

PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE COACHING PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO DEL RESTAURANTE TURÍSTICO 25 HORAS CIUDAD DE CHICLAYO 2017

PROPOSAL OF COACHING STRATEGIES TO IMPROVE THE QUALITY OF SERVICE OF THE TOURIST RESTAURANT 25 HOURS CITY OF CHICLAYO 2017

Castillo Panduro Fátima del Carmen¹.
Castillo Panduro Pierina del Carmen².
María de los Ángeles Guzmán Valle³

Fecha de recepción : 30-10-19
Fecha de aprobación : 20-12-19
DOI : <https://doi.org/10.26495/rhe196.7511>



Resumen

La presente investigación titulada "Propuesta de estrategias de coaching para mejorar la calidad de servicio del Restaurante Turístico 25 horas ciudad de Chiclayo 2017" tiene como objetivo general proponer estrategias de coaching para mejorar la calidad de servicio del Restaurante Turístico 25 horas ciudad de Chiclayo 2017, presentando un diseño descriptivo propositivo, no experimental de corte transversal, el cual tras un análisis cuantitativo empleando como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario estructurados mediante la teoría de calidad de servicios propuesta por Cronin y Taylor, dirigido a una muestra de 134 clientes de dicho restaurante obtenidos mediante muestreo probabilístico, se llegó a determinar que la calidad de servicio del restaurante Turístico 25 horas es percibida como regular por los clientes que acuden a dicho establecimiento presentando algunos problemas en cuanto a disposición de ayuda, confiabilidad y seguridad; además en cuanto al establecimiento en la dimensión tangibilidad, esta se muestra poco atractiva, con problemas en limpieza. Otro punto importante es en el que los trabajadores deben estar correctamente uniformados, y teniendo conocimiento de los platos que se ofrecen en el lugar, por otro lado se determinaron estrategias en cuanto a valores del establecimiento, así como conocimiento de la metodología Coaching y talleres de atención al cliente, los cuales incluyen estandarización de respuestas de actividades para el buen desempeño laboral y por ende la mejora de la calidad de servicio.

Palabras clave: Calidad de servicio, Estrategias de coaching

Abstract

The present research entitled "Proposal of coaching strategies to improve the quality of service of the Tourist Restaurant 25 hours city of Chiclayo 2017" has as general objective to propose strategies of coaching to improve the quality of service of the Restaurant 25 hours of Chiclayo 2017, presenting a descriptive, non-experimental cross-sectional design, which after a quantitative analysis using as a technique the survey and as a questionnaire instrument structured through the service quality theory proposed by Cronin and Taylor, directed to a sample of 134 clients of said restaurant obtained through probabilistic sampling, it was determined that the quality of service of the restaurant 25 hours of Chiclayo 2017 is perceived as regular by the customers who come to said establishment presenting some problems regarding availability of help, reliability and security ad; in addition to the establishment in the tangibility dimension, this one is not very attractive, with cleaning problems. Another important point is that the workers must be properly uniformed, and they would have knowledge of the dishes that are offered the place, on the other hand were determined strategies regarding values of the establishment, as well as knowledge of the methodology Coaching and workshops of attention to client, which include standardization of responses of activities for the good work performance and therefore the improvement of quality of service.

Keywords: Quality of service, coaching strategies

¹ Licenciada en Administración Hotelera y de servicios turísticos, Universidad Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo– Lambayeque, Perú, fatimacastillopanduro@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-9566-7830>

² Licenciada en Administración, Escuela de Administración Hotelera, Universidad Santo Toribio de Mogrovejo, pierinacastillopanduro@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-2310-4913>

³ Magíster en Administración con mención en Gerencia Empresarial, Escuela de Sistemas, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo – Lambayeque, Perú, mguzman@unprg.edu.pe, <https://orcid.org/0000-0002-7159-5991>

1. Introducción

En la actualidad el Coaching se ha convertido en una herramienta para que los empresarios puedan cumplir con sus objetivos, desde su aparición en los años 80's ha demostrado tener muy buenos resultados (Briones, 2015). Esto ha llevado a realizar diversas investigaciones con la finalidad de mejorar la calidad del servicio brindado, por lo que se ha direccionado al rubro de restaurantes, uno de los casos más conocidos es el del restaurante español llamado "El Tridente" donde se propuso un sistema basado en Coaching para mejorar los servicios del restaurante, de manera que estos se han direccionado mediante la evaluación de calidad de servicio por las dimensiones con las que cuenta el método SERVPERF(García, 2012)

