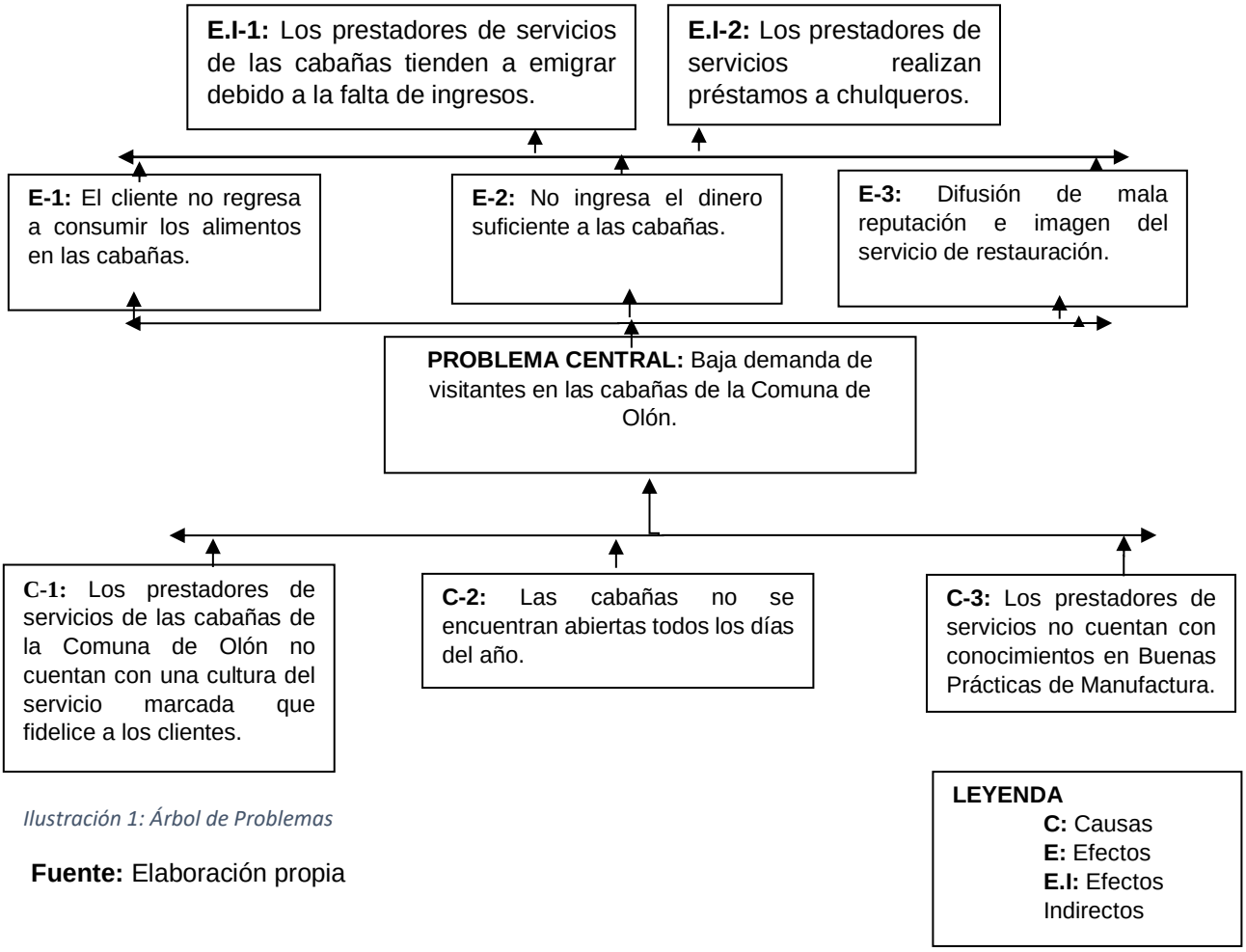


Ilustración 1: Árbol de Problemas

Fuente: Elaboración propia

1.2 Justificación

Al considerarse al turismo como una estrategia de desarrollo, dado su contribución a la economía local, se opta por realizar un plan de acompañamiento estratégico y técnico para la Asociación de Turismo comunitario de Olón; que permita generar una cultura de servicio acorde a la realidad local y a las variables exógenas que intervienen en la prestación del servicio.

Desde esta perspectiva el enriquecimiento de conocimientos en la cultura del servicio ayudaría a los cabañeros con herramientas que les permitan, a ellos mismos,

mejorar su calidad de vida mediante un adecuado ciclo del servicio. El acompañamiento propuesto no se ha realizado con anterioridad, es por esta razón que tendrá resultados nuevos y cubrirá necesidades que no se habían detectado antes.

El plan de acompañamiento nos permitirá obtener valor teórico que podrá servir para analizar ciertas conductas y procesos que manejan los cabañeros de Olón y en futuro también, los de toda la zona del litoral. Con esta información se podrán realizar las observaciones pertinentes y mejorar la calidad del servicio de los prestadores del servicio de restauración.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Diseñar un plan de acompañamiento estratégico y técnico para la Asociación de Turismo comunitario de Olón que permita la generación de una cultura de servicio acorde a la realidad local.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Evaluar las necesidades de acompañamiento técnico que prestan los cabañeros que brindan servicios de A&B con base a los aspectos que se deben considerar en la cultura del servicio.
- Definir las necesidades de los clientes de las cabañas de alimentos y bebidas de la Asociación de Turismo de la comuna de Olón.
- Definir las acciones que serán llevadas a cabo en el acompañamiento.
- Elaborar el presupuesto del plan de acompañamiento.

1.4 Marco Teórico

Para la presente investigación se ha escogido usar definiciones de palabras claves que refuercen su desarrollo y permitan el entendimiento del lector. Las fuentes utilizadas son artículos científicos, libros y tesis avaladas por una institución superior. A continuación, se presenta una codificación de la estructura que llevará a cabo el marco teórico.

1.4.1 Servicio

Según la RAE (dle.rae, 2017) el servicio es la acción o efecto de estar al servicio de alguien. En términos de aplicación, el servicio es entendido como el trabajo, actividades y/o beneficio que debe ser realizado con el objetivo de satisfacer al consumidor (Duque Oliva E. , 2005). Siendo así, vale la pena recalcar sus definiciones ya que el turismo forma parte del sector terciario de producción.

1.4.2 Características del servicio

Para comprender con más profundidad las dimensiones del servicio se presentan las siguientes características propuestas por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) las cuales sirven como ejes principales para identificar un servicio.

Ilustración 2: Características del Servicio

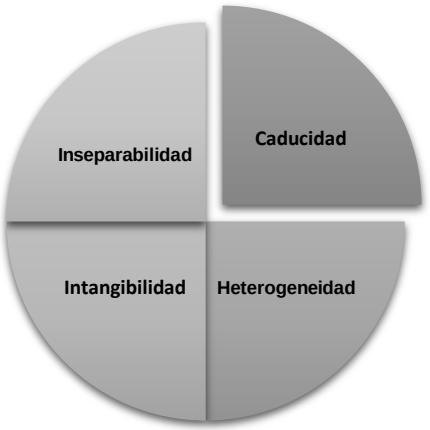


Ilustración 2: Características del Servicio

Fuente: Elaboración propia

1.4.2.1 Intangibilidad

La característica de intangibilidad se basa en la ausencia de verificación previo a la compra o consumo. Debido a esto Duque Olivia (2005) menciona

que la complejidad del servicio se basa en la expectativa vs la percepción que el cliente tenga del mismo.

1.4.2.2 Heterogeneidad

Esta característica hace referencia a la variabilidad que tiene el servicio en todo su ciclo. Desde la oferta hasta las percepciones que tienen los diferentes tipos de clientes después de adquirirlo. Siendo así, en un servicio es imposible poseer una calidad uniforme. (Parasuraman, Zeithaml, & Berr, 1985)

1.4.2.3 Inseparabilidad

Un servicio es inseparable debido a que no se puede desasociar el producto del servicio. En turismo, existe el término “servucción” que engloba el proceso de fabricación del servicio. Por ejemplo, las cabañas de Olón no pueden separar el producto (alimentación), de la prestación del servicio (meseros).

Además, se coloca la ***caducidad*** como última característica, haciendo referencia al tiempo que se encuentra en vigencia un servicio. Al contrario de un producto, no se puede almacenar por lo cual, el servicio caduca cuando el cliente culmina su consumo.

1.4.3 Cultura de servicio

Los gerentes ven a sus organizaciones como creadoras de experiencias a través de la prestación del servicio. Una definición de servicio es “*conocimiento aplicado para el beneficio de otra parte*”. Según esta definición cada vez más aceptada, todos los aspectos de las ofertas de productos (incluidos bienes, actuaciones e intercambios de redes) crean experiencias de servicio que crean relaciones entre las organizaciones y sus clientes (Bolton, 2016).

Se puede plantear una definición de servicio al cliente como una gestión estratégica de la relación entre el cliente y la organización. Dicha relación implica esfuerzo de los miembros de la organización para que no se limite a dar una buena

atención, sino que trascienda al placer de vivir (García, 2016). Duque y Diosa (2014) afirman que: "*Para recopilar ese tipo de información emplean la interacción y retroalimentación en todas las etapas del proceso del servicio*". (pág. 393)

Es por esto, que se están realizando salidas de campo recurrentes a la comuna de Olón; todo con el propósito de poder levantar información real y actualizada de la cultura que los cabañeros emplean en la prestación de sus servicios (restauración).

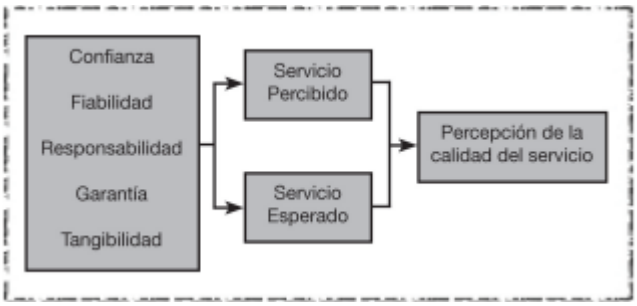
1.4.4 Calidad de servicio

La calidad del servicio hace énfasis en la gestión estratégica tanto de medición como de corrección que se realiza para determinar si existe o no un correcto funcionamiento en los procesos de fabricación de los servicios (Duque Oliva & Gómez, 2014). En el desarrollo de esta investigación se determinará si existe calidad en el servicio de restauración que brinda la Asociación de Turismo de la Comuna de Olón.

1.4.4.1 SERVQUAL

Es un instrumento que sirve para medir la calidad de un servicio percibido. El paradigma que se mantuvo durante mucho tiempo podría ser resuelto con el análisis de las expectativas y percepciones que el cliente tiene del servicio. Este análisis involucra 5 dimensiones del servicio y a la vez 5 vacíos y brechas que podrían originarse en el proceso; dependiendo de la subjetividad de la persona.

Ilustración 3 Dimensiones del modelo SERVQUAL



Fuente: (Duque Oliva E. , 2005)

A continuación, se presenta una pequeña definición de cada una de las dimensiones según Parasuraman (1985):

a) **Confiabilidad:** Capacidad para realizar el servicio prometido de manera precisa y confiable.

b) **Garantía:** Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.

c) **Materiales tangibles:** Instalaciones físicas, equipo y la apariencia del personal.

d) **Empatía:** Atención personalizada e individualizada a los clientes.

e) **Capacidad de respuesta:** Disposición para ayudar a los clientes y para brindar un servicio rápido.

Las brechas o vacíos considerados dentro del modelo SERVQUAL entre el cliente y la empresa durante la prestación del servicio son:

Ilustración 4 Brechas del modelo SERVQUAL

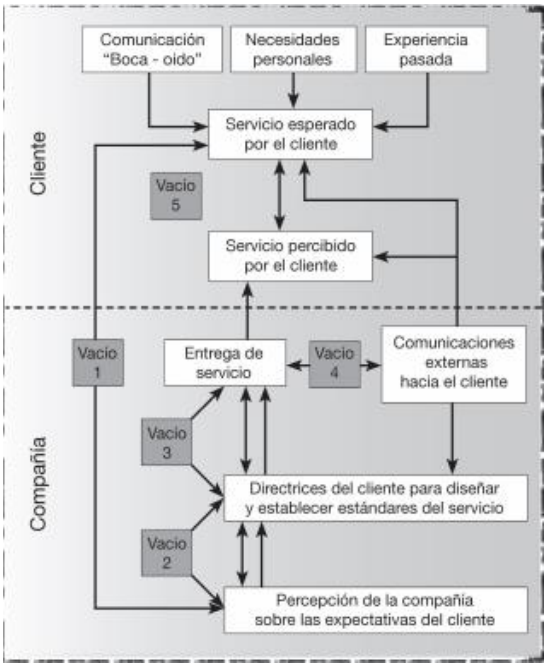


Ilustración 4: Brechas del modelo SERVQUAL

Fuente: (Duque Oliva E. , 2005)

Brecha 1: Diferencia entre las expectativas de los usuarios y las percepciones de los directivos.

Brecha 2: Diferencia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones o normas de calidad.

Brecha 3: Diferencia entre las especificaciones de la calidad del servicio y la prestación del servicio.

Brecha 4: Diferencia entre la prestación del servicio y la comunicación externa.

Brecha: Diferencia entre las expectativas del consumidor sobre la calidad del servicio y las percepciones que tiene del servicio.

Tanto las dimensiones como las brechas que Parasuraman considera en su modelo SERVQUAL serán consideradas en el análisis de la presente investigación.

1.4.4.2 SIGO (Sistema Inicial de Gestión Organizacional)

Es una herramienta de gestión rápida que permite diagnosticar y determinar la calidad de las micros, pequeñas y medianas empresas orientadas al turismo en Ecuador (Ministerio de Turismo , 2015). Este manual de implementación cuenta con 9 herramientas que permiten identificar la situación actual de la empresa:

Ilustración 5 Herramientas de SIGO

Ilustración 5: Herramientas SIGO

Fuente: (Ministerio de Turismo , 2015)

1.4.5 Turismo Comunitario

En Ecuador, la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador es el organismo regulador que acoge a las comunidades que ofrecen servicios turísticos.

En el reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios, se define al turismo comunitario como un modelo de gestión donde la comunidad local aprovecha el patrimonio natural y/o cultural de la región en la que se asienta, con el fin de desarrollar y ofrecer un servicio turístico de alojamiento y alimentos & bebidas; caracterizado por la activa participación comunitaria en la planificación y ejecución de acciones que los conducen a potenciar el desarrollo sostenible de la población, a través de la reinversión de los beneficios derivados de la actividad turística. (Ministerio de Turismo, 2010)

Según la FEPTCE, el turismo comunitario es la relación entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva intercultural, donde los habitantes de la comunidad llegan a un acuerdo para participar e involucrarse directamente con los turistas o visitantes, además se comprometen a cuidar los recursos tanto naturales como patrimoniales, fomentar el respeto a sus derechos culturales y territoriales que poseen como nacionalidad o pueblo; con la finalidad de distribuir de forma equitativa todos los beneficios generados por los turistas. (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, 2005)

Por otro lado, el turismo comunitario hace referencia a las comunidades que aprovechan colectivamente los recursos naturales y generan emprendimientos manejados por los propios habitantes, junto a otras actividades que contribuyen a su economía y distinción social. (Palomino, Gasca, & López, 2016)

La REDTURS asegura que el turismo comunitario comprende a la forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de recursos

patrimoniales comunitarios, con acuerdos establecidos para la práctica democrática y solidaria en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los turistas o visitantes. (Red de Turismo, 2005)

1.4.5.1 Importancia

A través del turismo comunitario se busca fortalecer el respeto a las nacionalidades y pueblos que brindan servicios turísticos autogestionados y que favorecen el posicionamiento e identidad mediante diversas actividades que realiza la comuna. Sin embargo, el turismo comunitario busca fomentar la sostenibilidad y para ello es necesario que todas las actividades realizadas tengan un balance en el ámbito social, económico y ambiental.

En la el literal e) del Art. 3 de la Ley de Turismo, se establece como uno de los principios de la actividad turística:

> "*La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta ley y sus reglamentos*"

Por otra parte, la OMT define al turismo sostenible es aquel que da importancia plena a las repercusiones actuales y futuras, tanto en el sector social económico y ambiental; para satisfacer las necesidades de los visitantes, sin perjudicar a la industria ni al entorno donde habitan las comunidades anfitrionas. (Organización Mundial del Turismo, s.f.)

1.4.5.2 Centro de Turismo Comunitario

En el instructivo para registro de Centros Turísticos Comunitarios se define que un Centro de Turismo Comunitario es el espacio turístico dentro del territorio comunitario que ofrece servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, que cuentan con una organización comunitaria; en la que se promueve el desarrollo local justo, equitativo, responsable y sostenible, que está basado en el rescate de su identidad, costumbres, tradiciones a través de un intercambio de experiencias con los turistas o visitantes con la finalidad de ofertar servicios de buena calidad y mejorar las condiciones de vida de los habitantes de las comunidades. (Ministerio de Turismo, 2010)

En el Art. 12 de la Ley de Turismo se dispone que:

> *"Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos"*

Además, la FEPTCE reúne a comunidades de todo el Ecuador que ofrecen servicios de turismo, guías y alojamiento y su iniciativa está dirigida a las comunidades indígenas, afroecuatorianas, campesinas y montubio (mestizas) del país, que son administradores tradicionales del patrimonio cultural y natural de Ecuador, a fin de fortalecer su importancia y valor cultural y social dentro del territorio. (Equator Initiative, s.f.)

1.4.6 Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)

Bastias, Muñoz, Cuadra y Quevedo (2013) afirman que: "*Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) son una herramienta básica para la obtención de productos seguros para el consumo humano, que se centralizan en la higiene y en la forma de manipulación"* (pág. 161). La Organización Panamericana de la Salud (2018) ha definido las BPM, como el punto de partida para la implementación de la calidad.

El proceso asegura tener bajo control la producción, ingreso de las materias primas, documentación, proceso de elaboración, almacenamiento, transporte y distribución de los alimentos. Son procedimientos de higiene y manipulación, que constituyen los requisitos básicos e indispensables para participar en el mercado (Bastidas, Cuadra, Muñoz, & Quevedo, 2013).

CAPÍTULO 2

1.5 METODOLOGIA

A continuación, se procede a describir las herramientas que se emplearon para el levantamiento de información primaria. La información fue diseñada para actores claves de la presente investigación. Entre ellos: Sr. José Luis Rodríguez; actual presidente de la Asociación de Turismo de la comuna de Olón, el Sr. Fermín Cordero; propietario de la cabaña “CERROLÓN”, el propietario de la cabaña “JERRY” y los clientes que consumen alimentos y bebidas en las cabañas.

1.5.1 Delimitación de la Población

Para realizar el proyecto se decidió elegir 2 cabañas de las 47, las cuales son las más concurridas en todas las épocas del año. Los actores directos son quienes nos ayudarán a obtener la información que necesitamos ya que están involucrados en la problemática, debido a que tanto los propietarios de las cabañas como sus familiares quienes laboran en la cocina, atención y servicio, realizan directamente la interacción con sus clientes.

Por lo tanto, se realizaron encuestas eligiendo un día entre semana, un fin de semana y un feriado para obtener diferentes resultados comparativos, de esta forma se realizó una triangulación la cual consiste en tres puntos de vista diferentes acerca de la calidad de atención al cliente en días con poca y mucha afluencia turística.

1.5.2 Descripción del área de estudio

El levantamiento de información se realizó en la Comuna de Olón, ubicada en la parroquia de Manglaralto de la provincia Santa Elena. El área que fue objeto de estudio comprende a los comedores de las cabañas de la Asociación de Turismo Comunitario de Olón. La delimitación del área se realizó en base al reconocimiento de mayor interacción con los visitantes.

1.5.3 Técnicas de muestreo

La técnica de muestreo escogida es no probabilística debido a la temporada baja en que fue realizado el levantamiento de información en las cabañas de restauración de Olón. Esta metodología consiste en la selección informal de las muestras, es decir; de los visitantes que se encontraban consumiendo alimentos en Olón, se escogió por conveniencia los que representarían nuestra muestra para el presente proyecto.

La población que se estableció fue la capacidad que tenían las 2 cabañas escogidas para la investigación. Siendo así, se han realizado 50 encuestas considerando a personas escogidas aleatoriamente y por conveniencia, de acuerdo con su disponibilidad e interés.

1.5.4 Diseño de la Investigación

Para este proyecto se ejecutaron la aplicación de tres métodos de investigación, etnográfico, exploratorio y descriptivo. Basándose en entrevistas, fichas de observación y encuestas las cuales permitieron reconocer las necesidades, expectativas y percepciones que poseen tanto los clientes como los restadores de servicios sobre el servicio que ofertan las cabañas. Este levantamiento de información nos permitió identificar las variables importantes para la realización del plan de acompañamiento con los cabañeros.

La información fue recolectada in situ, se realizaron viajes recurrentes para poder evidenciar la forma de vida de los cabañeros, observar el nivel de preparación en el servicio y la cantidad de demanda en distintas temporadas. Debido a la perspectiva que tiene este tipo de investigación se denomina etnográfico, y la información se levanta mediante una ficha de observación participativa.

A continuación, se profundiza cada uno de los modelos aplicados, explicando sus respectivas herramientas:

1.5.3.1 Método Etnográfico (Participatory action research):

Se entiende por método etnográfico, al levantamiento de información que tiene como principio, el compartir experiencias junto con los individuos de estudio. El marco muestral que se utilizó en este método fue la totalidad de cabañas que se encontraban abiertas durante el tiempo de observación. Por lo tanto, se trabajó con 18 cabañas; desde la apertura hasta el cierre del local, como un día laboral normal.

1.5.3.1.1 Observación

La observación es la acción de estudiar un comportamiento del individuo de interés, de esta forma se puede afirmar o descartar una teoría mediante los resultados obtenidos de este método de investigación. (Martínez Rodriguez, 2011)

Mediante este método se plantea observar directamente la interacción del prestador de servicio con el cliente, desde la perspectiva de una tercera persona. Lo que se busca es corroborar si los gestos o el comportamiento del cliente son similares a las respuestas que demuestran las encuestas. De esta forma también se busca medir la higiene en la manipulación de alimentos mediante una ficha que mida las BPM empleadas en la cabaña.

1.5.3.2 Método exploratorio

1.5.3.2.1 Entrevista exploratoria

Se realizaron entrevistas informales a los dueños de las cabañas, para tener un primer acercamiento con los comuneros e identificar la situación actual por la cual está atravesando la Asociación de Turismo comunitario de Olón. Para tener la seguridad que la información obtenida mediante la entrevista es verídica, se entrevistó a los prestadores de servicios ya que ellos son quienes están involucrados directamente con el cliente, la información

recopilada será de suma importancia debido a que, pueden indicarnos los comportamientos y necesidades que poseen los visitantes.

1.5.3.2.2 Entrevista a profundidad

Se escogió este tipo de entrevista debido a que esta herramienta permite que los entrevistados hablen abiertamente sobre el tema que les afecta y poder obtener de ellos la información sin que exista algún tipo de presión. Es necesaria este tipo de entrevista para conocer a profundidad y sin malinterpretar la información obtenida.

Por lo tanto, se entrevistó a dos cabañas que reciben más clientes, en contraste con las colindantes. Para comparar su opinión acerca de la definición de atención al cliente, el procedimiento que tienen para atender, la prestación del servicio y las expectativas del cliente se realizó el siguiente grupo de preguntas:

1. Según su opinión: ¿Qué es atención al cliente?
2. ¿Qué considera usted como calidad del servicio?
3. ¿Qué es para usted “calidad del producto”?
4. ¿Considera la primera impresión importante al momento de ofrecer un servicio?
5. ¿Suele ser amable/atento al momento de tratar con el cliente?
6. ¿Ha recibido usted alguna queja por parte de los clientes acerca de la atención brindada?
7. ¿Se podría mejorar? ¿Estaría dispuesto a realizar el cambio para mejorar?
8. ¿Qué podría sugerir para mejorar la atención al cliente?

1.5.3.3 Método descriptivo

1.5.3.3.1 Encuestas

Esta herramienta hace referencia a la obtención de información directa de un grupo x (muestra) que permita analizar características de una población, sin la necesidad de realizar un censo. Mediante un cuestionario que responde con el objetivo de la investigación se realizó una serie de preguntas cerradas y abiertas se permitió el levantamiento de información a los visitantes que adquieren el servicio de restauración de las cabañas.

Siendo así, la principal herramienta de levantamiento de información de este proyecto son las encuestas. Las cuales han sido elaboradas considerando el método SERVQUAL; haciendo énfasis entre la expectativa y percepción del servicio. También las variables de calidad personal encontradas en SIGO forman parte de la para conseguir una información precisa y manejable al momento de realizar el análisis y la triangulación con las herramientas del método exploratorio.

1.5.4 Criterio de Rigor

La fiabilidad y la validez son cualidades esenciales que deben tener las pruebas o los instrumentos de carácter científico para la recogida de datos, debido a que garantizan que los resultados que se presentan son merecedores de crédito y confianza. Por lo tanto, el Criterio de rigor se basa en lineamientos que debe tener la investigación para de esta forma determinar si es confiable, transparente y si cumple con los reglamentos establecidos y además no perjudica a ningún actor relevante al momento de evaluar el análisis de la información adquirida.

El criterio de valor utilizado en la investigación se puede ver reflejado en la relación que tienen los resultados las diferentes herramientas de información. Para poder determinar su correlación se realiza una triangulación de los datos obtenidos.

CAPÍTULO 3

1.6 RESULTADOS Y ANÁLISIS

El presente capítulo tiene como objetivo exponer el análisis realizado de los datos obtenidos en cada una de las técnicas de levantamiento de información. Se realizó un análisis separando la información cualitativa de la cuantitativa para finalmente realizar una triangulación que permita visualizar y discernir cada una de las necesidades, expectativas y percepciones que los clientes y los cabañeros propusieron para mejorar el servicio de restauración en Olón.

1.6.1 Análisis de Resultados cualitativos

Resultados de las necesidades de los prestadores de servicios desde la perspectiva del presidente de la asociación

Se entrevistaron a 3 actores claves para tener conocimiento acerca de la situación actual de las cabañas de alimentos y bebidas. La primera entrevista fue de carácter informal y realizado al presidente de turismo comunitario de Olón, el señor José Luis Rodríguez. En base a esta entrevista se obtuvieron los siguientes resultados:

> *"Venían, pero era un caos porque la basura quedaba… Había problemas, pelea, riñas, había negocios para las carpas porque todos pedían, para vender comida ellos traían cola, cerveza, salían a vender, entonces fuimos bajando a 100 buses, de ahí a 50 buses, ya última vez pedimos 15, porque ahora estamos con 15 buses pero provincia no de Guayaquil, que sean de otra provincia… esos no traen comida."* (Rodríguez, 2018)

1. Actualmente no existe convenio para traer buses de turismo a la playa, en años anteriores se tenía uno con el municipio de Guayaquil, pero se canceló debido a que no consumían en las cabañas.

> *"Ellos trabajan así las cabañas, por ejemplo, ellos abren aquí, acá no abren, porque están abiertas aquí unas 15 cabañas ya que ellos trabajan permanentes así trabajan todo el año seguido."* (Rodríguez, 2018)

“En este año no sé si habrá habido capacitación… pero los años pasados si como por 2 veces creo…” (Basilio, 2018)

2. Las cabañas de Alimentos y Bebidas tienen 1 o 2 capacitaciones anuales, suelen asistir sólo las cabañas de trabajo permanente (15).

   “Hemos tenido seminarios pero preparan esto no enseñan la preparación, solamente dan una clase y ya… nos falta bastante, lo que estamos pidiendo principalmente de mis compañeros cabañeros, como deben andar ellos… eso es muy importante para nosotros, o sea todos no tenemos libros como se describe el turismo, y eso ya lo hemos pedido, el municipio manda… pero no manda lo que prácticamente estamos pidiendo.” (Rodríguez, 2018)

3. Estas capacitaciones son teóricas, la asociación no está conforme con los talleres y desean capacitaciones prácticas.

   “Si algo mire pongamos que de las cabañas, estamos buscando a todos los compañeros pongamos a que asistan a la reunión, estamos enfocando para toditos, si para aquí mismo es esto, como podemos atender al turismo, llamar la atención, no hay esa cooperación de los compañeros.” (Rodríguez, 2018)

4. Algunos miembros no ven prioritaria la situación de mejorar en el servicio al cliente, por lo cual al momento de prestar el servicio en temporada alta no cumplen las expectativas del usuario, esto hace que pierdan clientes.

   “Todo eso nos falta bastante, principalmente el ambiente de la cocina y como lo que entra y sale aquí la gente casi no sale, siempre se ha dicho que se pongan y eso sinceramente no tenemos tiempito que hemos tenido estas charlas, hablar con los dueños de las cabañas, pongamos salen los meseros en esta forma (señala su atuendo) con zapatillas y con los dedos así nomás adentro del plato… no no… yo ya le he explicado a la gente que eso es falta de higiene de los que están de meseros, que vayan a escuchar estos cursos porque es muy importante.” (Rodríguez, 2018).

5. La asociación siente la necesidad de tener más capacitaciones de servicio al cliente debido a que, algunas cabañas no prestan el servicio adecuado (Inadecuada presencia de los empleados, falta de cortesía, falta de higiene):

   “Lo que estamos pidiendo es que aquí le falta mucho para la atención del turismo, servir al turismo, porque sinceramente no hay… no hemos

tenido esa capacitación que nos vengan a enseñar generalmente como servir al turismo" (Rodríguez, 2018).

Resultados de las necesidades y expectativas de los prestadores de servicio.

