



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE TURISMO**

**CALIDAD DEL SERVICIO EN LOS RESTAURANTES QUE OFRECEN  
GASTRONOMIA TIPICA DEL CANTON PIÑAS.**

**OCHOA VERA MARIA FERNANDA  
LICENCIADA EN TURISMO**

**MACHALA  
2023**



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE TURISMO**

**CALIDAD DEL SERVICIO EN LOS RESTAURANTES QUE  
OFRECEN GASTRONOMIA TIPICA DEL CANTON PIÑAS.**

**OCHOA VERA MARIA FERNANDA  
LICENCIADA EN TURISMO**

**MACHALA  
2023**



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE TURISMO**

**PROYECTOS INTEGRADORES**

**CALIDAD DEL SERVICIO EN LOS RESTAURANTES QUE  
OFRECEN GASTRONOMIA TIPICA DEL CANTON PIÑAS.**

**OCHOA VERA MARIA FERNANDA  
LICENCIADA EN TURISMO**

**AGUILAR GONZALEZ FREDDY ERNESTO**

**MACHALA  
2023**

# CALIDAD DEL SERVICIO EN LOS RESTAURANTES QUE OFRECEN GASTRONOMIA TIPICA DEL CANTON PIÑAS

*por Maria Fernanda Ochoa Vera*

---

**Fecha de entrega:** 09-mar-2024 11:50p.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 2316353590

**Nombre del archivo:** TRABAJO\_DE\_TITULACION\_MARI\_FERNANDA\_OCHOA\_VERA.docx (7.18M)

**Total de palabras:** 14728

**Total de caracteres:** 82509

# CALIDAD DEL SERVICIO EN LOS RESTAURANTES QUE OFRECEN GASTRONOMIA TIPICA DEL CANTON PIÑAS

## INFORME DE ORIGINALIDAD

10%

INDICE DE SIMILITUD

9%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://scielo.iics.una.py">scielo.iics.una.py</a> Fuente de Internet	<1 %
2	<a href="http://www.eluniverso.com">www.eluniverso.com</a> Fuente de Internet	<1 %
3	<a href="http://vsip.info">vsip.info</a> Fuente de Internet	<1 %
4	<a href="http://espanol.cdc.gov">espanol.cdc.gov</a> Fuente de Internet	<1 %
5	<a href="http://www.grafiati.com">www.grafiati.com</a> Fuente de Internet	<1 %
6	<a href="http://www.scielo.org.bo">www.scielo.org.bo</a> Fuente de Internet	<1 %
7	<a href="http://puertomaderoeditorial.com.ar">puertomaderoeditorial.com.ar</a> Fuente de Internet	<1 %
8	<a href="http://repositorio.una.ac.cr">repositorio.una.ac.cr</a> Fuente de Internet	<1 %
9	<a href="http://eprints.rclis.org">eprints.rclis.org</a> Fuente de Internet	<1 %

<1 %

10

Submitted to Universidad Nacional Autonoma de Chota

Trabajo del estudiante

<1 %

11

Submitted to pontificiabolivariana

Trabajo del estudiante

<1 %

12

[journals.uran.ua](http://journals.uran.ua)

Fuente de Internet

<1 %

13

Submitted to Universidad de Almeria

Trabajo del estudiante

<1 %

14

[fr.slideshare.net](http://fr.slideshare.net)

Fuente de Internet

<1 %

15

Submitted to Cliffside Park High School

Trabajo del estudiante

<1 %

16

[pdfs.semanticscholar.org](http://pdfs.semanticscholar.org)

Fuente de Internet

<1 %

17

[risti.xyz](http://risti.xyz)

Fuente de Internet

<1 %

18

[revistas.um.es](http://revistas.um.es)

Fuente de Internet

<1 %

19

Christian Jairo Tinoco Plasencia.  
"Organizational Climate and Job Satisfaction  
Among Workers in a Peruvian Company",  
Industrial Data, 2023

<1 %

---

20	Submitted to De Montfort University Trabajo del estudiante	<1 %
21	repositorio.tec.mx Fuente de Internet	<1 %
22	repository.unad.edu.co:8080 Fuente de Internet	<1 %
23	revista.profesionaldelainformacion.com Fuente de Internet	<1 %
24	revistas.ucu.edu.uy Fuente de Internet	<1 %
25	Submitted to Universidad Nacional del Chimborazo Trabajo del estudiante	<1 %
26	livrosdeamor.com.br Fuente de Internet	<1 %
27	www.turismo.gob.ec Fuente de Internet	<1 %
28	maestroysociedad.uo.edu.cu Fuente de Internet	<1 %
29	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	<1 %
30	rc.cienciasas.org Fuente de Internet	<1 %