A nivel nacional, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2017) el sector alojamiento y restaurantes presentó una tendencia creciente en esta última década; sin embargo, su crecimiento es cada vez más pequeño de un año a otro y el valor que representa del Producto Bruto Interno (PBI) está comprendido en un rango del 2.86% a 3.22%. Específicamente, la evolución mensual de la actividad de restaurantes para el 2016 alcanzó un crecimiento de 2.4% sustentado en la favorable evolución de la mayoría de sus componentes; mientras que por grupos de servicios fue el rubro de restaurantes, pollerías, comida japonesa, chifas, comidas rápidas y restaurantes turísticos que por su mayor afluencia de público y nuevas propuestas gastronómicas crecieron en un 3.05%, asimismo, contribuyeron a este crecimiento las celebraciones del Día del Ceviche, Día del Chicharrón de Cerdo Peruano entre otras fiestas costumbristas y, además, los café restaurantes, las cevicherías, sandwicherías, heladerías, pizzerías y dulcerías aportaron con sus promociones e innovaciones de la oferta culinaria (Castro, 2017). Las ventas reportadas hasta junio del 2015 aumentaron en los restaurantes turísticos debido a la ampliación de locales, nuevas y novedosas promociones y esmerado servicio (INEI, 2015). Sin embargo pese a tener grandes oportunidades de crecimiento muchos de los restaurantes no presentan preocupación por mejorar la calidad de sus servicios y mucho menos realizar estrategias que permiten mejorarlas a partir de sus colaboradores es por ello que las investigaciones se han dirigido a realizar mejoras en dicho sector, un caso en Tumbes es el del restaurante Bahía, quien tenía la necesidad de evaluar la calidad de servicio de la empresa con la finalidad de poder determinar la deficiencias en el restaurante (Guevara, 2015).

En el contexto regional, pese a que se ha observado un crecimiento en el sector, Lambayeque solo aporta entre el 1.84% a 1.95% al sector alojamiento y restaurantes; mientras que dentro de la región ese sector contribuye entre 2.50% a 2.69% al PBI regional (INEI, 2017).

Aunque la inversión en nuevos restaurantes de nivel A1 prospera en la región, muchos no se registran en la Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo (GERCETUR) y la oferta de restaurantes no es pareja, en otras palabras, en los distritos aledaños a Chiclayo no se presenta la misma dinámica empresarial o la misma actividad turística (Depaz, 2016). Efectivamente, ya que están muy ligados, el potencial de los restaurantes aumenta con el crecimiento del sector turismo, pero se observa un descuido por parte de los restaurantes en Chiclayo puesto que los inspectores de salubridad clausuran de tiempo en tiempo restaurantes importantes de la localidad a causa de denuncias hechas por los mismos comensales sobre todo por malas prácticas relacionadas con deficiencias de cocinas y utensilios, falta de higiene y mala manipulación de alimentos (Sandoval, 2015).

Por ello, es de suma importancia que los propietarios o administradores de restaurantes de menú, comida criolla, pollerías, cevicherías, sandwicherías, chicharronerías, pizzerías, entre otros se capaciten continuamente y participen de talleres donde se dicten diversos temas como normas de higiene, seguridad y reglamento, nutrición, innovación en la cocina, gestión de calidad del servicio al cliente, desarrollo de marca, decoración, técnicas de mesa, entre otros con el fin de lograr la sostenibilidad de sus negocios (Vicente, 2012). No obstante, no basta con que los dueños y administradores de restaurantes se informen al respecto, sino es vital que se transmitan esos conocimientos a sus colaboradores, por ello para lograr un mejor aprovechamiento de eso debe ir acompañado con el coaching, puesto que este es un proceso con el cual se busca alcanzar el máximo

rendimiento de acuerdo con las posibilidades de cada colaborador o equipo, aprovechando el potencial de cada miembro, superando obstáculos y limitaciones personales para sacar lo mejor de sí y, de este modo, que cada persona logre trabajar de la manera más eficaz (Dilts, 2004). Gracias a que con el coaching se garantiza aumentar la potencialidad de cada colaborador, en esta investigación se busca realizar una propuesta de estrategias de coaching para que los propietarios o administradores implementen en el Restaurante Turístico 25 horas y, de esta manera, se mejore la calidad de servicio brindado

Por lo cual se pudo plantear el siguiente problema: ¿Cómo se mejorará la calidad de servicio mediante la propuesta de estrategias de coaching?