Se realizaron 2 entrevistas a profundidad, dirigida a los clientes de las 2 cabañas consideradas en este proyecto ("Jerry", "Cerrolón"), para lo cual, se realizó previamente un cuestionario de 8 preguntas acerca de la percepción que tenían del servicio que habían recibido. Se obtuvieron los siguientes resultados:

"Atención al cliente es saber cómo servir, dirigirnos hacia ellos con respeto, saludar antes de servir los platos que pedían, nunca ser grosero…" (Basilio, 2018)

"Atención al cliente es para mí ofrecerle todos los productos, en la venta lo que busca el cliente, yo le atendiendo de una forma cortés, es para de esa manera poder encargarme y así ofrecerle lo que realmente el desea comer" (Córdova, 2018)

1. Para ellos la ***Atención al cliente*** es una atender al usuario de una manera, cortés y servicial, dándole la bienvenida y una información correcta y real del producto que ofrece, siempre darles la razón y tener paciencia.

   "Nos esforzamos por presentar un mejor plato, como nuestro producto es el mejor, necesitamos tener mejor presentación también, entonces para todo el cliente se sienta a gusto." (Basilio, 2018)

   "Que esté el área bien limpio, que lo traten bien en el caso estén bien presentados, las mesas limpias, cada uno en su lugar las servilletas, todo lo de la mesa totalmente impecable" (Córdova, 2018)

2. Calidad de servicio es como se presentan a su personal: limpios, con buena presencia, orden en las mesas y el trato de los meseros.

   "Es que el producto esté fresco, que sea del día, así mismo todo lo que va de acompañamiento en el plato sea fresco, se demoran un poquito los platos pero va con producto fresco, todo preparado al momento para que el cliente saboreé lo que está recién elaborado." (Córdova, 2018)

   "O sea nosotros vendemos la comida es calidad, porque nosotros todo el producto es fresco, entonces nosotros vendemos al cliente bien presentados" (Basilio, 2018)

3. En cuanto al producto los cabañeros indican que este debe ser fresco, tener buena presentación, cumplir las expectativas del cliente.

> *"El señor de las capacitaciones nos decía que el chico que atendía afuera nunca anduviera en bibidí, que siempre anduviera en camiseta, los chicos que nos ayudan a tender andan así, la chica que viene también bien peinadita".* (Basilio, 2018)

> *"Claro, porque por los ojos es que se ve la alimentación, o sea capta el cliente de la buena impresión que lleva."* (Córdova, 2018)

4. Consideran que la primera impresión con el cliente es muy importante por lo cual, exigen a los meseros estar bien peinados, y con una vestimenta adecuada.

> *"Nosotros tenemos clasificado personal de años que tiene trabajando con nosotros, ellos obedecen lo que uno les tiene que decir, de tal forma de tal cosa y ellos hacen, por eso tenemos gente preparada que sale mucho mejor."* (Córdova, 2018)

> *"Aquí nos ayuda una chica… se graduó ella también está estudiando, nos ayuda de mesera… ella es de "Cadeate", y como ellos son estudiados entonces si saben cómo atender un cliente"* (Basilio, 2018)

5. Otro requisito fundamental es la amabilidad al momento de brindar el servicio. Es por esto que, contratan meseros que han realizado estudios de turismo en instituciones ya sea de Olón o Cadeate.

> *"Pero igual hay que invertir en materiales, ya esta mesa hay que comprar lija, el barniz, sellador y todo diluyente… eso es un gasto también, entonces mucha gente también por eso yo creo que no mejoran el establecimiento, porque falta el dinero y bueno igual nosotros así sea como sea como que ganamos y se va mejorando de a poquito… El señor de ahí de las hospederías a veces cuando tiene clientes de noche nos manda clientes para acá. Entonces hay también clientes gringos que vienen"* (Basilio, 2018)

6. Como sugerencia se mencionó el invertir en personal capacitado, materiales para mejorar el aspecto de la cabaña, y en productos de calidad para los platos. A su vez desarrollar alianzas con otros establecimientos de turismo (hostales) para ser recomendados.

> *“Mire, yo sugiero que aquí en este caso, en ese aspecto la persona que va a atender al cliente tiene que capacitarse de atención al cliente, porque de eso depende que el negocio prospere, porque es un factor importantísimo atender afuera, al mesero en este caso tiene que saber modales, la vestimenta, estar activo y ser cortés.”* (Córdova, 2018)

7. Otra sugerencia fue capacitarse en los talleres que se brinda de atención al cliente y aprender inglés o contratar personal que tenga conocimiento y experiencia en el idioma.

Agrupando todos los factores mencionados, tenemos como resultado la siguiente codificación:

Ilustración 6 Codificación de las entrevistas realizadas a actores claves

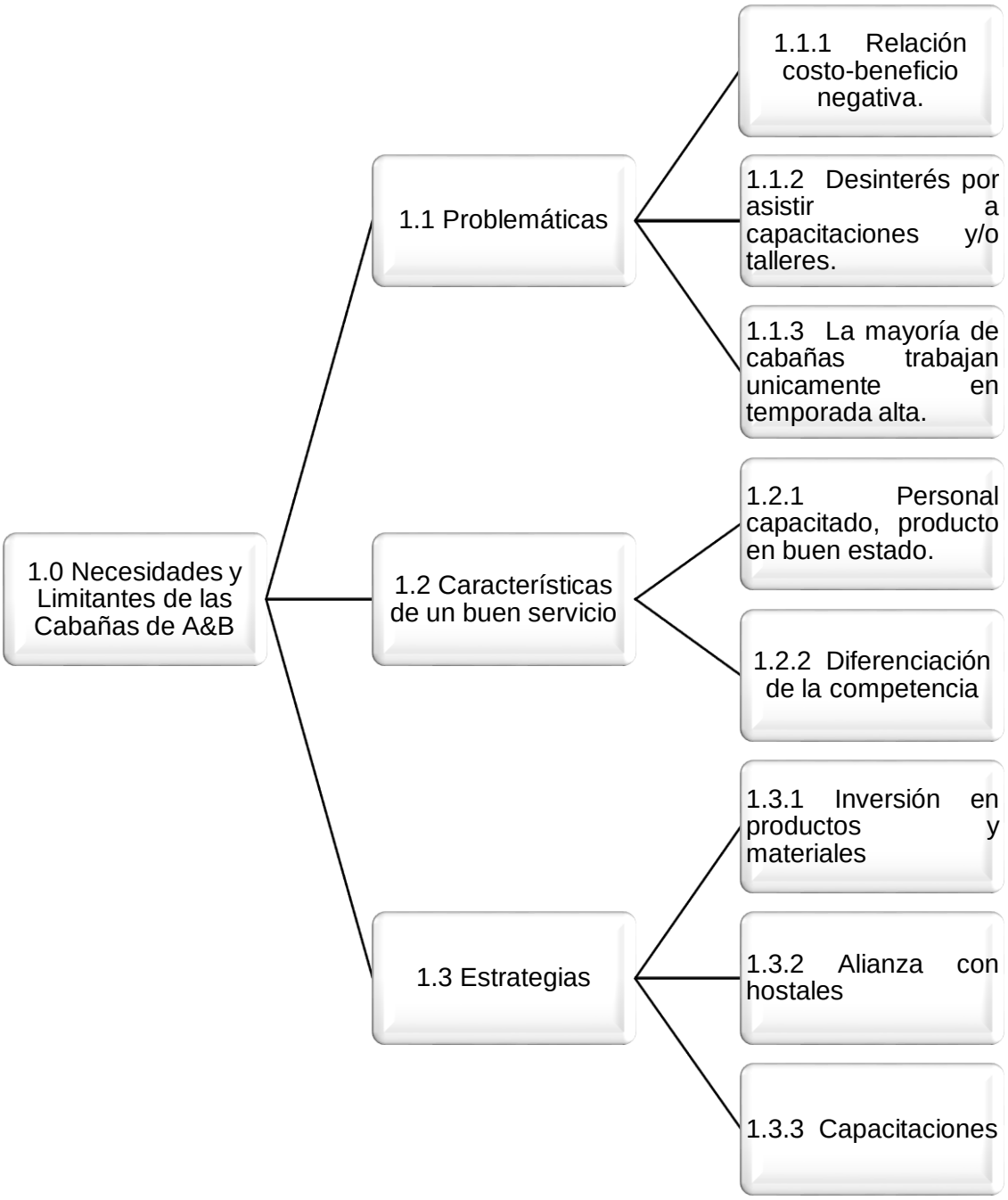


Ilustración 6: Codificación de las entrevistas a actores claves

Fuente: Elaboración propia

1.6.4 Análisis de Resultados Etnográficos

Para analizar los resultados obtenidos mediante el método etnográfico, se tomó a consideración: el comportamiento del cliente durante el transcurso de la selección y consumo en el establecimiento, en el tiempo de observación de cada viaje realizado para investigación de campo (Ficha etnográfica). Las condiciones higiénicas de las cocinas en las cabañas de A&B durante la elaboración del producto en un día laborable normal (Ficha básica de cocina basada en el Manual de Buenas Prácticas de Manufactura) lo cual se plantea a continuación:

Ilustración 7: Análisis de ficha etnográfica para determinar un perfil y comportamiento de los clientes de las cabañas de A&B.

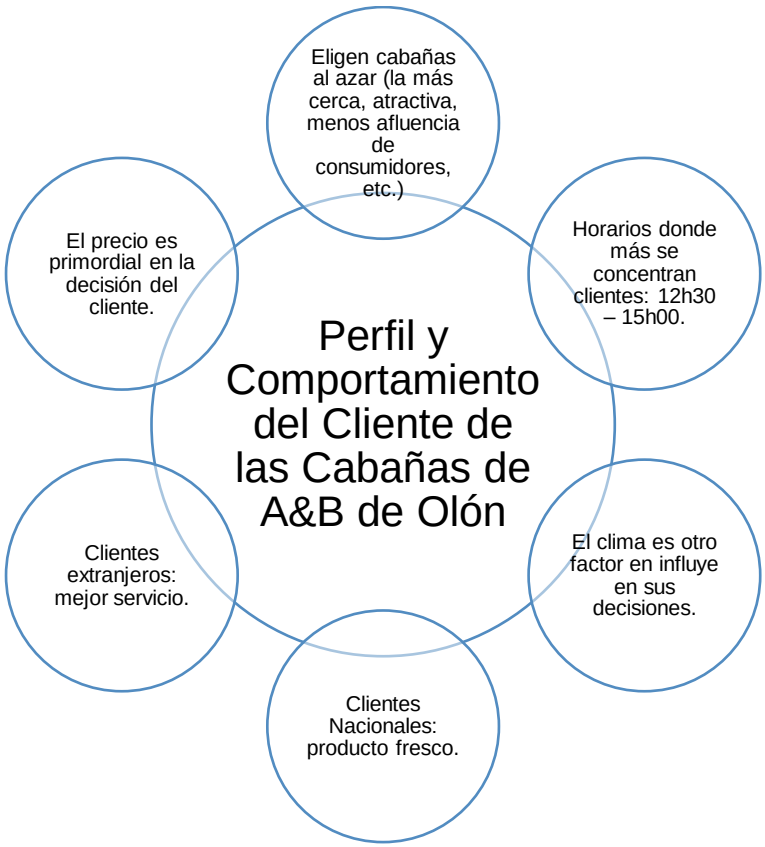


Ilustración 7: Análisis de la ficha etnográfica

Fuente: Elaboración propia

1.6.3 Análisis de ficha básica de cocina basada en el Manual de Buenas Prácticas de Manufactura de 12 de las cabañas de A&B para evaluar la higiene de los establecimientos.

1. En la visita técnica se pudo observar que no todas las cabañas cuentan con utensilios básicos e indispensables para la manipulación y almacenamiento de alimentos como: llave de agua, conexiones de electricidad y frigoríficos.
2. De la totalidad de cabañas observadas, se pudo identificar que un 10% no tienen los implementos necesarios en un establecimiento de restauración tales como: cubertería, lavavajillas, implementos de limpieza.
3. De las 12 cabañas observadas 6 carecen de mesones recubiertos de mármol o porcelanato. Además, no poseen un ambiente limpio para manipular los alimentos.
4. Mediante la observación se pudo comprobar que es necesario reforzar los conocimientos de Buenas Prácticas de Manufactura a los prestadores de servicio, sobre todo a quienes tienen contacto directo con los productos de consumo.

Resultados del Check-list de Utensilios

Materiales:	SI	NO	Total
Ollas	11	1	12
Sartenes	11	1	12
Cuchillos de Cocina	12	0	12
Exprimidor (naranja, limón)	11	1	12
Cucharones	12	0	12
Cernideros	12	0	12
Espátulas	12	0	12
Jarras	12	0	12
Tabla de picar	10	2	12
Tazones (Bowls)	12	0	12
Recipientes para guardar/desechar aceite usado	10	2	12
Cocineta	12	0	12
Refrigerador para bebidas	9	3	12
Refrigerador para alimentos	9	3	12
Vajillas (platos, tazas) (Nº = capacidad Max)	9	3	12

Cubiertos (tenedor, cuchara, cuchillo) (Nº = Capacidad Max)	10	2	12
Mesones recubiertos (mármol, porcelanato)	6	6	12
Escobas	12	0	12
Pala	12	0	12
Trapeador	8	4	12
Balde	10	2	12
Limpiones	10	2	12
Desinfectantes	10	2	12
Cloro	10	2	12
Esponjas	8	4	12
Lavavajillas	7	5	12
Anaqueles	8	4	12
Tachos de basura con funda	10	2	12

Tabla 1: Resultado Fichas BPM 1

Resultados del Check-list de Aseo

Ubicación:	SI	NO	Total
Tacho de basura lejos de las cocinetas y alimentos	9	3	12
Lavaplatos desocupado	9	3	12
Espacio de mesones distribuidos (Sección para picar, armar platos, procesar alimentos)	8	4	12
Limpieza de cocinetas (sin oxido o manchas)	9	3	12
Correcta Distribución Anaqueles (Vajillas, Botellas de aceites y salsas, materiales de cocina)	7	5	12
Paredes limpias/pintadas (ubicación de cucharones)	6	6	12
Alimentos ubicados en zonas seguras no contaminantes	7	5	12
Correcta distribución de cárnicos en frigoríficos (empacadas y separadas en bolsas plásticas evitando contaminación)	7	5	12
Las bebidas no se mezclan con los alimentos en estado de refrigeración	10	2	12
Implementos de limpieza ubicados lejos de los alimentos y cocinetas	10	2	12
Vajillas sucias separadas de las limpias	11	1	12
Desechos orgánicos y plásticos separados	11	1	12
Jabón para lavado e higiene de manos	8	4	12
Cucharones de madera en buen estado	9	3	12

Cabello amarrado o cubierto durante la manipulación de alimentos	7	5	12
Limpieza constante del área de trabajo	9	3	12
Desecho de aceites (máximo de uso 2 veces)	10	2	12
Ollas en buen estado (sin oxido)	8	4	12
Piso sin tierra o arena	9	3	12
Esponjas y limpiones en buen estado	7	5	12

Tabla 2: Resultados Fichas BPM 2

1.6.4 Análisis de Resultados cuantitativos

En la siguiente sección se procederá a analizar la información recolectada por medio de encuestas. Este análisis nos servirá para conocer cuáles son las necesidades y percepciones del cliente sobre el servicio de restauración ofrecido en Olón. A continuación, se presenta el perfil del visitante en los establecimientos de restauración y la interpretación de los gráficos adjuntados en la sección de anexos:

La elección de las cabañas de Olón como establecimiento de restauración está dada mayormente por una población con un rango de edad de 24 a 40 años. Existe una mínima presencia de extranjeros de España y Estados Unidos. El gasto promedio que los visitantes realizan en los establecimientos es de $5 a $10, por lo que la relación calidad-precio es considerada como adecuada para un 90% de los encuestados.

Durante la investigación de campo se realizaron recomendaciones para mejorar la información expuesta en la carta, donde se proponía que se incluyeran imágenes, promociones y variedad de mariscos. El tiempo y la higiene con la que cuentan los establecimientos no son un problema para los visitantes, sin embargo, si indican que los prestadores de servicios deben de contar con capacitaciones para la manipulación de los alimentos.

El cuestionario que se utilizó en la investigación fue realizado en base a la escala ***Servqual*** para poder identificar las percepciones de los clientes con respecto a la calidad del servicio de los establecimientos. La escala que se utilizó en este caso

fue un rango de 1 a 5, siendo (5) el valor representativo para la expectativa deseada. Con un total de 22 preguntas se encuestó a 71 personas que nos aportaron lo siguiente:

Tabla 3: Resultados de las percepciones de los clientes con las respectivas brechas por dimensiones

	DIMENSIONES	PREGUNTAS	PROMEDIO DE PERCEPCIONES	PROM. DE PERCEPCIÓN POR DIMENSIÓN	PROMEDIO DE BRECHAS
P1	**ELEMENTOS TANGIBLES**	El restaurante cuenta con mobiliario adecuado.	**3,68**	**3,65**	**-1,42**
P2		Las instalaciones del restaurante (mesas, sillas, cubiertos, platos) son limpias y visualmente atractivas.	**3,56**		
P3		El personal del restaurante tiene apariencia limpia y agradable.	**3,79**		
P4		El menú y la publicidad dentro y fuera del restaurante es visualmente atractiva.	**3,56**		
P5	**FIABILIDAD**	Cuando el restaurante promociona algo, lo cumple.	**3,56**	**3,59**	**-1,41**
P6		Cuando tengo algún problema, el personal del restaurante muestra interés sincero en solucionarlo.	**3,68**		
P7		Recibo correctamente lo que ordeno, desde la primera vez que realizó mi pedido.	**3,45**		
P8		El restaurante cumple con los tiempos establecidos para	**4,01**		

		la entrega de órdenes.			
P9		La comida del restautante es preparada con higiene y suficiente calidad y cantidad.	**3,23**		
P10	**CAPACIDAD DE RESPUESTA**	Si solicito algo al personal del restaurante, me informarán exactamente cuando me lo proporcionarán, y cumplirán con ello.	**3,23**	**3,39**	**-1,61**
P11		El personal del restaurante, siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme.	**3,56**		
P12		El tiempo que el personal del restaurante demora en recibir y entregar mi orden es el adecuado.	**3,34**		
P13		La manera en que el personal del restaurante responde a mis solicitudes es siempre atenta y agradable.	**3,45**		
P14	**CONFIABILIDAD**	El comportamiento y la presencia del personal del restaurante me inspira confianza.	**3,79**	**3,56**	**-1,44**
P15		Siento seguridad al consumir los productos de este restaurante.	**3,23**		
P16		Al momento de pedir la cuenta, confío en la integridad del personal del restaurante.	**3,79**		
P17		El personal del restaurante tiene	**3,45**		

		los conocimientos adecuados para responder con seguridad y rapidez a mis preguntas.			
P18	**EMPATÍA**	El personal del restaurante siempre está atento a mis deseos y necesidades.	**3,45**	**3,68**	**-1,32**
P19		El personal del restaurante siempre está con una sonrisa en el rostro; se muestra interesado por servir a los clientes.	**3,23**		
P20		El trato que recibo por el personal del restaurante es individual y personalizado.	**3,23**		
P21		El ambiente del restaurante es agradable y me hace sentir cómodo.	**4,01**		
P22		El horario de apertura o atención del restaurante es adecuado	**4,46**		

Fuente: Elaboración Propia.

El gráfico nos indica que la mayor fortaleza que poseen en la restauración de Olón es la empatía empleada por los prestadores a los clientes. Por otro lado, dónde se debe trabajar más para mejorar el servicio es en la capacidad de respuesta ya que su brecha de calidad es de (-1, 61).

A nivel general las cabañas reflejan que el servicio brindado por los prestadores de Olón representa un déficit de calidad debido a que, las expectativas fueron más altas que las percepciones. Sin embargo, cabe recalcar que la diferencia entre ambas no representa una brecha muy alta. Por lo tanto, el servicio de

restauración de las cabañas de Olón si se encuentra apto para recibir el acompañamiento estratégico y técnico que se propone en este proyecto.

1.6.5 PROPUESTA

De acuerdo a los resultados arrojados en base a encuestas, entrevistas y observación de las cabañas de restauración de la Asociación de Turismo de Olón y tomando en consideración las necesidades percibidas de los mismos, hemos podido determinar que el plan de acompañamiento de los prestadores de servicio debe estar enfocado en mejorar el BPM y servicio al cliente aplicado por los cabañeros y convertir esta práctica en un hábito.

Los clientes encuestados comentaron que la variedad en los menús, el buen estado del producto, el buen sabor, promociones y limpieza son un factor importante para que la cabaña pueda ser recomendada además de la presentación, apariencia y atención del personal, por lo cual se deberá reforzar los conocimientos en cultura de servicio de los cabañeros con capacitaciones y talleres prácticos.

De acuerdo con lo analizado y queriendo ayudar a resolver las necesidades del cliente como la de los cabañeros, se proponen las siguientes capacitaciones y talleres que servirán para mejorar el desarrollo de los servicios ofrecidos en las cabañas de restauración:

- **BPM (Buenas Prácticas de Manufactura):**

  Este tema constará de dos partes, la primera será teórica y la segunda se dará mediante talleres prácticos. Durante todo el desarrollo se complementará el tema con un proceso de acompañamiento que servirá para enseñarles mediante la demostración en el área de cocina lo indicado en la teoría, y luego de esto se realizarán visitas paulatinamente para dar seguimiento y constatar que lo aprendido se está aplicando al dar el servicio.

- **Cultura de servicio:**

  En este tema se manejan todos los puntos que son necesarios para poder mejorar los conocimientos en cultura del servicio en los cabañeros. La aplicación se dará mediante la participación activa de los prestadores, es vital considerar su opinión, su forma de trabajar, sus sugerencias y sus limitaciones para adaptar este punto a su realidad local. Adicionalmente, cabe recalcar que se manejará en dos partes, la primera teórica y la segunda práctica.

- **Administración de dinero:**

  Tomando en consideración los antecedentes y la información recolectada mediante las entrevistas en la investigación de campo, notamos que los prestadores de servicio necesitan adquirir conocimientos acerca de cómo manejar su dinero. Por lo tanto, se brindarán capacitaciones teóricas/didácticas con el objetivo de volver este tema interesante para ellos y de esta forma mejorar su economía lo cual los beneficiará mediano y corto plazo.

La cooperación de todos los actores sociales involucrados será vital para que el resultado de este plan de acompañamiento sea un servicio de calidad recomendado y reconocido a nivel nacional.

A continuación, se procede a presentar la propuesta del plan de acompañamiento con su debido presupuesto y cronograma:

Los rubros considerados dentro del presupuesto corresponden a los materiales y suministros que se utilizaran en el proceso de acompañamiento. Siendo así, se contempla que las capacitaciones se manejaran con material audiovisual y didáctico.

Tabla 4: Presupuesto de la propuesta

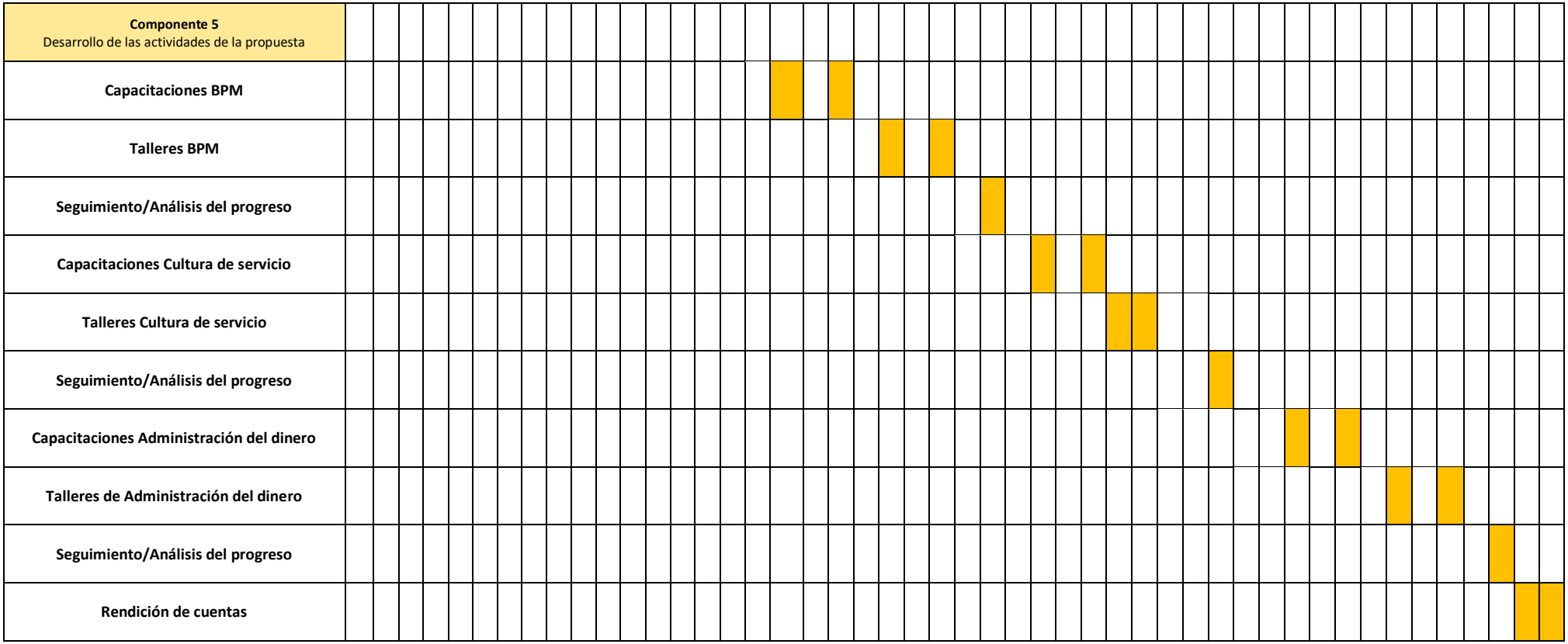
PRESUPUESTO									
Capacitaciones	Número de capacitaciones	Número de talleres	Valor de transporte por cada capacitación	Valor por material didáctico en las capacitaciones	Valores de equipos por cada capacitación				
					Pantalla portátil	Proyector	Amplificación	Micrófono	Apuntador
Manufactura	2	2	$ 500	$ 220	$ 73	$ 134	$ 105	$ 30	$ 22
Cultura del servicio	2	2	$ 500	$ 220	$ 73	$ 134	$ 105	$ 30	$ 22
Administración de dinero	2	2	$ 500	$ 220	$ 73	$ 134	$ 105	$ 30	$ 22
Seguimiento análisis de progreso	5	0	$500	0	0	0	0	0	0

RESUMEN DEL PRESUPUESTO

DESCRIPCION DE RUBROS	%	APORTE DONANTE	APORTE ESPOL Vinculación	TOTAL
1.GASTOS DE PERSONAL				
Honorarios	0%	0,00	0,00	0,00
TOTAL GASTOS DE PERSONAL	**0%**	**0,00**	**0,00**	**0,00**
2. GASTOS OPERACIONALES				
Viáticos	0%	0,00	0,00	0,00
Movilización	52%	8.500,00	0,00	8.500,00
Materiales/Suministros/Insumos Fungibles	21%	0,00	3.410,00	3.410,00
Gastos de Servicios (Socialización, sistematización y otros)	27%	0,00	4.368,00	4.368,00
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	**100%**	**8.500,00**	**7.778,00**	**16.278,00**
3. EQUIPAMIENTO				
Equipamiento	0%	0,00	0,00	0,00
TOTAL EQUIPAMIENTO	**0%**	**0,00**	**0,00**	**0,00**
PRESUPUESTO TOTAL SEGÚN DESEMBOLSO	**100%**	**8.500,00**	**7.778,00**	**16.278,00**

Año	2018												2019																																2020			
Mes	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO			
Semanas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Componente 1 Evaluar las necesidades de acompañamiento técnico que prestan los cabañeros que brindan servicios de A&B con base a los aspectos que se deben considerar en la cultura del servicio																																															
Actividad 1 Preparación de material para levantamiento de información a los prestadores de servicio de las cabañas de Olón.																																															
Actividad 2 Levantamiento de información mediante entrevistas y observación mediante fichas etnográficas..																																															
Componente 2 Definir las necesidades de los clientes de las cabañas de alimentos y bebidas de la Asociación de Turismo de la comuna de Olón.																																															
Actividad 1 Levantamiento de información mediante encuestas a los clientes que recibieron servicio en las cabañas de Olón.																																															
Actividad 2 Levantamiento de información a los clientes mediante fichas etnográficas.																																															
Componente 3 Definir las acciones que serán llevadas a cabo en el acompañamiento.																																															
Actividad 1 Propuesta de capacitaciones BPM/ Cultura de servicio/ Administración de dinero.																																															
Actividad 2 Propuesta de talleres participativos en conjunto con los prestadores de servicio de las cabañas de Olón.																																															
Actividad 3 Propuesta de acompañamiento previa, durante y después de la realización del proyecto.																																															
Componente 4 Elaborar el presupuesto del plan de acompañamiento.																																															
Actividad 1 Cotizaciones de insumos a utilizar para la realización en la propuesta.																																															

Tabla 5: Cronograma de Actividades del Acompañamiento



1.7 DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en el levantamiento de información ayudaron a responder cada uno de los objetivos y darle paso a la elaboración de una propuesta que forma parte de un plan de acompañamiento para la Asociación de cabañeros de Olón. Al contrario de Sánchez España (2017) las motivaciones que la pasada investigación tuvo para generar el plan se concentraron más en la parte intangible del servicio; la confiabilidad, la empatía y capacidad de respuesta.