---

31	<a href="http://revistas.unac.edu.co">revistas.unac.edu.co</a> Fuente de Internet	<1 %
32	<a href="http://riico.net">riico.net</a> Fuente de Internet	<1 %
33	<a href="http://asa.lib.lehigh.edu">asa.lib.lehigh.edu</a> Fuente de Internet	<1 %
34	<a href="http://bibvirtual.ucb.edu.bo">bibvirtual.ucb.edu.bo</a> Fuente de Internet	<1 %
35	<a href="http://spanish.besser.com">spanish.besser.com</a> Fuente de Internet	<1 %
36	<a href="http://www.ceu.es">www.ceu.es</a> Fuente de Internet	<1 %
37	<a href="http://bibliotecavirtualoducal.uc.cl">bibliotecavirtualoducal.uc.cl</a> Fuente de Internet	<1 %
38	<a href="http://ikua.iiap.gob.pe">ikua.iiap.gob.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
39	<a href="http://search.ndltd.org">search.ndltd.org</a> Fuente de Internet	<1 %
40	<a href="http://www.icesi.edu.co">www.icesi.edu.co</a> Fuente de Internet	<1 %
41	Submitted to Universidad Europea de Madrid Trabajo del estudiante	<1 %
42	<a href="http://explore.openaire.eu">explore.openaire.eu</a> Fuente de Internet	<1 %



43	<a href="http://ideas.repec.org">ideas.repec.org</a> Fuente de Internet	<1 %
44	<a href="http://repositorio.uasb.edu.ec">repositorio.uasb.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
45	<a href="http://s3-eu-west-1.amazonaws.com">s3-eu-west-1.amazonaws.com</a> Fuente de Internet	<1 %
46	<a href="http://fipcaec.com">fipcaec.com</a> Fuente de Internet	<1 %
47	<a href="http://revistas.unal.edu.co">revistas.unal.edu.co</a> Fuente de Internet	<1 %
48	<a href="http://conociendosobresexualidad.blogspot.com">conociendosobresexualidad.blogspot.com</a> Fuente de Internet	<1 %
49	<a href="http://www.riico.net">www.riico.net</a> Fuente de Internet	<1 %
50	Submitted to Submitted on 1692133038130 Trabajo del estudiante	<1 %
51	<a href="http://plrnotes.noblogs.org">plrnotes.noblogs.org</a> Fuente de Internet	<1 %
52	<a href="http://press.religacion.com">press.religacion.com</a> Fuente de Internet	<1 %
53	<a href="http://repositorio.unamad.edu.pe">repositorio.unamad.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
54	<a href="http://repositorio.uchile.cl">repositorio.uchile.cl</a> Fuente de Internet	<1 %

55

[ucm.es](https://www.ucm.es)

Fuente de Internet

&lt;1 %

56

María-Gabriela Montesdeoca-Calderón, Irene Gil-Saura, María-Eugenia Ruiz-Molina, Carlos Martín-Ríos. "Tackling food waste management: Professional training in the public interest", International Journal of Gastronomy and Food Science, 2023

Publicación

&lt;1 %

57

[eujournal.org](https://www.eujournal.org)

Fuente de Internet

&lt;1 %

58

[Submitted to uazuay](#)

Trabajo del estudiante

&lt;1 %

59

[www.telegate.es](http://www.telegate.es)

Fuente de Internet

&lt;1 %

60

[cherokee.iespana.es](http://cherokee.iespana.es)

Fuente de Internet

&lt;1 %

61

[doczz.es](https://www.doczz.es)

Fuente de Internet

&lt;1 %

62

[es.wikihow.com](https://es.wikihow.com)

Fuente de Internet

&lt;1 %

63

[noesis.uis.edu.co](https://noesis.uis.edu.co)

Fuente de Internet

&lt;1 %

64

[ojs.docentes20.com](https://ojs.docentes20.com)

Fuente de Internet

&lt;1 %

65

[rdu.unc.edu.ar](http://rdu.unc.edu.ar)

Fuente de Internet

&lt;1 %

66

[repositorio.uneatlantico.es](http://repositorio.uneatlantico.es)

Fuente de Internet

&lt;1 %

67

[repositorioinstitucional.ceu.es](http://repositorioinstitucional.ceu.es)

Fuente de Internet

&lt;1 %

68

[www.puertogijon.es](http://www.puertogijon.es)

Fuente de Internet

&lt;1 %

69

[www.scielo.br](http://www.scielo.br)

Fuente de Internet

&lt;1 %

70

**Submitted to BENEMERITA UNIVERSIDAD  
AUTONOMA DE PUEBLA BIBLIOTECA**

Trabajo del estudiante

&lt;1 %

71

**Inmaculada Concepción Jemes Campaña, Rita  
Pilar Romero-Galisteo, María Teresa Labajos  
Manzanares, Noelia Moreno Morales.****"Evaluation of quality of service in Early  
Intervention: A systematic review", Anales de  
Pediatría (English Edition), 2019**

Publicación

&lt;1 %

72

[baixardoc.com](http://baixardoc.com)

Fuente de Internet

&lt;1 %

73

[biblio.iberopuebla.mx](http://biblio.iberopuebla.mx)