El objetivo general de la investigación fue: Proponer estrategias de coaching para mejorar la calidad de servicio del Restaurante Turístico 25 horas ciudad de Chiclayo 2017 y los objetivos específicos fueron: Evaluar la calidad de servicio del restaurante 25 Horas, Chiclayo 2017, Determinar estrategias basadas en la teoría de coaching para mejorar la calidad de servicio en el restaurante 25 Horas, Chiclayo 2017 y Ofrecer una herramienta que le permita a los trabajadores mejorar su desempeño para brindar una mejor calidad de servicio en el Restaurante Turístico 25 horas ciudad de Chiclayo 2017. La investigación justificada en el ámbito teórico debido a la revisión literaria realizada para el estudio y medición de las variables objeto de estudio como son la calidad de servicio y la propuesta de estrategias de coaching. Además, esta investigación será una contribución al área de estudio puesto que podrá ser utilizado como precedente en cuanto a metodología y resultados para otras investigaciones. Asimismo, esta investigación cobra relevancia social ya que se elaborará una propuesta de estrategias de coaching para la mejora de la calidad de servicio del Restaurante Turístico 25 horas de la ciudad de Chiclayo, que si bien es cierto en este estudio solo se propondrá, se espera que se implemente y así incrementar el nivel de calidad de servicio percibido por los comensales y con ello se logre incrementar la rentabilidad del restaurante turístico.

Con relación a la metodología es importante referir que es enfoque: Cuantitativo, el método seleccionado es de tipo inductivo, ya que se llega a conclusiones generales a partir de un caso particular y la investigación adoptó un nivel descriptivo-propositivo dado que se describirá la realidad actual (Ra) y posteriormente, se elaborará una propuesta (P) de mejora de acuerdo con la información recolectada, (Hernández, Fernández & Baptista, 2014). Esta investigación presenta un diseño no experimental puesto que solamente se observa el contexto donde se desarrolla el problema mas no se va a manipular deliberadamente ninguna de las variables a estudiar.

La población del estudio la constituyen por 4,372 clientes según el reporte de ventas del Restaurante Turístico 25 horas ciudad de Chiclayo 2017y la muestra estuvo conformada por 134 clientes. La técnica de recolección de datos para esta investigación fue la encuesta, cuyo instrumento es el cuestionario el cual consta de 19 preguntas. En el capítulo de resultados, se pudo determinar que la calidad de servicio es percibida como regular por los clientes que acuden a dicho establecimiento, el cual presenta algunos problemas en cuanto a disposición de ayuda, confiabilidad y seguridad; además respecto al establecimiento en la dimensión tangibilidad, esta se muestra poco atractiva, con problemas en limpieza.

2. Material y Métodos

Diseño

El enfoque fue cuantitativo, de tipo aplicada y nivel descriptivo.

Esta investigación presenta un diseño no experimental puesto que solamente se observa el contexto donde se desarrolla el problema mas no se va a manipular deliberadamente ninguna de las variables a estudiar, (Hernández, Fernández y Baptista, 2014

Población y muestra

Población

Población: La población está conformada por 4,372 clientes según el reporte de ventas del Restaurante Turístico 25 horas ciudad de Chiclayo 2017.

Muestra: La muestra estará conformada por 134 clientes del Restaurante Turístico 25 horas ciudad de Chiclayo 2017.

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{Z^2 * p * q + Ne^2}$$

Donde:

N = 4,372

Z = Nivel de confianza: 95% (1.96)

p = 0.9

q = 1 - p = 0.1

e2= Error muestral (0.05)

Remplazando valores:

n = 134

Criterios de selección: Debido a la naturaleza de la investigación, carece de criterios de selección.

Instrumentos de recolección de datos

La técnica de recolección de datos para esta investigación será la encuesta, cuyo instrumento es el cuestionario el cual consta de 19 preguntas. Para la recolección de datos se solicitará la autorización de la empresa para la aplicación de los instrumentos de medición.

Confiabilidad del instrumento

Tabla 1. Confiabilidad del instrumento

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,728	19

Para la fiabilidad del instrumento fue necesaria la prueba de alfa de Cronbach la cual está determinada por una escala entre el 0 y la unidad válida para instrumentos de escala Likert obteniendo un valor de 0.728 el cual es determinado como un valor elevado y aceptable.

Técnicas para el procesamiento y análisis de datos

El análisis y el procesamiento de los datos fueron recolectados mediante los programas estadísticos Microsoft Excel y SPSS 21, pues ellos permiten presentar los datos en tablas de frecuencia, y gráficos.