Los estudios existentes se encuentran enfocados en determinar si posee o no calidad un establecimiento en su servicio como nos demuestra Guzmán y Cárcamo (2014) en su artículo dónde explayan que la determinación de la brecha entre expectativas y percepciones se ha convertido en un indicador para evaluar la calidad de servicios de un proveedor más no indica nada sobre un plan de acompañamiento que los ayude a mejorar su calidad.

La investigación se realizó para evaluar las necesidades de acompañamiento técnico que prestan los cabañeros que brindan servicios de A&B con base a los aspectos que se deben considerar en la cultura del servicio y definir las necesidades de los clientes de las que consumían sus alimentos en los establecimientos para finalmente elaborar un presupuesto que permita reflejar la cantidad a invertir para el apoyo a la comunidad de Olón

CAPÍTULO 4

1.8 CONCLUSIONES

Lo expuesto a lo largo del trabajo permite arribar las siguientes conclusiones poniendo como base la propuesta de un acompañamiento estratégico y técnico con la Asociación de Turismo Comunitario de Olón.

La modalidad de turismo comunitario no es aplicada en el sitio de estudio. Las cabañas que brindan el servicio de restauración son manejadas por un dueño que trabaja únicamente por su familia y su progreso, no en base a un pensamiento colectivo. Sin embargo, se propone esta modalidad dentro del proyecto para generar una integración de todos los actores sociales en especial con la comunidad receptora, eje principal de la actividad.

Del mismo modo, para la obtención de un desarrollo sostenible en el servicio de restauración de Olón, se necesita de una sensibilización previa a los 240 miembros con el objetivo de que, cada una de las capacitaciones y talleres propuestos sean aprovechados al máximo. Y de ésta forma nuestro plan culmine con el acompañamiento sugerido el cual mejorará las técnicas utilizadas a diario.

La debilidad más evidente dentro de la Asociación de prestadores fue la ausencia de técnicas para generar una buena experiencia al cliente. Además de la carencia de innovación en los platos, la capacidad de respuesta ante los pedidos generó una brecha en la calidad del servicio. En contraste se puede destacar que la confiabilidad y fiabilidad tuvieron brechas menores en las que se puede trabajar para generar un servicio de excelencia.

El convenio entre la Escuela Superior Politécnica del Litoral y el Municipio de Santa Elena, dio origen a un nuevo estudio, el cual permitió analizar la realidad de una comunidad y sus servicios orientados al turismo, para finalmente poder brindar herramientas de superación a una comunidad que desconocía que ellos mismos podían forjar las oportunidades que tanto anhelaban.

1.9 RECOMENDACIONES

Las recomendaciones por presentar fueron consideras tomando como línea base a las debilidades y amenazas que presenta la sinergia entre los actores sociales que intervienen en el desarrollo productivo y turístico de Olón.

Se recomienda que se difunda información legal para la debida aplicación de cada una de las actividades. Siendo así el GAD municipal como actor influyente más próximo debería de socializar artículos que permitan a los prestadores estar conscientes de las repercusiones de cada uno de sus actos en la prestación del servicio.

Se recomienda que los prestadores cuenten con personal familiarizado en conocimientos de servicio y atención al cliente. Éste requisito puede ayudar a motivar a jóvenes de la comunidad a participar en la actividad de A&B.

Se recomienda que dentro de las actividades del grupo de prestadores se genere un fondo mensual para que al finalizar el año se realice una restauración en sus cabañas; aplicación que vaya acorde con las tendencias del mercado.

Finalmente, se desea incluir en este apartado la recomendación de generar constantes sensibilizaciones en el área del desarrollo sostenible, asegurando así, un excelente presente para las generaciones futuras.

REFERENCIAS

Parasuraman, Zeithaml, V. A., & Berr, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 41-50.

Bastías M, J. M., Cuadra H, M., Muñoz F, O., & Quevedo L, R. (2013). Correlación entre las buenas prácticas de manufactura y el cumplimiento de los criterios microbiológicos en la fabricación de helados en Chile. *Rev. Nut*, 161-168.

Díaz, A., & Uria, R. (2009). *Buenas Prácticas de Manufactura para pequeñas y medianas empresas.* Obtenido de Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura: http://orton.catie.ac.cr/repdoc/A5294e/A5294e.pdf

dle.rae. (2017). *Definición de servicio*. Obtenido de Real Academia Española: http://dle.rae.es/?id=XhXvJqs

Duque Oliva, E. (2005). Revisión del concepto de calidad de servicio y sus modelos de medición. *Revista de ciencias administrativas y sociales*, 64-80.

Duque Oliva, E. J., & Gómez, Y. D. (2014). Evolución conceptual de los modelos de medición de la percepción de calidad del servicio: una mirada desde la educación superior. *Suma de Negocios*, 180-191.

Equator Initiative. (s.f.). *Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador*. Obtenido de Equator Initiative: https://www.equatorinitiative.org

Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador. (2005). *¿Qué es el Turismo Comunitario?* Obtenido de Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador: https://www.feptce.com/

García Palacios, C. (2016). TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR: ¿QUO VADIS? *Estudios y Perspectivas en Turismo volum, vol.25*, 597-614. Obtenido de Estudios y Perspectivas en Turismo.

García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Telos, vol. 18*, 381-398.

Guadamarra Tavira, E., & Rosales Estrada, E. (2015). Marketing Relacional: Valor, Satisfacción, Lealtad y Retención del Cliente. Análisis y Reflexión Teórica. *Ciencia y Sociedad, vol.40*, 307-340.

Guzmán López, A., & Cárcamo S, M. (2014). La evaluación de la calidad en el servicio: caso de estudio “Restaurant Familiar Los Fresnos”. *Acta Universitaria*, 35-49.

Martínez Rodriguez, J. (2011). Métodos de investigación cualitativa. *Silogismo*, 1-343.

Ministerio de Turismo . (2015). *SIGO.* Obtenido de Ministerio de Turismo : https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/06/Manual_Implementación_SIGO.pdf

Ministerio de Turismo. (19 de Marzo de 2010). *Reglamento para los Centros Turisticos Comunitarios.* Obtenido de Ministerio de Turismo: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/09/1.REGLAMENTO-PARA-LOS-CENTROS-TURISTICOS.pdf

Miranda Yrrazaba, A. (2015). *Estudio de factibilidad para la creación de una hostería comunitaria como estrategia de promoción de atractivos de la comuna Olón.* Obtenido de Universidad Estatal Península de Santa Elena: http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/2579/1/UPSE-TDT-2015-0006.pdf

Mstr. Ullairi Donoso, N., Mstr. Ródas, M., & Mstr. Sanmartín, I. (2015). El Turismo Comnitario en el Ecuador: Una revisión de la literatura. 60-77.

Organización Mundial del Turismo. (s.f.). *Definición de Turismo Sostenible.* . Obtenido de Organización Mundial del Turismo: http://sdt.unwto.org/es/content/definicion

Organización Panamericana de Salud. (2018). *Generalidades de las buenas practicas*. Obtenido de Organización Panamericana de Salud: https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=10563:2015-buenas-practicas-bpa-bpm&Itemid=41294&lang=en

Palomino, B., Gasca, J., & López, G. (30 de January de 2016). *A perspective from the institutions and governance in indigenous territories:*. Obtenido de Community in Tourism: file://Dialnet-PerspectivasDoEcoturismo-5761432%20.pdf

Red de Turismo. (2005). *Red de Turismo Comunitario en América Latina*. Obtenido de Red de Turismo: http://www.redturs.org

Sánchez España, A. (2017). *Evaluación de la calidad del servicio al cliene en el restaurante piazza.* Obtenido de Ub¿niversidad Rafael Landívar: http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf

2. ANEXOS

Gráfico de encuestas; Modelo SERVQUAL

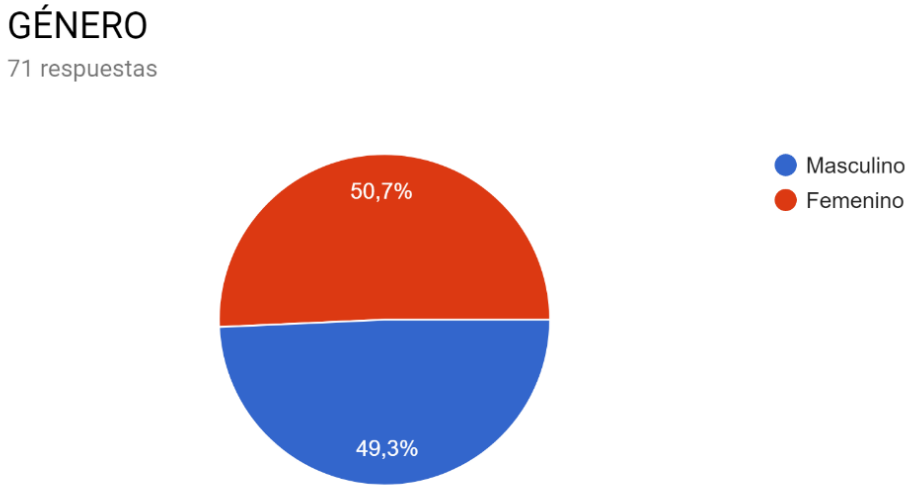


Ilustración 8: Gráfico de encuestas - Género

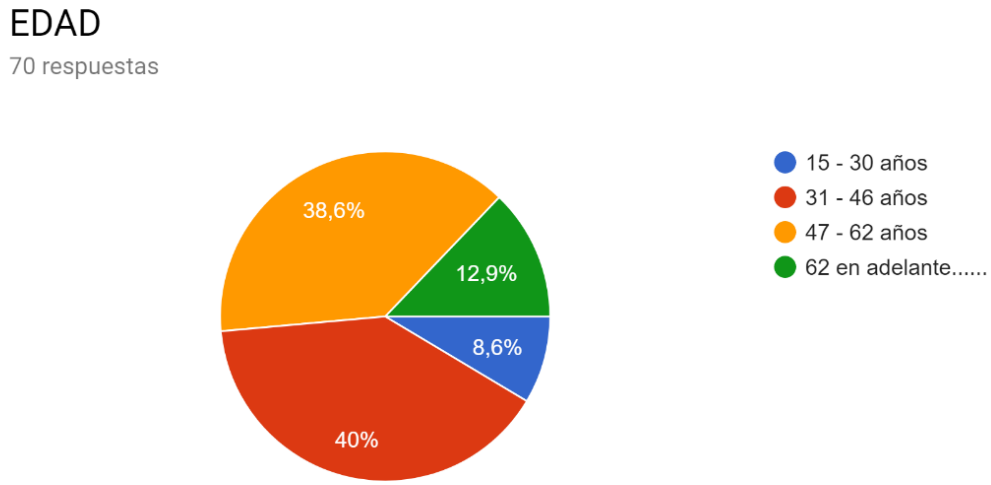


Ilustración 9: Gráfico de encuesta - Edad

Gráfico 1: Valoración promedio de percepciones y expectativas de los clientes de las cabañas de Olón, considerando el modelo SERVQUAL.

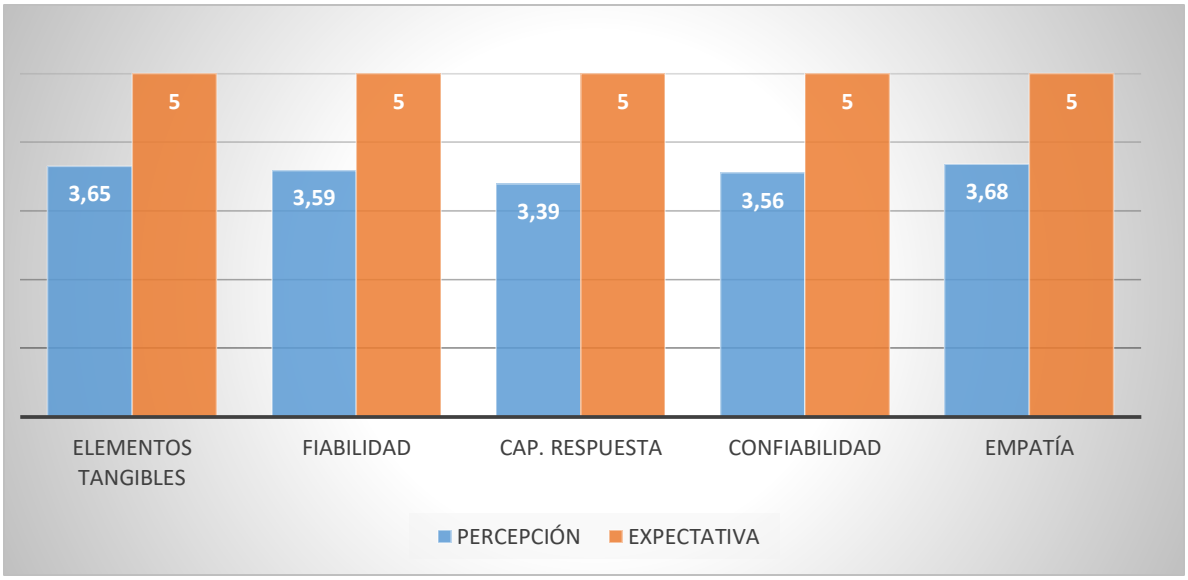


Ilustración 10: Promedio de percepciones y expectativas SERVQUAL

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 2: Brechas de insatisfacción por dimensión

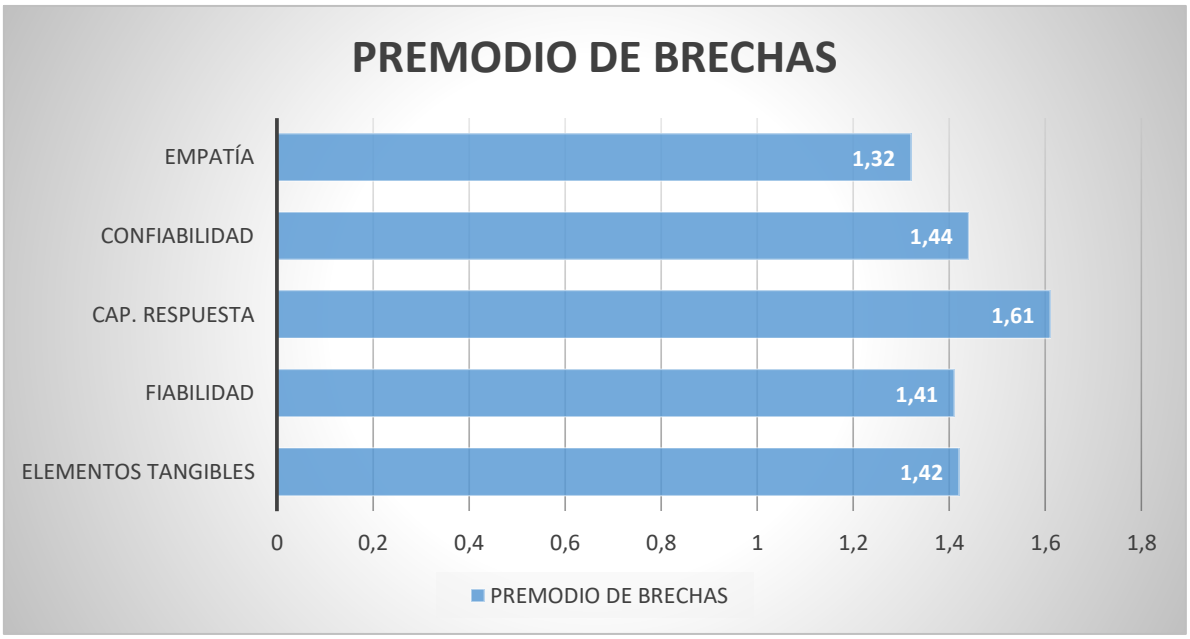


Ilustración 11: Promedio de Brechas SERVQUAL

Fuente: Elaboración propia.

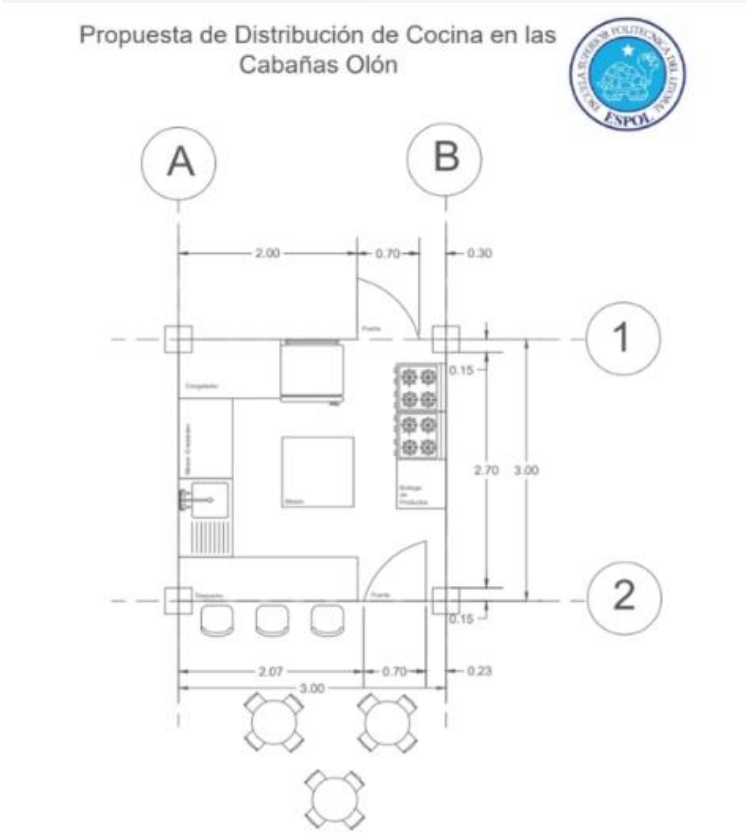


Ilustración 12: Plano de la cabaña de A&B 3x3

Ilustración 13: Gráfico 3D de la cabaña de A&B 3x3

Entrevistas a Cabañeros de la Comunidad de Olón:

Fecha: 13/10/2018.

Presidente de la Comuna José Luis Rodríguez:

Stefany Orellana:

Mira lo que realmente quiero hacer es conversar porque mira, básicamente nosotros somos las personas que vamos a empezar desde abajo a hacer el proyecto porque este año no se va a poder hacer, este año aparte de unas cuantas capacitaciones no creo que se pueda hacer por el tiempo, pero todo está enfocado para el 2019. Lo que necesito es conversar con ustedes porque necesito saber la problemática de ustedes y que es lo que realmente ustedes solicitan, por qué… ósea también quisiera que me cuente un poquito por ejemplo este…

Conversemos, yo quiero enterarme de todos sus problemas, así tenga problemas con su mujer, (el entrevistado hace un gesto de junta de manos mientras sonríe) hasta eso me quiero enterar, osea todo. Así que quisiera enterarme de todo, para comenzar, desde cuando esta parte se hizo turística, como incursionó el turismo en Olón, necesito saber estos datos para poder ayudarlo y ayudarnos a todos, necesito saber cómo comenzó esta idea de poner la cabañitas, ya que usted ha pasado toda su vida viviendo aquí, entonces toda esa información es importante.

José Luis Rodríguez:

Nosotros en primer lugar éramos aquí los larveros, pescábamos cogiendo larvas de camarón que se capturaba con unas mallas íbamos a la orilla así, aquí los pilos eran puras cabañitas pero no de esa forma, solo eran cabañas para guardar las redes, las tinas que usábamos. Ahí había un comité zonal en Manglaralto se llama comité zonal y PRNC, eso era del gobierno ellos me eligieron presidente del grupo de los larveros, me eligieron presidente de los larveros porque nosotros aquí pescábamos bastante.

Entonces de ahí comenzaron a venir unos carritos pequeños, un compañero que todavía vive, mi compañero Luis Neira, se le acercaron unas 3 personas diciendo que le prepararan un café, un bolón con huevo y que hagan estas pescas con el tiempo uno va a sufrir de los huesos porque nosotros pescábamos a la una de la mañana, a la hora que era la pesca, 2 de la mañana, 10 de la noche, 6 de la mañana, esa era la hora de uno para pescar.

Stefany Orellana:

¿Y cómo saben cuál es la hora de pescar disculpe?

José Luis Rodríguez:

Porque pongamos ya el mar bajo no se puede pescar, entonces cuando está a la mitad ya tiene la marea ahí si hay pescado.

Erika Berrones:

¿Entonces es cuando hay marea alta?

José Luis Rodríguez:

No, es en aguaje, los aguajes que llamamos, entonces ahí si hay pescado. Bueno entonces pasó lo de los peces y el señor le prepara, comenzó a preparar como hasta ahorita y así comenzó y la gente venía, venía por ahí a tomarse un café con huevo, de ahí comenzamos con 7 cabañas en este sector y ya los carritos comenzaban a bajar, no en cantidad pero igual comenzamos a trabajar.

Aquí casi hablando de mi gente casi nadie quería saber nada acerca de turismo porque turismo no vendía casi, en el transcurso vinieron unas personas de acá de Cadeate del rey el pan del Manglaralto más adelante, vinieron 25 personas ellos se dedicaron a trabajar en el turismo, entonces allí comenzamos, ya venían los carros, de ahí venían los buses de Guayaquil pero no venían en cantidad, nosotros siempre los reuníamos en Manglaralto porque ellos eran como los guías que nosotros teníamos para el turismo.

Stefany Orellana:

¿Y qué le enseñaba por ejemplo en turismo? ¿Qué les comentaban?

José Luis Rodríguez:

Nos daban talleres de atención al turismo, como recibir al turista, no era como a punto cabal que nosotros necesitamos y seguimos así. Ya la gente comenzaron a moverse queriendo pedir sus puestos y comenzamos a ubicarlos, pero que pasaba en esos tiempos que la marina era la que mandaba. Las cabañas que nosotros teníamos aquí nos arrinconaron a la ultimo allá a la pared donde ahora están los hoteles, allá nos mandaron, no paso mucho tiempo y le sacaron de allá, y nos quedamos aquí donde estamos en medio.

Stefany Orellana:

Ah entonces los sacaron de aquí, los pusieron atrás y de ahí volvieron aquí en medio. ¿Y quine la sacó para allá?

José Luis Rodríguez:

Es que la marina era la máxima autoridad de aquí de playas y la bahía.

Stefany Orellana:

¿Y cómo consiguieron traerlos nuevamente de allá?

José Luis Rodríguez:

El trabajo así mismo sacarle uno

Stefany Orellana:

¿Pero con ayuda de quién? ¿Solamente con las personas de aquí de la comuna?

José Luis Rodríguez:

Claro, lógicamente, nosotros mismos nos ayudamos, estamos en las cabañas. Nosotros mismo lo hemos hecho con esfuerzo de nosotros, osea aquí no hemos tenido ayuda de gobiernos ni nada.

Stefany Orellana:

Ah ya, yo pensé como hablaban de que básicamente la marina era la persona que, dirigía se podría decir lo que me dijo es: Olón y también la bahía, entonces pensé que tuvieron que hablar con alguien que gestionara con ellos para que autoricen que regresaran las cabañitas.

José Luis Rodríguez:

Nosotros decidimos gastar aquí y no movernos, de ahí comenzamos a formar un comité de turismo sin nada de vía jurídica, de ahí hablamos con la marina para el permiso, sacamos un solo permiso para todo, un solo permiso para toditos, así sacamos con la marina porque no sacamos individual porque nosotros recién comenzábamos. El comité Zonal y la PMRC que eran oficinas en Manglaralto nos ayudaron bastante para el turismo.

Stefany Orellana:

¿Qué es la PMRC?

José Luis Rodríguez:

Es una institución que estaba formada por agentes uniformados, tenían sus oficinas.

Stefany Orellana:

¿Y ellos de que se encargaban?

José Luis Rodríguez:

Ellos se encargan de la playa costera. Con ayuda de ellos comenzamos el turismo haciendo fuerte, porque ya venían los buses ahí ya comenzamos a ubicar a la gente, el cupo de nosotros es de 50 cabañas ni una cabaña más. Ese supo lo dejó la marina, nosotros no podemos aumentar una cabaña más porque tenemos inconvenientes enseguida las autoridades vienen a ver si estamos cumpliendo. Ahorita hay 47 porque faltan 3, una que está haciendo aquí, otra en medio una que van a construir por allá. Todo está pegados entre sí porque parece como si fueran menos cabañas.

Stefany Orellana:

Ah son 47, parece mentira si sabe, yo bien la semana pasada con unos amigos y le juro que yo hubiera imaginado que eran muchos menos no parece que fueran 50. No sé si me equivoco pero algunos no están abiertos.

José Luis Rodríguez:

Si algunos no bajan, porque el negocio no está concurrido. Seguimos la gente por lo menos a limpiar las cabañas.

Erika Berrones:

¿Pero si hay alguna fecha en la que se abran todas las cabañas o por lo menos la mayoría disculpe?

José Luis Rodríguez:

Si en temporada alta pongámosle en diciembre, enero, febrero, marzo, también vienen en feriados, esos días viene todos a trabajar.

Stefany Orellana:

¿Y en esas fechas, que días son los que más ganan?

Erika Berrones:

¿En esos meses que se yo, el viernes, sábado, domingo?

José Luis Rodríguez:

Si, el viernes sábado, domingo, pongamos carnaval que se trabaja más.

Stefany Orellana:

¿Ya y cuando no es por ejemplo temporada alta?

José Luis Rodríguez:

Ellos trabajan así las cabañas, por ejemplo, ellos abren aquí, acá no abren, porque están abiertas aquí unas 15 cabañas ya que ellos trabajan permanentes así trabajan todo el año seguido.

Stefany Orellana:

Si porque justamente comí aquí con mi papá y mi compañera y me atendió un chico que también lo vi la semana pasada en la mañana que también estuve aquí, súper amable y atento, él dijo tenemos todo lo que la carta, vendemos bolones, etc. Pero veo que a los lados de él…

José Luis Rodríguez:

Si por eso misma razón estamos buscando la manera en la que el turismo sea más para publicidad Llega otro integrante de la Asociación, el presidente nos presenta y se continúa con la entrevista) que le hace falta bastante para atraer más al turismo, lo vamos a tener por medio del internet ya que se contactó a estudiantes de la ESPOL para el internet. Esto es importante porque desde la cabaña podemos subir los platos que preparamos para ponerlo a disposición.

Stefany Orellana:

Ah bueno estábamos conversando acerca de que ustedes tienen 50 cabañas…

José Luis Rodríguez:

Por están unidas que ya no nos las dejaron abrir un poco más, no íbamos a aumentar solo íbamos a abrir, como están pegadas mejor separadas. Tenemos inconvenientes acá por este sector con un señor chileno, "el impotente" todas las autoridades le paran bola, le hacen caso y viene las autoridades por eso tenemos problemas.

Erika Berrones:

¿El señor Chileno tiene algún negocio?

José Luis Rodríguez:

Tiene un hostal

Stefany Orellana:

¿Y las cabañas son todas de personas que son de aquí o de otro lado?

José Luis Rodríguez:

Si, aquí está prohibido alquilar las cabañas o dárselas a personas que son de otro lado.

Erika Berrones:

¿Todos son netamente de aquí de Olón?

José Luis Rodríguez:

Si, nosotros estamos organizados, nosotros hemos sido el mejor, ahorita que somos la asociación más organizada en tener las playas limpias, yo me he ganado como al principio e estado, me he ganado diplomas, medallas, me han dado el municipio, siempre aquí la playa la mantenemos limpia. Y además ordenanza hemos hecho, la ordenanza la tenemos nosotros, siempre estamos los dirigentes dando vueltas.

Stefany Orellana:

Ok ok que bueno, entonces básicamente esta fue la historia de cómo comenzaron…

José Luis Rodríguez:

Comenzamos siendo larveros primero.

Erika Berrones:

¿Y será que eso comenzó unos 20 o 40 años atrás?

Jose Luis Rodríguez:

Tenemos más de 34 años más o menos…

Stefany Orellana:

Unos 34 años más o menos comenzaron, ¿Y en qué tiempo comenzaron lo de las cabañas?

José Luis Rodríguez:

Ya tenemos siquiera unos 28 años más o menos, es bastante tiempo nosotros comenzamos así nomás, trabajando primero así, nosotros siempre era la pelea de que no entrara otra gente a trabajar… Le explico la gente que estuvo de Cadeate 25 personas, 5 años estuvieron pero fue difícil sacarles, bastante duro fue para sacarles.

Stefany Orellana:

¿Y ellos que hacían?

José Luis Rodríguez:

Ellos vendían así comida también pero ellos no tenían cabañas, ellos ponían así esto así nomás (señala las carpas de los alrededores) preparaban la comida, solamente carpas. Ellos pusieron abogados, pero nosotros los hicimos entender que ya no es que la gente está trabajando aquí para pedir puesto, entonces tampoco a la gente de aquí la íbamos a dejar afuera, a la final vino el municipio se arregló y después salieron tranquilamente, pero estaban cerrado primero que no querían salir.

Stefany Orellana:

Claro me imagino después de 5 años…

José Luis Rodríguez:

Pero ellos también tienen playas así como aquí… Ellos podían pedir ayuda, igual nosotros no hemos pedido ayuda para hacer las cabañas al municipio ni nada.

Erika Berrones:

¿Todo ha salido por su cuenta?

José Luis Rodríguez:

Todos nosotros hemos hecho el esfuerzo nosotros, una cabañita cuesta, ahorita una cabañita así cuesta $2000 dólares.

Stefany Rodríguez:

Y eso le iba a decir, ¿Cómo hicieron eso, a ustedes mismos conseguir el dinero para hacer las cabañitas?

José Luis Rodríguez:

Con el Esfuerzo de uno mismo…

Stefany Orellana:

O sea no gestionaron…

José Luis Rodríguez:

Si ha habido, pongámosle nosotros el municipio, ¿Qué es lo que dijo el municipio?, nosotros para cabañas no hay ayuda… directamente nos dijeron así.