Fuente de Internet

&lt;1 %

74

[mail.ues.edu.sv](http://mail.ues.edu.sv)

Fuente de Internet

<1 %

75

[revistas.usat.edu.pe](http://revistas.usat.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

76

[search.bvsalud.org](http://search.bvsalud.org)

Fuente de Internet

<1 %

77

[tesis.unsm.edu.pe](http://tesis.unsm.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

78

[tesis.usat.edu.pe](http://tesis.usat.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

79

[uajournals.com](http://uajournals.com)

Fuente de Internet

<1 %

80

[www.forobar.com.ar](http://www.forobar.com.ar)

Fuente de Internet

<1 %

81

[www.ingurugiroetxea.org](http://www.ingurugiroetxea.org)

Fuente de Internet

<1 %

82

[www.inti.gov.ar](http://www.inti.gov.ar)

Fuente de Internet

<1 %

83

[www.johnsoncontrols.es](http://www.johnsoncontrols.es)

Fuente de Internet

<1 %

84

[www.leanroots.com](http://www.leanroots.com)

Fuente de Internet

<1 %

85

[www.pantrysdeleste.com](http://www.pantrysdeleste.com)

Fuente de Internet

<1 %

86 [www.xpertmart.com](http://www.xpertmart.com) Fuente de Internet <1 %

---

87 [www.yumpu.com](http://www.yumpu.com) Fuente de Internet <1 %

---

88 [repositorio.uss.edu.pe](http://repositorio.uss.edu.pe) Fuente de Internet <1 %

---

89 Lesly Johanna Benítez Pincay, Edith Vanessa Bonín Campos, Lissette Juleysi Vacacela Conforme, Gissela Anabel Guaman Yanza. "MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA LA ADMINISTRACIÓN DEL BAR "LA BODEGUITA" CANTÓN DURÁN", Prohominum, 2021  
Publicación <1 %

---

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado

## CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

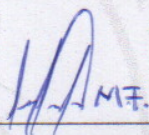
La que suscribe, OCHOA VERA MARIA FERNANDA, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado CALIDAD DEL SERVICIO EN LOS RESTAURANTES QUE OFRECEN GASTRONOMIA TIPICA DEL CANTON PIÑAS., otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



OCHOA VERA MARIA FERNANDA

0750248585

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios por guiarme en este gran trayecto de mi vida, a mi madre Geomar Vera, a mi hermano Jostyn Jiménez, a mi hermana Meylin Jiménez, a mi padre Miguel Ochoa, a mi segundo papá Joselito Jiménez, a mi abuelita Bertha Encalada, a mi abuelito Porfirio Vera, por el gran hogar lleno de amor que me brindan, por su motivación, por nunca dejarme sola y apoyarme incondicionalmente para que cumpla con todas mis metas.

Especialmente dedico este esfuerzo a mi adorable madre Geomar Maribel Vera Encalada, por luchar junto a mí por mis sueños, por ser un modelo a seguir, por siempre estar al pendiente de mí, por formarme con buenos valores, por sus consejos, porque gracias a ellos nunca me he rendido ni me he dado por vencida frente a los obstáculos que se me han atravesado en el transcurso de mi vida.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por permitirme estar con vida, por guiarme e iluminar mi camino, porque gracias a ello he podido llegar hasta donde estoy el día de hoy, también por permitirme gozar de una extraordinaria familia llena de salud y amor.

A mis padres, por ser un pilar fundamental en mi trascurso académico, por siempre darme ese aliento para seguir adelante y por siempre inculcarme buenos principios.

A mi Hermano Jostyn Jiménez y a mi hermana Meylin Jiménez por siempre estar presentes, por compartir su tiempo conmigo mientras realizaba este trabajo de investigación, y por siempre aportar anécdotas bonitas en mí.

A mi familia, por su apoyo incondicional, por el cariño infinito que siempre me han brindado, por su confianza, por sus palabras de aliento que siempre fueron y serán de gran importancia para mí. De igual manera a mi pareja Enrique Sánchez, por su respaldo y acompañamiento en todo este transcurso, de corazón mil gracias.

A mi prestigiosa universidad por darme la oportunidad de formarme en el ámbito profesional y también a todos los docentes de mi carrera porque en el trascurso han dejado su aporte y nos han compartido sus conocimientos.

Agradezco también a mi asesor el Lic. Freddy Aguilar, por haberme dado la oportunidad de recurrir a sus conocimientos, por el apoyo que me brindó y por haberme guiado de la mejor manera durante el desarrollo de este trabajo.



