

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE
AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y
DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA**

TEMA:

**“LA IMPLEMENTACIÓN EN LOS DESAYUNOS PARA LOS
HUESPEDES INFLUIRA EN EL SERVICIO Y ACEPTACIÓN DEL
CLIENTE EN EL HOTEL “EL JARDIN”**

**Trabajo de investigación previo a la obtención del título de Licenciado en
Turismo y Hotelería**

AUTOR: Medina Bonilla Diego Mauricio

TUTOR: MSc. Héctor Silva Escobar

Ambato – Ecuador

2009

1

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación sobre el tema: “LA IMPLEMENTACIÓN EN LOS DESAYUNOS PARA LOS HUESPEDES INFLUIRA EN EL SERVICIO Y ACEPTACIÓN DEL CLIENTE EN EL HOTEL “EL JARDIN”, del estudiante Medina Bonilla Diego Mauricio, estudiante de la Carrera de Turismo y Hotelería de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado.

Ambato, abril de 2009.

EL TUTOR

.....
Dr. Héctor Silva MSc

AUTORÍA DEL TRABAJO DE GRADO

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “LA IMPLEMENTACIÓN EN LOS DESAYUNOS PARA LOS HUESPEDES INFLUIRA EN EL SERVICIO Y ACEPTACIÓN DEL CLIENTE EN EL HOTEL “EL JARDIN”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad del autor de este trabajo de grado.

Ambato, abril de 2009

EL AUTOR

Medina Bonilla Diego Mauricio

APROBACIÓN DEL JURADO EXAMINADOR

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Informe de Investigación, sobre el tema: “LA IMPLEMENTACIÓN EN LOS DESAYUNOS PARA LOS HUESPEDES INFLUIRA EN EL SERVICIO Y ACEPTACIÓN DEL CLIENTE EN EL HOTEL “EL JARDIN”, del estudiante: Medina Bonilla Diego Mauricio, estudiante de la Carrera de Turismo y Hotelería de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación.

Ambato, abril de 2009

Para constancia firman

.....

.....

.....

DEDICATORIA

DIEGO

AGRADECIMIENTO

EL AUTOR

Índice General

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

| | |
|----------------------------------|----|
| Carátula | 1 |
| 1.1. Tema. | 2 |
| 1.2. Planteamiento del Problema | 2 |
| 1.2.1. Contextualización | 2 |
| 1.2.2. Análisis Crítico | 7 |
| 1.2.2. Árbol de problemas | 7 |
| 1.2.3. Prognosis | 8 |
| 1.2.4. Formulación del Problema | 8 |
| 1.2.5. Preguntas Directrices | 8 |
| 1.2.6. Delimitación del Problema | 9 |
| 1.2.6.1. De contenido | 9 |
| 1.2.6.2. De Espacio | 9 |
| 1.2.6.3. Delimitación Temporal | 9 |
| 1.3. Objetivos | 9 |
| 1.3.1. Objetivo General | 9 |
| 1.3.2. Objetivos Específicos | 10 |
| 1.4. Justificación | 10 |

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

| | |
|---------------------------------------|----|
| 2.1. Antecedentes de la Investigación | 12 |
| 2.2. Fundamentación Filosófica | 13 |
| 2.3. Fundamentación Teórica | 13 |
| 2.4. Formulación de Hipótesis | 31 |
| 2.5. Señalamiento de Variables | 31 |
| 2.5.1. Variable Independiente | 31 |

| | |
|---|----|
| 2.5.2. Variable Dependiente | 31 |
| CAPÍTULO III | |
| 3. METODOLOGÍA | |
| 3.1. Enfoque de la Investigación | 32 |
| 3.1. Modalidad de la Investigación | 32 |
| 3.2. Tipos o niveles de investigación | 33 |
| 3.3. Población y Muestra | 33 |
| 3.3.1. Población. | 33 |
| 3.3.2. Muestra. | 33 |
| 3.4. Operacionalización de Variables | 34 |
| 3.5. Instrumentos de Recolección de Datos | 36 |
| 3.6. Procesamiento y Análisis de la Información | 36 |
| 3.7. Plan de acción | 37 |
| CAPÍTULO IV | |
| 4. MARCO ADMINISTRATIVO | |
| 4.1. Recursos Materiales | 38 |
| 4.2. Talento Humano | 38 |
| 4.3. Recursos Institucionales | 39 |
| 4.4. Presupuesto | 40 |
| 4.5. Cronograma | 41 |
| Bibliografía | 42 |
| Anexos | 43 |

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

Tema: “LA IMPLEMENTACIÓN EN LOS DESAYUNOS PARA LOS HUESPEDES INFLUIRA EN EL SERVICIO Y ACEPTACIÓN DEL CLIENTE EN EL HOTEL “EL JARDIN”

Autor:

Medina Bonilla Diego

Tutor:

Dr. Héctor Silva MSc.

Fecha: Abril de 2009

RESUMEN EJECUTIVO

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. Tema.

“La Implementación en los desayunos para los huéspedes influirá en el servicio y aceptación del cliente en el hotel “El Jardín”, de la ciudad de Ambato. Año 2009”

1.2. Planteamiento del Problema

La variedad en el menú de los desayunos que ofrecen la mayoría de los hoteles constituye un valor agregado para los clientes, puesto que la atención que preste servirá para mantener la seriedad y garantía de las empresas, puesto que cuando los clientes se sienten satisfecho en todas sus necesidades en su estadía, de seguro regresaran y recomendaran a las demás personas.

1.2.1. Contextualización

Aunque lo más habitual en España es tomar un vaso de leche con [café](#); o [cacao](#) y unas simples galletas, la gastronomía regional nos deja una amplia oferta como el pan con aceite de oliva, los churros o las ensaimadas de Mallorca.

En Francia, el desayuno está compuesto por café con leche, tostadas hechas con *baguette* y *cruasanes*. Los desayunos ingleses y americanos son más completos, ya que incluyen leche, con café o cacao, té, cereales, bollería, embutidos y huevos revueltos, fritos o en tortilla. En Alemania son parecidos e incluso, en ocasiones, incluyen legumbres cocinadas, al igual que en Gran Bretaña.

El desayuno no es una comida opcional, sino que debe convertirse en un hábito. El prescindir de él, sea por la causa que sea, no debe convertirse en la norma, sino en la excepción. Es especialmente importante para los niños pero, si los adultos no les muestran su importancia, no adquirirán la sana costumbre de alimentarse al iniciar la jornada.

Las prisas, los cambios de hábitos o el deseo de perder peso son a menudo la excusa que se utiliza para eliminar de la rutina diaria el desayuno. Aunque esta tendencia se extiende cada día más en nuestra sociedad, es importante saber que supone una costumbre nada saludable para nuestro organismo, ya que, según la mayoría de expertos en nutrición, el desayuno se considera la comida más importante del día.

Numerosos estudios, sobre todo en niños y adolescentes, han demostrado que no desayunar, en vez de ayudar a adelgazar, produce tendencia a la obesidad. La causa no es otra que, al haber transcurrido varias horas en ayunas, a media mañana el cuerpo necesita nutrientes, y la sensación de debilidad nos hace tomar alimentos ricos en grasas que no son recomendables en una alimentación equilibrada.

El desayuno es importante para todos, ya que el cuerpo no aguanta en óptimas condiciones más de 12 horas sin recibir ningún tipo de alimento. Además, está comprobado que llegar al trabajo o a la escuela con el estómago lleno repercute positivamente en la atención que se presta a las actividades matutinas.

En el Ecuador, un buen desayuno le ayuda a tener una mayor concentración en las actividades diarias, mantener el control del peso y bajar los niveles de colesterol.

Los desayunos no tienen por qué ceñirse a un bocadillo, un sándwich o cualquier cosita, son muchas las opciones y la variedad de alimentos que pueden servirse las personas lo primordial es que sean desayunos nutritivos y saludables.

Ahora toca pensar en qué desayunos son los más convenientes para servirse dentro del consumo diario, como decíamos, hay muchas opciones y muchas de ellas permiten tenerlas preparadas con anterioridad.

Sin lugar a dudas, las frutas son un excelente alimento, podemos ponérsela entera o troceada, prepararle una compota de fruta natural o combinarla con otros alimentos, por ejemplo un combinado de piña, queso y jamón.

También se puede preparar un desayuno con yogur, frutos secos, cereales, daditos de queso y jamón... lo que tenemos que procurar es que resulten combinaciones apetecibles, pues si algo no le gusta es posible que no se lo coma a no ser que tengamos la garantía de que los profesores van a velar porque desayune bien.

Pero lo más importante es que el desayuno proporcione a las personas todos los nutrientes necesarios, recordando que es una de las primeras comidas del día y que tienen que proporcionar la energía necesaria para afrontar la actividad de esas primeras horas y complementarse con el resto de la dieta.

En el Hotel “El Jardín”, por ser una empresa que esta empezando sus actividades se puede dar cuenta que falta una organización hotelera, más específicamente en el área de los alimentos, el servicio que el hotel ofrece a los huéspedes es poco variado en cuanto a la cantidad y variedad de sus constituyentes, se limita a ofrecer lo básico como café con leche, jugos en pocas frutas y tostadas, lo cual el cliente no lo ve bien, otro de los factores que inciden en la falta de variedad en los desayunos depende de la falta de una infraestructura adecuada para este servicio,

pues el hotel se limita principalmente a la atención al cliente en sus hospedaje, más no en su alimentación.

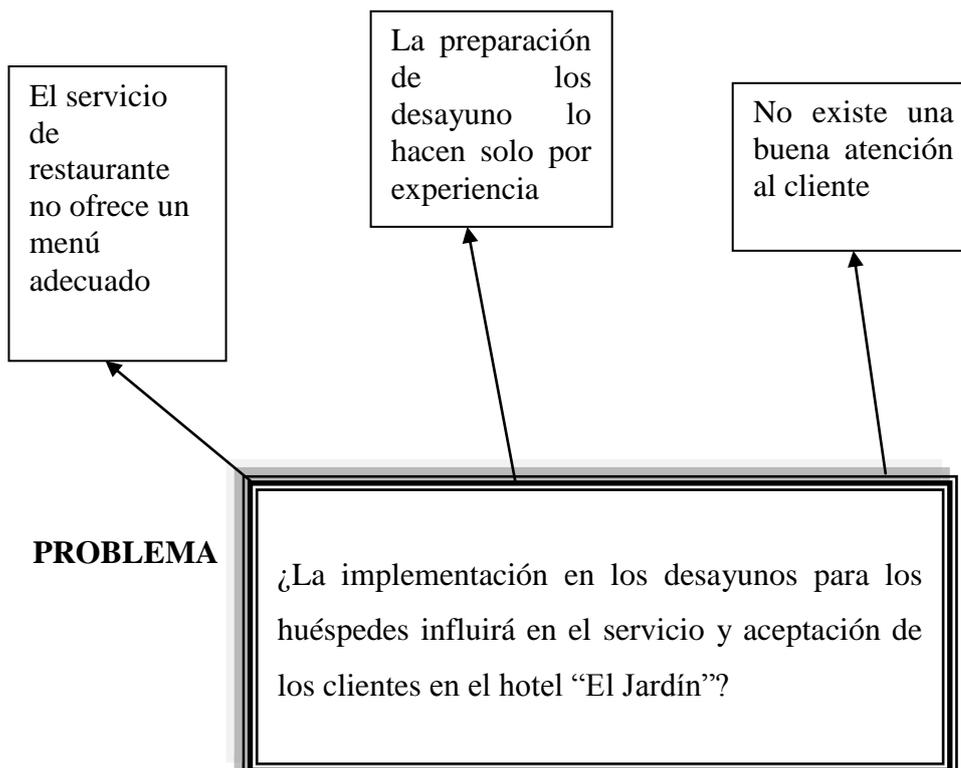
1.2.2. Análisis Crítico

La falta de una infraestructura destinada al restaurante del hotel “El Jardín”, determina que el servicio no sea el adecuado en cuanto se refiere a la alimentación de los clientes, puesto que no existe variedad en los desayunos de los mismos, se sirven alimentos básicos como yogurt, leche, frutas, pero no como un menú que el cliente pueda elegir, lo que conlleva a tener insatisfechas las necesidades de alimentación de los huéspedes. Además no existe personal especializado para la atención de la alimentación de quienes concurren al hotel, es decir un chef, nutricionista, cocineros, palilleros y otros.