3. Resultados

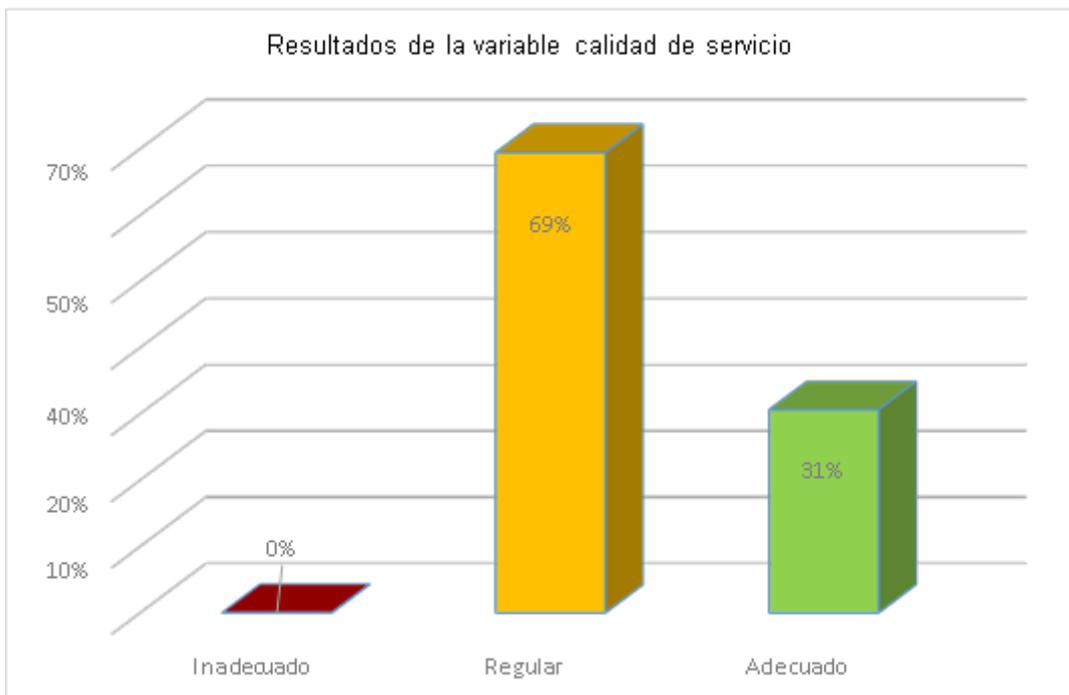


Figura N° 01. Resultados de la variable calidad de servicio.

Interpretación: Según la figura 01 se puede determinar a manera general que la calidad de servicio es percibida como regular, esto contrastado en un 69% del total de resultados obtenidos de la encuesta aplicada sin embargo existe un 31% de calificación como adecuada la calidad de servicio percibida en el Restaurante Turístico 25 Horas

4. Discusión

De todos los datos obtenidos se determina que la calidad de servicio en el restaurante del restaurante Turístico 25 horas ciudad de Chiclayo 2017 se considera regular, ello se encuentra corroborado en la tabla 23 y en la figura 20 donde el mayor porcentaje lo obtuvo ese valor con un 69% del total del análisis, por otro lado cabe señalar para llegar a este resultado se tuvo que realizar una encuesta de 19 ítems dividido por indicadores, dimensiones y variable, las cuales se han direccionado según la teoría de Parasuraman con el método SERVQUAL, ya que este enunciado fue el primero en publicar dimensiones capaces de medir la calidad de servicio sin embargo la aplicación de acuerdo a esta teoría sólo es válida para empresas que recién están comenzando con sus actividades, de manera que la empresa al tener ya un tiempo en el mercado de restaurantes se ha obviado la parte de la expectativa, solo tomando la percepción del consumidor y basándose en los resultados para determinar las brechas induciendo a partir de las calificaciones por indicadores.

De lo indicado anteriormente la primera dimensión es la de fiabilidad la cual se encuentra dividida por indicadores como el indicador cumplimiento del tiempo prometido del servicio, el cual refleja que en su mayoría (45%) visualizada en la tabla 1, considera que el restaurante turístico 25 Horas cumple con lo prometido cuando se le solicita algún servicio, existiendo diferencia por no mencionar la mayoría que siempre lo hace; esto da a conocer que aún el restaurante debe mejorar ciertas cosas en los procesos, sin embargo en el indicador disposición a ayudar a los clientes el mayor porcentaje siendo el 46% considera que siempre el personal presenta disposición a ayudar a sus clientes; otro indicador muy importante en este análisis es el de evitar errores en cuanto a sus servicios, determinándose que el 49% del total de encuestados considera que casi siempre el personal del restaurante turístico busca disminuir sus errores. En cuanto a su parte más importante es lo que ofrece un 51% considera que siempre el restaurante ofrece platos variados y de calidad esto demuestra que aún el restaurante necesita reforzar en cuanto a la calidad de sus platos y variedad, por otro lado en cuanto a la capacidad de respuesta, esta se encuentra determinada por la disposición a ayudar, servicio inmediato y comunicación del personal teniendo como resultado una inclinación por siempre o casi siempre se realizan estas con buen resultado, además la disposición a responder dudas el 37% considera que a veces el personal del restaurante 25 horas responde a la dudas de los clientes claramente.