## INDICE

<b>CONTENIDO</b>	
DEDICATORIA.....	3
AGRADECIMIENTO .....	4
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR .....	5
INFORME ANTI-PLAGIO .....	6
INDICE.....	7
RESUMEN.....	10
ABSTRACT .....	11
<b>1. CAPITULO I.....</b>	<b>12</b>
<b>1.1 INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>12</b>
<b>1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>14</b>
<b>1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>16</b>
<b>1.3.1 Objetivo General.....</b>	<b>16</b>
<b>1.3.2 Objetivos Específicos .....</b>	<b>16</b>
<b>1.4 JUSTIFICACION .....</b>	<b>17</b>
<b>2. CAPITULO II.....</b>	<b>18</b>
<b>2.1 MARCO TEORICO.....</b>	<b>18</b>
La satisfacción del cliente por la calidad del servicio de los restaurantes. ....	18
Objetivos principales del servicio de los restaurantes. ....	18
Importancia .....	18
Características .....	19
Tipos de métodos para medir la calidad .....	19
SERVQUAL:.....	19
DINESERV: .....	20
SERVPERF: .....	20
LIBQUAL: .....	21
Impacto de calidad de servicio restaurantero .....	22
Métodos y técnicas para evaluar la calidad en el servicio de restaurantes .....	22
Clasificación de restaurantes.....	22

<b>2.2 MARCO CONCEPTUAL</b> .....	<b>23</b>
Calidad del servicio .....	23
Calidad del servicio en restaurantes .....	23
Beneficios .....	24
<b>2.3 MARCO LEGAL</b> .....	<b>24</b>
Legislación en la calidad del servicio de restaurantes .....	24
Políticas.....	24
Regulaciones .....	25
<b>3. CAPITULO III</b> .....	<b>26</b>
<b>3.1. Metodología</b> .....	<b>26</b>
Metodología mixta .....	26
Metodología cuantitativa .....	26
Metodología cualitativa .....	26
<b>3.2. Método</b> .....	<b>27</b>
Método descriptivo .....	27
<b>3.2.1. Población</b> .....	<b>27</b>
<b>3.2.2. Muestra</b> .....	<b>27</b>
<b>3.3. Diseño y aplicación de instrumentos de recolección de datos</b> .....	<b>28</b>
Observación .....	28
Encuestas .....	28
Entrevistas.....	28
<b>3.3.1. Herramientas</b> .....	<b>29</b>
Formulario de encuesta.....	29
Entrevista .....	29
<b>3.4. Interpretación de resultados</b> .....	<b>30</b>
<b>3.5. Análisis y discusión de resultados</b> .....	<b>70</b>
<b>CAPITULO IV</b> .....	<b>73</b>
<b>4.1. Propuesta Integradora</b> .....	<b>73</b>
<b>4.1.1. Misión</b> .....	<b>73</b>
<b>4.1.2. Visión</b> .....	<b>73</b>
<b>4.1.3. Objetivo</b> .....	<b>73</b>

<b>4.1.4. Estructura .....</b>	<b>74</b>
NORMAS DE HIGIENE.....	74
GESTION EN SERVICIO AL CLIENTE.....	75
PREVENCION DE CONTAMINACION CRUZADA .....	78
MANIPULACION CORRECTA DE ALIMENTOS .....	79
ENFERMEDADES POR TRANSMISION ALIMENTARIA.....	81
OPERACIONES EN EL PUNTO DE VENTA.....	83
GESTIÓN DE RESERVAS Y TURNOS.....	85
MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES .....	87
RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL .....	89
PROCEDIMIENTOS DE EMERGENCIA .....	90
<b>4.2.CONCLUSIONES.....</b>	<b>93</b>
<b>4.3.RECOMENDACIONES .....</b>	<b>95</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>107</b>

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación está enfocado en analizar la calidad del servicio en restaurantes que ofrecen en su menú gastronomía típica en el cantón Piñas, esto se pretende realizar con la finalidad de conocer aquellos factores que impactan de manera significativa la experiencia del cliente y proponer un modelo de gestión de procedimientos y buenas prácticas para que los prestadores de este servicio logren satisfacer las necesidades del consumidor, mejorar el servicio en el sector restaurantero, atraer a más clientes y fidelizar a los que tienen. En la actualidad el sector de alimentos y bebidas se encuentra en constante crecimiento, lo que refleja que cada vez el consumidor está dispuesto a gastar más esperando un servicio de calidad, sin embargo algunos restaurantes están descuidando el manejo de sus operaciones, brindando así un servicio ineficiente. En base a ello, mediante las cinco dimensiones del modelo SERVQUAL se busca medir la calidad de los restaurantes que, según la información obtenida del catastro municipal cantonal cuentan con clasificación de uno y dos tenedores.

**Palabras Claves:** calidad, servicio, calidad de servicio, restaurantes, SERVQUAL, modelo.

## ABSTRACT

This research work is focused on analyzing the quality of service in restaurants that offer typical gastronomy in the Piñas canton, this is intended to be done in order to know those factors that significantly impact the customer experience and propose a management model of procedures and best practices for the providers of this service to meet consumer needs, improve service in the restaurant sector, attract more customers and retain the ones they have. Currently, the food and beverage sector is in constant growth, which reflects the fact that consumers are willing to spend more and more money expecting a quality service, however, some restaurants are neglecting the management of their operations, thus providing an inefficient service. Based on this, the five dimensions of the SERVQUAL model are used to measure the quality of the restaurants that, according to information obtained from the cantonal municipal cadastre, are classified as one and two forks.