ÁRBOL DE PROBLEMAS

Cuadro #: 1

EFFECTOS





Elaborado por: Diego Medina

1.2.3. Prognosis

Al no existir una administración hotelera adecuada en la empresa, los clientes visitaran una sola vez, sin tener intenciones de regresar en el futuro por la falta de una atención integral, lo que conlleva al prestigio de la empresa dentro de su calidad, credibilidad hacia los huéspedes; no se ganará un prestigio la empresa dentro de su posicionamiento local, provincial y nacional, lo cual debe llamar la atención de sus propietarios para buscar la solución adecuada para mejorar la atención ala cliente.

1.2.4. Formulación del Problema

¿Cómo incide la implementación en los desayunos para los huéspedes en el servicio y aceptación aceptación del cliente en el hotel “El Jardín”?

1.2.5. Preguntas Directrices

¿Existe variedad en los desayunos que ofrece el hotel “El Jardín” de la ciudad de Ambato?

¿Los clientes del hotel se sienten satisfechos con la atención alimenticia que brinda?

¿Existe alguna propuesta de solución al problema de la implementación de variedad en los desayunos?

1.2.6. Delimitación del Problema

1.2.6.1. De contenido

Campo: Turístico-Hotelero

Área: Alimenticia

Aspecto: Desayunos

1.2.6.2. De Espacio

El trabajo de investigación se llevará a cabo en las instalaciones del hotel “El Jardín” de la ciudad de Ambato, ubicado en las calles Colombia y Chile.

1.2.6.3. Delimitación Temporal

La presente investigación se realizará en el periodo Septiembre 2008 hasta Marzo del 2009.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

- Desarrollar la implementación en los desayunos para los huéspedes influirá en el servicio y aceptación del cliente en el hotel “El Jardín”.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar las características de los desayunos que ofrece el hotel “El Jardín”.
- Analizar un estudio comparativo de la implementación de los desayunos en el hotel.
- Proponer alternativas de solución al problema de implementación en los desayunos utilizando diferentes productos alimenticios.

1.4. Justificación

Dentro del interés que presenta este trabajo esta la necesidad de plantear una alternativa para solucionar el problema de la implementación de los desayunos, dotando de alguna herramienta práctica que permita planificar y organizar el menú del hotel.

La practicidad que requiere este problema esta en la ejecución de las normas de atención al cliente en el aspecto alimenticio, ya que esto se puede convertir en un valor agregado a la oferta de servicios del hotel, por ende todas las personas que lleguen a visitar esta empresa salgan satisfechas de sus necesidades como huéspedes, y de esta forma regresen o recomienden al hotel dentro y fuera de la ciudad.

En los actuales momentos algunos hoteles de la ciudad han tomado en serio la parte alimenticia de los clientes, es por eso que el hotel “El Jardín” no se puede quedar atrás de los avances de la administración hotelera, es por eso que la novedad será la calidad de servicio que puede dar a los clientes en los alimentos

en especial en los desayunos, dando variedad tanto nutritivamente como de productos.

Los beneficiarios directos con el cambio en la atención en la parte alimenticia serán los potenciales clientes del hotel, pues sus necesidades serán satisfechas, otra parte beneficiada serán los propietarios de la empresa, ya que verán subir sus ingresos económicos con la calidad que brinda la empresa.

El impacto que tenga el presente trabajo dependerá de la óptima ejecución que se de al mismo, pues el impacto puede ser económico-social, pues se trata del comportamiento de las personas para preferir escoger los servicios que brinda el hotel.

El trabajo de investigación planteado tiene las condiciones necesarias para su elaboración y ejecución, se cuenta con el apoyo incondicional de su propietario Sr. Galo Celi, así como de todo el personal que labora en la empresa.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

Por ser la carrera de Turismo y Hotelería muy noble en la ciudad y centro del país, se pudo encontrar poca información bibliográfica referente al tema planteado, bibliografía que trata sobre las variables de una manera aislada, es decir libros, folletos, trabajos de pregrados con temas de Alimentación, servicios al cliente, creación de centros turísticos entre otros, de todos ellos se sacarán las principales conclusiones para realizar un trabajo acorde a nuestra formación académica.

2.2. Fundamentación Filosófica

El conocimiento humano se encuadra dentro de la ética y la moral, y estas son parte de la disciplina filosófica que reflexiona sobre el obrar humano que es un saber práctico, que tiene por objeto que las acciones de los hombres sean realizadas con sensatez, para lograr estudiantes que practiquen el bien común.

De acuerdo con PADILLA, G. (2003) que indica: “**La ruptura de la dependencia y transformación social requieren de alternativas coherentes en investigación**”. (Pág. 156).

Se comprende que el accionar de las personas va encaminado a la solución de problemas, buscando siempre el bien común de todos y cada uno de los miembros de la sociedad, esto de buscar mejorar la calidad alimenticia de los clientes del hotel permite precautelar la salud de las personas como factor fundamental del obrar de los propietarios de la empresa hotelera.

2.3. Fundamentación Teórica

El Desayuno

El **desayuno** es la primera comida que se realiza en el día, siempre por la [mañana](#). El nombre deriva del hecho de que uno no come mientras duerme, por lo que al levantarse por la mañana se encuentra en [ayunas](#), rompiéndose ese ayuno al tomar esta comida. En otros idiomas —como el [alemán](#) (*frühstück*) o el [japonés](#) *asagohan* significa simplemente ‘comida de la mañana’.

La importancia del desayuno

El desayuno es la comida fundamental del día, ya que realizarlo o no nos afecta de forma notable a corto y a largo plazo. Algunas consecuencias de no desayunar (o sólo tomar un poco de café) son decaimiento general, mal humor, falta de concentración, bajo rendimiento físico e intelectual debido todo ello fundamentalmente a la falta de [glucosa](#), lo que a su vez supone una alteración de nuestro organismo. Desayunar eleva los niveles de azúcar en sangre y así ayuda al cuerpo a funcionar con mayor efectividad. El rendimiento diario mejora con un desayuno adecuado ya que ayuda a memorizar, concentrarse y aprender.

Por otro lado, se ha demostrado que las personas que suelen desayunar mantienen un peso estable en comparación con las que no desayunan, por lo que se afirma que no desayunar contribuye a que se aumente de peso. Asimismo, se ha demostrado que los niños que no desayunan o que sólo toman un vaso de leche, rinden menos en el colegio que los que ingieren un desayuno adecuado, además los que no desayunan suelen ser más [obesos](#), aunque consuman menos calorías a lo largo del día en relación con los que sí desayunan.

El desayuno saludable

El desayuno basado en la [dieta mediterránea](#) es uno de los más sanos y recomendables. Se considera que un desayuno correcto debería aportar aproximadamente un 30% de las calorías totales consumidas al día. Idealmente, se le debería de dedicar un mínimo de 15 minutos en una atmósfera tranquila y relajada.

El desayuno debería incluir [hidratos de carbono](#) ([pan](#), [cereales](#), [galletas](#), [tostadas](#), etc.) una ración de [lácteos](#) (ejemplo: un vaso de leche) y alguna pieza de [fruta](#).

A media mañana se puede tomar alguna pieza de fruta, un pequeño [bocadillo](#), [zumos](#), etc.

El consumo de dulces tales como [bollería](#), [croissants](#), [donuts](#), [chocolatinas](#), etc. debe limitarse.

Historia

El norteamericano [Will Keith Kellogg](#) en 1906 funda la *Battle Creek Toasted Corn Flake Company* que se llamó [Kellogg company](#) y sería la primera compañía de [desayunos de cereales](#). En la actualidad se refundó con [Nestlé](#) en lo que es la mayor compañía de productos de desayuno del mundo.

América

Desayuno argentino

En [Argentina](#) se desayuna [mate cocido](#), [té](#), [Leche chocolatada](#) o [café con leche](#), con algo dulce:

- [medialunas](#) (que, dulces o saladas, son parecidas a los *croissants* franceses),
- facturas (masas dulces a veces con relleno de [dulce de leche](#)),
- [pan](#) con [manteca](#) y/o [dulce](#),
- masitas dulces o
- galletitas saladas, o [tostadas](#).

También es común desayunar con unos [mates](#) (amargos o dulces) acompañados por [galletitas de grasa](#) o [bizcochos](#) (salados, de hojaldre), especialmente en el interior del país.

Desayuno chileno

En [Chile](#) se desayuna generalmente [café](#) o [té](#), con o sin [leche](#). Se le suele acompañar:

- Generalmente de [tostadas](#) con [mantequilla](#), pero puede ponerse [huevo](#) revuelto, palta, [queso](#) o jamón.
- Desde comienzos del presente siglo y debido al cambio de estilo de vida, cada vez es frecuente que algunas personas desayunen fuera de casa. La opción es tomar café y comer algún tipo de sándwich
- Desde los años noventa, la influencia estadounidense ha llevado a que algunas personas prefieran desayunar [cereales](#) con [yogur](#) o leche.

Aunque no muy extendido, también se come el «desayuno americano» (de EE. UU.), y también sándwiches de [carne](#).

Desayuno colombiano

En [Colombia](#) se desayuna «tinto» café negro, por lo general antes del desayuno. En algunas regiones, ese ritual de tomar café en ayunas, se denomina «tomarse los tragos».

Dependiendo de la región del país, el desayuno incluye: caldo de costilla o changua, [pan](#), [arepa](#), buñuelos, pandebono, [almojábanas](#), roscón de [arequipe](#) o bocadillo, tamal (que es un envuelto de masa y carnes), jugo de naranja natural y una porción de fruta.

Entre las bebidas calientes los colombianos prefieren tomar café con leche (también llamado «perico»), chocolate de pastilla, [agua de panela](#), huevos fritos, huevos revueltos, huevos pericos (con cebolla y tomate), huevos con jamón y queso, salchichas.