Stefany Orellana:

Y no le dijeron, o sea si no había eso, ¿qué ayuda les podrían dar?

Jose Luis Rodríguez:

La prefectura tampoco, la prefectura la ayudó pero una forma de decir las cabañas hacerlos como es este… ¿cómo se llama? Que son como una luna, que ahí entran 4 puestos ahí… pero ellos querían reducirnos, achicarle más y que quede más espacio…

Stefany Orellana:

O sea, ¿querían hacerle de 4 personas para que sea menos espacio el que ocupaba?

Jose Luis Rodríguez:

Lógicamente, uno aquí se ve como luna, ahí entran 1, 2, 3, 4, 5 cabañas ahí, entonces ahí va amenorando y amenorando, tampoco la gente no le aceptó, eso fue decisión de los mismo compañeros, uno como dirigente no puede exigir, hacemos una reunión y la que manda es la sala, la sala es la que manda, nosotros nos encargamos es de ordenar, coordinar con todos, de mandar nosotros no, eso… a la final bueno aquí estamos todavía, al pie en la lucha todavía, esto es una lucha ya que no… ¡no es fácil! No es fácil como dirigente luchar con… somos 240 personas con carperos y ambulantes.

Stefany Orellana:

Son 240 entre las cabañas…

José Luis Rodríguez:

Socios, fuera de las personas que nosotros contratamos para trabajar en las cabañas.

Stefany Orellana:

Osea 240 socios en sí que están en la asociación…

José Luis Rodríguez:

Carperos, parasoleros, vendedores ambulantes y cocteleros. Mire que tuvimos la suerte de conseguir la viabilidad jurídica todas las que estamos en la rama de aquí… ahorita solo tiene 1, pongamos aquí estuvieron los carperos una asociación también, y nosotros alcanzamos al última, le sacamos 4 con las cabañas, cocteleros, carperos y vendedores ambulantes, son 4 los grupos que tenemos en una sola. La vía jurídica vamos a cumplir 4 años recién que la sacamos, de tantos años que se luchó, pero había una vía jurídica que era del MIE, solamente era de la provincia de Santa Elena, no éramos reconocidos.

Stefany Orellana:

O sea era en general, no es específico como comuna Olón.

José Luis Rodríguez:

No no no, me refiero a que no éramos conocidos como que venga la viabilidad jurídica y vienen personas reconocidas de Quito mismo, que son ¿Cómo es? Legalizados…

Lonjino:

La vía jurídica vino fue por una proposición que se hizo con la provincia de Santa Elena, entonces ahí promocionaron la playa.. Ahí la vía jurídica…

Jose Luis Rodríguez:

Eso era gratis, aquí estamos creídos todos que ya estábamos legalizados, y yo averiguando que nosotros teníamos una sindica que es abogada de nosotros de la asociación con ella tuvimos la oportunidad de conocer abogados que tenían una amiga aquí, para qué… ella se portó lo más para apoyar a nosotros y este 25 cumplimos ya 4 años de reconocidos… de todos modos es una lucha, una lucha que no se termina, una lucha que se sigue… se sigue luchando, hasta con la misma gente se sigue luchando, para ponerle las ordenanzas, porque en todas partes así es, algunos cumplimos otros no cumplen, pero tenemos que andar, tenemos que andar así…

Stefany Orellana:

Dando el ejemplo…

José Luis Rodríguez:

Es que no nos queda más, nosotros sin decir no no tenemos como ganar un sueldo, nada solo tenemos eso voluntad de uno de trabajar y uno lo hace porque también tiene sus cosas, yo tengo mi cabaña, tengo mi carpa, entonces si no tuviera nada yo… ¿Quién? ¿Quién lo hace gratis las cosas? Nadie… Todos somos los que trabajamos, todos somos los que pagamos, uno tiene que darse lo que tiene que hacer para salir, dice que ahora estamos, el municipio lo hace la sede, aquí al otro lado…

Stefany Orellana:

¿Van a hacer una sede del municipio?

José Luis Rodríguez:

Si una sede para la asociación de nosotros, de 2 plantas…

Stefany Orellana:

¿En serio?, ¿y eso de ahí?

Jose Luis Rodríguez:

Eso de ahí es del municipio, es una obra que se ha estado pidiendo desde el 2015, 3 años pero parece que será una realidad ahora…

Stefany Orellana:

Porque ya son vía jurídica entonces es por eso…

Jose Luis Rodríguez:

Es que ya hacen caso ahora a nosotros, tenemos una reunión, es decir le invitan a una reunión ya viene con los nombres de la asociación, antes llegaban los oficios a la comuna, pero aquí a la comuna, todo a la comuna pero ahora no ahora ya directamente a la asociación un oficio una invitación llega…

Stefany Orellana:

Y ahorita que ya me está comentando esto de que tiene que trabajar, cuénteme más o menos qué es lo que ustedes quieren específicamente… cuénteme.

José Luis Rodríguez:

Lo que estamos pidiendo es que aquí le falta mucho (a continuación se integra otro miembro de la asociación) aquí falta mucho para la atención del turismo, servir al turismo, porque sinceramente no hay… no hemos tenido esa capacitación que nos vengan a enseñar generalmente como servir al turismo.

Stefany Orellana:

Ni por ejemplo… este… algo así como más en específico porque como por ejemplo…

Erika Berrones:

Como podría ser de atención, podría ser de elaboración o el tipo de cocina…

Jose Luis Rodríguez:

De todo de todo…

Erika Berrones:

Todo, o sea que usted habla de todo en general…

José Luis Rodríguez:

Hemos tenido seminarios pero solo unos sencillos, ya vienen a ser bien sencillos que viene a ser esto nomas, preparan esto no enseñan la preparación, solamente dan una clase y ya… eso es lo que queremos nosotros, eso nos falta, nos falta bastante, creo que eso es lo que estamos pidiendo principalmente de mis compañeros cabañeros, los señores que venden el ceviche acá abajo (señala la playa) como deben andar ellos, eso es lo que queremos, estamos pidiendo … eso es muy importante para nosotros, o sea todos no tenemos libros como se describe el turismo, y eso ya lo hemos pedido, el municipio manda… pero no manda lo que prácticamente estamos pidiendo.

Stefany Orellana:

O sea quiere algo, o sea quiere una capacitación como servicio al cliente, pero en el cual sea no solamente teoría digamos si no algo más práctico…

José Luis Rodríguez:

Claro eso…

Stefany Orellana:

Quiere algo más práctico y aparte por ejemplo estamos hablando de una capacitación en las que les digan desde el momento en que llega el cliente oh mejor dicho desde el momento en que hacen el mise en place, mise en place significa cuando ustedes ya tienen todo preparado, se puede decir que hacen una lista de todas las cosas que tiene que estar previas antes de dar el servicio por ejemplo que esté limpia la cubertería, que están ya puesta que tengan servilletitas dobladas, que tengan todo esto para cuando al momento que llegue el cliente ya tengan todo listo solo tienen que sacar los utensilios, pongámoslo así ustedes quieren desde eso hasta el punto de "muchas gracias por haber estado con nosotros, un gusto haberlos atendido" y que se vaya el cliente, ¿no es cierto?.

Todo eso es lo que usted necesita. Mire yo la verdad es que entiendo lo que me dice como lo comento, creo que pueden ser unos 2 o quizás 3 por el tiempo porque ya estamos full quincena de octubre, que pueden hacer capacitaciones normales, pero ya realmente en el 2019 donde ya se podría hacer algo un poquito más palpable refiriéndome quizás a algo un poquito más elaborado, porque ya le digo por el tiempo no se va a poder en este momento, pero lo importante es… mire tiene que haber… no sé, todos me imagino que tenemos voluntad de hacer las cosas ¿verdad? Porque eso es lo más importante… yo le puedo digamos yo le puedo traer una charla pero quizás si no les interesa tanto usted me puede decir o sea yo quiero que me diga que necesito poner en la mesa exactamente, o sea necesito que sea algo que para mí pueda ser por ejemplo importante los cubiertos, esto en la mesa…

Pero quizás para ella (señala a otra integrante de la asociación) puede ser algo diferente, o para usted eso no sea tan importante porque lo que usted necesita tiene que complementarse con lo que yo necesito… ¿me explico? Porque si yo como cliente usted tiene que darme a mí la satisfacción de decir "que rico que está venir a comer en la cabaña de pepe lucho" ¿me explico? Entonces eso es a lo que yo voy, o sea necesito saber exactamente donde usted ve su falencia, cual es el problema realmente que ustedes ven al momento en que comienzan a dar el servicio, que creen que les hace falta.

Porque si me dicen deme capacitación, pero yo necesito saber en sí que es lo que necesita, como se siente usted, que es lo que yo necesito saber exactamente para yo poder darle una capacitación que realmente para usted valga, o sea por eso le digo quiero saber exactamente lo que ustedes, porque e imagino que todos tiene cabañas, entonces ustedes que ven, que es lo que ven que hace falta, de que se quejan, algún cliente se le queja, han dicho por ejemplo… miren les voy a comentar, yo vine la semana pasada, comí en una cabaña, no voy a decir cual, pero por ejemplo no tenían cubiertos… son cositas así, pero por ejemplo, uno dice bueno ya no importa, pero son cosas que igual… o sea no me voy a morir porque no hay cubiertos o sea la verdad es que no… pero quizás otra persona diga no… ya no regreso porque no hay cubiertos… ¿me explico?

José Luis Rodríguez:

Porque eso daría mal… ¿Cómo es? Mal servicio al turismo.

Stefany Orellana:

Claro entonces por ejemplo… mire eso es algo importante porque por ejemplo yo me doy cuenta de eso, pero por ejemplo el prestador de servicios que viene a ser ustedes pudieron haber previsto eso y haber dicho "huy tengo 8 mesas y cada mesa es de 4 personas y necesito digamos 30 cubiertos" pero tiene 15, entonces si se me llenan las mesas ¿Cómo le doy cubertería a todos los clientes? O sea el algo así más o menos…

Lonjino:

Ahí sería falta del servicio al cliente…

Stefany Orellana:

Exacto, entonces me explico chicos, a lo que yo quiero decir ustedes mismos como prestadores de servicios que me digan a mí hasta ustedes que ven de malo en el servicio que dan, porque también tiene que encontrar algo… porque nadie es perfecto yo también tengo todos mis errores y todas mis cosas y me falta aprender muchas cosas.

Jose Luis Rodríguez:

Todo ser Humano tenemos errores…

Stefany Orellana:

Exactamente, entonces ustedes que ven, que es lo que creen que más les molesta… hasta por un cliente se les han quejado por la comida, quizás la sazón… no sé, limpieza…

José Luis Rodríguez:

Todo eso nos falta bastante, todo eso esencialmente nos falta bastante, pongamos principalmente de la cocina el ambiente de la cocina y como lo que entra y sale aquí la gente casi no sale, siempre se ha dicho que se pongan y eso sinceramente no tenemos tiempito que hemos tenido estas charlas, no estamos con los talleres, principalmente hablar con los dueños que las cabañas, con algunas cabañas para ellos mismo, pongamos salen los meseros en esta forma (señala su atuendo) con zapatillas y con los dedos así nomás adentro del plato… no no… yo ya le he explicado a la gente que eso es falta... falta de higiene de los que están de meseros, que vayan a escuchar estos cursos porque es muy importante.

Stefany Orellana:

Claro, eso es bastante importante la verdad porque para un buen servicio al cliente no significa solamente darles un buen plato de comida, tiene que ser todo, desde el momento hasta que… eso es otra cosa también es interés de cada persona porque por ejemplo si yo voy y le digo "ve amigo deme este… un arroz marinero ya, pero dígame, que mariscos nomas le pone" y le pregunto ¿eso le pone hierbita? Digamos, "espéreme un ratito, déjeme ir a preguntar" no sabe, pero eso por ejemplo, yo por ejemplo si voy a tender al cliente yo me pongo a pensar y yo no porque yo lo sé todo si no porque digo del miedo a que me pregunten, después me quedo como un zapato porque no sé y tengo que ir mejor pegunto rapidito que tiene la comida.

Para así me preguntan entonces poder responder al cliente, pero también eso yo le digo, un poquito de interés de la gente, es un poquito de voluntad, mire todos tiene que tener voluntad para hacerlo, para que esto realmente sea exitoso, porque ya le digo mire yo me pongo a darle un curso a todos ustedes, a todos pero resulta que lo que es importante para mí no es importante para usted , entonces no le va a prestar mucha atención, puede asistir al curso, pero no lo va a aplicar porque no le prestó atención y no le interesó y noes porque yo la que estoy dando el curso no sepa, lo que pasa es que a la final no es lo que usted necesita ¿me explico?.

Entonces no va a captar lo que trato de explicarle, porque realmente es eso, por eso yo le digo que yo necesito es que me digan todo lo que ustedes ven en os errores y falencias que tiene ustedes mismos para yo poder ver así como los puedo asesorar de la mejor manera, porque mire realmente mi trabajo es empezar este tema y tener una base bien investigada... (Se cae y rueda uno de los parasoles de los alrededores).

Lonjino:

¿Y ustedes valga la pregunta de que parte, ustedes son de que de Turismo?

Stefany Orellana:

Nosotros Somos estudiantes de Turismo, entonces lo que nosotros venimos a hacer es a plantear lo que es la base del proyecto, porque yo vengo a ofrecer una propuesta. Esta propuesta tiene que generar estrategias que los ayuden a ustedes para mejorar su servicio al cliente, como una… basándome en todos ustedes, estoy hablando de cabañeros no de toda la comuna en total, es de los cabañeros, pero bueno como me dicen que están en asociación, con usted es la persona con la que yo tengo que hablar…

José Luis Rodríguez:

Si algo mire pongamos que de las cabañas, las cabañas estamos buscando a todos los compañeros, a todos los compañeros pongamos a que asistan a la reunión, estamos enfocando para toditos, si para aquí mismo es esto, como podemos atender al turismo, llamar la atención, no hay esa cooperación de los compañeros.

Erika Berrones:

¿Es como si no hubiera unidad entre todos?

José Luis Rodríguez:

Si, lógicamente porque ellos nunca han tenido un taller, y si hay taller no van a los talleres, entonces eso me preocupa mucho que los compañeros sean responsables que asistan a las reuniones de estos talleres por ejemplo para mí como dirigente no es, es para ellos que sirvan al turismo, que sepan cómo tratar al turismo, eso es muy importante tratar al turismo no es así nomás, pongamos como un mesero viene a servir un plato, no va a pasar en medio de donde están ustedes, va a pasar el plato acá (señala a un costado). Todo eso hay que buscar la forma de como buscar el puesto para servir, porque yo no me voy a meter en medio a servir, y tampoco así con esta camiseta, estoy en zapatillas. Entonces todo eso nos falta bastante a mis compañeros meseros, a todos los que hacen turismo aquí en la playa.

Lonjino: Nosotros para ser vendedores de helado nosotros al año tenemos taller, pingüino nos da una capacitación…

Stefany Orellana:

¿Pingüino les da un taller anual?

Lonjino:

Si, a todos nosotros nos llaman a los vendedores, entonces ellos nos enseñan como nosotros debemos de tratar al cliente, como debemos comportarnos, como generar simpatía, porque entonces todas las cosas no saldrían, y la playa como está repleta… nosotros al año tenemos taller, ahorita cambiaron de administradores, ahora este año hemos de tener otro taller, en todos los años es así.

Y para vender se sabe que el cliente así este bien a veces le parece mal, hay cliente que son medios medios… entonces ya pues le digo que esto que el otro, hay clientes que todo le parece mal, pero dejan la basura botada, entonces le damos el helado sin la funda del producto "no no yo no quiero eso, yo quiero con todo" entonces en todo eso hay que tener paciencia, hay que escuchar al cliente, aconsejarlo de alguna manera, entonces para eso hay que tener práctica.

Stefany Orelana:

Claro por supuesto, es que ustedes representan una marca.

Lonjino:

Así es… entonces eso tendríamos que hacer con todos los vendedores que trabajamos tanto en el área como de granizaderos…

Stefany Orellana:

O sea ustedes usted me comenta ok, si se van a dar los cursos y esto de las capacitaciones por lo menos hacer una anual como para hacer un curso permanente anual así como hacen ustedes para que estén en constante aprendizaje… ok entiendo, eso también es una buena idea claro porque por lo menos se puede hacer un… no sé si la palabra es convenio pero por ejemplo si se podría hablar como para pactar de alguna manera un curso que se ve a la mitad del año, oh a principios del año o algo por el estilo, claro también eso también se puede hacer y eso es algo bueno porque están en constante retroalimentación.

Lonjino:

Y sobre todo cuando inicia la temporada porque es cuando todo el mundo trabaja, no es como ahorita supongamos que abren todos los cabañeros no están trabajando toditos los cabañeros están abiertas unas 14 o 15 cabañas que trabajan hasta fin de semana, y el resto de cabañas no está trabajando entonces prácticamente habría que hacer para ellos un curso para como quien dice recordarles cómo deben tratar al cliente, como deben de servir al cliente entonces también para que ellos traten de mejorar su forma de atender…

Stefany Orellana:

O sea para ustedes por ejemplo tratando de lo que dice… disculpa ¿Cómo te llamas?

Lonjino: Lonjino

Stefany Orellana:

Lo que dice Lonjino es por ejemplo, su sugerencia sería una capacitación para cada una de las ramas, por ejemplo una capacitación en sí digamos que tenga que ver con cocina y servicio al cliente, o sea esas dos cosas para los cabañeros, porque ellos dan ese servicio.

José Luis Rodríguez:

Y también perdón… pueden ingresar los señores que venden ceviche pueden entran con los cabañeros.

Stefany Orellana:

Ok porque es manejo y manipulación de alimentos, ok perfecto tiene toda la razón.

José Luis Rodríguez:

Como usted piensa señorita Stefany, hable con la señorita Andrade que por lo menos queremos que antes de que termine el año hacer uno, por lo menos una y esperar el año 2019 para organizarnos bien…

Stefany Orellana:

No sí eso sí se da…

Jose Luis Rodríguez:

Si porque la verdad me preocupa bastante eso, de turismo camino a una cabaña y yo veo cómo andan los meseros… en las cocinas mismo ponerle como decirlo… más cuidado a las que preparan la comida, el ordenamiento adentro.

Stefany Orellana:

Me gustaría también escuchar a la señora, porque todos son de diferentes ramas… (Se dirige a uno de los vendedores ambulantes) ¡Siéntese en una sillita amiga!, no se va a sentar encima de la hielera… ¡Acá! Venga para acá (señala una de las sillas).

José Luis Rodríguez:

Entonces eso… eso que hable con la Señorita Andrade sobre esto también, ya somos conocidos, otro día vinieron también a la escuela… hicieron un taller también ahí, estuve ahí también, y de nuevo lo repetimos, no se me olvida, entonces yo les agradezco mucho, del turismo, ustedes son estudiantes de turismo, que nos den su apoyo y hay la posibilidad de hacer una publicidad más a nuestra comunidad, sinceramente eso nos falta también bastante…

Stefany Orellana:

Mire... la difusión es algo… mire yo creo que la difusión es una parte posterior a lo que primero tenemos que hacer, porque mire usted sabe que Olón es conocidísimo, y todo el mundo dice "Hay si te vas a playas, no yo me voy a OLÓN" osea la gente dice es más piki, osea me voy a Olón, entonces esto es turismo básicamente de sol y playa y para otras personas que viene entre semana oh cuando no es temporada y todo eso… porque ya mismo comienza la temporada, ya comienza en noviembre ¿no verdad?.

En noviembre ya comienza a venir la gente, entonces yo creo que eso lo podemos hacer después, o sea ver una forma de hacer difusión, se podría hacer pero posterior a comenzar con los cursos y todo

ese tipo de cosas porque de que le sirve que vengan personas, por ejemplo yo le haga una propagandota así "¡wuuu siii viaja a Olón, increíble wow!" pero y ¿Con el servicio al cliente?... ¿me explico?

Entonces ahí ¿Cómo vamos a a hacer?, o sea vamos pasito a pasito porque vamos haciéndolo de la mejor forma para que el momento en que… como me explicó mi profesora Gina, porque ella fue profesora mía hace muchos años atrás, ella me dijo básicamente si no vamos poco a poco y vamos haciendo los cimientos bien hechos, vamos dejando huequitos y huequitos nos vamos a caer… y es verdad, entonces porque yo digo los puedo mandar a que venga millón gente que vengan acá a Olón, que van a venir porque esta playa es conocidísima.

Pero necesitamos es mejora primero todo ese tipo de cosas, que, eso fue lo que le dije algo a Gina es que ellos necesitan es fidelidad, que el cliente les sea fiel a ustedes y que prefieran venir acá a irse a otra playa, como que se vayan a Montañita, a mí personalmente montañita no me gusta mucho porque creo que está saturado, prefiero venir mil veces acá a Olón que a Montañita porque hay espacios más grandes, playas más limpias, más grandes, ustedes tiene 3 km de playa, o sea es bastante, entonces eso dentro de la difusión, ahorita tenemos que mirar un poquito más allá, y más que nada ahorita relevante no es porque ya viene la temporada y se van a repletar, entonces se van a repletar ahorita, pero bueno en todo caso continuando con la parte del servicio al cliente, usted también ¿Cómo se llama?...

Rosita: Rosita… (No se entendió debido al sonido del viento)

Stefany Orellana:

Bien Rosita, cuéntenme, porque estamos hablando acerca de las capacitaciones que queremos como que implementar, por lo menos 1 o 2 quizás hasta el final del año porque ya estamos a casi nada a que se acabe el año, entonces usted por ejemplo, ¿Qué le gustaría? O ¿Qué cree usted que necesita, que es lo que no le gusta, que le dicen los clientes, cuanod usted..? ¿Usted vende bollos?, ya usted vende bollos, por ejemplo…

José Luis Rodríguez:

Haber de un ejemplo que como vende los bollos, como los ofrece… traiga los bollos, enseñe como usted lo ofrece al turismo, eso es lo que queremos ver.

Stefany Orellana:

Haber enséñeme como lo va a servir, pero usted tiene que hacer chévere, usted tiene que decir "amiga, amigo le ofrezco este bollito, me quedé hasta las 3 de la mañana haciéndolo, lo deje ya listo calientito" así súper chévere, porque si no no me convence…

Rosita:

El cliente va y me dice "ya para comprar lo bollos ya" "y a cuanto están los bollos" ahí le digo a $2 dólares, ahí me pregunta ¿y están buenos lo bollos? Yo les digo si están buenos, ellos me dicen ¿Será,

serán buenos?, ahí le digo mis bollos son buenos, ahí me dice probemos, si están malos los bollos no le pago, y yo le digo si están buenos, porque yo sé que están buenos me paga doble, porque yo estoy segura de que no me van a rechazar mis bollos, entonces cualquiera de los clientes, ellos ya cogen y comen y me pagan, les digo si gustan le doy mi número para el día que ustedes regresen ahí para llamarme para separarle un bollo.

Stefany Orellana:

¿Y si le han llamado alguna vez?

Rosita:

Sí me llaman, hay veces en las que estoy en Libertad, yo recorro sábado y domingo, estoy en Libertad de repente un jueves y me llaman, seño dice, venga a llevarme, porque como yo conozco las casas de ellos, me dicen venga a dejarme 3 bollos y yo ese día estaba en libertad, y ahora le digo, como hago le digo, no puedo le digo porque estoy por otro lado, querían para almuerzo, me dicen solo un momento es que queríamos almorzar eso.

Stefany Orellana:

Mire por ejemplo eso es algo bueno…

Erika Berrones:

Eso es ya obtener fidelidad del cliente…

Stefany Orellana:

Exacto, mire eso es lo que uno tiene que crear, porque en el momento en que usted, o sea yo creo que no es solamente brindar el buen servicio si no que uno también debe ser super cordial, porque en el momento en que usted en que usted se pone así con el cliente... como por ejemplo, usted me dice "ya pues hagamos una apuesta" ¿y si no?

Entonces para la próxima, si la veo le digo "oiga señora" de una, porque es así a eso uno le gusta, le gusta que las personas sean así, y bueno hay personas y personas, ok a la final unas serán muy parcas, otras que serán así como usted… hay de todo, pero en todo caso, alguna cosa mala por ejemplo que usted vea que le haya pasado por algún motivo, o sea algo que usted cree que pueda mejorar en su servicio… que usted crea, si cree que todo está bien, bueno está perfecto, pero bueno por ejemplo usted cree que algo a usted le falta que se acuerde de algo más.

Rosita:

Bueno no la verdad…

Stefany Orellana:

¿No sabría?, bueno pero por ejemplo usted sirve el bollito, lo saca, lo pone en un platito ya aparte le da el arroz en una fundita.

Rosita:

Claro, así que, ya yo le sirvo bueno pongamos (comienza a servir el bollo en un plato)…

Lonjino:

Pero sirve a todos en un plato para dar la demostración.

Stefany Orellana:

¿Y quién va a pagar?, ¡eso es ser sabido! (risas), ya me le quieren quitar la comida a la señora rosita…

(A continuación rosita hace una demostración de cómo sirve el bollo cortando el nudo con un cuchillo de su bolso, abriéndolo en el plato y sirviéndolo con arroz y una cuchara)

Mira ahí tiene la fundita para la basura…

José Luis Rodríguez:

Eso es algo que tenemos como comité zonal, recoger la basura, si se ve una basurita recogerla así no sea de ellos, es obligación recoger lo que está botado, no dejar sucia la playa, aquí venden refrescos, un vasito por ahí esta votado.

Stefany Orellana:

O sea usted enfatiza mucho en eso con las personas… todos en la asociación las 240 personas…

Longino:

Aquí todos tenemos supongamos las carpas tiene sus tachos, y tiene que tener tachos los cabañeros, cada uno tiene su tacho, (debido al paso de unas turistas extranjeras por el sitio consultando acerca de los bollos no se logra entender la explicación de Longino)

Stefany Orellana:

Entonces le ofrece ¿le boto la basurita? O sea por ejemplo usted le da el helado y lo abre o cuando ellos lo abren usted le pide la envoltura para botarla (no se logra entender esta parte debido a que la señora rosita comienza a servir el bollo a una de las entrevistadoras).

…Para los consumidores... mire eso es concienciar a la gente y eso es algo bueno porque como quien dice “aplicas lo que predicas” así literal es eso. A mí me parece que eso es bastante bueno esa parte que la tengan muy marcada.

Longino:

Aunque nunca falta el que no lo haga, por ejemplo alguien bota algo en la playa y le dice a uno de los compañeros que por favor recoja, pero este no lo recoge porque simplemente no lo boto o no le da la gana de hacerlo.

Stefany Orellana:

Eso por ejemplo es una molestia que tiene ustedes, por ejemplo es algo que es bueno que me lo digan, porque eso significan que ustedes por más que formen parte de una asociación no todos piensan de la misma forma, obviamente nadie tiene que pensar igual que el otro, porque eso es normal todos somos seres humanos diferentes y está bien.

Longino:

Incluso yo he tenido problemas con algunos compañeros así es que todos trabajamos como un grupo colectivo que debe hacer esto, se le corta la viada a uno cuando le dicen recoge la basura, y ¿porque tu no la recoges? Entonces si uno trabajara de verdad, recogiera la basura sin que se lo digan, pero hay mucha contracorriente, todos trabajas aquí para tener un sustento, todos debemos poner de nuestra parte.

Stefany Orellana:

Pero mire, por ejemplo a eso es a lo que me refiero, personas por ejemplo que puede ser que solamente trabajan, no solamente por el turismo, si no quizás piensen un poco más en la parte económica, obviamente todos pensamos en la parte económica, pero quizás uno son un poquito más devotos a la parte del civismo y medioambiente (a continuación uno de os vendedores ofrece una botella de cola a las entrevistadoras).

Stefany Orelana:

O sea ustedes el representante de la asociación

José Luis Rodríguez:

Si solo de la asociación, igual con la comuna trabajamos en conjunto.

Stefany Orellana:

¿Y quién es la persona que por ejemplo maneja la parte de la comuna, o sea cual es el cargo que tiene por parte de la comuna? Usted es de la playa…

Jose Luis Rodríguez:

Sí, es presidente de la comuna es el que vigila todo, toda la comunidad, el orden…

Stefany Orellana:

O sea entre la playa y lo que es la comuna…

Longino:

Toda la parte de la playa le corresponde a la Asociación de Turismo, lo que es del malecón para arriba le corresponde a la comuna, el pueblo las montañas todo eso…

José Luis Rodríguez:

Igual la comuna da vueltas todo, ellos como que vigilan como estamos nosotros, si nos hacen problemas ahí está la comuna, siempre los problemas no los llevamos nosotros solos, siempre corremos con la comuna, la comuna es la matriz, es como un pequeño municipio que tenemos en nuestra comunidad, ellos velan por la necesidad de nuestros pueblos, las obras del municipio ellos son los encargados.

Stefany Orellana:

Entonces ellos van más en la parte institucional. Bueno ok, muy bien, entonces estamos hablando de capacitación en servicio al cliente… grupal o sea estamos hablando entre cabañeros, personas de cocteles, los que venden ceviches… y bueno también se incluyen los de las carpas.

José Luis Rodríguez:

Pero… yo digo eso los puede hacer aparte, porque eso es más sencillo, de las carpas no es tanto como lo principal de las cabañas la preparación, servicio al turismo…

Stefany Orelana:

Manipulación… ok listo alimentos y bebidas…

Vendedor:

Eso de ambulante también, yo soy vendedor…

Stefany Rodríguez:

Ya usted es vendedor, ¿Qué vende?