**Keywords:** quality, service, service quality, restaurants, SERVQUAL, model.

# 1. CAPITULO I


## 1.1 INTRODUCCIÓN

Dentro del sector de alimentos y bebidas, se encuentran tendencias que demuestran el gran crecimiento y demanda en un entorno centrado en el servicio al cliente, en lo que el cliente espera y sus preferencias. Actualmente la calidad en el servicio al cliente de un restaurante refleja una ventaja competitiva y su éxito depende de sus operaciones, brindar un servicio de calidad es un elemento clave para lograr la satisfacción del cliente y que tenga una experiencia única, esperando así fidelizar al consumidor y que sienta la necesidad de volver una y otra vez.

Un análisis profundo del sector restaurantero en el ámbito turístico es fundamental para tomar decisiones acertadas en este negocio. Citando a Coronel et al., (2019) comentan que la satisfacción del cliente y la calidad del servicio son factores clave para el éxito del restaurante. Por ello, es necesario analizar continuamente los factores que afectan a estos aspectos y trabajar en mejorarlos.

Los clientes son cada vez son más exigentes y buscan vivir experiencias únicas e inolvidables, por lo que es esencial brindar un servicio de calidad que cumpla con sus expectativas, tomando en cuenta que la competencia en esta área es cada vez más feroz, por lo que es necesario destacarse y diferenciarse del resto de establecimientos. Para lograrlo, es necesario analizar cuáles son aquellos factores que impactan de manera más significativa en la satisfacción del cliente y trabajar en mejorarlos constantemente.

El nivel de servicio al cliente de un restaurante es un factor esencial para el éxito de su negocio, este se relaciona con qué tan satisfecho está un cliente con el nivel de atención recibido, la efectividad del servicio y la manera en que se brindó el servicio. Desde el punto de vista de



Tapia & Arteaga (2020) mencionan que “La calidad no es lo que se pone dentro de un servicio, es lo que el cliente obtiene de él y por lo que el cliente está dispuesto a pagar”.

El sector restaurantero se encuentra estrechamente ligado al turismo, ya que gran parte de sus clientes son turistas que buscan disfrutar de la gastronomía típica local durante su estancia en un lugar determinado. De acuerdo con Silva et al., (2021) “es fundamental comprender las necesidades y expectativas de los consumidores, ya que su satisfacción será clave para el éxito del restaurante”.



## **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El sector de la restauración se encuentra en constante crecimiento por lo que los locales van en incremento lo cual refleja una gran demanda de competencia, existe un alto porcentaje de consumidores entre adultos, trabajadores, familia y consumo local por lo que indica que el consumidor está dispuesto a gastar más en restauración esperando un servicio de calidad, pero la mayoría de restaurantes no le dan la importancia adecuada a la calidad del servicio que brindan, debido a esto se llega a la necesidad de analizar la calidad del servicio que ofrecen los restaurantes de comida típica del cantón Piñas, esto se realizará mediante un cuestionario basado en el modelo Servqual.

Medir la calidad del servicio es difícil porque es intangible e involucra factores subjetivos, la satisfacción del cliente se logra cuando las expectativas creadas antes de recibir el servicio superan el valor percibido después de recibir el servicio, por lo que la percepción de la calidad varía de persona a persona y por último es el consumidor quien determina el grado de la calidad según qué tan bueno fue el servicio recibido.

En primera instancia se busca medir la calidad del servicio que los restaurantes de comida típica de uno y dos tenedores del cantón Piñas ofrecen a sus clientes y así poder analizar las falencias y determinar en qué aspectos se puede mejorar para lograr la satisfacción del cliente. En segunda instancia se pretende brindar un manual de procedimientos y buenas prácticas para los prestadores de servicios de los restaurantes, con el uso correcto del manual y con la gestión adecuada poder llegar a mejorar la calidad y el servicio, dando como resultado positivo atraer a más clientes y lograr fidelizar con los que se cuenta.



### *Preguntas de la investigación*

¿Cómo se puede conocer el grado de satisfacción en el servicio que brindan a los clientes los restaurantes que ofrecen comida típica del cantón Piñas?

¿Un análisis de la calidad del servicio restaurantero permitirá detectar las falencias de la atención al cliente?

¿Brindando un manual de buenas prácticas a los restaurantes con falencias, permitirá mejorar el servicio de los restaurantes y satisfacer las necesidades del consumidor?

## **1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### ***1.3.1 Objetivo General***

**OG:** Analizar la calidad del servicio en restaurantes que ofrecen comida típica del cantón Piñas mediante un cuestionario del modelo Servqual.

### ***1.3.2 Objetivos Específicos***

**OE1:** Analizar la calidad del servicio que brindan los restaurantes de uno y dos tenedores del cantón Piñas mediante una encuesta basada en las cinco dimensiones del modelo Servqual.