En algunas regiones como [Antioquia](#), [Caldas](#), [Risaralda](#) y [Quindío](#) se acostumbra a desayunar con «calentao» que no es más que la cena de la noche anterior, la cual supuestamente absorbe mejor los sabores y aromas.

En Bogotá un buen desayuno, consta de Caldo de costilla, huevos con cebolla y tomate, Chocolate caliente con queso, pan y arepa con queso.

Desayuno dominicano

En República Dominicana, se tiene por costumbre y cultura comer para el desayuno el famoso *mangú* (plátanos verdes triturados con mantequilla) el cual es considerado un plato nacional, con salami, huevos fritos o queso frito. El desayuno dominicano acostumbra a ser muy pesado y se ingiere a muy tempranas horas de la mañana, para poder almorzar a las 12:00pm, hora cultural y de costumbre de tomar el almuerzo en R.D.

También se es costumbre comer una tostada con mantequilla o queso, acompañada con leche, jugo, café con leche o chocolate caliente.

Otro de sus desayunos es avena (generalmente con leche) caliente y servida en un plato o tazón y también avena con jugo de naranja frío (acompañado por lo general de pan o tostada).

Otro plato muy común en el desayuno es el sándwich, que lleva queso, jamón, salami o huevo (ya sean hervidos, fritos o revueltos). Acompañado de chocolate

caliente, jugo, café con leche o simplemente café. El pan de uso común para preparar estos sándwiches se llama en República Dominicana *Pan De Agua*.

Suele beberse café antes de comer o tomar otros alimentos del desayuno.

Desayuno ecuatoriano

En el [Ecuador](#) es común tomar café, beber leche, yogur y jugo en el desayuno acompañado con pan, queso, mantequilla, panquecas o waffles, cereal, huevos y jamón, lo anterior en las clases más "urbanas" mientras que en los sectores populares es común tomar un desayuno más "consistente" y característico de cada región.

- En la región de la costa e insular es común tomar un desayuno fuerte en el cual destaca el uso de plátano verde (tanto en patacones, empanadas o bolsones), yuca (en tortillas, pan de harina de yuca o muchines); también el pescado en diferentes clases acompaña los desayunos de las personas que residen en estos sectores y es común también en las poblaciones costeras en las cuales la población se compone mayoritariamente de pescadores, es normal encontrar camarones o pulpo en el desayuno. Esta práctica propia de los pobladores de zonas de pescadores se extiende también a ciudades como [Guayaquil](#). También se acostumbra desayunar platos típicos que bien podrían constituir un almuerzo, como seco de chivo, [guatita](#) o ceviche.
- En los sectores urbanos de la región de la sierra se encuentran desayunos occidentales de toda clase, mientras que en lugares apartados y en comunidades indígenas las comidas se basan mayoritariamente en productos de cereales (como trigo, cebada y maíz, coladas a base de machuca (o harina de haba). Los sectores populares que se dedican a la agricultura y a la ganadería acostumbran tomar un desayuno más fuerte, consistente de leche ordeñada, queso fresco, huevos, carne de cerdo o de cordero o caldos de gallina. Platos típicos también son consumidos como desayuno entre ellos los [llapingachos](#) (tortillas de papa con huevos y chorizo) y el [yahuarlocro](#).

- En la región amazónica al igual que en la costa el desayuno se basa en productos de yuca y de plátano verde, pan de trigo, jugos de frutas y leche. También se consumen [palmitos](#) (de gran producción en la zona), pescados de río (como [tilapias](#) y [truchas](#)) y algunas clases de reptiles.

Desayuno guatemalteco

Normalmente el desayuno en [Guatemala](#) está compuesto por uno o dos [huevos](#) preparados al gusto, que pueden ser fritos, revueltos o cocidos, acompañados de [frijoles](#) cocidos, colados o fritos y [café](#). Suele acompañarse con [crema](#), [queso](#) fresco o seco y [plátanos](#) fritos. También es común que al desayuno se le agregue salsa picante hecha con [chiltepes](#) que normalmente se preparan crudos o asados, se machacan y se les agrega [vinagre](#), [cebolla](#) picada y [cilantro](#) picado.

Cuando el desayuno se prepara con huevos fritos, se le puede agregar salsas. Se obtienen así «huevos divorciados» (con [salsa roja](#) y [salsa verde](#)) y «huevos rancheros».

En el Oriente de la república, principalmente en el departamento de [Zacapa](#), se pueden degustar los «huevos a caballo», que son dos huevos fritos sobre una pieza de [carne asada](#).

Otros tipos de desayuno son los [cereales](#) con [leche](#) o el [mosh](#).

Las bebidas más comunes que acompañan el desayuno guatemalteco son [jugo de naranja](#) o jugos de frutas, [leche](#), [atol](#) y [maicena](#) (fécula de maíz).

El café suele acompañarse con pan dulce, llamado también "pan de manteca".

Desayuno mexicano

En los desayunos fuertes, que bien pueden constituir un [almuerzo](#), el platillo central suele ser de huevos preparados de distintas formas, acompañados de [frijoles](#) con [chile](#) y [tortillas](#). También se acostumbran, dependiendo de la región,

los Chilaquiles (totopos guisados con salsa y queso) Molletes (pan blanco con frijoles y queso derretido) o Menudo.

El jugo de naranja (o de alguna otra fruta) es también un elemento indispensable. En muchas regiones también son comunes los desayunos rápidos basados en tamales o pan dulce acompañados por café con leche o [atole](#).

En el norte del país se acostumbra la "machaca" (carne seca y deshebrada) que puede comerse en burritos (tacos con tortilla de harina), o con huevo.

Desayuno panameño

En [Panamá](#) el desayuno es una comida fuerte, sobre todo en el campo para resistir las faenas. Incluye siempre [café](#) negro (tinto) o con leche al gusto (pintado) o leche sola, y alguno(s) de los siguientes acompañamientos: tortillas de maíz (tipo [arepa](#)), [queso](#) blanco, torrijas de harina de trigo (llamadas hojaldres u "ojalda"), [bollos](#) de maíz nuevo, blancos, de coco dulce o chorreranos (preña'o), bistec de hígado encebollado, tajadas de plátano verde, [patacones](#), [carimañolas](#), empanadas fritas de maíz, buñuelos (a veces llamados "biñuelos"), huevos revueltos (llamados pericos), carne guisada o [tasajo](#) (cecina), rosquitas de pan de La Arena, chicharrones, almojábanos, embutidos como la choriza tableña o la morcilla y una serie de complementos más que se tengan a mano en la cocina, siendo el objetivo brindar una comida sumamente consistente. En las principales ciudades las familias panameñas reservan los desayunos típicos para los fines de semana, en los días regulares se desayuna igual que en cualquier parte de Occidente: pan, tostadas, jamón, mortadela, quesos, mantequilla, mermelada, etc. Cabe resaltar la influencia norteamericana en los hábitos alimenticios del panameño urbano, a través del cereal procesado o corn flakes (llamado "conflei") que se come con leche y los pancakes con sirope (llamado localmente "pankei").

Desayuno peruano

En el [Perú](#) el desayuno diario es una comida rápida y sencilla: pan francés con mermelada, mantequilla o un poco de queso o jamonada y a veces huevo,

acompañado de una taza de café instantáneo, una infusión o avena (llamada quaker por una conocida marca) sin embargo, los desayunos dominicales son mucho más consistentes porque reúnen a toda la familia en la mesa. Esos días se acostumbra comer [tamales](#) (pasta de maíz sazonada con [ají panca](#) con trozos de pollo o cerdo y hervida en hojas de [plátano](#)), o [chicharrones de cerdo](#) porciones de cerdo cocidas lentamente hasta dorar y servidas con pan francés, tajadas de camote frito y cebolla morada picada en plumas con limón, sal y rocoto (a esta guarnición se le llama [salsa criolla](#)) y con todo ello se prepara el denominado "sánguche de chicharrón". También se puede optar por el [pan con relleno](#) especie de morcilla sazonada con cebolla china y ají amarillo acompañada de [camote](#) frito y [salsa criolla](#). Otros potajes consumidos en el desayuno dominical son la [salchicha huachana](#) mezclada con huevo y acompañada de pan, y el [lomo saltado](#) o lomo al jugo servido con pan francés, las [humitas](#) de chala con queso, choclos hervidos. En los desayunos dominicales de la región [Arequipa](#) (al sur del país) se consume un plato conocido como [adobo de chancho](#). En la Sierra Central es típico desayunar muy temprano en la mañana con caldos espesos hechos con [mote](#) y alguna carne (mondongo, gallina, cabeza de carnero, etc.)

Desayuno venezolano

En la mayoría de los hogares venezolanos el desayuno consiste en [café con leche](#) con [arepas](#) rellenas. La [arepa](#) es una tortilla hecha de harina de [maíz](#), tiene forma redonda aplastada y varía de tamaño según las costumbres de cada región. Casi siempre se abre por la mitad horizontalmente y se unta [margarina](#) o [mantequilla](#) en ambas tapas, se rellena con [queso](#) blanco rallado, o cualquier otro alimento ([carne mechada](#), [sardina](#), [caraotas](#), [jamón](#) y [queso amarillo](#), cazón, "perico" - huevos revueltos con cebolla y tomate, etc.) Se cocina en [budare](#) o fritas en [aceite](#). Conformar el plato principal del desayuno (y también de la [cena](#)).

En ocasiones se suele consumir el llamado "pabellón mañanero" el cual es similar al [pabellón criollo](#), pero sin arroz y servido en menores proporciones.

También son muy populares las [empanadas](#) en forma de medialuna y rellenas con [queso](#), [salchichas](#), [atún](#), cazón (tiburón), [caraotas](#), etc.

Asia

En muchos países de Asia como [China](#), [Corea](#) o [Vietnam](#) el desayuno es simplemente un plato de comida que no se diferencia del almuerzo. En realidad, el desayuno se llama *almuerzo* en [Filipinas](#).¹ Al no existir la costumbre o tradición del consumo del pan y la leche, estos son reemplazados por sopas y bollos cocidos al vapor o [dim sum](#).

Europa

Porridge (papilla de avena)

Los [anglohablantes](#) suelen tomar desayunos más pesados que los [europeos continentales](#).

El ritmo de vida frenético y la falta de tiempo ha cambiado radicalmente los hábitos alimenticios tradicionales y es difícil, hoy por hoy, establecer conductas adecuadas para una buena nutrición.

Desayuno alemán

En el desayuno (*Frühstück*), los [alemanes](#) son muy aficionados a los [Brötchen](#) (una especie de [panecillo](#)). Suelen comprar un surtido de [pan](#) recién hecho de diferentes tipos (blanco, integral, de cebada) y con distintas coberturas de semillas (de [girasol](#), [sésamo](#), [amapolas](#), etc.), y los comen abiertos por la mitad con [mantequilla](#) y a veces [mermelada](#). No es extraño tomar [huevo cocido](#), [queso](#) y [embutidos](#). Algunos de los más tradicionales son el [Bauernfrühstück](#).