Otra dimensión importante es la tangibilidad de los negocios el cual ha tenido problemas, lo que refleja que la apariencia no es bien apreciada por los clientes y en cuanto a la pulcritud del negocio la mayor parte de los encuestados considera que a veces la apariencia del restaurante le parece limpia, en cuanto a la caracterización del personal el 37% considera que casi nunca este se encuentra uniformado adecuadamente. La empatía del personal ha presentado calificaciones que van desde a veces a siempre, demostrando que es necesario mejorar esta dimensión especialmente en cuanto a la comprensión de las necesidades específicas de los clientes, otro factor que se debe mejorar es el de la trasmisión de confianza ya que el 44% de los encuestados considera que casi nunca el restaurante Turístico 25 Horas tiene empleados que transmiten confianza a sus clientes, sin embargo un 51% considera que casi siempre se trasmite seguridad en las transacciones al momento del pago, otra parte destacable del lugar es que la mayor cantidad de los encuestados siendo el 41% considera que siempre el establecimiento cuenta con vigilancia permanente.

5. Conclusiones

A raíz de todo lo investigado se concluye que la calidad de servicio del restaurante Turístico 25 horas ciudad de Chiclayo 2017 es percibida como regular por los clientes que acuden a dicho establecimiento, el cual presenta algunos problemas en cuanto a disposición de ayuda, confiabilidad y seguridad; además respecto al establecimiento en la dimensión tangibilidad, esta se muestra poco atractiva, con problemas en limpieza. Otro punto importante es que los trabajadores deben estar correctamente uniformados, y deben tener conocimiento de los platos que se ofrecen en el lugar.

Entre las estrategias se determinaron en cuanto a valores del establecimiento, así como conocimiento de la metodología Coaching y talleres de atención al cliente, los cuales incluyen estandarización de respuestas de actividades para el buen desempeño laboral y por ende la mejora de la calidad de servicio.

Así mismo la propuesta brinda una herramienta válida en cuanto a talleres siendo esta la más apropiada para la mejora de las actividades del personal, por el nivel educativo de los colaboradores de la empresa se pudo determinar que es más efectiva la práctica que la teoría, realizándose un taller donde se une ambos y otorga un mayor aprendizaje. Además de poder elegir un Coach que pueda involucrarse mucho más con el personal con la finalidad de poder alcanzar los objetivos o metas trazadas.

La propuesta se ha basado en estrategias coaching, las cuales deben ir incrementándose paulatinamente, de manera que es un primer paso para posteriores mejoras en el establecimiento. Los talleres realizados tendrán un costo total de S/ 3035.00 soles, siendo el de mayor costo el primero ya que se agrega el costo del proyector, laptop y pizarra.

6. Referencias

- Briones, A. (2015). *El gran juego del Coaching* (1ª ed.). Madrid, España: Mestas.
- Castro, J. (15 de febrero del 2017). Sector hoteles creció 3.6% y restaurantes 2.4% en 2016. Portal de turismo. [Plataforma virtual]. Recuperado de: <http://portaldeturismo.pe/index.php/local/item/6529-sector-hoteles-crecio-3-6-y-restaurantes-2-4-en-2016>
- Depaz, S. (18 de mayo del 2016). Destacan crecimiento de la oferta hotelera en la región Lambayeque. Andina. Recuperado de: <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-destacan-crecimiento-de-oferta-hoteler-la-region-lambayeque-613028.aspx>
- Dilts, R. (2004). *Coaching. Herramientas para el cambio*. Barcelona: Ediciones Urano S.A.
- García, J. (2012). *Sistema de calidad para el restaurante el Tridente, Hotel Neptuno, en Valencia, España*. Universidad Señor Bolívar.
- Hernández, R.; Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill. México.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2017). Economía. Sistema de Información Económica. Principales indicadores macroeconómicos. Recuperado de: <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/economia/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2015). Encuesta Mensual del Sector Servicios junio 2015. Boletín estadístico, año 1, edición N° 02.
- Sandoval, W. (2015). Restaurantes de Chiclayo son clausurados por deficiente higiene. El Comercio. [Plataforma virtual].
- Vicente, J. (2012). Rubro de restaurantes creció 9.55% entre enero y abril. Andina. [Plataforma virtual]. Recuperado de: <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-rubro-restaurantes-crecio-955-entre-enero-y-abril-416946.aspx>