Vendedor:

Yo vendo plástico (el resto es inentendible debido al sonido del viento en la playa).

Stefany Orellana:

Usted quiera que le dieron así como un tipo de introducción para las personas, o sea una presentación…

José Luis Rodríguez:

Ahí lo puede reunir con los que aquí con los carperos, una sola, ellos venden artesanías.

Vendedor:

Hay veces cuando andamos, uno así son sus cosas, se lo dice usted o mi persona, uno tiene que hablar, sería algo así como…

Stefany Orellana:

Claro porque usted es el interesado del tema, ¿no?

Vendedor:

(El resto es inentendible debido al sonido del viento en la playa). Entonces te dicen no eso está muy caro, pero cuando había sucre todo era más barato, ahorita todo es caro…

Stefany Orellana:

Haber eso de que todo era más barato es mentira, uno es chiro en sucres y chiro en dólares.

Vendedor:

Es que uno con 100 sucres hacia maravillas, ahora con 60 dólares…

Stefany Orellana:

Usted es el único pues, a mí no me alcanzaba para nada, que suerte la suya porque a usted si le vino mal la globalización, a mí me pasó igualito.

Rosita:

Cuando fue recién el cambio ahí sí fue fregado…

Stefany Orellana:

Si al principio fue confuso por el cambio de moneda pues acuérdese que $1 dólar eran 25000 sucres, ya pues y ahí fue cuando subió todo…

José Luis Rodríguez:

Principalmente la zona de por acá la zona… la zona de Olón, manejar ese dinero de un momento a otro…

Stefany Orellana:

Si fue bastante complicado la verdad.

José Luis Rodríguez:

Principalmente la gente campesina no sabía…

Stefany Orellana:

Entonces bueno tenemos que ver este tipo de puntos, algo iba a tocar pero la verdad es que se me acaba de olvidar.

José Luis Rodríguez:

Dice que ha sido estudiante de la Señorita Andrade, ya le voy a preguntar…

Stefany orellana:

¡Vaguísima!

Lonjino:

¿Usted fue alumna de la señorita Gina?

Stefany Orellana:

La verdad Gina es muy buena profesora, buenísima, buenísima profesora… Ella es básicamente la persona que está encargada por parte de ESPOL, es como la representante, y en teoría ella a hecho esto toda la vida, en lo que es playa viendo proyectos, entonces realmente ella es la más interesada, ella me dijo "ellos no son solamente tus clientes, yo también soy tu cliente, porque yo soy la interesada en que hagas bien esto para yo el próximo año poder hacerlo real" Eso me lo dijo ayer, ¿se acuerda cuando lo llamó?

Yo soy ahorita la interesada, o sea lo que yo ahorita quiero es que definamos nuestro problema, definirlo, en el momento que ya tengamos, porque somos las dos las que estamos haciendo este proyecto, entonces cuando hayamos definido este problema, ahí podemos comenzar a dar y a generar ideas, y dependiendo de estas ideas, dependiendo de sus necesidades, estrategias para mejorar, entonces ese es realmente lo que yo busco, es para darles una base a ellos para que con eso trabajen el próximo año, por eso yo le digo por eso necesito saber todas las necesidades de ustedes porque solamente ustedes con todo ese tipo de cosas solamente así yo voy a poder hacer algo de una forma más real, por eso digo dígame si hasta le dijeron que las chancletas, que la camiseta, que no se… se me ocurre la pantaloneta…

Díganme todo eso porque a mí todo eso me sirve, porque yo digo bueno como hago, podría hacer que implemente que todos tengan una camisetita blanca, una camisetita negra, ose pongan una gorra, como por ejemplo si es importante en la cocina que tengan puestos los gorritos y toda la cuestión…

José Luis Rodríguez:

Hay unas que se ponen otras que no…

Longino:

Una pregunta, me parece a mí no sé si este equivocado pero siempre en las cabañas utilizan un tipo de uniforme para manipular alimentos, porque como siempre ellos (no se logra entender lo que dice debido al sonido del viento en la playa)… lo que es pescar el agua de pescado… que tenga sucias las manos de carne, con el pelo alborotado…

Porque lo más importante es que el cliente vea un color representativo, para que el turista se vaya agradecido y que si hoy vienen 2 mañana vengan 3, y al siguiente 4 y al siguiente 5, y así por la forma

de tratar al cliente y el cliente se va muy agradecido porque lo tratan bien, el asunto es tratarlo bien, es una forma muy representativa…

Que pasa que si usted me va a comprar un helado y yo no lo atiendo bien a usted, usted va a decir oiga pero que malcriado, no vayan donde esos otros, mejor no vayan a Olón porque ahí te tratan mal, porque… porque esa no fue la forma de atender al cliente…

Stefany Orellana:

Es que eso va a mejorar mucho porque como le digo, lo que crea es fidelidad, que la gente vuelva, regrese al mismo lugar, entonces… pues sí… (Aquí el señor vendedor se despide para seguir trabajando). Pues si no le voy a mentir en algunas cabañitas vi eso, en una cabañita había muchas falencias empezando porque yo estaba sentada y todavía no salían a tomarme el pedido, no salía ni siquiera a ver si había alguien estaban ahí adentro, y había millón gente adentro en la cabaña en esa cocina… estaban cocinando porque habían otras personas por supuesto…

Pero yo me tuve que meter a la cabaña y decir "huy me puede tomar el pedido" y el señor sale a tomar el pedido y yo le pido algo que mis amigos ya me habían dicho que querían porque ya habían ido al baño, pero yo le decía "deme una sopa de camarones y deme… ¿Y que más tiene?" "pescado, camarón"… y yo como no sabía, le pregunté si no tenía una cartita, y tenía un pilo de cartas ahí, y me dijo ah sí ya le traigo, yo por eso digo a partir de que usted gestione de que usted les diga, tiene que haber voluntad, porque cuando solamente es por dinero, creo que la gente piensa es que cocinan y les da el plato de comida,

Pero ya cuando es realmente por amor al turismo que el cliente se lleva una buena atención de uno, a que se llena de satisfacción, es como se llena de satisfacción de haber cumplido, entonces a uno eso lo llena y dice "listo, voy a aprender esto, voy a hacer esto" entonces todo depende de eso, y bueno yo le digo se les puede dar la capacitación, eso es lo que yo voy a conversar con Gina y le voy a decir, porque ella si me dijo quieren capacitaciones, pero… que exactamente, que es lo que ellos quieren que es lo que necesitan, es más yo voy a ponerme a conversar con algunos cabañeros, porque quizás ellos tengan otra perspectiva de lo que ustedes tienen, quizás vean más falencias, quizás necesiten más cosas, quizás le molesten algunas cosas, todo eso hay que pensar, porque para poder yo llegar a la gente debo de conocer la perspectiva y el pensamiento de otras personas…

Es como si yo tengo que venir y ponerme en sus zapatos para decir que tengo que entender esto o yo busco esto por tal cosa, entonces cuando yo voy a dar una capacitación voy a enfocarme también en lo que usted necesita, indiferentemente de lo que le está dando también a todos, tengo que hablarle un poquito a cada una de las personas para que les llegue lo que les interesa.

Longino: (no se llega a entender debido al fuerte viendo de la playa el cual dificulta escuchar su opinión y su voz es muy bajita).

Stefany Orellana:

Es que uno se trata, como para que lo traten, o sea usted está limpiecito, bien vestidito con su gorrita puestita, está esperando cuando vaya a un lugar a que le presten un servicio lo traten de la misma manera, tú te preocupas por eso por darle un buen servicio a alguien, como me dijo Gina, tomo somos prestadores de servicio, y es cierto, entonces es verdad por eso le digo, quizás no les importa, quizás hubo un problema que los a desmotivado, oh les quitó la voluntad de hacer algo

Longino:

Es la importancia de llevar el dinero, llevar el dinero pero ¿y el cliente?, el cliente es lo más importante, el cliente es que le trae el dinero para nosotros, y nosotros por el cliente sobrevivimos, porque el cliente es el que trae, si no viene el cliente ¿Qué hago? Me quedo sin nada ni para lo necesario para mí, por eso hay que tratar bien…

Stefany Orellana:

Es que eso para el cliente es… es un plus… o sea nuestra motivación el obviamente ganar dinero, pero con nuestro plus le vamos a dar un valor adicional, esa satisfacción de haber brindado un buen servicio y realmente lo que necesitamos es eso… crear la fidelidad para regresar, ok ya que hemos hablado de todo esto… Coménteme alguna cosa más que me quiera decir, no sé… que le quedo pendiente

Jose Luis Rodríguez:

No, por lo pronto eso, para comenzar tenemos que andar atrás, uno como dirigente tiene que andar atrás así nomás miren así, unos con caras buenas otros con caras malas, de todo, sinceramente uno como dirigente se lleva esa… como gracia que a uno le dan, que hizo esto, que hizo nada, siempre me ha gustado ser dirigente, buscar la motivación personal, y la de todos los compañeros, muchos lo ven, otros no lo ven así, siempre hay que comenzar… porque cuando uno sale, sale para mirar el bienestar de todos, no para andar paseando, a mí siempre me ha gustado hablar con las autoridades, a uno lo de miedo hablar ni a reclamar en representación de todos este grupo de 240 personas, es duro le cuento, es duro lidiar con toda esta gente, igual a los dirigentes nos toca, hasta que llegue a su periodo, bueno chao ahí sí.

Stefany Orellana:

Claro porque eso es bueno porque usted realmente, es básicamente es lo que a usted le gusta y lo que usted quiere, usted quiere seguir representando, usted quiere ser la voz de las 240 personas a los que representa, y obviamente pues sí, siempre va a estar bien que usted quiera velar por todos ellos, entonces si la verdad es que por lo que usted me ha dicho, no sé si necesite saber algo más, que necesiten así adicional, porque la verdad le digo yo lo que quería es…

Yo no quería venir aquí y ponerme a hacerle una encuesta, porque lo que yo quería es conversar con usted, le cuento usted me dice cosas que a la final ni siquiera tenía yo pensado que me iba a decir,

es que de eso se trata, aunque usted no lo crea yo para poder sacar eso estoy preocupada porque tengo que hablar por otro lado, pero la cuestión es que por lo menos ya tengo una base, tengo una idea de cómo ustedes se sienten, ya sé que ustedes, por más que están en una asociación de 240 personas, tiene encontrones porque no piensan de la misma forma, porque digamos algunos si recogen la basura ya otros no les importa, unos que trabajaran otros que no, yo sé que la temporada es baja no sé qué pero… ¿Igual les conviene tener cerrado?.

Jose Luis Rodriguez:

Nosotros tenemos la obligación de tener abierto de lunes a viernes…

Stefany Orellana:

¿Y porque no están abiertas? Se supone que es una obligación.

Jose Luis Rodríguez:

Eso es la ley, son reglamentos internos y estamos comenzando a aplicar, lo que pasa es que unos compañeros hasta enemigos se hacen… no les gusta, entonces todo eso hay que decirle a la gente, para que no repitan que el beneficio es para uno, es para ellos… ¿Qué es lo que tiene que hacer ellos? Ni si quieran van a limpiar su cabaña, ni siquiera bajan a ver qué pasa… y no abren…

Stefany Orellana:

Eso también es una problemática, porque realmente ya estado como asociación deberían todos hacer exactamente lo mismo y no le digo solamente bajar a limpiar su cabaña porque si es como un reglamento el cual ustedes se han regido y tienen que tener todas las cabañas abiertas digamos desde las 9 de la mañana hasta las 6 de la tarde, deberían estar todas abiertas, aunque no vendan digamos…

José Luis Rodríguez:

Esa es la ley que tenemos nosotros, uno vez tuve una reunión en el taller del municipio, estuve con el alcalde, con el ministerio de turismo que aquí en nuestra comunidad siguen con las cabañas cerradas, que tendrán que venir a quitarles porque no tiene cabañas, así como dirigente, yo vengo muchos años insistiendo en que tienen que abrir la cabaña, le pongo una sanción, pero ya tengo por ahí unos que están bravos porque ya estoy poniendo sanción, y no dan mejora a la cabaña.

Stefany Orellana:

Pero para que quieren las cabañas si las tienen cerradas…

Jose Luis Rodríguez:

Eso mismo es lo que digo

Stefany Orellana:

Y dígame algo, ¿usted como hizo para distribuir las cabañas?, osea como usted dijo ok somos 240 personas en la asociación, a cual le doy cabaña y a cual no.

José Luis Rodríguez:

Porque le di directamente a las personas que tenían puestito de larveros, esos tenían su puestito.

Stefany Orellana:

Ya a ellos simplemente se les dio una cabañita así y ellos se quedaron en el mismo puesto.

José Luis Rodríguez:

Los que no comenzaron a llenas los puestos que estaban vacíos, comenzaron como puestos del comité, se han afiliado

Stefany Orellana:

O sea los primero se afiliaron y pidieron cabañita…

Jose Luis Rodríguez:

Los primero 5 se afiliaron y pidieron cabañita, aquí pusimos las cabañas, fueron los primeros en ponerlas, y sinceramente esa fue la historia para empezar a que venga el turismo, se luchó bastante, se luchó bastante para que venga el turismo, llega porque aquí nomás llegaban pocos carros pequeños, solo veían buses, nosotros metíamos 350 buses aquí.

Stefany Orellana:

¿Y para qué venían 350 buses?

Jose Luis Rodriguez:

Esos eran lo que venían por el turismo, los pequeños no venían casi.

Stefany Orellana:

Ah entonces ustedes los traían

José Luis Rodríguez:

Se los traía supongamos que habían reuniones en el municipio, había ya el turismo en Olón, cuantos buses quieren los del comité de turismo en Olón, nosotros queremos 200 buses, entonces nos daban permisos a 200 buses.

Stefany Orellana:

¿Y cómo conseguían a la gente? Simplemente venían y decían “vengan trepen que vamos a Olón WOOOW SII”

José Luis Rodríguez:

De allá mismo venían, digamos usted mismo cogía a su gente desde Guayaquil, su barrio, me voy a Olón, completaba el tour, se venía así hacían…

Erika Berrones:

¿Ustedes vendían Tours?

Jose Luis Rodríguez:

No

Stefany Orellana:

Entonces ellos solicitaban al municipio, y me imagino que ahí había algún representante en Guayaquil.

Jose Luis Rodríguez:

Si en turismo todos los permisos supongamos se habla de cuantos van a Olón, cuantos van a Montañita, y venían pero era un caos porque la basura quedaba… Había problemas, había pelea, riñas, algunos años tuvimos, había negocios para las carpas porque todos pedían, pero el negocio para las cabañas… para vender comida ellos traían, traían cola, cerveza, salían a vender, entonces tuvimos reuniones de la gente, le dijimos a la gente lo siento por los buses en buses pequeños nos daban hasta $30 en las cabañas, en cambio los buses no, fuimos bajando a 100 buses, de ahí a 50 buses, ya última vez pedimos 15, porque ahora estamos con 15 buses pero provincia no de Guayaquil, que sean de otra provincia… esos no traen comida.

Stefany Orellana:

Ah simplemente venían porque hacían su negocio aquí

José Luis Rodríguez:

Lógicamente.

Stefany Orellana:

Es lo que yo tengo entendido, o sea yo fui una vez a un tour de ida y vuelta el mismo día, pero ya pues ya viene con las ollas, entonces yo decía para que me voy a la playa si quiero comer marisco no llegar aquí y comer el seco de pollo. Yo que hago comiendo seco para eso me quedo en mi casa.

Jose Luis Rodríguez:

Creo que la gente mucho… sufría más los carperos, porque no se alquilaban casi las carpas, peor después ya, ahora todo está lleno, todito de carro pequeño y hay negocios para todos, la temporada alta es para que vayan a trabajar.

Stefany Orellana:

Si le comento yo había visto una escuela se surf, aunque no parece si hace su negocito, yo vine la semana pasada y el profesor ya estaba arrugado de tanto estar metido en al agua porque terminaba con un alumno y entraba con el otro, yo calculo que en esas 4 horita se ha de ver echo unos $60 dólares.

Jose Luis Rodriguez:

$15 dólares la hora 30 minutos.

Stefany Orellana:

Bueno muchas gracias por su tiempo, creo que hemos sacado mucha información valiosa en esta entrevista, lo que buscamos es algo que les sirva, no dar una clase super larga y aburrida la cual no saquen provecho, voy a hablar con Gina para dar una capacitación breve, yo creo que de un par de horas por lo menos, una introducción de lo que es manipulación de alimentos, por lo menos la teoría, entonces enfocaremos tanto en las necesidades del cliente como también en los prestadores de servicio. Nos veremos la siguiente semana para ver cómo vamos avanzando en este proyecto.

Entrevistas a Cabañeros de la Comunidad de Olón:

Fecha: 17/11/2018.

Dueña de la Cabaña "Jerry" Cecilia Basilio:

Erika Berrones:

Dejando esto por un ladito… olvidemos que está aquí, bueno comencemos… la primera pregunta es: ¿Usted fue una de las personas que estuvo aquí desde el principio que se formaron las cabañas, oh usted es reciente?

Cecilia Basilio:

Nosotros ya tenemos como a lo largo de 17 años trabajando aquí, solo que antes estábamos en la parte más de arriba, luego abrieron la calle que está ahora adoquinada, abrieron esa calle y nosotros tuvimos que bajar, nosotros nuestras cabaña eran de allá arriba, allá atrasito de lo que es los hoteles, entonces fuimos movidos para acá, tenemos 17 años trabajando en esto, bueno yo, porque no se antes si había más cabañas pero nosotros todavía no nos ubicábamos a trabajar como era antes, se trabajaba en otras formas, entonces después que ya nos dieron las cabañas ahí ya trabajamos.

Erika Berrones:

Pero entonces ustedes… me han dicho que actualmente son como 50 cabañas

Cecilia Basilio:

Si…

Erika Berrones:

¿Antes había más de 50 cabañas?

Cecilia Basilio:

No… había menos, ahora hay más.

Erika Berrones:

Ah ya… Y también me habían comentado que no todas eran de alimentos y bebidas, otra vendían coco, otras como que tenían su cabañita para dormir…

Cecilia Basilio:

Eso sí es verdad porque antes tampoco no todas trabajaban, siempre fue esta, la del señor de ahí de cerrolón y la otra de allá ahí no estaba, ya después bajó… hay algunos que no tenían ellos pero en la parte para arriba, después se remodeló todo y tuvieron que bajar…

Erika Berrones:

También me había comentado hace poco… uno de sus compañeros de las cabañas que incluso habían tenido problemas con la marina y cosas así, por eso era como obligatorio que ustedes todos los días abran las cabañas para ofertar el servicio o ustedes voluntariamente "bueno este es el momento de obtener ganancia"…

Cecilia Basilio:

Claro, a veces se queda en nada, o sea de lunes a viernes… mire hoy es sábado y usted ve que hoy está así medio apagadito… ahora imagínese los de lunes a viernes… ya pues no hay por el clima que solo pasaba lloviendo y hacía harto frío, nosotros solo estamos aquí hasta el mes de septiembre creo entran los de la sierra en vacaciones, ahí que se termina la temporada de la sierra… hasta ahí nosotros trabajamos y todos los días, ahí como se va ya el turismo, queda frío y hay poca venta ahí no bajamos hasta sábado y domingo así toda la semana

Erika Berrones:

Entonces hay momentos en los que usted abre la cabaña, sábado, domingo… ¿Un viernes tal vez?

Cecilia Basilio:

También… a veces si…

Erika Berrones:

De lunes a jueves no porque es una perdida para su negocio…

Cecilia Basilio:

Claro así es… es que a veces hay otras cosas que hacer, y al estar acá uno deja de hacer lo que tiene que hacer en casa por estar acá también porque, como a veces no hay nada y más que yo tengo una niña pequeña yo tengo que pasar con las tareas y más sacrificado porque hace mucho frio también cargar a los niños acá… por eso no bajamos de lunes a viernes, pero sábado y domingo todo estamos… y cuando ya es temporada ahí si todos los días. Estamos todos los días porque ahí hay ventas, cuando es temporada todos los días hay ventas, ahí si yo no preparo almuerzo, solo platos a la carta.

Erika Berrones:

Pero hay algunos compañeros que si preparan almuerzos…

Cecilia Basilio:

Claro ahí el vecino hace almuerzos, yo no trabajo con almuerzos, solo hago platos a la carta y si… para que, en días de temporada, todos los días hay ventas, para que nos va bien gracias a Dios…

Erika Berrones:

Eso es bueno…

Cecilia Basilio:

Dice usted tenemos nuestros clientes y ellos nos buscan cuando ya es temporada…

Erika Berrones:

Es que es mejor manejarse así, es como ya tener una fidelidad fija, entonces imagínese que es como que… hay cabañas que no tienen clientes fijos… me acuerdo que yo una vez vine con mi papá y mi hija pequeña, entonces fuimos y mi papá y yo pedimos unos camarones apanados en una de esas cabañitas no recuerdo exactamente cuál era, pero era una chiquitita y bueno pues mi papá quería pedir un pescado apanado, entonces que nos había dicho la chica "lo que pasa es que no hay temporada de pescado"

Mi papá me dijo ¡¿Cómo puede ser posible que no haya pescado en la playa?!" ¡Yo vine a comer pescado! Lo dijo con desesperación y le dije "tranquilo, tranquilo" y entonces él dijo "está bien, está bien deme también unos camarones apanados". Entonces tienen que tener como que la variedad de platos.

Cecilia Basilio:

Nosotros variamos en productos y también cuando es días… nosotros nos llega el producto el día jueves, mira hasta incluso hoy día nos llegó otra vez, o sea a nosotros no nos gusta comprar así, lo que ahorita que estamos en bajo solo poquito…

Erika Berrones:

Claro pero un poquito de cada cosa…

Cecilia Basilio:

Claro que sí, para no comprar así exagerar porque queda todito y no nos gusta tener tanto tiempo así el producto guardado, mínimo una semana nada más y cuando ya nos quedan sacamos para el consumo de nosotros y volvemos a invertir para volver a comprar fresco. Ayer nos llegó el pescado para trabajas hoy día…

Erika Berrones:

¿Y dónde suelen comprar los mariscos, los pescados?

Cecilia Basilio:

¿Nosotros?, tenemos un chico que viene de Valdivia, el chico nos trae… nosotros decimos que nos traiga el producto el jueves o el viernes, entonces el a veces no viene le jueves viene el viernes de día… y todas las semanas él nos trae y otro señor que vende los camarones, pero ya vienen limpios

y en fundas como de exportación y con ese camarón también trabajamos, compramos camarones así mejor, porque después para estar pelando y otra vez empaquetando, nosotros compramos ya viene listo del camarón como de exportación. Y con ese camarón trabajamos.

Erika Berrones:

¿Cuánto suele gastar semanalmente en todo lo que proteínas, que se yo… el pollito, camarón, pescado, pulpo?

Cecilia Basilio:

No sabría cómo… por decir nosotros gastamos, invertimos como en 10 libras de pescado y en camarón sacamos como 3 fundas, esas fundas pesan valen como 18 dólar cada una el pescado nos viene a $3 dólar la libra, entonces eso lo traen y ya como lo traen el fin de semana que es el domingo, el chico que nos trae la señora que nos viene a dejar el camarón ellos ya pasan cobrando lo que el compra es al dinero así es el calamar, el pulpo la concha, incluso la concha nos llegó ahí fresco todo fresco…

Erika Berrones:

Entonces usted lo compró en funditas, que se yo… $18 o $20 dólares por semana…

Cecilia Basilio:

Claro, $18 dólar vende la funda de 3 libras de camarón, nosotros siempre son 3 a 4 fundas en feriado así en la temporada, cuando es temporada alta ni sabemos cuántas fundas salen porque ahí compramos por bastantes por mayor entonces como ahorita esta como bajo así son a veces 2 fundas el día sábado y una funda el día domingo y queda igual…

Erika Berrones:

Entonces es como si ustedes calculan que van a gastar eso pero no llevan una contabilidad…

Cecilia Basilio:

No, la que lleva la contabilidad es mi esposo porque él es el que hace las compras todo en eso yo no… yo más estoy en la cocina.

Erika Berrones:

Usted más dirige la cocina.

Cecilia Basilio:

Si…

Erika Berrones:

Y cuando son esas cuestiones de las capacitaciones, o sea suelen haber unas capacitaciones de servicio al cliente o decoración de platos, este… ¿Quién suele asistir de su cabaña?

Cecilia Basilio:

Antes asistía yo, pero después en otra vez fue mi esposo, en otras veces nos hemos perdido porque él trabaja y yo tenía a mi bebé pequeña, entonces no podía andar… pero cuando no tenía mi niña pequeña ahí si yo andaba, asistía a esas charlas en cualquier lugar que nos decían que fuéramos nosotros íbamos, la atención al cliente que muy bien nos enseñaban muy bueno, pero a pesar que yo aprendía le venía y el comentaba a él porque a veces él era el que se encargaba de acá y ahora que ya mejoro más el turismo, contratamos meseros… aquí nos ayuda una chica de… se graduó ella también está estudiando, por eso no ha venido hoy día… y ella nos ayuda de mesera.

Erika Berrones:

¿Ella es de aquí mismo de Olón?

Cecilia Basilio:

No, ella es de "Cadeate", y como ellos son estudiados entonces si saben cómo atender un cliente, pero ahí era mi esposo el que antes el que atendía afuera, él era pero como estaban las capacitaciones él ya sabía cómo… porque también ha asistido a esas capacitaciones, lo que pasa es que ahora últimamente que ellos han venido yo no he podido asistir y a veces el tampoco como él trabaja entonces no podía asistir de ahí lo perdíamos.

Erika Berrones:

Pero o sea ¿esas capacitaciones no suelen ser muchas veces verdad?

Cecilia Basilio:

No, solo hacen algunas veces…

Erika Berrones:

¿Cuántas veces al año reciben capacitaciones?

Cecilia Basilio:

En este año no sé si habrá habido capacitación… pero los años pasados si como por 2 veces creo…

Erika Berrones:

¿2 veces al año?

Cecilia Basilio:

Si creo que sí…

Erika Berrones:

Me habría comentado uno de sus compañeros que sí había…

Cecilia Basilio:

Antes cuando recién como hace unos… ¿Cuántos años tiene mi niña? Ya tiene como unos 6 años las capacitaciones yo todavía no tenía a la niña, ahí era como más seguido siempre venían a dar las capacitaciones y ahora ya… ya creo que no… pero era muy bonito las capacitaciones…

Porque aparte de las enseñanzas nos hacían prácticas ahí mismo ahí uno aprendía con práctica de lo mismo que íbamos escuchando íbamos a la práctica como clientes como meseros y nos enseñaron también, un curso vino también como para enseñarnos a cocinar hacer comidas diferentes a las que nosotros preparábamos porque a veces por el dinero no nos compraba para volver a practicar y hacerlo otra vez porque cuando uno no practica como que se olvida después, no es como uno lo practique por decirlo, siempre de lo que ha aprendido hay que practicar para poder aprender más…

Erika Berrones:

Pero usted si ha asistido a las capacitaciones en sí de lo que es la atención al cliente…

Cecilia Basilio:

Si… de las capacitaciones que tuvimos antes, antes yo le digo que yo si asistía pero ahora últimamente ya no… pero si asistíamos, era muy bueno eran señor de… no sé si eran gente de allá mismo delegados que mandaban a hacer las capacitaciones y que no eran de por acá eran personas de otros lados y ahí nos enseñaban…

Erika Berrones:

Bueno… y según las capacitaciones que usted ha recibido anteriormente… ¿Qué opinión tiene usted acerca de la atención al cliente?... O sea que es para usted servicio al cliente.

Cecilia Basilio:

Es poderlo atender mejor pues… O sea el cliente nos dice algo nosotros tenemos que tener todo, darle la atención que se merece, eso… o sea ellos nos decían que atención al cliente teníamos que saber cómo servir, como dirigirnos hacia ellos con respeto, eso siempre nos decían que teníamos que siempre saber respetar, saludar antes de servir los platos que pedían, o sea nunca ser grosero, porque hay veces en las que uno por decir que una molestia no le gusto algo, entonces volver a retirar el plato para volver a ver lo que ellos no le gustó, ya si no le gustó no pasa nada se retira el plato y ya, y eso es lo que se hace a veces, porque casi de repente.

Erika Berrones:

Porque claro suele pasar que por ahí hay un cliente medio especial…

Cecilia Basilio:

Aja… eso, porque hay veces que son así como medios… ellos mismo se portan así, pero ya uno sabe que no puede faltar el respeto, no le gusto se retira el plato y ya… porque eso así ha sabido pasar.

Erika Berrones:

Y bueno podría darme su opinión acerca de que es la calidad del servicio, en este caso la calidad del servicio es como que el valor que se le agrega a algo, como que usted invierte en algo y eso se asemeja a lo que usted invirtió y si hablamos de servicio es netamente del producto y la forma en la que la persona trata al cliente.

Cecilia Basilio:

O sea usted dice la calidad de lo que uno se ofrece.

Erika Berrones:

Claro…

Cecilia Basilio:

Yo se sabría decir que en calidad en cuanto a servicio pues un producto fresco… ¿eso se refiere usted? ¿A eso?

Erika Berrones:

Si pero… la pregunta es para usted ¿Qué opina usted sobre calidad del servicio?, servicio es todo lo que abarca el producto y la atención que usted le brinda a la persona que está pidiendo el producto

Cecilia Basilio:

O sea nosotros vendemos la comida es calidad, porque nosotros todo el producto es fresco, entonces nosotros vendemos al cliente bien presentados es calidad pues…

Erika Berrones:

O sea usted considera que la presentación es una parte principal de la calidad…

Cecilia Basilio:

Claro… porque nosotros no mandamos todo ahí se va, nos esforzamos por presentar un mejor plato, como nuestro producto es el mejor, necesitamos tener mejor presentación también, no que ya cocinamos y todo se va así que coman o si no, entonces para todo eso para qué va, el cliente se sienta a gusto.