Desayuno español

En [España](#) durante los días laborables, se suele tomar [café con leche](#) o (especialmente los niños) [leche](#) con [cacao en polvo](#) acompañado de [tostadas](#) con [mermelada](#), [miel](#) o [mantequilla](#), [galletas](#), [cereales](#), [bollo](#) s o [bocadillos](#). No es raro que en los días de invierno se acompañe el café con [licores](#) (generalmente [anís](#) o

[carajillo](#)). También es frecuente beber zumo de [naranja](#) natural y recién exprimido, ya que en [España](#) las naranjas son abundantes y relativamente baratas.

En los días laborables se suele hacer un «segundo desayuno» más contundente, entre las 10.00 y las 12.00 de la mañana, cuando en las empresas suelen dar media hora para desayunar y en los [colegios](#) suena la sirena que da comienzo al [recreo](#). Es común que este desayuno se tome en bares situados cerca del lugar de trabajo. En los colegios lo más típico es tomar un [bocadillo](#) y un [zum](#)o o [batido](#) en [tetrabrik](#).

Durante los fines de semana y/o fechas especiales son típicos los [churros](#) y las [porras](#), que normalmente se compran en [churrerías](#) o en los bares especializados en desayunos.

En algunas localidades, sobre todo [rurales](#) se suele hacer un desayuno a base de cuchillo y tenedor, debido a las necesidades físicas por el esfuerzo que se realiza a la hora de trabajar en el [campo](#) ([manitas de cerdo](#), [bacalao](#) con salsa, etc).

Regionalidades

- El desayuno tradicional de [Andalucía](#) es el [pan con aceite](#), de origen campesino, servido de diferentes formas, y acompañado de sal o azúcar. Es también típica la colorada, a base de [mantequilla de cerdo](#), [colorantes](#) y [carne de cerdo](#) picada. Existe una denominación propia: [Desayuno andaluz](#). Aunque lo más habitual en las ciudades son las tostadas antes mencionadas.
- En [Cataluña](#) es muy tradicional el "Pa amb tomàquet", acompañado de [embutidos](#).
- En [Madrid](#) es conocido el [chocolate con churros](#).
- En [Canarias](#) es frecuente acompañar la leche con [gofio](#), un alimento de origen prehispánico hecho con maíz o trigo que, una vez tostado, es molido artesanal o industrialmente. Es también habitual en algunas islas (principalmente Lanzarote y Fuerteventura) tomar lo que se conoce como un "leche - leche"

que no es más que un café con leche tradicional al que se le añade además leche condensada

Desayuno francés

En Francia se desayuna por regla general *croissants*, [brioches](#) y [baguettes](#) recién hechos. Habitualmente acompañan estos bollos con *café au lait* ('café con leche').

Desayuno portugués

Los desayunos en Portugal suelen seguir la tónica general de la Península ibérica, recibiendo también la influencia francesa a la hora de incluir café con leche y bollos en la primera comida del día. Son muy características las 'sopas de pan', hechas con café y restos de pan del día anterior. A estas sopas se les suele echar varias cucharadas de azúcar. Para los lisboetas, incluso es común comer los tradicionales *pasteis de Belem*, popularmente denominadas en el norte com natas.

Desayuno inglés

Es uno de los más conocidos: [Full English breakfast](#). Los ingleses son más bebedores de [té](#) que de café, el desayuno clásico inglés incluye *eggs on toast* (huevos fritos o revueltos, sobre una tostada) y algo de [jamón](#), *bacon* ([tocino](#) o [panceta](#)) o [salchichas](#) asadas al horno para acompañar, sin olvidar sus cereales con leche o el *porridge* (especie de papilla de [avena](#)).

No olvidemos tampoco los *onion rings* (aros de [cebolla](#) rebozados) y las *baked beans* ([judías](#) blancas con [tomate](#)).

Desayuno irlandés

En Irlanda es muy conocido el [desayuno irlandés](#), similar a su pariente inglés pero menos fuerte. En Irlanda del norte se toma frecuentemente el [Ulster fry](#) que es considerado un plato nacional.

Desayuno italiano

Generalmente por la mañana antes de salir para el trabajo toman un café, a media mañana, ya que se entra a trabajar en general después de las 8, entonces van al bar-café y piden un capuccino (café con leche con bastante espuma) y una pasta (croissant dulce) puede ser relleno de crema, mermelada, mieletc, al que le gusta salado pide panini o tramezzini, que son pancitos pequeños redondos o ovalados rellenos con jamón serrano, o atún o huevo cocido y mayonesa, salami o el tramezzino que es el pan tajado de sandwich partido en triángulo también con queso crema y jamón cocido. Si se está de vacaciones, en los hoteles generalmente sirven desayunos lógicamente internacionales con agua, jugo de naranja, mermelada, mantequilla, pan dulce, brioss o croassan y café con leche con mucha espuma o te, tostadas de paquete y galletas.

Desayuno finlandés

Se realiza entre las 7 y las 10 de la mañana y se compone de lácteos, frutas y cereales. En este país el consumo de café está muy extendido, sin embargo la cultura del té se está abriendo camino. El pan no puede faltar y las tostadas son de una gran variedad de panes integrales que se untan con margarina o mantequilla. El desayuno se suele acompañar además de muesli, salvado, copos de cereales, etc. Una buena dosis diaria de vitamina C la proveen los jugos, tanto de frutas como de hortalizas y bayas silvestres.

Desayuno danés

El verdadero desayuno danés es la antítesis del americano repleto de carbohidratos.

Un desayuno típico de Dinamarca es el llamado morgen-complet café o té, panes o bollos con mermelada, mantequilla, embutidos, carne, queso, huevos cocidos y tartas o pasteles daneses.

Desayuno diario

La variedad de alimentos que son apropiados para tomarlos a primera hora del día es tan extensa que permite múltiples combinaciones:

- **Leche:** entera, semidesnatada, desnatada o en polvo. Este componente principal del desayuno nos aporta **calcio**, fundamental para el crecimiento y mantenimiento de los huesos, por lo que es importante especialmente para niños, que aún no han terminado su desarrollo, y ancianos, que suelen padecer osteoporosis. Asimismo encontramos en el mercado esta bebida enriquecida con calcio, omega 3 o flúor. Los vegetarianos o a los que no les guste este producto pueden optar por las bebidas de [soja](#), ricas en proteínas.
- **Frutas:** suponen un gran aporte de **vitaminas** y [fibra](#). También se pueden consumir en zumos.
- **Cereales:** en el mercado encontramos desde copos de maíz hasta trigo inflado con chocolate o muesli con frutas. Con su alto contenido en **hidratos de carbono**, son los principales proveedores de energía al instante para el organismo. Además, con ellos se elaboran las galletas y el pan, entre los que también encontramos una amplísima variedad, y que podemos acompañar con margarina o mantequilla y mermeladas.
- **Bollería:** hemos de consumirla de producción casera, ya que la industrial contiene demasiadas grasas, que inducirán a la obesidad y aumentarán los niveles de colesterol.
- **Embutidos:** constituyen una fuente de proteínas en la primera comida del día. Sin embargo, no debemos abusar de ellos dada su cantidad de grasas.
- **Huevos:** una costumbre poco extendida en España es incluir tortillas o [huevos](#) revueltos en el desayuno, algo bastante habitual en otros países. Contienen **proteínas**, indispensables para la formación de las células y de los tejidos.

Servicio al cliente

Según Picazo Luís (1991, p. 203). “**La práctica de la ingeniería de servicios requiere dirigirse a las necesidades, deseos y expectativas cambiantes de los clientes, para desarrollar ideas y conceptos que le proporcionen valor agregado y un servicio de calidad superior al que le ofrece la competencia.**”

Por lo tanto, para que una organización mantenga una elevada capacidad innovadora tiene que cultivar la práctica de la creatividad entre su personal entre su capacitación, misma que está estrechamente relacionada con el modelo de la organización inteligente.

Formas del Servicio al Cliente

- Tradicionales.- el servicio al cliente en su forma tradicional, empezó juntamente con la mercadotecnia, cuando un ofertante llegaba al cliente con cualquier producto o servicio y le ofrecía algún tipo de información sobre él. El servicio al cliente en la actualidad constituye un eje importante en lo que a incremento en ventas se refiere, puesto que el cliente al momento de realizar sus compras desea ser bien atendido.
- Científicas.- El servicio al cliente ha adquirido desde hace algunos años una significancia importante dentro del campo de la mercadotecnia. Se puede considerar en realidad que el servicio o atención al cliente, es el punto de partida para las estrategias comerciales. Por eso, las formas del servicio al cliente merecen en la actualidad un estudio detallado y práctico en cuanto a las relaciones interpersonales, éstas se demuestran como parte de las ciencias sociales, junto con todo aquel proceso de comunicación humana. Picazo L (1991. Pág. 126).

Las formas del servicio al cliente a medida que pasa el tiempo las empresas no necesariamente se deben bazar a lo tradicional o a lo científico si no mas bien enfocarse a sus estrategias hacia la excelencia y la calidad en el servicio, el servicio al cliente, el servicio posventa, calidad total y satisfacción del cliente.

Propósito e importancia del servicio al cliente

A medida que los negocios en general y el sector de servicios en particular- se vuelven más competitivos; se agudiza la necesidad de una diferenciación competitiva significativa.

Para Picazo L (1991. Pág. 126). El servicio al cliente es importante por eso precisamente se incluye en ello una estrategia especial esta trascendencia se da porque:

- La empresa se orienta a tipos de clientes específicos, para quienes se equipa de la mejor manera en cuanto a la prestación de sus servicios porque una estrategia conoce el modo de hacerlo.
- La empresa selecciona las técnicas especiales para cada tipo de cliente.
- Se reduce la tensión dentro de la organización al permitir mayor desenvolvimiento en las actividades de los empleados, quienes representan la "clientela interna".

Son puntos clave que nos permitirá a la empresa conocer específicamente los requerimientos del cliente para establecer prioridades.

Necesidades del cliente

Para poder servir al cliente se debe conocer sus necesidades las cuales se detalla a continuación:

Manifiesta Kelo Toso (2003, p. 10)

- a) Necesidad de ser comprendido. Aquellos que eligen un servicio necesitan sentir que se están comunicando en forma efectiva. Esto nos dice que se está interpretando en forma correcta los mensajes que envían las emociones y tratar de impedir una comprensión inadecuada del beneficio que puede obtener nuestro cliente.
- b) Necesidad de ser bien recibido. Ninguna persona que esté tratando con usted y se sienta como una extraña, regresará. El cliente también

necesita sentir que usted se alegra de verlo y que es importante para usted.

- c) Necesidad de sentirse importante.-El ego y la autoestima son poderosas necesidades humanas. A todos nos gusta sentirnos importantes, cualquier cosa que hagamos para que el invitado se sienta especial, será un paso en la dirección correcta.
- d) Necesidad de comodidad.- Los clientes necesitan comodidad física: un lugar donde esperar, descansar, hablar o hacer negocios; también necesitan tener la seguridad de que se les atenderá en forma adecuada y la confianza en que le podremos satisfacer sus necesidades.