**OE2:** Identificar el nivel de satisfacción del consumidor en los restaurantes de comida típica del cantón Piñas, a través de la experiencia de los turistas y clientes.

**OE3:** Proponer un manual de procedimientos y buenas prácticas para los restaurantes que ofrecen comida típica del cantón Piñas.

## 1.4 JUSTIFICACION

La industria turística se desarrolla en un entorno económico donde el mercado está cada vez más saturado y las demandas de los consumidores son cada vez más poderosas, por lo cual la competencia se ha intensificado, debido a esto los restaurantes se ven obligados a mejorar los sistemas de gestión y la calidad del servicio.

Teniendo en cuenta a Allen (2022) opina que “para las empresas de servicios, los productos y servicios están relacionados con la satisfacción del cliente, incluida la calidad del servicio, la comodidad y conveniencia de las instalaciones del restaurante y el tiempo de espera. Es precisamente el tiempo de espera quien presenta mayor impacto en la percepción de satisfacción de los clientes”.

En el entorno competitivo actual las organizaciones deben ponerse en el contexto de los clientes y desarrollar normas basadas en sus perspectivas, porque la calidad debe satisfacer sus necesidades y requerimientos. Un aspecto preocupante es el deterioro de la calidad por un mal servicio. Es por ello que en la presente investigación se busca analizar la calidad de los restaurantes de uno y dos tenedores del cantón Piñas, esto se realizará mediante el modelo Servqual el cual mediante sus cinco dimensiones nos permitirá conocer la realidad del entorno, medir la calidad del servicio y caracterizar el servicio que es entregado al cliente. Así mismo se busca conocer las falencias de dichos restaurantes para luego realizar un manual de procedimientos y buenas prácticas, para que dichas empresas puedan aplicarlo y así mejorar de manera sustancial la calidad en los servicios que brindan. Este trabajo es de gran importancia ya que pretende mejorar de manera sustancial la calidad en los servicios que brindar los restaurantes de comida típica del cantón Piñas.

## 2. CAPITULO II

### 2.1 MARCO TEORICO

#### *La satisfacción del cliente por la calidad del servicio de los restaurantes.*

La satisfacción del cliente es la suma de la percepción que tiene el cliente de qué tan bien se han cumplido sus expectativas. “Calificar un producto o servicio tiene un enorme impacto en la satisfacción del cliente. Las características más importantes de un servicio como un restaurante pueden ser los camareros, el horario de trabajo, el equipamiento, el mobiliario, la variedad de los platos, el sabor de los platos, el ambiente del restaurante y el tiempo de servicio” Monroy & Cázares (2019).

#### *Objetivos principales del servicio de los restaurantes.*

Desde un punto de vista estratégico en la planificación empresarial, la calidad del servicio y la satisfacción del cliente son dos mecanismos muy importantes para establecer una posición en el mercado y establecer objetivos para lograr mayores ganancias. El autor Ceseña (2020) afirma que existe una relación positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. La satisfacción del cliente es una evaluación de la calidad del servicio, que también determina la complementariedad de las ofertas del mercado.

#### *Importancia*

“El servicio al cliente lo es todo en la industria de la restauración, un buen desempeño proporciona una ventaja competitiva significativa, mejora la posición en el mercado y garantiza la lealtad y confianza del cliente. Cuando hablamos de servicios intangibles, se supone que su calidad es evaluada por el cliente y es el juez y es quien da valoración positiva o negativa de los servicios recibidos, por lo tanto, la fidelidad del cliente depende de la calidad de los servicios recibidos” Cedillo & Flores (2020).

### *Características*

Como manifiestan los autores Peña et al., (2022) que algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, son las siguientes

- Mostrar empatía
- Agilidad en el servicio
- Servicio humanizado
- Anticipar problemas y convertirlos en oportunidades
- Debe proporcionar resultados

### *Tipos de métodos para medir la calidad*

**SERVQUAL:** “Este método ha demostrado ser una herramienta eficaz y conveniente para medir la calidad del servicio en una variedad de industrias. El enfoque considera un análisis de investigación basado en la evaluación esperada de la calidad del servicio. Esta escala se basa en un cuestionario aplicado directamente a los usuarios, dando como resultado un total de 22 afirmaciones que intentan captar las expectativas y percepciones de los usuarios sobre un buen servicio en las mismas dimensiones, obtenidas agrupando aspectos cuantitativos y cualitativos en cinco dimensiones” Ganga et al., (2019).