Erika Berrones:

Exactamente la conformidad y la comodidad del cliente, y bueno… En este caso ya hablando netamente del servicio, bueno nomás de la calidad del producto en este caso pues no, que tiene que

ser como de una presentación aceptable, una buena vista, que sea atractivo antes la mirada del cliente… pero usted piensa también acerca de cómo, el servicio o sea de todo esto que abarca desde que esta persona, o sea desde que el mesero va, coge el plato y se lo sirve al cliente en este caso, ¿usted qué pensaría que sería importante de esta acción? O es que es una acción que simplemente se realiza y no es que el cliente preste mucha atención… simplemente va y dice "bueno tengo hambre"…

Cecilia Basilio:

No a veces el cliente si se fijan en todo, por eso cuando antes hacían las capacitaciones también nos decía que nosotros teníamos que venir… aquí en la playa andar en corbata y con camisa como que… entonces nos decían que la camisa en vez de la camiseta, pantalón o pantaloneta pero o sea limpio, que no anden sucios, porque también nos decían que utilizan pijamas y el mesero va y entrega el plato se le que no usa nada, que echa un…

Apesta, entonces bueno eso siempre nos decían también los señor que venían a la capacitación, que el chico que atendía afuera nunca anduviera en bibidí, que siempre anduviera en camiseta porque sabía que era en la parte de la playa, entonces no nos decían que con camisa sino que simplemente usara camiseta por evitar… ellos nos decían así... nosotros eso hacemos, los chicos que nos ayudan a tender andan así, la chica que viene también bien peinadita…

Erika Berrones:

A claro… Entonces usted considera que como que la primera impresión es sumamente importante al momento de atender un cliente…

Cecilia Basilio:

Claro así no le digo que si uno va y le dice con respeto, porque si uno viene y le dice como que aquí está la carta… le saluda y le dice si necesita atención o si quiere tome asiento, si le gusta y si no también ahí están las cartas ahí ellos miran, el cliente le gusta a veces el precio también sé que si no ya pues… uno no las va a estar rogando. También dicen que los chicos que atienden que están en media calle que están que le exigen con la carta eso tampoco… si el cliente viene se le ofrecen la carta ahí sí, si no, no pasa nada. Y nosotros sabemos esperar Dios es grande

Erika Berrones:

A veces es difícil captar la atención de alguien, pero tengo entendido que ustedes captan bastantes…

Cecilia Basilio:

No para que si a ellos les gusta bien y si no también nosotros no estamos tipo "oiga, oiga aquí estamos venga, venga" no nos gusta eso… si el cliente se queda pues se queda y si no pues no pasa nada ahí sabremos esperar…

Erika Berrones:

Y bueno pues en este caso usted ha observado que, ¿los meseros si tratan como de ser amables y atentos con sus clientes?

Cecilia Basilio:

Si para que… los chicos hasta muchos les dejan propina a ellos por la buena atención le dicen, en eso uno se va fijando, sabemos cómo ellos los atienden entonces si, a los chicos ellos le dicen muy buena atención, van al otro lado que ahí está la puerta "muy buena atención señora muchas gracias" "gracias también a usted", porque decía si a ellos no les gustara la atención vendrían a quejarse acá por la ventana porque hay unos que a veces si son allá cogen y gritan ahí, no pues, eso no… nosotros ahorita estamos felices con los clientes.

Erika Berrones:

Claro… bueno pues en este caso, ¿alguna vez le ha pasado de que ha recibido alguna queja o algún cliente inconforme ha venido a quejarse?

Cecilia Basilio:

Si… una vez hace un mes, el señor dice que no había estado conforme porque le servimos un ceviche y como la chica que nos estaba ayudando no le puso mucho, la verdad no sé cómo habrá sido, pero bueno nos supimos disculpar y él dijo "está bien para la próxima… todo estuvo muy bueno solo que estuvo muy poquito"…

Erika Berrones:

Ah… ¡qué horror, que gordo!

Cecilia Basilio:

Es que si no se sabe decir si de verdad fue poco no sé… oh él se quedó con hambre, es lo único, de ahí no... Todos para que, comen felices, no le digo vienen y nos dicen acá al otro lado que habían comido y habían dicho que estaba bueno todo, ahorita nomás que está… ojala Diosito lindo no falle

Erika Berrones:

Y si… ya en época alta va a ver que si…

Cecilia Basilio:

No pues en época alta ahí sí no nos alcanzamos, en época alta no alcanzamos.

Erika Berrones:

Pero yo las otras veces que estuve viniendo si estaba como que un sol fuerte y habían bastantes personas, pero que se yo… de las veces que he venido 2… como que el clima es loco.

Cecilia Basilio:

Sí, es que le clima a veces unos días es sol y a veces no…

Erika Berrones:

Y bueno usted piensa que en cuanto al servicio en general, por así decirlo, de las poquitas veces que ha observado sus compañeros de los otros lados… ¿usted que opina que se podría mejorar de la atención al cliente en las cabañas de Olón?

Cecilia Basilio:

Sí, hay muchos que le falta mucho, por decir mejorar lo que es el local, el ambiente porque a veces no se ve bien, o sea a veces también la gente busca a presentación, entonces si usted ve que está todo asqueroso, eso le falta también mejorar… si mejora, mejora todo.

Erika Berrones:

Y bueno si fuera el caso llegara a haber una oportunidad o usted se percate de que hay cosas de que usted debería mejorar… ¿usted estaría dispuesta a mejorarlas?

Cecilia Basilio:

Yo sí…

Erika Berrones:

¿Y si fuera de inversión usted estaría dispuesto?

Cecilia Basilio:

Bueno lo que se puede hacer… este por el dinero también a veces a uno lo dejan… porque lo que uno gana a veces igual no alcanza, o sea si uno se gana algo bueno es para también nuestras cosas, nuestros días de la comida y todo, bueno y a veces lo que queda por así decirlo mi esposo trabaja en lo que es ebanistería, entonces el cómo es ebanista a él se le hace un poco más apacible…

Pero igual hay que invertir por decir en materiales, si el necesita para hacer esta mesa tiene que comprar madera, él lo sabe hacer pero falta el dinero para comprar los materiales, por decir para pintar las mesas… ya esta mesa hay que comprar lija, el barniz, sellador y todo diluyente… eso es un gasto también, entonces mucha gente también por eso yo creo que no mejoran el establecimiento, porque falta el dinero y bueno igual nosotros así sea como sea como que ganamos y se va mejorando de a poquito…

Erika Berrones:

Claro así se empieza…

Cecilia Basilio:

Nosotros cuando empezamos solo teníamos una mesa, teníamos otra mesita más allá y unas de plástico, las de plástico se descartó y entonces ahí con eso… se va mejorando de acuerdo con lo que se gana.

Erika Berrones:

De acuerdo como al alcance que uno tiene… Y bueno como última pregunta ¿Qué podría sugerir a las demás cabañas para mejorar la atención al cliente?

Cecilia Basilio:

Asistir cuando vienen las capacitaciones y no sé si ellos… solicitar algún prestamos, invertir para que mejoren en lo que es su establecimiento, ir mejorando y ellos poder dar una mejor atención, porque si ellos están así como están y la gente viene y ve…

Erika Berrones:

No se animan…

Cecilia Basilio:

Claro… porque a nosotros no ha pasado que en los feriados que una señora se paró allá al fondo y nos dijo señora usted están bendecidos, yo le digo si bendecidos porque, porque ustedes están llenos y a lado no tienen mucha gente. No se pues la gente busca donde este mejor presentado, puede ser que sea eso… la verdad yo no lo sé…

Erika Berrones:

La verdad es que son muchos factores, aparte de la atención, aparte del producto es el ambiente, tiene que ser un ambiente amigable, todo tiene que ser acorde, todo tiene que hacer juego para que la gente diga “de cabeza”.

Cecilia Basilio:

Aparte de la atención, tiene que haber, mejor del ambiente dice usted y la calidad de la comida también y rodo eso tiene que existir para que funcione… por decir un ejemplo mi establecimiento esta mejor pero yo no doy una buena calidad del producto, tampoco no me va a ir bien, entonces todo eso abarca un negocio, si no hay atención, hay buena calidad en comida… entonces en todo abarca…

Erika Berrones:

Es porque ha estado comentando el presidente de la comuna él ha estado preocupado debido a que, bueno son algunas cabañas… pero el daba a entender que todas las 50 cabañas eran restaurantes y que todos competían entre ellos, y el incitaba como que “vaya métase a la cocina de ellos y mire como está” y yo le dije pero como no vine aquí a molestarlos vine a ver que se podría hacer.

Cecilia Basilio:

Bueno a veces… todas las que vienen me felicitan "tiene una cabaña muy bonita" y me dicen y muy limpia, usted va a ver allá dentro que no hay suciedad, nosotros a pesar que bajamos día sábado, nosotros venimos y comenzamos con la limpieza antes de comenzar con el trabajo, entonces no va a encontrar suciedad, todo eso siempre nos dicen la señora que viene aquí, deme para lavarme las manos, entonces la dejo pasar para que se laven y me dicen muy buena presentación de la cabaña todo está muy limpio, me gusta dice, nos dicen que otras cabañas no están así pero yo no sé porque yo no he ido, pero las que he visto si hay unas que limpian, otras que no limpian, yo me preocupo por lo mío. Nosotros nos organizamos cuando llegamos al trabajo, la chica que nos ayuda y ya.

Erika Berrones:

O sea que ustedes de lunes a jueves no están, tiene cerrada la cabaña.

Cecilia Basilio:

A veces un viernes, sábado y domingo, a veces un sábado y domingo, cuando es temporada ahí si…

Erika Berrones:

Entonces ustedes de lunes a jueves no están, pero de fines de semana ahí si… ¿y ustedes de que ahora suelen abrir su cabaña?

Cecilia Basilio:

Los días sábados a las 9, los días domingo si a las 8…

Erika Berrones:

A las 8… entre las 8 y 9… ¿y a qué hora suele cerrar disculpe?

Cecilia Basilio:

Nosotros a veces nos quedamos hasta las 7 o 8, cuando hay clientes si nos quedamos hasta más tarde, cuando no ya no hay nada pues que vamos a estar haciendo cerramos.

Erika Berrones:

Claro, es porque me había comentado otro de sus compañeros era que el problema aquí era que no lo dejaban quedarse hasta tan de noche, si ellos ponían música ambiente como que se quejaban las hospederías de acá atrás, ¿nunca a pasado eso?

Cecilia Basilio:

No, a nosotros no, incluso el señor de ahí a veces cuando tiene clientes de noche nos manda clientes para acá.

Erika Berrones:

Entonces ustedes como que mantienen amistad o contactos con algunas hospederías

Cecilia Basilio:

El señor de ahí que nos dice a veces tiene clientes ahí nos lo mandan acá, hasta ahora no hemos tenido problemas.

Erika Berrones

Porque incluso uno me había comentado, más o menos casi denunciado a cerca de que se solían pelear bastante con las hospederías de aquí por el terreno…

Cecilia Basilio:

Es el señor de la esquina de allá este… ya me olvidé, ese es el que tiene una hospedería, ese es el que tenía problemas con las señora de allá creo frente de su local de él, pero por acá no, con nosotros para qué, por acá no es, con los señores de allá si porque creo que él no quería que la cabaña existiera al frente de su local, era el único que no aceptaba, de ahí todos los de ahí muy bien, las cabañas no les molestan porque ellos están allí y nosotros estamos acá, pero ese señor de allá si, Chileno o Colombiano ni me acuerdo de donde era…

Erika Berrones:

Los problemas en sí son con ese señor que es extranjero.

Cecilia Basilio:

Por eso le decían que no lo querían ya aquí porque él no era de acá del pueblo y quería hacerse dueño, de ahí no, nosotros para acá no, su molestia como le digo era porque se querían poner unas cabañas al frente de su negocio entonces él no quería, ahí era el problema que existía ahí, ahorita ya creo que ya no… pero antes si andaba el solo denunciando, cualquier cosa que veía, hasta esas pobres torturas la metía ahí, que las tortugas ya no tenían espacio donde poner sus huevos porque habían puesto las cabañas ahí, era el único que tenía problemas, de ahí no la demás gente no, ahorita todo bien.

Erika Berrones:

Ah bueno, si porque eso me preocupaba, porque este señor me decía "no es que todos nos dan contra, todos nos quieren sacar de aquí" entonces yo me preguntaba y donde está el gobierno.

Cecilia Basilio:

Era el único problemático, y bueno ahí otro aquí nomas allá arriba que no le gusta la bulla, porque aquí en Olón han puesto bocinas en los postes para cuando haya algún comunicado para el pueblo, hablan por las bocinas y se escucha todo el pueblo, y ese señor era el único que también no le gustaba la bulla, tuvieron que sacar la bocina que estaba por allá y la pusieron por acá para que no

lo escuche el, hay veces que viene gente de otros lados que quieren adueñarse del pueblo, no pueden porque la gente del pueblo no lo permite…

Erika Berrones:

Claro, tiene que aprender a respetar… por ejemplo esos clientes que están ahí ¿son clientes fijos o usted no lo ha visto?

Cecilia Basilio:

No sé si serán porque yo recién los veo, es que casi yo no paso afuera, el que conoce es mi esposo, pero han de ser clientes recomendados, porque yo le vi que la señora estaba que miraba y miraba y creo que alcanzó al ver el letrero por eso se sentó, so si me fijé yo cuando estábamos conversando yo la estaba mirando que miraba y miraba el letrero, yo digo ha de ser recomendados porque parecen gringos, entonces hay también clientes gringos que vienen y no sé si serán ellos que habrán quedado en encontrarse o no sé.

Erika Berrones:

Pero eso es bueno que sea recomendado le da una ventaja…

Cecilia Basilio:

Por eso digo han de ser clientes recomendados de otro porque venían mirando el letrero, miraba para abajo así, tal vez alguien le dijo que viniera para acá de pronto se iban a encontrar.

Erika Berrones:

Quisiera hacer ya una última consulta pero esto no tiene que ver con la entrevista, o sea yo y mi compañera estamos al tanto y esto es un proyecto de vinculación la asociación de turismo con espol porque debido a toda esta información ellos comenzarán a trabajar acerca de que métodos utilizar después de las capacitaciones o los manuales que vayan a hacer acerca de capacitar la atención al cliente, entonces nosotros queríamos tener un poco más de idea de cómo para estar un poquito más empapadas en el asunto…

O sea uno puede hacer encuestas y unas entrevistas, incluso uno puede también hacer una observación, pero después uno va a parecer acosador y el cliente va a decir “oye que haces ahí mirándome” porque eso también nos ha tocado hacer, pero también me gustaría preguntarle a usted si solamente un día podría quedarme yo y ayudarles en la cocina o servir los platos, como para experimentar, para ver que tal…

Cecilia Basilio:

Si quiere venga nomás…

Erika Berrones:

¿Si tendría la oportunidad?

Cecilia Basilio:

Las puertas están abiertas para que usted si quiere ande en la cocina…

Erika Berrones:

Estaría ahí para aprender un poquito, ha de estar ayudando en eso y también estaré más bien viendo el contacto, como la interacción en sí entre las cabañas, los trabajadores de las cabañas y los clientes, porque siento yo que es una parte principal, he estado ahí he estado haciendo las encuestas y todo y me han dicho que la comida es excelente que todo es increíble y la atención al cliente, hay sabe que niña yo ya me iba…

Cecilia Basilio:

Si quiere cualquier rato…

Erika Berrones:

¡No sabe lo feliz que me hace escuchar esa respuesta!, quisiera consultarle que día es el más concurrido… había pensado en venir en siguiente sábado y el domingo ¿Cuál suele ser el día más visitado? El día en que usted tiene más carga de trabajo y necesita más ayuda

Cecilia Basilio:

Ahorita como esta así suave no es tanto, no sé qué día podrá ser… pero ahorita como esta así…

Erika Berrones:

¿Se suele llenar más un sábado o un domingo?

Cecilia Basilio:

A veces hay los sábados a veces los domingos, peor ahorita no hay esta suave, pero su usted quiere venir en feriado mejor…

Erika Berrones:

¡Eso estaba pensado! Pero ahora me da un poco de recelo ya que no se hablar muy bien en inglés, entonces vaya a quedar mal…

Cecilia Basilio:

Mire ella si es cliente de aquí, esa señora la estaba esperando, esa clienta es recomendada, ella es cliente de aquí, Ivonne von no sé cómo se llama, así mismo he aprendido ingles por los gringos, comieron acá y ellos me enseñaron un poco de inglés.

Erika Berrones:

Buenos muchísimas gracias por su amabilidad y su tiempo.

Entrevistas a Cabañeros de la Comunidad de Olón:

Fecha: 17/11/2018.

Dueño de la Cabaña "Cerrolón" Fermín Córdova:

Stefany Orellana:

Déjeme poner esto aquí… haber don Fermín, le voy a hacer 8 preguntitas… la primera: Según su opinión ¿Qué es atención al cliente?

Fermín Córdova:

Bien… atención al cliente es para mí ofrecerle todos los productos que ofrezco, en la venta lo que busca el cliente prácticamente, que sea pescado, camarón, yo le atendiendo de una manera cortés, es para de esa manera poder encargarme y así poder ofrecerle lo que realmente el desea comer.

Stefany Orellana:

¿Y usted considera que la atención al cliente que usted brinda es la adecuada?

Fermín Córdova:

Para mi criterio yo creo que sí porque primeramente yo le doy la bienvenida, buenas tardes o que se le ofrece, después le digo todos los productos que tengo y si le gusta ese producto que le ha encantado a veces preguntan cómo lo preparan y uno tiene que decir con amabilidad, tratando de convencer para que él se pueda servir…

Stefany Orellana:

Y se cerciore lo que usted le está diciendo es cierto.

Fermín Córdova:

Sí.

Stefany Orellana:

Correcto, haber y dígame ¿Qué considera usted como calidad de servicio?

Fermín Córdova:

Calidad de Servicio… ya, que esté el área bien limpio, que lo traten bien en el caso estén bien presentados, las mesas limpias, cada uno en su lugar las servilletas, todo lo de la mesa totalmente impecable.

Stefany Orellana:

Y que el mesero sea obviamente cortés…

Fermín Córdova:

Exactamente.

Stefany Orellana:

Y que sepa obviamente lo que está ofreciendo. Perfecto, ahora dígame una cosa ¿Qué es para usted calidad del producto?

Fermín Córdova:

Bien calidad del producto es realmente que el producto valga la redundancia esté fresco, que sea del día, así mismo todo lo que va de acompañamiento en el plato sea fresco también sea en el momento, por eso nosotros acá brindamos esa facilidad, se demoran un poquito los platos pero va con producto fresco, arroz caliente, los patacones calientes, todo preparado al momento para que el cliente saboreé lo que está recién elaborado.

Stefany Orellana:

Perfecto, ok dígame ¿Considera usted que la primera impresión es importante al ofrecer un servicio?

Fermín Córdova:

Claro, porque por los ojos es que se ve la alimentación, o sea capta el cliente de la buena impresión que lleva.

Stefany Orellana:

No solamente los platos sino también del personal. Perfecto… ¿Suele ser amable o atento al momento de atender al cliente?

Fermín Córdova:

Claro, por supuesto, si no eres amable no puedes tratar de salvar… de pronto te pasa algo en la casa y vienes disgustado y todo, vas a atender al cliente de esa misma forma, o sea todos los problemas que uno lo tenga en casa sea lo que sea uno con el cliente tiene que sonreír, tiene que ser muy amable porque ese es lo que el cliente para mí es lo que realmente espera… claro vendo un producto y obtengo un beneficio.

Stefany Orellana:

Ok perfecto, ahora dígame… ¿A recibido alguna queja por parte de los cliente acerca de la atención brindada?

Fermín Córdova:

Sí, porque sinceramente a veces cuando vienen cantidad de clientes, a veces por no invertir en un mesero más, o una persona más que se dedique a ese labor, muchas veces uno como dueño quiere acaparar todo y es imposible a veces uno atiende una mesa, luego otra, o sea es un trabajo de acá

de mesero es bien complicado, porque viene un cliente de distinta forma de personas que quiere que lo atienda, porque un cliente cuando recién llega, usted tiene que atenderlo bien con amabilidad igual tiene que recibir su producto de igual manera casi al instante, pero si no lo atiende al momento indicado y atiende a otra persona a veces por equivocación, cogí primero la mesa del primer cliente, segundo cliente, tercer cliente por ejemplo por A o B motivo tú te fuiste a hacer una compra de y cuando ya volviste se te paso, y te atiende a la cocina si esta tu plato disponible y tú vas a entregar donde va esto y te confunde, entonces ahí se enoja el cliente porque el llego primero y porque no lo atendió, una mala atención ahí a veces por confusión.

Stefany Orellana:

Ok, ahora dígame una cosa ¿Usted cree que el servicio podría mejorar? Y si es así ¿estaría dispuesto a realizar los cambios sugeridos para mejorarlo?

Fermín Córdova:

Por supuesto, todas las sugerencias son bienvenidas, y eso es lo que me llevó a mí a tomar… antes tenía un… siempre lo hacía yo, yo nunca... recién tengo 2 años que he puesto mesero, hace 2 años, porque antes lo hacía yo, quizás porque tenía más agilidad, estaba más activo, o sea más joven, tenía la fuerza necesaria, por lo pronto no podía… no quería invertir, pero luego vi la necesidad de que si era dable tener un mesero en el establecimiento.

Stefany Orellana:

Ok, entonces usted lo vi como algo necesario y obviamente pues sabe que eso mejoró su servicio al cliente, y está dispuesto a recibir todas las sugerencias y aplicarlas en el momento que se las demos…

Fermín Córdova:

Así es.

Stefany Orellana:

Ok Perfecto, y dígame una cosa… ¿Que sugeriría usted para mejorar la atención al cliente de las cabañas?

Fermín Córdova:

Mire, yo sugiero que aquí en este caso, en ese aspecto la persona que va a atender al cliente tiene que primeramente capacitarse de la palabra mis le dice atención al cliente, porque de eso depende que el negocio prospere, porque es un factor importantísimo atender afuera, al mesero en este caso tiene que saber modales, la vestimenta, estar activo y ser cortés.

Stefany Orellana:

¿Y usted cree que es necesario por ejemplo, ingles?

Fermín Córdova:

Importantísimo, aquí nosotros a las cartillas si usted podrá notar, tenemos las dos, a pesar que uno es errónea y otra no, porque la mayoría no tenemos ese… esa facilidad de pronto de aprender o no, no tenemos esa…

Stefany Orellana:

O sea no han tenido la capacitación o la oportunidad de estudiar otra lengua y pues bueno… Entonces a usted si le parecería bueno tener clase de inglés

Fermín Córdova:

Sí, sería importante porque aquí nos visitan muchos turistas extranjeros, entonces por eso es que se le ha puesto una cartilla, enseñamos la cartilla entonces ellos señalan lo que quieren, entonces ya uno ya les sirve…

Stefany Orellana:

¿Y usted cree que ha perdido clientela por no saber inglés?

Fermín Córdova:

Mmm, no tanto, o sea no sinceramente no pero… muchos extranjeros vienen con acompañamiento de personas que le guían o a traducirlos, le traducen…

Stefany Orellana:

Eso es una facilidad para ustedes…

Fermín Córdova:

Así es…

Stefany Orellana:

Y dígame una cosa… En el momento en que por ejemplo digamos… viene algún cliente y no sé… tiene algún tipo de… alguna petición en algún tipo de plato, usted si lo ha hecho anteriormente, por ejemplo si le dicen sabe que quiero cazuela, pero sabe que no quiero que tenga maní…

Fermín Córdova:

Sí, por supuesto, claro, al cliente hay que darle la razón… y siempre te pide un plato que por ejemplo no tiene tal cosa, porque le preparan, entonces uno con amabilidad perfecto… uno le anota desea el plato así pero que no lleve tal cosa y tal otra, eso es lo que le ha llevado a uno a tener cliente de cualquier lugar porque uno le comprende porque ellos realmente quieren comer de esa forma, hay otros no, hay quieren nomas armas el plato que fríe y listo, pide tal cosa y ya, hay otros que si exigen quiero de esta forma y de esta forma el preparado, porque…

A veces uno por tratar de ganar más clientes, por decir viene otro grupo y la persona que está complicando por un plato obviamente la mayoría lo que hace es como que lo desecha, "la verdad no tengo" "no lo puedo preparar" y entonces cogen más platos pero no sabe cuándo ese cliente se va, pero el rato menos pensado van en otra cabaña y se lo preparan porque no tiene clientes.

A la semana a los 2 días podrás notar te podrás dar cuenta que si tu no lo has hecho perdiste no solamente un cliente si no varios clientes, porque ese seño vino, es esa época vino solito, la próxima vez que vino, ya vino con 10 personas, entonces ahí podrás notarlo, entonces uno como servidor turístico la experiencia es lo que es lo que uno mejora y aprenda, por eso mucho dicen "A mí no me complican la vida, quiere ese plato, listo hagámoslo" a la señora por el apuro que están y todo, porque es muy diferente atender afuera que estar adentro de la cocina, porque ellas tienen que obedecer lo que uno le dice.

Por ejemplo aquí nosotros tenemos clasificado personal de años que tiene trabajando con nosotros, ellos obedecen lo que uno les tiene que decir, de tal forma de tal cosa, esto y esto y ellos hacen, porque es complicado a veces trabajar con la familia, porque a veces dice "tu no me vienes a mandar a mí", entonces no, por eso tenemos gente preparada que sale mucho mejor.

Stefany Orellana:

Y bueno menos su esposa que ella está en la cocina muchas veces…

Fermín Córdova:

Ella es la que organiza más la cocina por eso ella está ahí, yo me organizo más lo que es afuera, a veces nos alternamos para que ella aprenda también acá, porque a veces yo puedo salir le digo, y ella tiene que estar afuera, tengo que atender dice, es verdad tiene que atender, como haces tú para a tender un cliente, le digo primeramente tú tienes que sonreír "A pero es que a mí no me gusta sonreír" pero tienes una buena cara le digo por lo tanto una buena sonrisa. Y tratarlo con amabilidad tenemos esto y lo otro, que sugiere que le preparemos de esa manera… bienvenido tiene que decir bienvenido, buenos días, buenas tardes, en que le puedo servir, tenemos esto.

Stefany Orellana:

Pero bueno, es bueno que también su esposa esté interesada en también conocer como manejan las cosas afuera para que pueda manejar los 2 frentes en cualquier momento, Bueno muchas gracias por su entrevista y su tiempo.

Codificación:

Entrevista al Presidente de la Asociación y a los Prestadores de Servicio de las cabañas: "Cerrolón" "Jerry".		
Información	**Resumen**	**Código**
Se recibía 150 buses	Disminución de turistas - consumidores	Relación Costo – Beneficio Negativa
El municipio traía los buses		
Tours desde Gye		
No consumían en cabañas		
Se bajó la cantidad de turistas		
falta de demanda	Pocos clientes	
por clima frio solo trabajan sábado – domingo		
Falta de clientes entre semana (clima frio)		
falta de publicidad		
Trabajo para sustento familiar	Gastos prestadores de servicio	
Costo cabaña: $2000		
15 buses de otras provincias	Falta de buses y cabañas activas	
15 cabañas trabajo permanente		
Reglamentos comité zonal (limpieza playa)	Reglamentos establecidos asociación	Desinterés por asistir a capacitaciones o talleres
Actualidad: Negocio solo para comuna		
Apertura permanente		
Sanciones por parte de la asociación		
Falta de conocimientos atención al cliente, falta de capacitaciones	Incumplimiento de requisitos por parte de los prestadores de servicio	
Falta de interés y conocimiento del tema		
No asisten a talleres		
Mala imagen de meseros		
Falta de higiene		
Falta de cooperación y unión grupal		
Falta de capacitación de servicio al cliente de algunas cabañas		
Falta de capacitación y practica de algunas cabañas		
Mal ordenamiento en cocinas		
Falta de cumplimiento de los reglamentos		
necesidad de internet	Necesidad de estrategias para captar clientes	La mayoría de cabañas trabajan en temporada alta
En temporada alta se trabaja toda la semana		
Falta de personal en temporada alta		
1 Capacitación antes de finalizar el año		
Necesidad de aprendizaje practico		
Necesidad de publicidad de las cabañas		
Recomendado por hostales	Recomendado por hostales	Alianza con hostales
Prioridad a comuneros de Olón		

Recomendación por otros clientes (extranjeros)		
Relación amistosa con clientes		
Invertir en variedad de platos	Inversión en productos y materiales	Inversión en productos y materiales
Inversión en materiales y mejora		
Proveedores de Valdivia		
$54 en camarones - $30 en pescados		
Calculo de consumo de materiales		
Conocimiento de gastos de materiales		
Actualidad: necesidad de contratar mesera	Inversión para servicio al cliente (mesero)	Personal en buen estado
Contratación de un estudiante turismo para mesero		
Conocimiento de cortesía y atención		
Darle la razón al cliente		
Paciencia con clientes difíciles		
Buena presencia, limpia		
Buena vestimenta y peinado meseros		
Cortesía y amabilidad durante la atención al cliente		
Reconocimiento de buena atención al cliente por parte de los usuarios		
Elección de cabaña por presentación	Características + que la diferencien	Diferenciación de la Competencia
Preferencia ante la competencia		
Buena atención, ambiente, producto	Requisitos para un buen servicio	
Atención cortés, servicial		
Bienvenida al cliente		
Conocimiento del producto		
Limpieza, orden, buena presencia meseros		
Calidad del producto: fresco.		
Primera impresión importante		
Amabilidad con el cliente		
Limpieza de la cocina		
Cabaña atractiva		
Platos a la carta	Buena Calidad Producto	Producto en buen estado
Productos frescos		
Calidad: presentación producto		
Calidad: gusto del cliente		

Tabla 6: Proceso de Codificación

Ficha Técnica de Buenas Prácticas de Manufactura para Establecimientos de Alimentos y Bebidas

Ficha Básica de Higiene en la Manipulación de Alimentos y Check-list de Utensilios Necesarios en el Establecimiento

Nombre de la Cabaña: Santa Lucía.