Conocer las necesidades del cliente es parte fundamental en nuestra empresa, debemos llevar a cabo todos los puntos anteriores con el hecho de mejorar las necesidades reales que requiere el cliente, todo esto con el único fin de brindar un buen servicio y satisfacer al cliente.

La calidad en el servicio al cliente

Para Kelo Toso (2003, p. 11) **“De acuerdo a los conceptos otorgados por los autores, podemos concluir que: La calidad en el servicio es cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades.”**

Se determina entonces que la calidad del servicio debe consistir en la satisfacción total de las necesidades del cliente.

Gestiones de la innovación de servicios

Existen siete Acciones clave de innovación en la ingeniería de servicios, para crear valor y mejorar el servicio:

Manifiesta Picazo L (1991, p. 220).

- a) Reducir el tiempo para atender al cliente, principalmente en aquellas fases, formular pedidos, cobranza, entrega de mercadería, atender quejas, pedir información, etc., que sean críticas para ofrecer servicios de calidad. Reducir el tiempo que consume el cliente en la empresa, puede llegar a ser una fuerte ventaja competitiva si se sabe explorar.
- b) Destacar la atención y cortesía, en las relaciones entre el cliente y el personal de la empresa. La práctica de buenas relaciones humanas es la mejor forma de acercar al cliente en una relación personal para que eleve su nivel de compras.
- c) Hacer más funcionales y ágiles los sistemas y procedimientos, relacionados con el servicio al cliente, de manera que le proyecten ideas de dinamismo, seguridad y confianza, además de los atributos de identidad propios de la empresa. La funcionalidad y velocidad en los procedimientos relacionados con el cliente generalmente llevan a diferenciar a una empresa por la calidad de sus servicios.
- d) Proporcionar la más precisa y clara información, en aquellos puntos de empresa comprendidos dentro del ciclo del servicio que faciliten las operaciones al cliente, además de que proyecten signos favorables e identidad de la empresa.
- e) Ofrecer la mayor conveniencia al cliente, para que realice sus operaciones con la empresa, en cuanto a citas, convenios, demostraciones, formulación de pedidos, entregas, información complementaria sobre el producto, garantía, quejas y otros. Dirigir estas acciones con efectividad es hacer que el cliente perciba a la empresa con un alto nivel de convivencia, lo que también conduce a la diferenciación y posicionamiento de la organización y productos.
- f) Dar mayor funcionalidad, en el uso, transporte, empaque y servicio. Recordemos que dar al cliente lo que siempre se le ha dado es, de hecho, darle menos ahora que el pasado.
- g) Proporcionar atención, información y servicio posventa, en una forma única y superior a lo que hace la competencia. Tomemos en cuenta que lo que no se proporcione al cliente, tarde o temprano se lo proporcionará algún competidor.

Lo ideal de la innovación de servicios es el que se realicen las funciones, tareas, requisitos en el menos tiempo posible con la mayor calidad, precisión e información idónea para alcanzar satisfacción al cliente con la finalidad de tener superioridad sobre la competencia y fidelización del cliente.

Ámbitos y áreas del servicio

Todo lo que la gente compra se reduce a dos cosas:

- Lo que le hace sentirse bien, y
- Soluciones a sus problemas

Todo tipo de negocio sea pequeño, mediano o grande tiene que enfocarse a brindar un producto cien por ciento y un servicio cien por ciento, y por ende los sujetos pueden estar abiertos a la doble perspectiva:

- Servir a todos los clientes en general.
- Ofrecer un servicio a la sociedad o la comunidad. Picazo L (1991. Pág. 21).

Es muy importante basarse en este aspecto, ya que es el más importante en nuestro contorno el cual rige en la calidad del producto y servicio.

Categorías de clientes

Según la ingeniería de servicios tenemos tres tipos de clientes:

- **Cliente Interno.-** El personal de la empresa es contado como cliente interno, ya que es el receptor primario de la visión, misión, estrategias y acciones

planteadas por la ingeniería de servicios para crear valor y ofrecer un buen servicio al cliente externo.

- **Cliente Externo.-** Esta categoría de clientes comprende a los intermediarios que directamente tienen relación con la empresa y hacia los cuales debe manifestarse un valor agregado perceptible y una calidad en el servicio que establezca una diferencia.
- **Consumidor Final.-** Es la categoría de clientes usuarios del producto, quienes validarán cuanto se éste se diga o se anuncie. Ellos son los que deben estar plenamente convencidos de que el producto contiene un valor agregado o beneficio superior al que proporciona la competencia, además de cómo se ofrezca o sea el servicio de apoyo. En esta última instancia, del consumidor final es de quien depende la lealtad al producto y a la empresa. Picazo L (1991. Pág. 149).

Las categorías de clientes son importantes ya que se pueden tener un estudio más claro de cada uno de ellos, el cual ayudara a la empresa a tener una lealtad al producto.

2.4. Formulación de Hipótesis

La implementación en los desayunos mejorará el servicio y aceptación de los clientes del hotel “El Jardín”

2.5. Señalamiento de Variables

2.5.1. Variable Independiente

Implementación de desayunos

2.5.2. Variable Dependiente

Servicio y aceptación del cliente

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Enfoque de la Investigación

El proceso metodológico se enmarca en el paradigma crítico propositivo encaminada a despertar una conciencia transformadora holística, participativa con un sentido potencializador de las capacidades con el fin de que cada individuo sea capaz de construir su propio estilo de trabajo. Es por ello que se determina que la investigación es predominantemente cualitativa

3.1. Modalidad de la Investigación

Dentro de la modalidad de la investigación se emplearán las siguientes: la Investigación de Campo y la Investigación Bibliográfica.

La Investigación Bibliográfica ya que permite sustentar las variables tanto la Independiente: Variedad de Desayuno como la Dependiente: Baja aceptación y fidelidad del cliente en una forma teórica – científica, mediante la consulta en libros, textos, folletos que se encuentran en las diferentes referencias bibliográficas.

De Campo permite ponerse en contacto con el problema mismo y es donde se va a recolectar la información, es decir en el campo mismo de la problemática. Esta información será recopilada a través de técnicas como la encuesta y la entrevista.

3.2. Tipos o niveles de investigación

- **El Exploratorio**, porque permitirá familiarizarse con el problema, ver cual es su comportamiento en su contexto y recopilar la información inicial para articular y formular las variables.
- **El Descriptivo**, permitirá conocer como se encuentra la situación del problema, es decir describirlo, utilizando técnicas de recolección de la información.
- **El Correlacional o de Asociación de Variables**, determina como se interrelacionará la variable independiente: La variedad de desayunos y la baja aceptación y fidelidad de los clientes.

3.3. Población y Muestra

3.3.1. Población.

La Población o Universo con el cual se va a trabajar consta de 46 personas, clientes del hotel “El Jardín”.

3.3.2. Muestra.

La Muestra es un conjunto representativo de la población y en el presente trabajo no hace falta calcular muestra alguna, porque la población es pequeña y presenta validez y confiabilidad para la recolección de la información.

3.4. Operacionalización de las Variables

| Variable Independiente: implementación de los desayunos | | | | |
|--|--|--|--|--|
| Conceptualización | Categorías | Indicadores | Ítems | Técnicas |
| El desayuno es la comida fundamental del día, ya que realizarlo o no nos afecta de forma notable a corto y a largo plazo. La ausencia de variedad en el desayuno trae algunas consecuencias como decaimiento general, mal humor, falta de concentración, bajo rendimiento físico e intelectual debido todo ello fundamentalmente a la falta de glucosa , lo que a su vez supone una alteración de nuestro organismo. | Comida fundamental falta de variedad Consecuencias negativas | Pereza Fatiga Iras Coraje Captación Creatividad Desinterés Malos resultados Cansancio físico Cansancio mental | ¿La carencia de unan adecuada alimentación produce mal estar en los clientes? ¿La ausencia de variedad en los desayunos produce descontento en los clientes? ¿La falta de una persona profesional en gastronomía no permite una adecuada variación de los alimentos? ¿El cansancio físico y mental es el producto de la mala alimentación en los desayunos que ofrece el hotel? | Encuesta previamente elaborada con un cuestionario dirigido al gerente, empleados y clientes del hotel |

Elaborado por: Diego Medina

| Variable Dependiente: Servicio y aceptación del cliente | | | | |
|--|--|---|--|--|
| Conceptualización | Categorías | Indicadores | Ítems | Técnicas |
| La práctica de la ingeniería de servicios requiere dirigirse a las necesidades, deseos y expectativas cambiantes de los clientes, para desarrollar ideas y conceptos que le proporcionen valor agregado y un servicio de calidad superior al que le ofrece la competencia. | Desarrollo de ideas y conceptos Valor agregado Competencia | Autorrealización Estima Sociales Seguridad Fisiológicas Materiales Espirituales Personales Grupales | ¿Las expectativas personales y grupales están dentro de las necesidades de los clientes del hotel? ¿Las necesidades fisiológicas de los clientes son parte de la aceptación Del hotel’? ¿Se cumple con las expectativas de los clientes? ¿Qué fidelidad tiene los clientes con el hotel? ¿Se cumple con las expectativas de los clientes? ¿¿Debe mejorar la atención al cliente en los desayunos. | Encuesta previamente elaborada con un cuestionario dirigido al gerente, empleados y clientes del hotel |

Elaborado por: Diego Medina

3.5. Instrumentos de Recolección de Datos

En la recolección de la información del presente trabajo se utilizará la técnica de la Encuesta.

Según GÁLTUN, Johan. (2004). La encuesta **“consiste en la obtención de datos de interés social mediante la interrogación a los miembros de la sociedad”**. (Pág. 200).

Cuestionario, no es otra cosa que un conjunto de preguntas, preparado cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación, para que sea contestado por la población o su muestra.

El cuestionario de la encuesta esta dirigido al propietario, empleados y clientes del hotel “El Jardín” de la ciudad de Ambato.

3.6 Procesamiento y Análisis de la Información

Luego de recogidos los datos serán transformados siguiendo los siguientes procedimientos.

- Se limpiará la información de toda contradicción, que no sea incompleta, no pertinente.
- Si se detecta fallas se volverá a repetir la recolección de la información
- Finalmente se tabulará según las variables, en este caso la variable independiente Variedad de desayunos y la variable dependiente Baja aceptación y fidelidad de los clientes, luego se realizará los cuadros de cada variable y el cuadro con cruce de variables. Y se realizará un estudio estadístico de datos para la presentación de resultados.