**Tabla 1**

#### *Dimensiones de la calidad del servicio del modelo SERVQUAL*

<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>
Confiabilidad	C1: Confiabilidad del juzgado de garantía. C2: Cumplimiento de los horarios establecidos. C3: Información clara y precisa.
Capacidad de Respuesta	CR1: Conclusión de trámites en tiempo razonable. CR2: Atención rápida y expedita. CR3: Disposición de los funcionarios para resolver dudas e inquietudes.
Seguridad/Competencia	S1: Posesión de las competencias por parte de los funcionarios para ofrecer un servicio adecuado. S2: Competencia de fiscales en la protección de víctimas y delitos. S3: Competencia de los defensores públicos en la asistencia y defensa de los imputados. S4: Competencia de jueces para impartir justicia.
Empatía	E1: Interés de los funcionarios por las inquietudes planteadas por los usuarios. E2: Atención y cortesía de los funcionarios. E3: Respeto de parte de los funcionarios.
Aspectos tangibles	AT1: Estado de la infraestructura del juzgado. AT2: Estado de equipos e instalaciones. AT3: Nivel de seguridad al interior del juzgado.

Nota. Fuente: Ganga Contreras, Alarcón Henríquez, & Pedraja Rejas (2019, pág. 6)

**DINESERV:** “Existe un modelo llamado DINESERV, derivado del modelo Servqual desarrollado por Zeithaml, Parasuraman y Berry en 1993, este modelo utiliza encuestas para evaluar la calidad del servicio con el fin de mejorar la calidad de los servicios brindados por una organización. Se basa en cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles” Vargas (2019).

## Tabla 2

### Dimensiones del modelo DINESERV

Dimensión	Definición
Aspectos tangibles	Relacionados con la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación. Son los aspectos físicos que el cliente percibe.
Confiabilidad	Implica cuestiones relacionadas con la frescura de los alimentos, la facturación precisa y recibir, específicamente, lo ordenado por el cliente.
Capacidad de respuesta	Referente a la asistencia personal con la carta-menú de alimentos y/o bebidas o la respuesta adecuada y rápida respecto a las necesidades y peticiones de los clientes.
Seguridad	Entendido como que los clientes del restaurante deben ser capaces de confiar en las recomendaciones del personal de contacto, tener la seguridad de que los alimentos y/o bebidas están preparados sin contaminación alguna, así como poder expresar alguna preocupación, inquietud o pregunta sin temor alguno.
Empatía	Concerniente a la capacidad de brindar una atención personalizada a los clientes mediante la previsión de necesidades (dietéticas, especiales) o por la disposición del personal de ser comprensivo hacia las necesidades de los clientes.

Nota. Fuente: Vargas Delgado Oscar Rene (2019, pág. 30)

**SERVPERF:** El instrumento SERVPERF tiene las mismas dimensiones que SERVQUAL, pero es una medida más precisa de la calidad del servicio porque solo mide el servicio percibido y las diferencias inesperadas percibidas. "Según estos investigadores, el modelo SERVPERF es un método más funcional porque reduce en un 50% el número de ítems a medir porque elimina la necesidad de estudiar expectativas basadas en el mismo instrumento utilizado en SERVQUAL" Luna & Torres (2021).

## Tabla 3

### Dimensiones del modelo SERVPERF

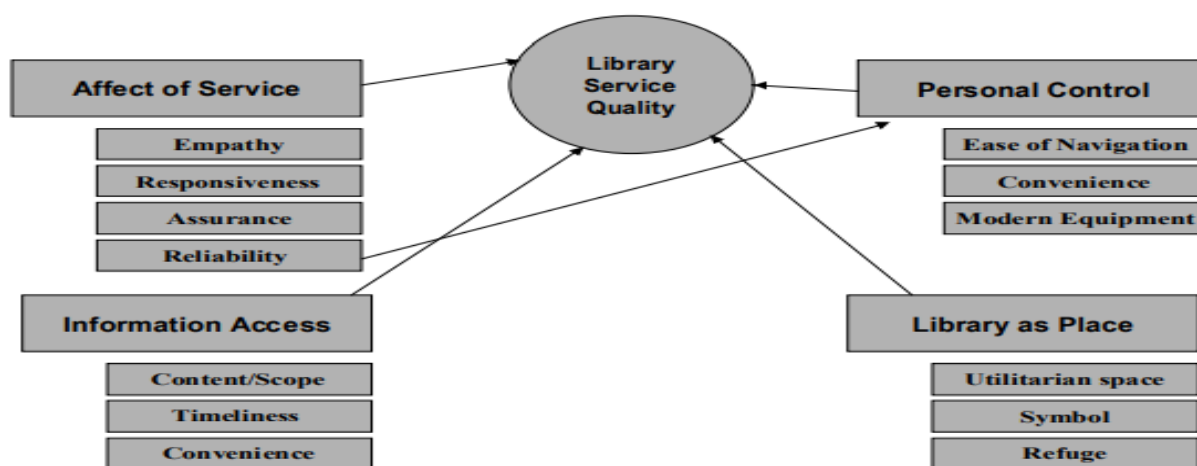
Ítem	Dimensión	Pregunta
T1	Tangibles	Sistemas o equipos actualizados o de última tecnología
T3	Tangibles	Aparentemente los empleados son organizados
R12	Respuesta	Los empleados están siempre dispuestos a ayudar al cliente
A17	Aseguramiento	La empresa apoya a sus empleados y estos pueden entonces hacer bien su trabajo
E22	Empatía	Hay horas de atención al público adecuadas