Dirección del Establecimiento: Playa Olón.

Nombre del Propietario: Carlos Suarez.

Nº de Empleados: 2.

Capacidad Máxima: 20 personas.

Check-list de Utensilios		
Materiales:	**SI**	**NO**
Ollas	✓	
Sartenes	✓	
Cuchillos de Cocina	✓	
Exprimidor (naranja, limón)		X
Cucharones	✓	
Cernideros	✓	
Espátulas	✓	
Jarras	✓	
Tabla de picar	✓	
Tazones (Bowls)	✓	
Recipientes para guardar/desechar aceite usado		X
Cocineta	✓	
Refrigerador para bebidas	✓	
Refrigerador para alimentos		X
Vajillas (platos, tazas) (Nº = capacidad Max)		X
Cubiertos (tenedor, cuchara, cuchillo) (Nº = Capacidad Max)	✓	
Mesones recubiertos (mármol, porcelanato)		X
Escobas	✓	
Pala	✓	
Trapeador		X
Balde	✓	
Limpiones	✓	
Desinfectantes	✓	
Cloro	✓	
Esponjas		X

Lavavajillas		X
Anaqueles	✓	
Tachos de basura con funda	✓	

Check-list de Aseo		
Ubicación:	**SI**	**NO**
Tacho de basura lejos de las cocinetas y alimentos	✓	
Lavaplatos desocupado		X
Espacio de mesones distribuidos (Sección para picar, armar platos, procesar alimentos)		X
Limpieza de cocinetas (sin oxido o manchas)	✓	
Correcta Distribución Anaqueles (Vajillas, Botellas de aceites y salsas, materiales de cocina)		X
Paredes limpias/pintadas (ubicación de cucharones)		X
Alimentos ubicados en zonas seguras no contaminantes		X
Correcta distribución de cárnicos en frigoríficos (empacadas y separadas en bolsas plásticas evitando contaminación)		X
Las bebidas no se mezclan con los alimentos en estado de refrigeración		X
Implementos de limpieza ubicados lejos de los alimentos y cocinetas	✓	
Vajillas sucias separadas de las limpias	✓	
Desechos orgánicos y plásticos separados	✓	
Jabón para lavado e higiene de manos		X
Cucharones de madera en buen estado	----------	----------
Cabello amarrado o cubierto durante la manipulación de alimentos	✓	
Limpieza constante del área de trabajo		X
Desecho de aceites (máximo de uso 2 veces)		X
Ollas en buen estado (sin oxido)	✓	
Piso sin tierra o arena		X
Esponjas y limpiones en buen estado		X

Tabla 7: Fichas BPM Cabaña 1

Ficha Técnica de Buenas Prácticas de Manufactura para Establecimientos de Alimentos y Bebidas

Ficha Básica de Higiene en la Manipulación de Alimentos y Check-list de Utensilios Necesarios en el Establecimiento

Nombre de la Cabaña: Pajarito #05.

Dirección del Establecimiento: Playa Olón.

Nombre del Propietario: Gladys Reyes.

Nº de Empleados: Temporada baja #3 / Temporada alta #6.

Capacidad Máxima: 26 personas.

Check-list de Utensilios		
Materiales:	**SI**	**NO**
Ollas	✓	
Sartenes	✓	
Cuchillos de Cocina	✓	
Exprimidor (naranja, limón)	✓	
Cucharones	✓	
Cernideros	✓	
Espátulas	✓	
Jarras	✓	
Tabla de picar		X
Tazones (Bowls)	✓	
Recipientes para guardar/desechar aceite usado	✓	
Cocineta	✓	
Refrigerador para bebidas	----------	----------
Refrigerador para alimentos	✓	
Vajillas (platos, tazas) (Nº = capacidad Max)	✓	
Cubiertos (tenedor, cuchara, cuchillo) (Nº = Capacidad Max)	✓	
Mesones recubiertos (mármol, porcelanato)		X
Escobas	✓	
Pala	✓	
Trapeador		X
Balde	✓	
Limpiones	✓	
Desinfectantes	✓	
Cloro	✓	

Esponjas	✓	
Lavavajillas		X
Anaqueles		X
Tachos de basura con funda	✓	

Check-list de Aseo		
Ubicación:	**SI**	**NO**
Tacho de basura lejos de las cocinetas y alimentos	✓	
Lavaplatos desocupado	✓	
Espacio de mesones distribuidos (Sección para picar, armar platos, procesar alimentos)	✓	
Limpieza de cocinetas (sin oxido o manchas)	----------	----------
Correcta Distribución Anaqueles (Vajillas, Botellas de aceites y salsas, materiales de cocina)	✓	
Paredes limpias/pintadas (ubicación de cucharones)		X
Alimentos ubicados en zonas seguras no contaminantes	----------	----------
Correcta distribución de cárnicos en frigoríficos (empacadas y separadas en bolsas plásticas evitando contaminación)	✓	
Las bebidas no se mezclan con los alimentos en estado de refrigeración	----------	----------
Implementos de limpieza ubicados lejos de los alimentos y cocinetas	✓	
Vajillas sucias separadas de las limpias	✓	
Desechos orgánicos y plásticos separados	----------	----------
Jabón para lavado e higiene de manos	✓	
Cucharones de madera en buen estado	✓	
Cabello amarrado o cubierto durante la manipulación de alimentos	✓	
Limpieza constante del área de trabajo	✓	
Desecho de aceites (máximo de uso 2 veces)	✓	
Ollas en buen estado (sin oxido)		X
Piso sin tierra o arena		X
Esponjas y limpiones en buen estado	✓	

Tabla 8: Fichas BPM Cabaña 2

Ficha Técnica de Buenas Prácticas de Manufactura para Establecimientos de Alimentos y Bebidas

Ficha Básica de Higiene en la Manipulación de Alimentos y Check-list de Utensilios Necesarios en el Establecimiento

Nombre de la Cabaña: Cabaña Don Jorge #6.

Dirección del Establecimiento: Playa Olón.

Nombre del Propietario: Sonia Santos.

Nº de Empleados: 3.

Capacidad Máxima: 20 personas.

Check-list de Utensilios		
Materiales:	**SI**	**NO**
Ollas	✓	
Sartenes	✓	
Cuchillos de Cocina	✓	
Exprimidor (naranja, limón)	✓	
Cucharones	✓	
Cernideros	✓	
Espátulas	✓	
Jarras	✓	
Tabla de picar	✓	
Tazones (Bowls)	✓	
Recipientes para guardar/desechar aceite usado	✓	
Cocineta	✓	
Refrigerador para bebidas	✓	
Refrigerador para alimentos	✓	
Vajillas (platos, tazas) (Nº = capacidad Max)	✓	
Cubiertos (tenedor, cuchara, cuchillo) (Nº = Capacidad Max)	✓	
Mesones recubiertos (mármol, porcelanato)		X
Escobas	✓	
Pala	✓	
Trapeador		X
Balde	✓	
Limpiones	✓	
Desinfectantes	✓	
Cloro	✓	

Esponjas	✓	
Lavavajillas	✓	
Anaqueles	✓	
Tachos de basura con funda		X

Check-list de Aseo		
Ubicación:	**SI**	**NO**
Tacho de basura lejos de las cocinetas y alimentos		X
Lavaplatos desocupado	✓	
Espacio de mesones distribuidos (Sección para picar, armar platos, procesar alimentos)	✓	
Limpieza de cocinetas (sin oxido o manchas)	✓	
Correcta Distribución Anaqueles (Vajillas, Botellas de aceites y salsas, materiales de cocina)	✓	
Paredes limpias/pintadas (ubicación de cucharones)		X
Alimentos ubicados en zonas seguras no contaminantes	✓	
Correcta distribución de cárnicos en frigoríficos (empacadas y separadas en bolsas plásticas evitando contaminación)	✓	
Las bebidas no se mezclan con los alimentos en estado de refrigeración	✓	
Implementos de limpieza ubicados lejos de los alimentos y cocinetas		X
Vajillas sucias separadas de las limpias	✓	
Desechos orgánicos y plásticos separados	✓	
Jabón para lavado e higiene de manos	✓	
Cucharones de madera en buen estado	✓	
Cabello amarrado o cubierto durante la manipulación de alimentos	✓	
Limpieza constante del área de trabajo	✓	
Desecho de aceites (máximo de uso 2 veces)	✓	
Ollas en buen estado (sin oxido)	✓	
Piso sin tierra o arena	✓	
Esponjas y limpiones en buen estado	✓	

Tabla 9: Fichas BPM Cabaña 3

Ficha Técnica de Buenas Prácticas de Manufactura para Establecimientos de Alimentos y Bebidas

Ficha Básica de Higiene en la Manipulación de Alimentos y Check-list de Utensilios Necesarios en el Establecimiento

Nombre de la Cabaña: El Dorado #8.

Dirección del Establecimiento: Playa Olón.

Nombre del Propietario: Gregoria Villón.

Nº de Empleados: Temporada baja #3 / Temporada alta #6.

Capacidad Máxima: 40 personas.

Check-list de Utensilios		
Materiales:	**SI**	**NO**
Ollas	✓	
Sartenes	✓	
Cuchillos de Cocina	✓	
Exprimidor (naranja, limón)	✓	
Cucharones	✓	
Cernideros	✓	
Espátulas	✓	
Jarras	✓	
Tabla de picar	✓	
Tazones (Bowls)	✓	
Recipientes para guardar/desechar aceite usado	✓	
Cocineta	✓	
Refrigerador para bebidas	✓	
Refrigerador para alimentos	✓	
Vajillas (platos, tazas) (Nº = capacidad Max)	✓	
Cubiertos (tenedor, cuchara, cuchillo) (Nº = Capacidad Max)	✓	
Mesones recubiertos (mármol, porcelanato)	✓	
Escobas	✓	
Pala	✓	
Trapeador	----------	----------
Balde	✓	
Limpiones	✓	
Desinfectantes	✓	
Cloro	✓	

Esponjas	✓	
Lavavajillas	✓	
Anaqueles	✓	
Tachos de basura con funda	✓	

Check-list de Aseo		
Ubicación:	**SI**	**NO**
Tacho de basura lejos de las cocinetas y alimentos	✓	
Lavaplatos desocupado		X
Espacio de mesones distribuidos (Sección para picar, armar platos, procesar alimentos)	✓	
Limpieza de cocinetas (sin oxido o manchas)	✓	
Correcta Distribución Anaqueles (Vajillas, Botellas de aceites y salsas, materiales de cocina)	✓	
Paredes limpias/pintadas (ubicación de cucharones)	✓	
Alimentos ubicados en zonas seguras no contaminantes	✓	
Correcta distribución de cárnicos en frigoríficos (empacadas y separadas en bolsas plásticas evitando contaminación)		X
Las bebidas no se mezclan con los alimentos en estado de refrigeración	✓	
Implementos de limpieza ubicados lejos de los alimentos y cocinetas	✓	
Vajillas sucias separadas de las limpias	✓	
Desechos orgánicos y plásticos separados	✓	
Jabón para lavado e higiene de manos	✓	
Cucharones de madera en buen estado	----------	----------
Cabello amarrado o cubierto durante la manipulación de alimentos	✓	
Limpieza constante del área de trabajo	✓	
Desecho de aceites (máximo de uso 2 veces)	✓	
Ollas en buen estado (sin oxido)	✓	
Piso sin tierra o arena		X
Esponjas y limpiones en buen estado	✓	

Tabla 10: Ficha BPM Cabaña 4

Ficha Técnica de Buenas Prácticas de Manufactura para Establecimientos de Alimentos y Bebidas

Ficha Básica de Higiene en la Manipulación de Alimentos y Check-list de Utensilios Necesarios en el Establecimiento

Nombre de la Cabaña: Aracely.

Dirección del Establecimiento: Playa Olón.

Nombre del Propietario: Aracely Barzola.

Nº de Empleados: Temporada baja #3 / Temporada alta #7.

Capacidad Máxima: 40 personas.

Check-list de Utensilios		
Materiales:	**SI**	**NO**
Ollas	✓	
Sartenes	✓	
Cuchillos de Cocina	✓	
Exprimidor (naranja, limón)	✓	
Cucharones	✓	
Cernideros	✓	
Espátulas	✓	
Jarras	✓	
Tabla de picar	✓	
Tazones (Bowls)	✓	
Recipientes para guardar/desechar aceite usado	✓	
Cocineta	✓	
Refrigerador para bebidas	✓	
Refrigerador para alimentos	✓	
Vajillas (platos, tazas) (Nº = capacidad Max)	✓	
Cubiertos (tenedor, cuchara, cuchillo) (Nº = Capacidad Max)	✓	
Mesones recubiertos (mármol, porcelanato)	✓	
Escobas	✓	
Pala	✓	
Trapeador	--------	---------
Balde	✓	
Limpiones	✓	
Desinfectantes	✓	
Cloro	✓	

Esponjas	✓	
Lavavajillas	✓	
Anaqueles	✓	
Tachos de basura con funda		X

Check-list de Aseo		
Ubicación:	**SI**	**NO**
Tacho de basura lejos de las cocinetas y alimentos	✓	
Lavaplatos desocupado	✓	
Espacio de mesones distribuidos (Sección para picar, armar platos, procesar alimentos)	✓	
Limpieza de cocinetas (sin oxido o manchas)	✓	
Correcta Distribución Anaqueles (Vajillas, Botellas de aceites y salsas, materiales de cocina)	✓	
Paredes limpias/pintadas (ubicación de cucharones)	✓	
Alimentos ubicados en zonas seguras no contaminantes	✓	
Correcta distribución de cárnicos en frigoríficos (empacadas y separadas en bolsas plásticas evitando contaminación)	✓	
Las bebidas no se mezclan con los alimentos en estado de refrigeración	✓	
Implementos de limpieza ubicados lejos de los alimentos y cocinetas	✓	
Vajillas sucias separadas de las limpias	✓	
Desechos orgánicos y plásticos separados	✓	
Jabón para lavado e higiene de manos	✓	
Cucharones de madera en buen estado	✓	
Cabello amarrado o cubierto durante la manipulación de alimentos	✓	
Limpieza constante del área de trabajo	✓	
Desecho de aceites (máximo de uso 2 veces)	✓	
Ollas en buen estado (sin oxido)	✓	
Piso sin tierra o arena	✓	
Esponjas y limpiones en buen estado	✓	

Tabla 11: Ficha BPM Cabaña 5

Ficha Técnica de Buenas Prácticas de Manufactura para Establecimientos de Alimentos y Bebidas

Ficha Básica de Higiene en la Manipulación de Alimentos y Check-list de Utensilios Necesarios en el Establecimiento

Nombre de la Cabaña: Gracielita #10

Dirección del Establecimiento: Playa Olón.

Nombre del Propietario: Graciela Caiche.

Nº de Empleados: 5 – 6 empleados.

Capacidad Máxima: 40 personas.

Check-list de Utensilios		
Materiales:	**SI**	**NO**
Ollas	✓	
Sartenes	✓	
Cuchillos de Cocina	✓	
Exprimidor (naranja, limón)	✓	
Cucharones	✓	
Cernideros	✓	
Espátulas	✓	
Jarras	✓	
Tabla de picar	✓	
Tazones (Bowls)	✓	
Recipientes para guardar/desechar aceite usado		X
Cocineta	✓	
Refrigerador para bebidas	✓	
Refrigerador para alimentos	✓	
Vajillas (platos, tazas) (Nº = capacidad Max)	✓	
Cubiertos (tenedor, cuchara, cuchillo) (Nº = Capacidad Max)		X
Mesones recubiertos (mármol, porcelanato)	✓	
Escobas	✓	
Pala	✓	
Trapeador	----------	----------
Balde	✓	
Limpiones	✓	
Desinfectantes	✓	
Cloro	✓	

Esponjas	✓	
Lavavajillas	✓	
Anaqueles	✓	
Tachos de basura con funda	✓	

Check-list de Aseo		
Ubicación:	**SI**	**NO**
Tacho de basura lejos de las cocinetas y alimentos		X
Lavaplatos desocupado	✓	
Espacio de mesones distribuidos (Sección para picar, armar platos, procesar alimentos)	✓	
Limpieza de cocinetas (sin oxido o manchas)	✓	
Correcta Distribución Anaqueles (Vajillas, Botellas de aceites y salsas, materiales de cocina)	✓	
Paredes limpias/pintadas (ubicación de cucharones)		X
Alimentos ubicados en zonas seguras no contaminantes	✓	
Correcta distribución de cárnicos en frigoríficos (empacadas y separadas en bolsas plásticas evitando contaminación)	✓	
Las bebidas no se mezclan con los alimentos en estado de refrigeración	✓	
Implementos de limpieza ubicados lejos de los alimentos y cocinetas	✓	
Vajillas sucias separadas de las limpias	✓	
Desechos orgánicos y plásticos separados		X
Jabón para lavado e higiene de manos	✓	
Cucharones de madera en buen estado	✓	
Cabello amarrado o cubierto durante la manipulación de alimentos	✓	
Limpieza constante del área de trabajo	✓	
Desecho de aceites (máximo de uso 2 veces)	✓	
Ollas en buen estado (sin oxido)	✓	
Piso sin tierra o arena	✓	
Esponjas y limpiones en buen estado		X

Tabla 12: Ficha BPM Cabaña 6

Ficha Técnica de Buenas Prácticas de Manufactura para Establecimientos de Alimentos y Bebidas

Ficha Básica de Higiene en la Manipulación de Alimentos y Check-list de Utensilios Necesarios en el Establecimiento

Nombre de la Cabaña: Charito #15.

Dirección del Establecimiento: Playa Olón.

Nombre del Propietario: Luis Neira.

Nº de Empleados: Temporada baja #3 / Temporada alta #7.

Capacidad Máxima: 40 personas.

Check-list de Utensilios		
Materiales:	**SI**	**NO**
Ollas	✓	
Sartenes	✓	
Cuchillos de Cocina	✓	
Exprimidor (naranja, limón)	✓	
Cucharones	✓	
Cernideros	✓	
Espátulas	✓	
Jarras	✓	
Tabla de picar	✓	
Tazones (Bowls)	✓	
Recipientes para guardar/desechar aceite usado	✓	
Cocineta	✓	
Refrigerador para bebidas	✓	
Refrigerador para alimentos	✓	
Vajillas (platos, tazas) (Nº = capacidad Max)	✓	
Cubiertos (tenedor, cuchara, cuchillo) (Nº = Capacidad Max)	✓	
Mesones recubiertos (mármol, porcelanato)	✓	
Escobas	✓	
Pala	✓	
Trapeador	✓	
Balde	✓	
Limpiones	✓	
Desinfectantes	✓	
Cloro	✓	

Esponjas	✓	
Lavavajillas		X
Anaqueles	✓	
Tachos de basura con funda	✓	

Check-list de Aseo		
Ubicación:	**SI**	**NO**
Tacho de basura lejos de las cocinetas y alimentos	✓	
Lavaplatos desocupado	✓	
Espacio de mesones distribuidos (Sección para picar, armar platos, procesar alimentos)	✓	
Limpieza de cocinetas (sin oxido o manchas)	✓	
Correcta Distribución Anaqueles (Vajillas, Botellas de aceites y salsas, materiales de cocina)	✓	
Paredes limpias/pintadas (ubicación de cucharones)	✓	
Alimentos ubicados en zonas seguras no contaminantes	✓	
Correcta distribución de cárnicos en frigoríficos (empacadas y separadas en bolsas plásticas evitando contaminación)		X
Las bebidas no se mezclan con los alimentos en estado de refrigeración	✓	
Implementos de limpieza ubicados lejos de los alimentos y cocinetas	✓	
Vajillas sucias separadas de las limpias	✓	
Desechos orgánicos y plásticos separados	✓	
Jabón para lavado e higiene de manos	✓	
Cucharones de madera en buen estado		X
Cabello amarrado o cubierto durante la manipulación de alimentos		X
Limpieza constante del área de trabajo	✓	
Desecho de aceites (máximo de uso 2 veces)	✓	
Ollas en buen estado (sin oxido)	✓	
Piso sin tierra o arena	✓	
Esponjas y limpiones en buen estado	✓	

Tabla 13: Ficha BPM Cabaña 7

Ficha Técnica de Buenas Prácticas de Manufactura para Establecimientos de Alimentos y Bebidas

Ficha Básica de Higiene en la Manipulación de Alimentos y Check-list de Utensilios Necesarios en el Establecimiento

Nombre de la Cabaña: Lolita #16.

Dirección del Establecimiento: Playa Olón.

Nombre del Propietario: Dominga Reyes.

Nº de Empleados: Temporada baja #3 / Temporada alta #5.

Capacidad Máxima: 35 personas.

Check-list de Utensilios		
Materiales:	**SI**	**NO**
Ollas	✓	
Sartenes	✓	
Cuchillos de Cocina	✓	
Exprimidor (naranja, limón)	✓	
Cucharones	✓	
Cernideros	✓	
Espátulas	✓	
Jarras	✓	
Tabla de picar	✓	
Tazones (Bowls)	✓	
Recipientes para guardar/desechar aceite usado	✓	
Cocineta	✓	
Refrigerador para bebidas	✓	
Refrigerador para alimentos	✓	
Vajillas (platos, tazas) (Nº = capacidad Max)	✓	
Cubiertos (tenedor, cuchara, cuchillo) (Nº = Capacidad Max)	✓	
Mesones recubiertos (mármol, porcelanato)	✓	
Escobas	✓	
Pala	✓	
Trapeador	----------	----------
Balde	✓	
Limpiones	✓	
Desinfectantes	✓	
Cloro	✓	

Esponjas	✓	
Lavavajillas		X
Anaqueles	✓	
Tachos de basura con funda	✓	

Check-list de Aseo		
Ubicación:	**SI**	**NO**
Tacho de basura lejos de las cocinetas y alimentos	✓	
Lavaplatos desocupado	✓	
Espacio de mesones distribuidos (Sección para picar, armar platos, procesar alimentos)	✓	
Limpieza de cocinetas (sin oxido o manchas)	✓	
Correcta Distribución Anaqueles (Vajillas, Botellas de aceites y salsas, materiales de cocina)	✓	
Paredes limpias/pintadas (ubicación de cucharones)	----------	----------
Alimentos ubicados en zonas seguras no contaminantes	✓	
Correcta distribución de cárnicos en frigoríficos (empacadas y separadas en bolsas plásticas evitando contaminación)	✓	
Las bebidas no se mezclan con los alimentos en estado de refrigeración	✓	
Implementos de limpieza ubicados lejos de los alimentos y cocinetas	✓	
Vajillas sucias separadas de las limpias	✓	
Desechos orgánicos y plásticos separados	✓	
Jabón para lavado e higiene de manos	✓	
Cucharones de madera en buen estado	✓	
Cabello amarrado o cubierto durante la manipulación de alimentos		X
Limpieza constante del área de trabajo	✓	
Desecho de aceites (máximo de uso 2 veces)	✓	
Ollas en buen estado (sin oxido)	✓	
Piso sin tierra o arena	✓	
Esponjas y limpiones en buen estado	✓	

Tabla 14: Ficha BPM Cabaña 8

Ficha Técnica de Buenas Prácticas de Manufactura para Establecimientos de Alimentos y Bebidas

Ficha Básica de Higiene en la Manipulación de Alimentos y Check-list de Utensilios Necesarios en el Establecimiento

Nombre de la Cabaña: Frente al Mar #18.

Dirección del Establecimiento: Playa de Olón.

Nombre del Propietario: Julia Neira.

Nº de Empleados: Temporada baja #2 / Temporada alta #4.

Capacidad Máxima: 30 personas.

Check-list de Utensilios		
Materiales:	**SI**	**NO**
Ollas	✓	
Sartenes	✓	
Cuchillos de Cocina	✓	
Exprimidor (naranja, limón)	✓	
Cucharones	✓	
Cernideros	✓	
Espátulas	✓	
Jarras	✓	
Tabla de picar	✓	
Tazones (Bowls)	✓	
Recipientes para guardar/desechar aceite usado	✓	
Cocineta	✓	
Refrigerador para bebidas	✓	
Refrigerador para alimentos	✓	
Vajillas (platos, tazas) (Nº = capacidad Max)	✓	
Cubiertos (tenedor, cuchara, cuchillo) (Nº = Capacidad Max)	✓	
Mesones recubiertos (mármol, porcelanato)		X
Escobas	✓	
Pala	✓	
Trapeador	✓	
Balde	✓	
Limpiones	✓	
Desinfectantes	✓	
Cloro	✓	

Esponjas	✓	
Lavavajillas	✓	
Anaqueles		X
Tachos de basura con funda		X

Check-list de Aseo		
Ubicación:	**SI**	**NO**
Tacho de basura lejos de las cocinetas y alimentos		X
Lavaplatos desocupado	✓	
Espacio de mesones distribuidos (Sección para picar, armar platos, procesar alimentos)	✓	
Limpieza de cocinetas (sin oxido o manchas)	✓	
Correcta Distribución Anaqueles (Vajillas, Botellas de aceites y salsas, materiales de cocina)		X
Paredes limpias/pintadas (ubicación de cucharones)		X
Alimentos ubicados en zonas seguras no contaminantes	✓	
Correcta distribución de cárnicos en frigoríficos (empacadas y separadas en bolsas plásticas evitando contaminación)	✓	
Las bebidas no se mezclan con los alimentos en estado de refrigeración	✓	
Implementos de limpieza ubicados lejos de los alimentos y cocinetas	✓	
Vajillas sucias separadas de las limpias	✓	
Desechos orgánicos y plásticos separados	✓	
Jabón para lavado e higiene de manos	✓	
Cucharones de madera en buen estado		X
Cabello amarrado o cubierto durante la manipulación de alimentos	✓	
Limpieza constante del área de trabajo	✓	
Desecho de aceites (máximo de uso 2 veces)	✓	
Ollas en buen estado (sin oxido)	✓	
Piso sin tierra o arena	✓	
Esponjas y limpiones en buen estado	✓	

Tabla 15: Ficha BPM Cabaña 9

Ficha Técnica de Buenas Prácticas de Manufactura para Establecimientos de Alimentos y Bebidas

Ficha Básica de Higiene en la Manipulación de Alimentos y Check-list de Utensilios Necesarios en el Establecimiento

Nombre de la Cabaña: Brisas del Mar #30

Dirección del Establecimiento: Playa de Olón.

Nombre del Propietario: Angela Orrala.

Nº de Empleados: Temporada baja #2 / Temporada alta #6.

Capacidad Máxima: 20 personas.

Check-list de Utensilios		
Materiales:	**SI**	**NO**
Ollas	✓	
Sartenes	✓	
Cuchillos de Cocina	✓	
Exprimidor (naranja, limón)	✓	
Cucharones	✓	
Cernideros	✓	
Espátulas	✓	
Jarras	✓	
Tabla de picar	✓	
Tazones (Bowls)	✓	
Recipientes para guardar/desechar aceite usado	✓	
Cocineta	✓	
Refrigerador para bebidas		X
Refrigerador para alimentos		X
Vajillas (platos, tazas) (Nº = capacidad Max)		X
Cubiertos (tenedor, cuchara, cuchillo) (Nº = Capacidad Max)	✓	
Mesones recubiertos (mármol, porcelanato)		X
Escobas	✓	
Pala	✓	
Trapeador	✓	
Balde		X
Limpiones		X
Desinfectantes		X
Cloro	✓	
Esponjas		X

Lavavajillas		X
Anaqueles		X
Tachos de basura con funda	✓	

Check-list de Aseo		
Ubicación:	**SI**	**NO**
Tacho de basura lejos de las cocinetas y alimentos	✓	
Lavaplatos desocupado		X
Espacio de mesones distribuidos (Sección para picar, armar platos, procesar alimentos)		X
Limpieza de cocinetas (sin oxido o manchas)		X
Correcta Distribución Anaqueles (Vajillas, Botellas de aceites y salsas, materiales de cocina)		X
Paredes limpias/pintadas (ubicación de cucharones)		X
Alimentos ubicados en zonas seguras no contaminantes		X
Correcta distribución de cárnicos en frigoríficos (empacadas y separadas en bolsas plásticas evitando contaminación)		X
Las bebidas no se mezclan con los alimentos en estado de refrigeración	✓	
Implementos de limpieza ubicados lejos de los alimentos y cocinetas	✓	
Vajillas sucias separadas de las limpias		X
Desechos orgánicos y plásticos separados	✓	
Jabón para lavado e higiene de manos		X
Cucharones de madera en buen estado		X
Cabello amarrado o cubierto durante la manipulación de alimentos		X
Limpieza constante del área de trabajo		X
Desecho de aceites (máximo de uso 2 veces)	✓	
Ollas en buen estado (sin oxido)		X
Piso sin tierra o arena	✓	
Esponjas y limpiones en buen estado		X

Tabla 16: Ficha BPM Cabaña 10

Ficha Técnica de Buenas Prácticas de Manufactura para Establecimientos de Alimentos y Bebidas

Ficha Básica de Higiene en la Manipulación de Alimentos y Check-list de Utensilios Necesarios en el Establecimiento

Nombre de la Cabaña: Tito y Hanna.

Dirección del Establecimiento: Playa de Olón.