CAPÍTULO IV

4. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

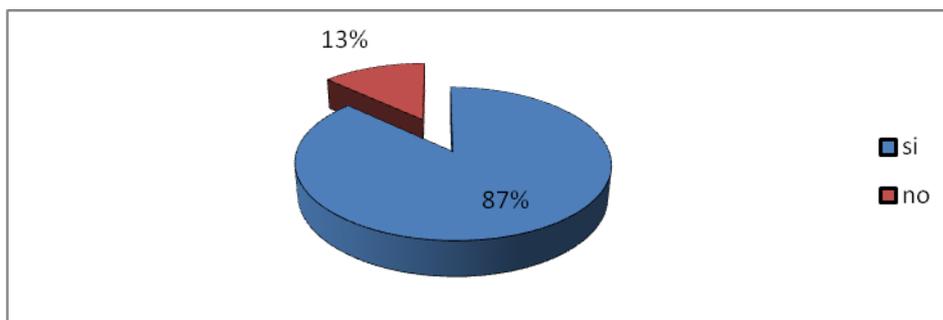
Encuesta dirigida a los clientes del hotel “El Jardín” de la ciudad de Ambato.

Tabla #: 1

1. ¿La carencia de una adecuada alimentación produce mal estar en los clientes?

| alternativas | frecuencia | total | % |
|--------------|------------|-------|-----|
| si | 40 | 40 | 87 |
| no | 6 | 6 | 13 |
| total | 46 | 46 | 100 |

Grafico #:1



Fuente: Clientes del hotel

Elaborado por: Diego Medina

Análisis e Interpretación

Que Si responde 40 personas lo que equivale al 87%, mientras que las 6 restantes manifiestan que No, que corresponde al 13%.

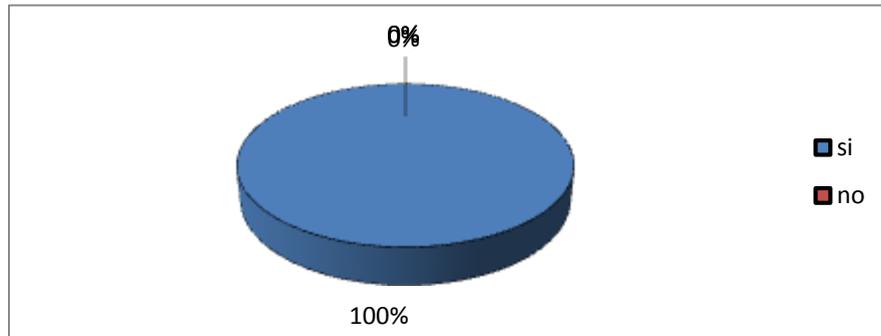
La mayoría de clientes manifiestan que la carencia de una adecuada alimentación les produce malestar, lo que es preocupante debido a que los huéspedes deben satisfacer sus múltiples necesidades dentro de su estadía en el hotel.

Tabla #2

2. ¿La ausencia de variedad en los desayunos produce descontento en los clientes?

| alternativas | frecuencia | total | % |
|---------------------|-------------------|--------------|----------|
| si | 46 | 46 | 46 |
| no | 0 | 0 | 0 |
| total | 46 | 46 | 100 |

Grafico #2



Fuente: Clientes del hotel
Elaborado por: Diego Medina

Análisis e Interpretación

La totalidad de los encuestados responde que SI, lo que significa el 100%

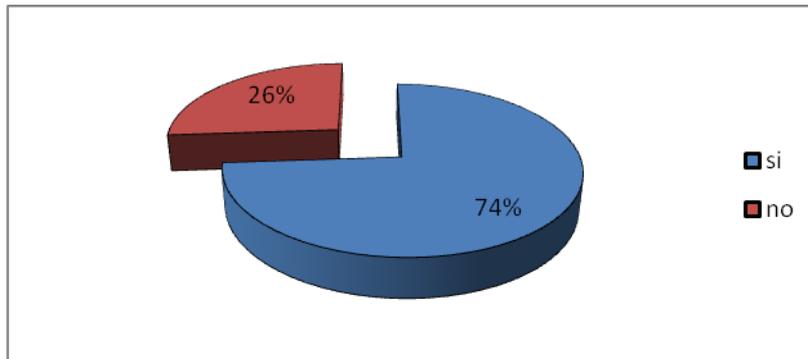
Esto quiere decir que todos los clientes encuestados están de acuerdo en manifestar que la ausencia de una variedad en los desayunos, provoca un malestar en los clientes lo cual es negativo debido al prestigio que tiene el hotel, lo cual hay que tomar muy en cuenta para tener la fidelidad y la garantía que ellos regresen o sugieran a otras personas el hotel.

Tabla #3

3. ¿La Falta de una persona profesional en gastronomía no permite una adecuada variación de los alimentos?

| alternativas | frecuencia | total | % |
|---------------------|-------------------|--------------|----------|
| si | 34 | 34 | 74 |
| no | 12 | 12 | 26 |
| total | 46 | 46 | 100 |

Grafico #3



Fuente: Clientes del hotel
Elaborado por: Diego Medina

Análisis e Interpretación

De los encuestados, 34 señalan que Si lo que corresponde al 74%, 12 que No, equivalente al 26%.

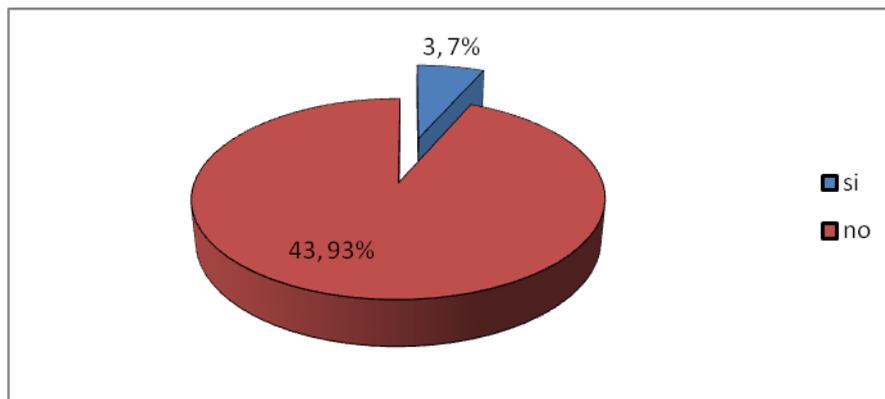
En su mayoría los encuestados coinciden en señalar que la ausencia de un profesional en gastronomía provoca que no exista variedad en los desayunos que ofrece el hotel, lo cual puede ser cierto, ya que al frente del restaurante no existe un profesional capacitado, lo que no permite satisfacer las necesidades de los clientes en cuanto a su alimentación se refiere.

Tabla #:4

4. ¿El cansancio físico y mental es el producto de la mala alimentación en los desayunos que ofrece el hotel?

| alternativas | frecuencia | total | % |
|---------------------|-------------------|--------------|----------|
| si | 3 | 3 | 3,7 |
| no | 43 | 43 | 93 |
| total | 46 | 46 | 100 |

Grafico #:4



Fuente: Clientes del hotel

Elaborado por: Diego Medina

Análisis e Interpretación

Responde que SI 3 personas lo que equivale al 6,4%, que No señalan 43 encuestados lo que corresponde al 93,4%.

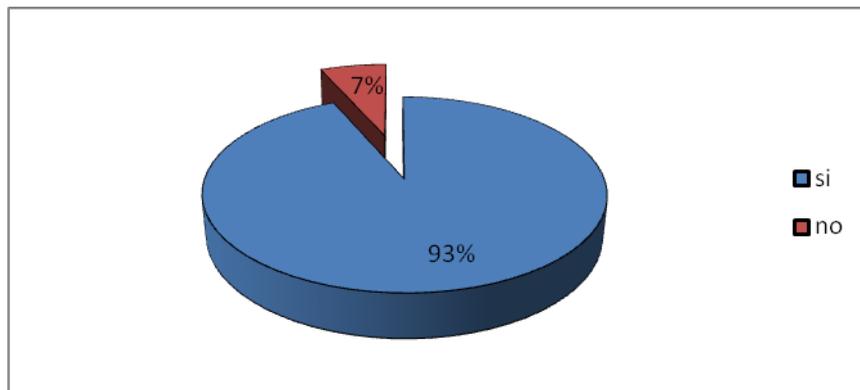
Cabe señalar que la mayoría de los encuestados no coinciden en indicar que el cansancio físico y mental se deba a la falta de una buena alimentación en sus desayunos diarios, más se deben a otros factores que pueden ser de carácter laboral.

Tabla #: 5

5. ¿Las expectativas personales y grupales están dentro de las necesidades de los clientes del hotel?

| alternativas | frecuencia | total | % |
|---------------------|-------------------|--------------|----------|
| si | 43 | 43 | 7 |
| no | 3 | 3 | 93 |
| total | 46 | 46 | 100 |

Grafico #:5



Fuente: Clientes del hotel
Elaborado por: Diego Medina

Análisis e Interpretación

Que Si coinciden 43 encuestados igual al 93%, que No 3 igual al 7%

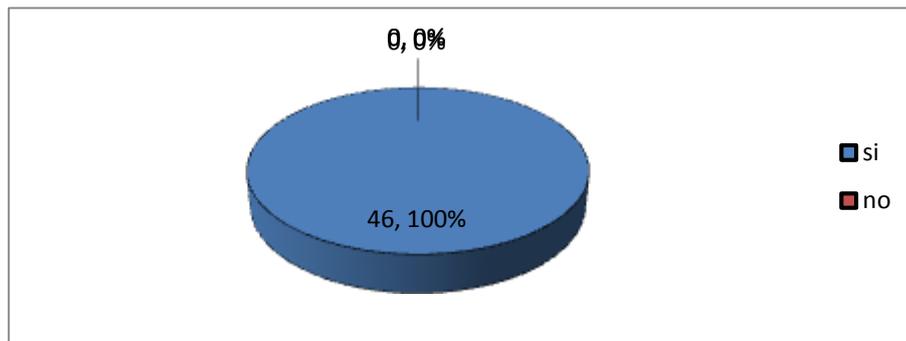
Esto quiere decir que las expectativas grupales y personales están dentro de las necesidades que debe satisfacer el hotel a sus clientes, tanto de hospedaje como de alimentación, lo cual produce un fenómeno multiplicativo de credibilidad de la empresa.

Tabla #: 6

6. ¿Las necesidades fisiológicas de alimentación de los clientes son parte del servicio y aceptación con el hotel?

| alternativas | frecuencia | total | % |
|---------------------|-------------------|--------------|----------|
| si | 46 | 46 | 0 |
| no | 0 | 0 | 46 |
| total | 46 | 46 | 100 |

Grafico #:6



Fuente: Clientes del hotel

Elaborado por: Diego Medina

Análisis e Interpretación

Responden en su totalidad que SI lo que corresponde al 100%.

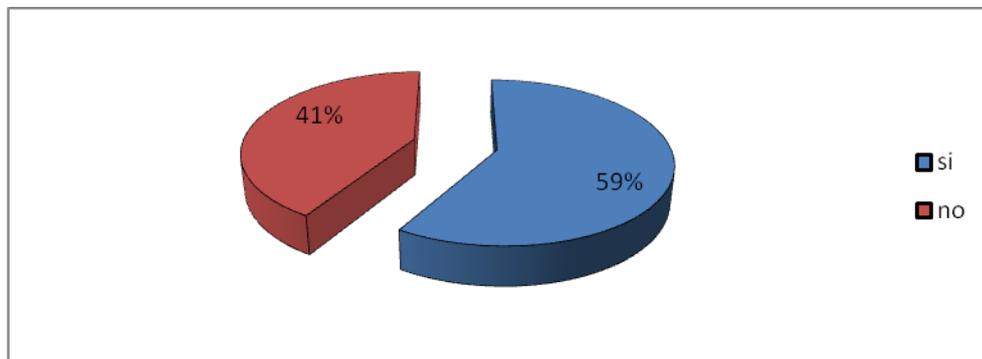
Esto se deduce que los clientes en su totalidad consideran que las necesidades fisiológicas alimenticias son parte del servicio y aceptación que el hotel ofrece como parte de los beneficios y bondades que brinda la empresa a sus huéspedes.

Tabla #: 7

7. ¿Debe mejorar la atención al cliente en los desayunos?

| alternativas | frecuencia | total | % |
|---------------------|-------------------|--------------|----------|
| si | 27 | 27 | 59 |
| no | 19 | 19 | 41 |
| total | 46 | 46 | 100 |

Grafico #:7



Fuente: Clientes del hotel
Elaborado por: Diego Medina

Análisis e Interpretación

Señalan que Si 27 clientes lo que equivale al 59%, mientras que 19 tachan que No igual al 41%.

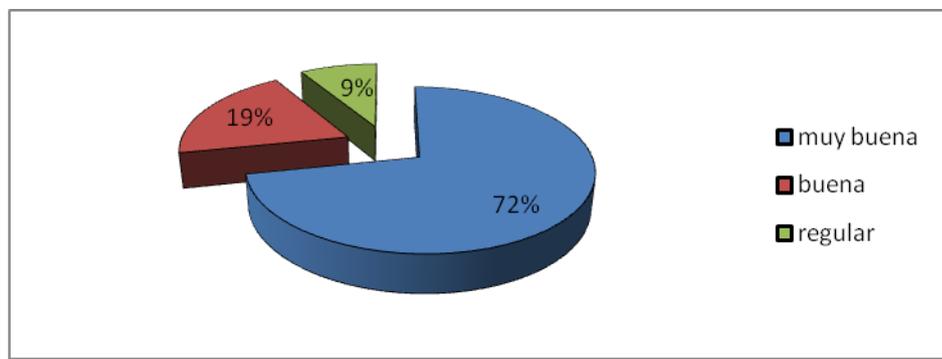
Se puede indicar que existe una contradicción con las preguntas anteriores, ya que se manifiesta que no existe una variedad en los desayunos, en cambio en esta pregunta existe un empate al manifestar unos que si y otros que no se debe mejorar la atención en los desayunos al cliente, lo cual debe ser tomado muy en cuenta las exigencias de los usuarios.

Tabla #: 8

8. ¿Qué aceptación tiene los clientes con el hotel?

| alternativas | frecuencia | total | % |
|---------------------|-------------------|--------------|----------|
| Muy buena | 33 | 33 | 72 |
| buena | 9 | 9 | 19 |
| regular | 4 | 4 | 9 |
| total | 46 | 46 | 100 |

Grafico #:8



Fuente: Clientes del hotel

Elaborado por: Diego Medina

Análisis e Interpretación

Los clientes señalan que Muy Buena el 72% igual a 33, Buena responden 9 equivalente al 19%, y Regular 4 corresponde al 9%.

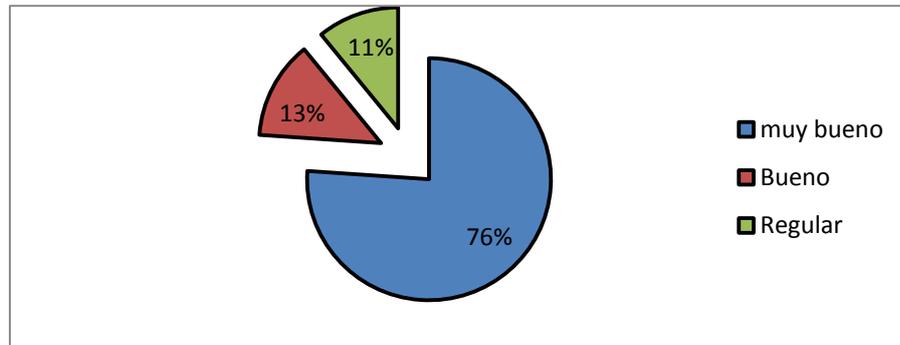
Si bien es cierto que un porcentaje significativo de encuestados responden que la aceptación al hotel es Muy Buena, no hay que descuidar de quienes manifiestan lo contrario, es decir que es Buena o es Regular, hay que tomar en cuenta que el hotel tiene su prestigio nacional e internacional.

Tabla #: 9

9. ¿El servicio que brinda al cliente el Hotel es?

| alternativas | frecuencia | total | % |
|---------------------|-------------------|--------------|----------|
| Muy buena | 35 | 35 | 76 |
| buena | 6 | 6 | 13 |
| regular | 5 | 5 | 11 |
| total | 46 | 46 | 100 |

Grafico #:9



Fuente: Clientes del hotel

Elaborado por: Diego Medina

Análisis e Interpretación

Que es Muy Buena señalan 35 personas igual al 76%, que Buena responden 13 equivalente al 13%, y que Regular 5 corresponde al 11%.

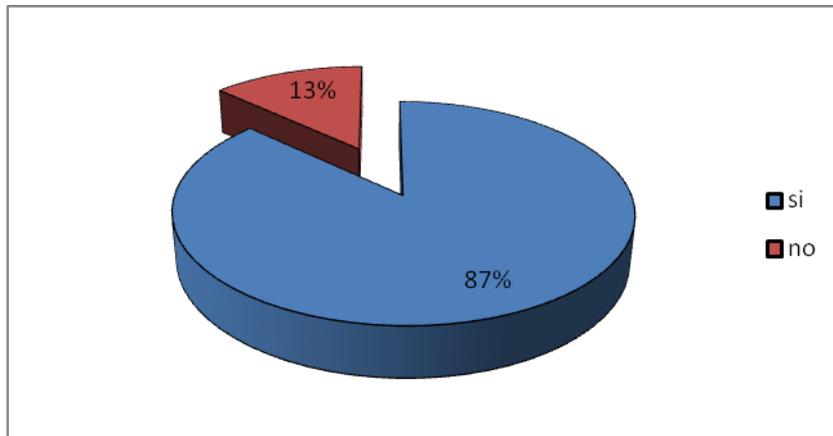
Coinciden en manifestar casi las mismas respuestas de la pregunta anterior, es decir que la atención es muy buena en su mayoría, pero que es buena y regular también manifiestan un porcentaje significativo lo que se debe tomar muy en cuenta para las estrategias que tome el hotel.

Tabla #: 10

9. ¿Se cumple con las expectativas de los clientes?

| alternativas | frecuencia | total | % |
|---------------------|-------------------|--------------|----------|
| si | 40 | 40 | 87 |
| no | 6 | 6 | 13 |
| total | 46 | 46 | 100 |

Grafico #:10



Fuente: Clientes del hotel

Elaborado por: Diego Medina

Análisis e Interpretación

Que Si responden 40 equivalente al 87%, que No señalan 6 correspondiente al 13%.

Existe una contradicción en los clientes en cuanto se refiere a las respuestas con las preguntas anteriores, esto es en esta pregunta responden en su mayoría sentirse que se cumple con sus expectativas dentro de los servicios que brinda el hotel, pero hay que recordar que en otras preguntas manifiestan su inconformidad con la variedad de desayunos que ofrece el hotel

4.3 Verificación de hipótesis.

Para la utilización de la Ji- cuadrada, se maneja como un estadígrafo de distribución libre que permite establecer la correspondencia de valores observados y esperados, permitiendo la comparación global del grupo de frecuencias a partir de la hipótesis que se quiere verificar.

Combinación de frecuencias

3. ¿La Falta de una persona profesional en gastronomía no permite una adecuada variación de los alimentos?

| Alternativas | Frecuencia | % |
|---------------------|-------------------|------------|
| Si | 34 | 74 |
| No | 12 | 26 |
| Total | 46 | 100 |

9. ¿El servicio que brinda al cliente el Hotel es?

| Alternativas | Frecuencia | % |
|---------------------|-------------------|------------|
| Muy buena | 35 | 76 |
| Buena | 6 | 13 |
| Regular | 5 | 11 |
| Total | 46 | 100 |

Frecuencias Observadas

| SERVICIO AL CLIENTE | MUY BUENA | BUENA | REGULAR | TOTAL |
|---------------------|-----------|-------|---------|-------|
| SI | 26 | 4 | 4 | 34 |
| NO | 9 | 2 | 1 | 12 |
| TOTAL | 35 | 6 | 5 | 46 |

Modelo Lógico

Ho = La implementación en los desayunos NO mejorará el servicio y aceptación de los clientes del hotel “El Jardín”

H1= La implementación en los desayunos SI mejorará el servicio y aceptación de los clientes del hotel “El Jardín”

Nivel de Significación

El nivel de significación con el que se trabaja es del 5%.

$$X^2 = \sum \left[\frac{(O-E)^2}{E} \right]$$

En donde:

X^2 = Chi-cuadrado

Σ = Sumatoria

O = Frecuencia observada

E = frecuencia esperada o teórica

Nivel de Significación y Regla de Decisión

Grado de Libertad

Para determinar los grados de libertad se utiliza la siguiente formula:

$$gl = (c-1) (h-1)$$

$$gl = (3-1) (2-1)$$

$$gl = 2$$

Grado de significación

$$\alpha = 0.05$$

En donde:

O = Frecuencia Observada

E = Frecuencia Esperada

O-E = Frecuencias observada- frecuencias esperadas

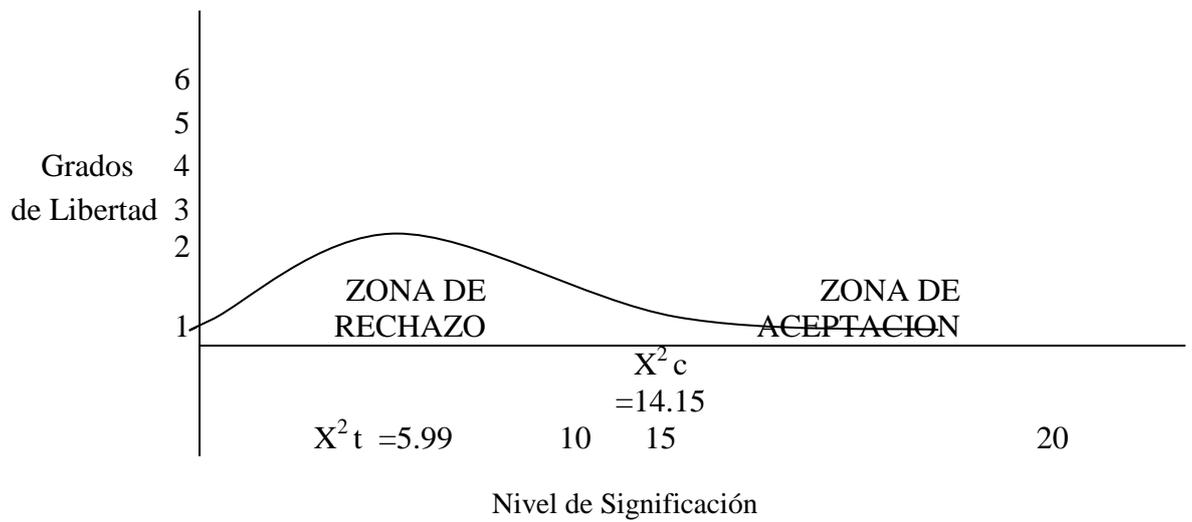
$O-E^2$ = resultado de las frecuencias observadas y esperadas al cuadrado