Nombre del Propietario: Luis Jara Vera.

Nº de Empleados: Temporada baja #2 / Temporada alta #5.

Capacidad Máxima: 30 personas.

Check-list de Utensilios		
Materiales:	**SI**	**NO**
Ollas		X
Sartenes		X
Cuchillos de Cocina	✓	
Exprimidor (naranja, limón)	✓	
Cucharones	✓	
Cernideros	✓	
Espátulas	✓	
Jarras	✓	
Tabla de picar		X
Tazones (Bowls)	✓	
Recipientes para guardar/desechar aceite usado	✓	
Cocineta	✓	
Refrigerador para bebidas		X
Refrigerador para alimentos	✓	
Vajillas (platos, tazas) (Nº = capacidad Max)	✓	
Cubiertos (tenedor, cuchara, cuchillo) (Nº = Capacidad Max)		X
Mesones recubiertos (mármol, porcelanato)		X
Escobas	✓	
Pala	✓	
Trapeador	✓	
Balde	✓	
Limpiones		X
Desinfectantes		X
Cloro		X
Esponjas		X

Lavavajillas	✓	
Anaqueles	✓	
Tachos de basura con funda	✓	

Check-list de Aseo		
Ubicación:	**SI**	**NO**
Tacho de basura lejos de las cocinetas y alimentos	✓	
Lavaplatos desocupado	✓	
Espacio de mesones distribuidos (Sección para picar, armar platos, procesar alimentos)		X
Limpieza de cocinetas (sin oxido o manchas)		X
Correcta Distribución Anaqueles (Vajillas, Botellas de aceites y salsas, materiales de cocina)		X
Paredes limpias/pintadas (ubicación de cucharones)	✓	
Alimentos ubicados en zonas seguras no contaminantes		X
Correcta distribución de cárnicos en frigoríficos (empacadas y separadas en bolsas plásticas evitando contaminación)	✓	
Las bebidas no se mezclan con los alimentos en estado de refrigeración	✓	
Implementos de limpieza ubicados lejos de los alimentos y cocinetas	✓	
Vajillas sucias separadas de las limpias	✓	
Desechos orgánicos y plásticos separados	✓	
Jabón para lavado e higiene de manos		X
Cucharones de madera en buen estado	✓	
Cabello amarrado o cubierto durante la manipulación de alimentos		X
Limpieza constante del área de trabajo		X
Desecho de aceites (máximo de uso 2 veces)		X
Ollas en buen estado (sin oxido)		X
Piso sin tierra o arena	✓	
Esponjas y limpiones en buen estado		X

Tabla 17: Ficha BPM Cabaña 11

Ficha Técnica de Buenas Prácticas de Manufactura para Establecimientos de Alimentos y Bebidas

Ficha Básica de Higiene en la Manipulación de Alimentos y Check-list de Utensilios Necesarios en el Establecimiento

Nombre de la Cabaña: Punta del Este.

Dirección del Establecimiento: Playa de Olón.

Nombre del Propietario: Néstor Reyes / Olivia Ávila

Nº de Empleados: 4 Empleados.

Capacidad Máxima: 40 personas.

Check-list de Utensilios		
Materiales:	**SI**	**NO**
Ollas	✓	
Sartenes	✓	
Cuchillos de Cocina	✓	
Exprimidor (naranja, limón)	✓	
Cucharones	✓	
Cernideros	✓	
Espátulas	✓	
Jarras	✓	
Tabla de picar	✓	
Tazones (Bowls)	✓	
Recipientes para guardar/desechar aceite usado	✓	
Cocineta	✓	
Refrigerador para bebidas		X
Refrigerador para alimentos		X
Vajillas (platos, tazas) (Nº = capacidad Max)		X
Cubiertos (tenedor, cuchara, cuchillo) (Nº = Capacidad Max)	✓	
Mesones recubiertos (mármol, porcelanato)	✓	
Escobas	✓	
Pala	✓	
Trapeador		X
Balde	✓	
Limpiones	✓	
Desinfectantes	✓	
Cloro	✓	

Esponjas		X
Lavavajillas		X
Anaqueles		X
Tachos de basura con funda	✓	

Check-list de Aseo		
Ubicación:	**SI**	**NO**
Tacho de basura lejos de las cocinetas y alimentos	✓	
Lavaplatos desocupado	✓	
Espacio de mesones distribuidos (Sección para picar, armar platos, procesar alimentos)		X
Limpieza de cocinetas (sin oxido o manchas)	✓	
Correcta Distribución Anaqueles (Vajillas, Botellas de aceites y salsas, materiales de cocina)		X
Paredes limpias/pintadas (ubicación de cucharones)	✓	
Alimentos ubicados en zonas seguras no contaminantes	----------	----------
Correcta distribución de cárnicos en frigoríficos (empacadas y separadas en bolsas plásticas evitando contaminación)		X
Las bebidas no se mezclan con los alimentos en estado de refrigeración		X
Implementos de limpieza ubicados lejos de los alimentos y cocinetas		X
Vajillas sucias separadas de las limpias	✓	
Desechos orgánicos y plásticos separados	✓	
Jabón para lavado e higiene de manos		X
Cucharones de madera en buen estado	✓	
Cabello amarrado o cubierto durante la manipulación de alimentos		X
Limpieza constante del área de trabajo	✓	
Desecho de aceites (máximo de uso 2 veces)	✓	
Ollas en buen estado (sin oxido)		X
Piso sin tierra o arena	✓	
Esponjas y limpiones en buen estado		X

Tabla 18: Ficha BPM Cabaña 12

FICHA ETNOGRÁFICA

REGISTRO DE OBSERVACIÓN

Nombre del fotógrafo: Erika Berrones.

VARIABLES	REGISTRO ETNOGRÁFICO
Fotografía	
Fecha y Horario de la fotografía	Sábado 1 de diciembre a las 1:30 pm
Localización:	Ecuador, provincia de Santa Elena, parroquia Manglaralto, Comunidad Olón, sector de la zona costera (playa)
Descripción del sitio y del ciudadano	Una pareja de extranjeros que observaron el establecimiento, saludaron con los dueños de la cabaña (“Jerry”) y decidieron sentarse, ambos parecen ser personas de la tercera edad, pidieron 2 cervezas y se acercaron a su mesa 2 parejas de extranjeros conocidos con las mismas características, se les realizó una encuesta la semana pasada, por lo cual contestaron que son las mismas respuesta que la anterior encuesta. 2 de este grupo pidieron un arroz con patacones y camarones. Los otros 2 pidieron arroz con pescado y papas. Durante todo el tiempo pasaron conversando y consumiendo el producto en el establecimiento, En ningún momento se los vio incómodos o realizando algún gesto de rechazo mientras almorzaban.

Tabla 19: Ficha Etnográfica 1

Nombre del fotógrafo: *Stefany Orellana*

VARIABLES	REGISTRO ETNOGRÁFICO
Fotografía	
Fecha y Horario de la fotografía	Sábado 24 de noviembre a las 11:30 am
Localización	Ecuador, provincia de Santa Elena, parroquia Manglaralto, Comunidad Olón, sector de la zona costera (playa)
Descripción del sitio y del ciudadano	Una pareja de jóvenes vieron el letrero de “Cerrolón” y decidieron sentarse. Ambos pidieron jugo de naranja y esperaron de manera paciente a que despachen su pedido, ambos pidieron ceviche, pasaron conversando y comiendo durante su consumo en el local, ninguno se vio fastidiado por el sabor de la comida, pero al parecer si les molestó el tiempo que esperaron hasta servir sus platos.

Tabla 20: Ficha Etnográfica 2

Nombre del fotógrafo: Erika Berrones.

VARIABLES	REGISTRO ETNOGRÁFICO
Fotografía	
Fecha y Horario de la fotografía	Sábado 17 de noviembre a las 2:25 pm
Localización	Ecuador, provincia de Santa Elena, parroquia Manglaralto, Comunidad Olón, sector de la zona costera (playa)
Descripción del sitio y del ciudadano	Se sentaron una familia de 5 integrantes, 3 adultos y 2 adolescentes después de mirar el letrero de la cabaña “Jerry”, pidieron 2 platos de pescado apanado y 3 de camarones, de beber pidieron cervezas y colas, estuvieron charlando y riendo desde que llegaron a sentarse hasta que sirvieron sus platos. No se observó gestos negativos ni de rechazo al momento de consumir el producto, pero al parecer si se sentían incomodos por el clima frío de la playa.

Tabla 21: Ficha Etnográfica 3

Nombre del fotógrafo: Stefany Orellana.

VARIABLES	REGISTRO ETNOGRÁFICO
Fotografía	
Fecha y Horario de la fotografía	Sábado 10 de noviembre a las 1:27 pm
Localización	Ecuador, provincia de Santa Elena, parroquia Manglaralto, Comunidad Olón, sector de la zona costera (playa)
Descripción del sitio y del ciudadano	Se sentaron una pareja de adultos al ver el letrero de “Cerrolón”. Ambos pidieron una cerveza y se mantuvieron callados todo el tiempo de espera hasta que vinieron a tomar el pedido, en el transcurso de la espera de su plato conversaron, una vez que les sirvieron comieron y charlaron, observaron el ambiente de los comedores y la playa, al finalizar hicieron un gesto de sentir un clima frio, pagaron la cuenta y se marcharon de inmediato.

Tabla 22: Ficha Etnográfica 4

Nombre del fotógrafo: Erika Berrones / Stefany Orellana.

VARIABLES	REGISTRO ETNOGRÁFICO
Fotografía	
Fecha y Horario de la fotografía	Sábado 15 de diciembre a las 1:30 pm
Localización	Ecuador, provincia de Santa Elena, parroquia Manglaralto, Comunidad Olón, sector de la zona costera (playa)
Descripción del sitio y del ciudadano	En el transcurso de la observación de campo elegimos una cabaña al azar y le preguntamos a un grupo que consumía en este: "¿Cuál era su motivación principal por la cual venían a esta cabaña?, ¿Por qué no eligieron las demás? ¿Ustedes ya conocían a los dueños? ¿Ya han venido antes?" Su respuesta fue que su motivo principal es porque la cabaña estaba cerca de donde se estacionó su vehículo, que para él todas las cabañas eran iguales así que eligió la que tenía menos clientes para ser atendido pronto.

Tabla 23: Ficha Etnográfica 5

Ilustración 14: Exposición a Prestadores de Servicio

Ilustración 15: Exposición a Prestadores de Servicio

Ilustración 16: Exposición a Prestadores de Servicio

Ilustración 17: Encuestas a Consumidores

Ilustración 18: Encuestas a consumidores

Ilustración 19: Cabañas de restauración de la Comuna de Olón

Ilustración 20: Cabañas de restauración de la comuna de Olón

SETURNA
TRANSPORTE TURÍSTICO

Dirección: Alborada X etapa Mz. 103 V. 19 (Guayaquil - Ecuador)
Telf.: (04)2125817 Fax: (04) 2125887 Cel.: 0999081849
e-mail.: transporte@seturna.com

PROFORMA DE SERVICIO DE TRANSPORTE

ATENCIÓN: SRTA. STEFANY ORELLANA

FECHA: 08/01/2019

Según lo solicitado anteriormente adjunto a continuación los valores correspondientes según las rutas indicadas:

1 BUS CON CAPACIDAD PARA 40 PERSONAS:

Servicio a disposición para recorrido ida y retorno el mismo día en la ruta Gye – Ballenita – San Pablo – Manglaralto y retorno.
Horario: 06h00 – 17h00

Valor del servicio: $500

Quedo pendiente de su confirmación.

Atentamente,

SETURNA
GERENTE GENERAL

LUIS VELEZ BRIONES
GERENTE GENERAL
SETURNA CIA. LTDA.

Ilustración 21: Cotización de Buses

AUDIOVIDEOALQUILER.COM

Guayaquil, 8 de Enero del 2019

STEFANY ORELLANA
Sra.
Ciudad
De mis consideraciones,

A continuación los valores solicitados

DESCRIPCION	DIAS	VALOR TOTAL
SONIDO: 2 Parlantes JBL PRX 612 en trípodes 1 Consola de 6 canales 1 micrófono inalámbrico de mano SHURE SM58 Musicalización ambiental (opcional) 1 Operador **VIDEO:** 1 Pantalla de proyección frontal o retro para interiores de 2x2 metros 1 Proyector de 2500 lumens con pedestal 1 cable VGA de 2 metros	1	$325,00
	SUBTOTAL	**$325,00**
	IVA 12%	**$39,00**
	TOTAL	**$364,00**

Estimado cliente por favor considerar lo siguiente:

***FORMA DE PAGO:**
50% Para reservar la fecha y los equipos, saldo en el momento del montaje en efectivo o cheque certificado.

***Los precios paquetes no podrán ser tomados por separado, de ser así los equipos serán re cotizados a su precio normal.**

***Los costos del actual presupuesto estan basados en costos actuales y sujetos a cambios de ser necesarios.**

***Los precios incluyen montaje en el mismo día del evento.**

s conferencias • Seminarios • Lanzamientos • Musicalización ambiental • Exposiciones • Ferias • Video • Proyectores • Diashow • Tarimas • Pasarelas • Plasmas • Pantallas • Luces • Karaoke • Disjockey

Ilustración 22: Cotización de Equipos

Gmail Stefany Orellana <sorellana2486@gmail.com>

Cotización

Ing. Christian Falcones Maura <cfalcones@corporacionfalcones.com> 8 de enero de 2019, 16:58
Para: Stefany Orellana <sorellana2486@gmail.com>
CC: cfalcones@corporacionfalcones.com, jfalcones@corporacionfalcones.com

Estimada Stefany, el valor de la pantalla con proyector y audio es de 400 dolares las 8 horas, incluye transporte, montaje y desmontaje.

Valores independientes:

Proyector 140 dolares

Pantalla de trípode 180cm x 180cm 100 dolares

Parlante amplificado 120 dolares

Micrófono inalámbrico 80 dolares

Transporte 40 dolares

Pd. Estos valores son mas iva

Saludos

Ing. Christian Falcones Maura

Executive President

Pbx: 593 - 42220302 / 42838577

Fax: 593 - 42209600

Cel: 593 - 0999502321

twitter: @cfalcones

Web page: www.corporacionfalcones.com

ARQ. ADRIÁN CUMBE MENDOZA

RUC: 0918169723001

Diseños – Planos – Renders – Presupuestos – Levantamientos - Maquetas

GUAYAQUIL, 07 DE ENERO DEL 2019

PROFORMA – No. 0025

CLIENTE	STEFANY ORELLANA LÓPEZ
RUC / CÉDULA	0922440938
DIRECCIÓN:	ALBORADA 10ma ETAPA
TELÉFONO:	0988608274
CORREO:	sorellana2486@gmail.com

Es grato dirigirme a usted, para hacer de su conocimiento que de acuerdo con las necesidades e ideas presentadas, nuestra cotización sería la siguiente:

- Diseño y desarrollo de plantas arquitectónicas digitales. **$ 50.00**
- Renders exteriores de proyecto (3 imágenes). **$ 75.00**
- Materiales y herramientas para maqueta. **$ 75.00**
- Mano de Obra para desarrollo de maqueta (escala 1:10) **$ 100.00**

La siguiente proforma tiene los siguientes tiempos y formas de pago:

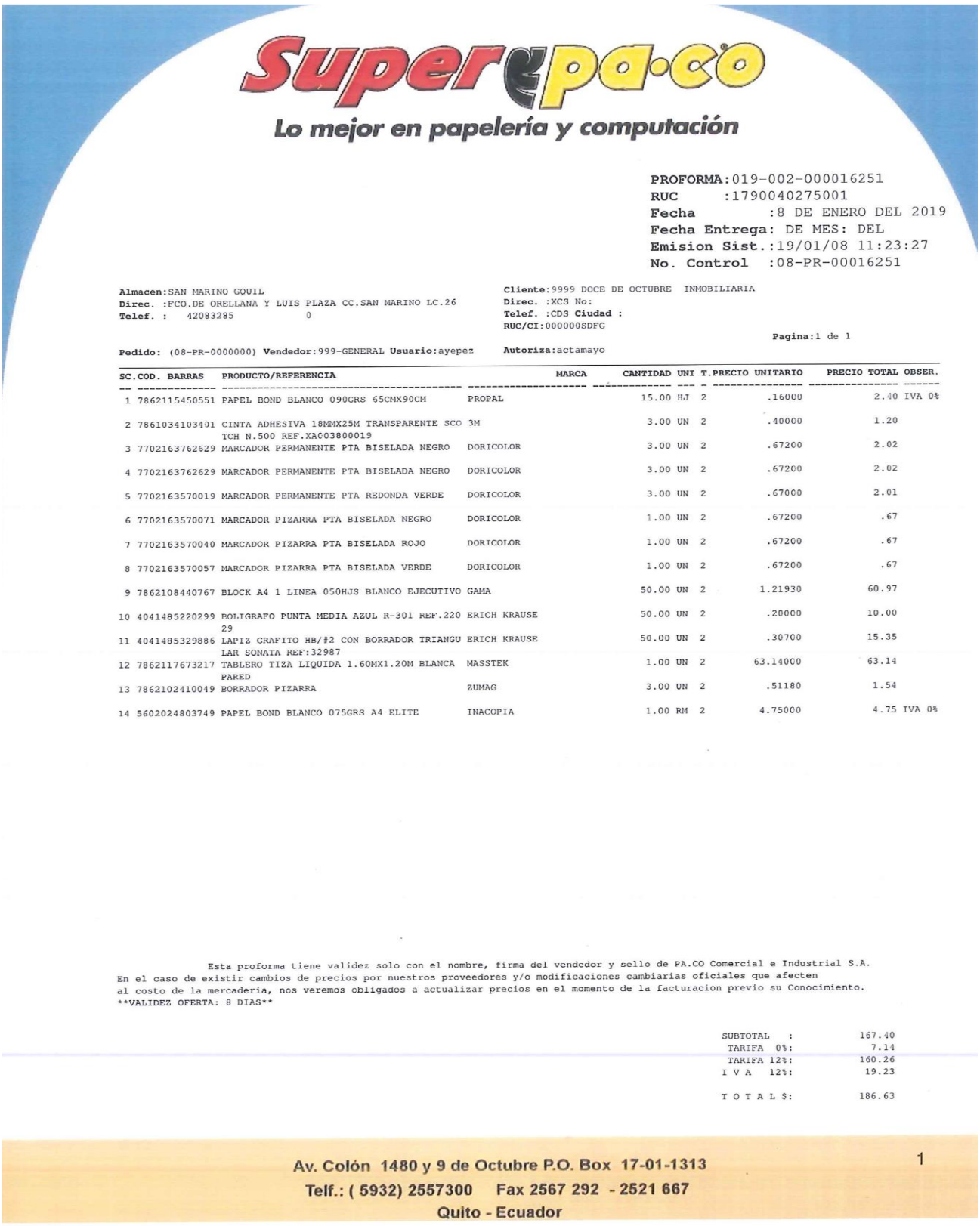
TIEMPO DE ENTREGA: 01 SEMANA
VALIDEZ DE OFERTA: 01 MES
FORMA DE PAGO: 50% ANTICIPO – 50% CONTRAENTREGA

Atte.

Arq. Adrián Cumbe M.

Dirección: Brisas del Río, Mz F, Villa 12 – Celular: 0994362050 – email: luiscumbe1@hotmail.com

Ilustración 23: Cotización de la cabaña de A&B 3x3



Lo mejor en papelería y computación

PROFORMA: 019-002-000016251
RUC :1790040275001
Fecha :8 DE ENERO DEL 2019
Fecha Entrega: DE MES: DEL
Emision Sist.: 19/01/08 11:23:27
No. Control :08-PR-00016251

Almacen: SAN MARINO GQUIL
Direc. :FCO.DE ORELLANA Y LUIS PLAZA CC.SAN MARINO LC.26
Telef. : 42083285 0

Cliente: 9999 DOCE DE OCTUBRE INMOBILIARIA
Direc. :XCS No:
Telef. :CDS **Ciudad** :
RUC/CI: 000000SDFG

Pagina: 1 de 1

Pedido: (08-PR-0000000) **Vendedor:** 999-GENERAL **Usuario:** ayepez **Autoriza:** actamayo

SC.	COD. BARRAS	PRODUCTO/REFERENCIA	MARCA	CANTIDAD	UNI	T.	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	OBSER.
1	7862115450551	PAPEL BOND BLANCO 090GRS 65CMX90CM	PROPAL	15.00	HJ	2	.16000	2.40	IVA 0%
2	7861034103401	CINTA ADHESIVA 18MMX25M TRANSPARENTE SCO TCH N.500 REF.XAC03800019	3M	3.00	UN	2	.40000	1.20	
3	7702163762629	MARCADOR PERMANENTE PTA BISELADA NEGRO	DORICOLOR	3.00	UN	2	.67200	2.02	
4	7702163762629	MARCADOR PERMANENTE PTA BISELADA NEGRO	DORICOLOR	3.00	UN	2	.67200	2.02	
5	7702163570019	MARCADOR PERMANENTE PTA REDONDA VERDE	DORICOLOR	3.00	UN	2	.67000	2.01	
6	7702163570071	MARCADOR PIZARRA PTA BISELADA NEGRO	DORICOLOR	1.00	UN	2	.67200	.67	
7	7702163570040	MARCADOR PIZARRA PTA BISELADA ROJO	DORICOLOR	1.00	UN	2	.67200	.67	
8	7702163570057	MARCADOR PIZARRA PTA BISELADA VERDE	DORICOLOR	1.00	UN	2	.67200	.67	
9	7862108440767	BLOCK A4 1 LINEA 050HJS BLANCO EJECUTIVO	GAMA	50.00	UN	2	1.21930	60.97	
10	4041485220299	BOLIGRAFO PUNTA MEDIA AZUL R-301 REF.220 29	ERICH KRAUSE	50.00	UN	2	.20000	10.00	
11	4041485329886	LAPIZ GRAFITO HB/#2 CON BORRADOR TRIANGULAR SONATA REF:32987	ERICH KRAUSE	50.00	UN	2	.30700	15.35	
12	7862117673217	TABLERO TIZA LIQUIDA 1.60MX1.20M BLANCA PARED	MASSTEK	1.00	UN	2	63.14000	63.14	
13	7862102410049	BORRADOR PIZARRA	ZUMAG	3.00	UN	2	.51180	1.54	
14	5602024803749	PAPEL BOND BLANCO 075GRS A4 ELITE	INACOPIA	1.00	RM	2	4.75000	4.75	IVA 0%

Esta proforma tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor y sello de PA.CO Comercial e Industrial S.A.
En el caso de existir cambios de precios por nuestros proveedores y/o modificaciones cambiarias oficiales que afecten al costo de la mercaderia, nos veremos obligados a actualizar precios en el momento de la facturacion previo su Conocimiento.
VALIDEZ OFERTA: 8 DIAS

SUBTOTAL :	167.40
TARIFA 0%:	7.14
TARIFA 12%:	160.26
I V A 12%:	19.23
T O T A L $:	186.63

Av. Colón 1480 y 9 de Octubre P.O. Box 17-01-1313
Telf.: (5932) 2557300 Fax 2567 292 - 2521 667
Quito - Ecuador

1

Ilustración 24: Cotización de Materiales

GRUPO CERVANTES PAPELERIA CERVANTES C A Página: 1

R.U.C. : 0991412557001
DIRECCION: MAPASINGUE KM 5 1/2 PRINCIPAL#702
TELEF. 2004016

Valido por 8 dias **PROFORMA No.** 5,884

CLIENTE: 1 STEFANY ORELLANA **FECHA:** 08/01/2019
R.U.C. : 9999999999999 **DIRECCION:** 11

CODIGO	CANT.	DESCRIPCION	DSCTO.	P. UNIT	TOTAL
08508554	3.00	BORRADOR PARA PIZARRA 107 SHUANG YING CO. LTDA.		0.60000	1.80
08539300	50.00	LAPIZ HEXAGONAL DE GRAFITO 2HB PELIKAN		0.09167	4.58
08558708	3.00	MARCADOR INDELEBLE NEGRO 54 FABER CASTELL		0.38000	1.14
08558709	3.00	MARCADOR INDELEBLE ROJO 54 FABER CASTELL		0.38000	1.14
08558710	3.00	MARCADOR INDELEBLE VERDE 54 FABER CASTELL		0.38000	1.14
08558722	1.00	MARCADOR P.PIZARRA 152 FABER CASTELL VERDE LIMON PERU		0.65000	0.65
08558730	1.00	MARCADOR P.PIZARRA ACRIL. 152 FABER CASTELL NEGRO PERU		0.65000	0.65
08558732	1.00	MARCADOR P.PIZARRA ACRIL. 152 FABER CASTELL ROJO PERU		0.65000	0.65
08571251	1.00	PIZARRA MAGNETICA KENART 80X60 CUADROS PMC-800		15.50000	15.50
08576500	50.00	PLUMA AZUL 034 FABER CASTELL		0.09950	4.98
09068138	1.00	RESMILLA PAPEL BOND 75GRS.T/A4 A/B . REPORT PREMUIM SUZANO		3.34000	3.34
09267205	15.00	PAPEL BOND . 75grs PRISMA 65x90 SUZANO		0.10000	1.50
09287750	15.00	PAPELOGRAFO RAYADO CUADRO 60grs CUADRO 65x90		0.09000	1.35

SUBTOTAL:	38.42
TOTAL NO GRAVA IVA:	4.84
TOTAL GRAVA IVA:	33.58
DESCUENTO:	0.00
IVA12%:	4.03
TOTAL:	42.45

juanmarcet
Más de lo que te imaginas.

RUC : 0990021058001

Emisión: 07/01/2019

TLF.ALMACEN: 042322990 - 042324444

PROFORMA No 2078

TLF.MATRIZ: 2324444-2322990

CLIENTE : INMOBILIARIA DOCE DE OCTUBRE S.A.

FECHA: 07/01/2019

DIRECCION: .

FECHA VIG.: 07/01/2019

TELEFONOS: 042251071

VENDEDOR : CENTRO

ATENCION:

DESC.SOLIC.:

CODIGO		DESCRIPCION		CANT.	P.UNIT.	%DESC	TOTAL
0201129192		MARCADOR DL T. LIQUID.NEGRO PTA CUADRADA	0201	1	0,50		0,50
0201129198		MARCADOR DL T. LIQUID.VERDE PTA CUADRADA	0201	1	0,50		0,50
0201129197		MARCADOR DL T. LIQUIDA ROJO PTA CUADRADA	0201	1	0,50		0,50
0C-42506		CINTA ADHESIVA SHURTAPE 18MMX25MTS.CRIST	0202	3	0,44		1,32
0201128069		MARCADOR DL PERMANENTE PTA.CUADRADA NEGR	0201	3	0,44		1,32
0201128071		MARCADOR DL PERMANENTE PTA.CUADRADA ROJO	0201	3	0,44		1,32
0201128072		MARCADOR DL PERMANENTE PTA.CUADRADA VERD	0201	3	0,44		1,32
010192462	*	PAPEL BOND BLANCO 75 GRS. 65X90 CMS.	0101	15	0,13		2,01
00000B/P		BORRADOR ZUMAG P. PIZARRA 15X5CM	0201	3	0,89		2,67
0101128822	*	PAPEL BOND DISPALASER BLANCO 75GRS INEN	0101	1	3,55		3,55
0201106202		BOLIGRAFO FABER-P TRILUX 030-M PUNTA MED	0201	50	0,15		7,50
020396774		LAPIZ STAEDTLER NORICA HB C/BORRADOR 132	0201	50	0,27		13,40
0202116975		PIZARRA AMG T. LIQUIDA COLGANTE 80X60CMS	0202	1	28,17		28,17
0202129250		NOTAS ADHESIVA DL 76X101MM AMARILLAS 100	0202	50	0,90		45,00

Contribuyente Especial segun Resolucion No. 6925 del 4/Julio/1995

Observaciones:

SUBTOTAL	109,08
DESCUENTO	0,00
NETO	109,08
BASE 12%	103,52
BASE 0%	5,56
I.V.A	12,42
TOTAL A PAGAR $	121,50

Validez de la Oferta:

Forma de Pago CUENTAS POR COBRAR

Tiempo de Entrega:

RESPONSABLE

CARGO

RÚBRICA DE PROPUESTA FINAL DE MATERIA INTEGRADORA TURISMO

Nombre del proyecto: Diseño de un Plan de Acompañamiento Estratégico y Técnico para los cabañeros de la Asociación de Turismo de la Comuna de Olón.
Integrantes: Stefany Orellana López / Erika Berrones Franco **Fecha de presentación:** 19/01/2019
Nombre del evaluador: Sr. José Luis Rodríguez **Institución:** Asociación de Turismo de la Comuna de Olón.
Tipo de usuario: Presidente de la Asociación de Turismo de la comuna de Olón.
Empresa [ ] Comunidad [OLÓN] Usuario final: [SI] Otro: [ ]

Instrucciones: Indicar con una X el nivel de ACUERDO con cada uno de los tres criterios listados a continuación:

CRITERIO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NEUTRAL	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
La propuesta es entendible y responde a las necesidades de mi empresa o institución.					X
La propuesta refleja un análisis de datos relevantes para el proyecto. Se evidencia la realización de un diagnóstico técnico.					X
La propuesta es factible y consideraría que debe ser implementada.					X
La propuesta es innovadora.					X
La implementación de la propuesta aportará a la sociedad.					X

Firma del evaluador: José Luis Rodríguez
Correo electronico: asertudon251014@gmail.com

Ilustración 25: Rúbrica de aceptación de la propuesta

Ilustración 26: Sr. José Luis Rodríguez, Presidente de la Asociación de Turismo Comunitario de Olón firmando la aceptación de la propuesta