$O-E^2 / E$ = resultado de las frecuencias observadas y esperadas al cuadrado
dividido para las frecuencias esperadas

Frecuencias Esperadas

| O | E | O-E | (O-E) ² | (O-E) ² /E |
|-------|-------|-------|--------------------|-----------------------|
| 26 | 25,87 | 0,13 | 0,02 | 0,00 |
| 9 | 4,43 | 4,57 | 20,84 | 4,70 |
| 4 | 3,70 | 0,30 | 0,09 | 0,03 |
| 2 | 9,13 | -7,13 | 50,84 | 5,57 |
| 4 | 1,57 | 2,43 | 5,93 | 3,79 |
| 1 | 1,30 | -0,30 | 0,09 | 0,07 |
| TOTAL | | | | 14,15 |

Verificación de la hipótesis



Fuente: Spiegel M
 Elaborado por: EL AUTOR

Tabla de Verificación

| g.l | NIVELES | | | | | | | |
|-----|---------|------|-------|------|------|------|-------|--|
| | 0.01 | 0.02 | 0.05 | 0.1 | 0.2 | 0.5 | 1 | |
| g.l | 0.995 | 0.99 | 0.975 | 0.95 | 0.90 | 0.75 | 0.50 | |
| 1 | 7.88 | 6.63 | 5.02 | 3.84 | 2.71 | 1.32 | 0.455 | |
| 2 | 10.6 | 9.21 | 7.38 | 5.99 | 4.61 | 2.77 | 1.39 | |
| 3 | 12.8 | 11.3 | 9.35 | 7.81 | 6.25 | 4.11 | 2.37 | |
| 4 | 14.9 | 13.3 | 11.1 | 9.49 | 7.78 | 5.39 | 3.36 | |
| 5 | 16.7 | 15.1 | 12.8 | 11.1 | 9.24 | 6.63 | 4.35 | |
| 6 | 18.5 | 16.8 | 14.4 | 12.6 | 10.6 | 7.84 | 5.35 | |
| 7 | 20.3 | 18.5 | 16.0 | 14.1 | 12.0 | 9.04 | 6.35 | |
| 8 | 22.0 | 20.1 | 17.5 | 15.5 | 13.4 | 10.2 | 7.34 | |
| 9 | 23.6 | 21.7 | 19.0 | 16.9 | 14.7 | 11.4 | 8.34 | |

Decisión

El valor de $X^2 t = 5.99 < X^2 c = 14.15$ de esta manera se acepta la hipótesis alterna, es decir se confirma que La implementación en los desayunos SI mejorará el servicio y aceptación de los clientes del hotel “El Jardín”.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Dentro de las características de los desayunos que ofrece el hotel “El Jardín” son el menú repetitivo, o simplemente se sirve lo que ellos entienden lo que es un desayuno, no existiendo una variedad de tipos y estilos de desayunos que necesitan los paladares exigentes de los clientes. Lo que conlleva a que los clientes no se sientan a gusto y busquen salir del hotel para buscar desayunar en lugares aledaños al el, lo que ocasiona muchas molestias en ellos.

Se ha realizado un estudio comparativo sobre la implementación en la variedad de los desayunos, y dio como resultado que es necesario y urgente contar con un menú variado para el deleite de los clientes, puesto que los desayunos son los mismos todos los días lo que le cansa al cliente.

Se determina que no existe una variedad de alimentos en la preparación de los desayunos para los clientes del hotel, lo que causa el descontento de los mismos y lleva como consecuencia que no recomienden a sus familiares y amigos la visita al hotel.

5.2. Recomendaciones

Es necesario que se contrate a un profesional especializado en la preparación de los menú en el hotel, que puede ser un chef o un nutricionista que vean la necesidad de variar los desayunos, con la utilización de productos alimenticios en lo posible naturales como frutas, pan integral, huevos y otros productos saludables que llenen las expectativas de quienes visitan el hotel para su hospedaje que puede ser corto a varios días, para lo cual necesitan tener todos los servicios que en casa cuenta, y que por esos pagan un valor económico al hotel.

La gerencia o el administrador debe dar prioridad a la implementación de un buen servicio en el restaurante del hotel para la atención a los clientes en todo lo que se refiere a los desayunos, almuerzos y meriendas, es decir brindar un servicio completo para de esta forma garantizar que los clientes vuelvan y recomienden sus estada a otras personas.

CAPITULO VI

6. 1 PROPUESTA

| FASES | METAS | ACTIVIDADES | RECURSOS | TIEMPO | RESPONSABLES | RESULTADOS |
|------------------------|--|--|-----------------------|---|------------------------------|--|
| Sensibilización | Sensibilizar a los empleados del hotel sobre la necesidad de implementar una variedad en los desayunos. | Socialización entre los empleados formando grupos corporativos de trabajo para la familiarización de la capacitación | Humanos Materiales | 07 de mayo de 2009 | Profesional especializado | Los empleados del hotel motivados a cabalidad |
| Capacitación | Capacitar al personal del hotel sobre la variedad en los desayunos | Entrega, análisis y sustentación del material de trabajo | Humanos Materiales | Del 7 al 9 de mayo de 2009 | Profesionales Especializados | Personal del hotel capacitado para elaborar variedad en los desayunos. |
| Ejecución | Elaborar la variedad de desayunos para los clientes del hotel. | En el hotel los empleados servirán a los clientes una variedad en los desayunos | Humanos Materiales | Del mes de Septiembre de 2008 a junio de 2009 | Personal del hotel | Los empleados manejan la variedad en los menú en el hotel para los clientes |
| Evaluación | Determinar el grado de interés y participación en la elaboración de la variedad en los desayunos en el hotel El Jardín | Observación y diálogo permanente con los clientes. | Humanos Materiales | Todo el tiempo que sea necesario | Gerente | Los empleados dominan la variedad en los menú de los desayunos en el hotel El Jardín |

Bibliografía

AHMED I (2001) Congresos y Catering. Organizaciones y ventas. ED. Paraninfo. México

ALCALÁ M (2003) Eventos reuniones y banquetes. ED. Laertes. Barcelona

CHARLES H (2001) Administración Estratégica. Mc Graw Hill. Colombia.

CATHERINE F. (2002) Calidad y formación del servicio. ED. GESTIÓN España.

DE LA TORRE, Francisco (2006) Administración Hotelera, Edit Trillas México DF.

HERRERA, Luís y OTROS. (2005) Metodología de la Investigación. ED. AFFECE. Quito – Ecuador.

TORMO, Maria Luisa (2004). Enciclopedia práctica profesional de Turismo, Hoteles y Restaurante, Editorial Océano Centrum, Madrid-España.

Anexos 1

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE HOTELERIA Y TURISMO

Encuesta dirigida a los clientes del hotel “El Jardín”

Fecha:

Objetivo: Recabar información acerca de la variedad de desayunos y la aceptación de los clientes

Indicaciones:

- Por ser anónima la encuesta se solicita responder de la manera más sincera y con la absoluta verdad.
- Marque con una X dentro del paréntesis en la respuesta que usted considere esta de acuerdo.

Contenido:

1. ¿La carencia de una adecuada alimentación produce mal estar en los clientes?

SI ()

NO ()

2. ¿La ausencia de variedad en los desayunos produce descontento en los clientes?

SI ()

NO ()

3. ¿La Falta de una persona profesional en gastronomía no permite una adecuada variación de los alimentos?

SI ()

NO ()

4. ¿El cansancio físico y mental es el producto de la mala alimentación en los desayunos que ofrece el hotel?

SI ()

NO ()

5. Las expectativas personales y grupales están dentro de las necesidades de los clientes del hotel?

SI ()

NO ()

6. Las necesidades fisiológicas de los clientes son parte del servicio y aceptación con el hotel.

SI ()

NO ()

7. ¿Debe mejorar la atención al cliente en los desayunos?

SI ()

NO ()

8. ¿Qué aceptación tiene los clientes con el hotel?

MUY BUENA ()

BUENA ()

MALA ()

9. El servicio que brinda al cliente el Hotel es:

MUY BUENA ()

BUENA ()

MALA ()

10. ¿Se cumple con las expectativas de los clientes?

SI ()

NO ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2

HOTEL “EL JARDÍN”



RESTAURANT



Anexo 3

ALIMENTOS FUNCIONALES PARA EL MENU

| Ejemplos de algunos alimentos funcionales naturales | | | |
|---|---|------------------------------|--|
| Alimento funcional | | Componente | Beneficio potencial para la salud |
| <input type="checkbox"/> Tomates |  | Lycopeno | Reduce el riesgo de cáncer a la próstata e infarto del miocardio |
| <input type="checkbox"/> Brócoli |  | Sulforafano | Reduce el riesgo de cáncer |
| <input type="checkbox"/> Zanahoria |  | Carotenoides | Reducen el riesgo de cáncer |
| <input type="checkbox"/> Ajo |  | Componentes organosulfurados | Reducen el riesgo de cáncer |
| <input type="checkbox"/> Té |  | Polifenoles y catequinas | Reducen el riesgo de enfermedades coronarias y algunos cánceres. |
| <input type="checkbox"/> Pescado |  | Ácidos grasos omega 3 | Reducen el riesgo de enfermedades del corazón |
| Ejemplos de algunos alimentos funcionales procesados o modificados | | | |
| <input type="checkbox"/> Leche alta en calcio, con bajo aporte en grasa |  | Calcio | Reduce el riesgo de osteoporosis |
| <input type="checkbox"/> Productos lácteos fermentados |  | Probióticos | Mejoran la función gastrointestinal |
| <input type="checkbox"/> Leche o Huevos enriquecidos con omega 3 |  | Ácidos grasos omega 3 | Reducen el riesgo de enfermedad cardiovascular y mejoran la visión. |
| <input type="checkbox"/> Vino en cantidad moderada (no más de 2 vasos al día) |  | Flavonoides | Contribuyen a la salud cardiovascular |
| <input type="checkbox"/> Cereales con agregado de ácido fólico |  | Ácido fólico | El ácido fólico ayuda a reducir el número de casos de bebés que nacen con espina bífida. |

Para mantener la salud hoy que consumir una alimentación variada y completa. Incluya al menos dos platos de verduras y dos frutas todas las días.

Anexo 4

PIRÁMIDE ALIMENTICIA