*Nota.* Fuente: Duque Oliva & Canas Baquero (2014, pág. 120)

**LIBQUAL:** “La encuesta Libqual consta de varios ítems que generalmente se categorizan en tres dimensiones: la del valor afectivo del servicio, la biblioteca como espacio, y la del control de la información. Para cada elemento, los usuarios proporcionan valores entre 1 y 9 para los niveles mínimo, aceptable y deseado. A partir de estos niveles se calculan indicadores como relevancia y excelencia en el servicio” Lázaro et al., (2020).

### Grafica 1

*Dimensiones del modelo LIBQUAL*



*Nota.* Fuente: Russel L. Thompson (2001, pág. 265)

### *Impacto de calidad de servicio restaurantero*

“Los clientes influyen en la calidad desde la perspectiva del proveedor como medida de satisfacción con el servicio. Es decir, si el proveedor presta un servicio con unos parámetros de calidad específicos que se han tenido en cuenta tras leer la demanda de forma precisa y actualizada. Los clientes recibirán un nivel suficiente de satisfacción porque se cumplirán sus expectativas” Correa et al., (2022).

### *Métodos y técnicas para evaluar la calidad en el servicio de restaurantes*

Hay de varias maneras y herramientas para medir el servicio en un restaurante, pero los más importantes son: el trato y el producto servido.

Los objetivos del cliente, el tipo de establecimiento, el personal y las calificaciones del chef determinarán cómo se trata a los clientes. “Evaluar la calidad del servicio es un factor importante que afecta el buen desempeño de muchas empresas, pero la evaluación debe tener en cuenta factores tanto objetivos como subjetivos. La calidad objetiva se refiere al cumplimiento de procesos y estándares determinados por la evidencia científica, mientras que la calidad subjetiva se refiere al grado en que una persona se siente bien atendida y satisfecha” Márquez et al., (2023).

### *Clasificación de restaurantes*

**Artículo. 18.-** “Categorización. - Una vez cumplidos los requisitos generales obligatorios, los establecimientos de restauración turística se clasificarán según los requisitos de clasificación obligatorios y cumplirán los requisitos de clasificación según el sistema de puntos que se especifica en el capítulo siguiente del Reglamento de la presente decisión. Los establecimientos turísticos se dividirán en categorías de cinco, cuatro, tres, dos y un tenedor, siendo cinco tenedores la categoría más alta y un tenedor la categoría más baja” (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2021, pág. 14).



Según mencionan Quintana & Solano (2022) “Las normas legales, incluidas las técnicas, dependerán del cumplimiento de la categoría, lo que determina en gran medida el aspecto turístico, generalmente expresado en términos de número de tenedores. Cada categoría tiene muchas variables, algunas de las cuales son "ubicación, comodidades, decoración, cantidad y calidad de alimentos y bebidas, personal, tipo de cliente, etc. el total determinará el tipo (de 1 a 5 tenedores) del establecimiento”.

## **2.2 MARCO CONCEPTUAL**

En esta parte del documento, los conceptos principales se presentarán en el contexto sobre la calidad del servicio en general, lo que le dará al lector una mejor comprensión.

### ***Calidad del servicio***

La calidad del servicio es una medida de satisfacción con las necesidades de servicio o atención de las personas de la empresa que proporciona bienes y servicios. Por tanto, la calidad del servicio se refiere a la medida de satisfacción con la necesidad de un servicio o inquietud de un individuo perteneciente a la empresa proveedora del producto o servicio. “La calidad del servicio es el factor que logra y potencia la satisfacción del cliente; esto significa que, al modernizar los servicios para satisfacer las necesidades de los clientes, sus percepciones positivas aumentarán, lo que contribuirá a la retención de clientes y a mayores ganancias” Meza et al., (2021).

### ***Calidad del servicio en restaurantes***

“La calidad del servicio en el segmento de restaurantes es uno de los factores más importantes y tanto él como los empresarios de los gremios reconocen el impacto que la calidad del servicio tiene no sólo en la satisfacción del cliente, sino también en las ventas y la calidad del servicio y nivel de posicionamiento en el mercado" Quispe (2022).

## ***Beneficios***

“En las últimas décadas, la calidad del servicio se ha considerado un factor clave que aporta muchos beneficios para mantener el éxito de las empresas en el competitivo mundo empresarial” Macías et al., (2022).

## **2.3 MARCO LEGAL**

Dentro de los marcos legales que enmarcan la presente investigación y de acuerdo a lineamientos normativos establecidos por la Ley ecuatoriana se encuentra:

### ***Legislación en la calidad del servicio de restaurantes***

**El artículo 52:** “Las personas tienen derecho a poseer y elegir libremente bienes y servicios de óptima calidad y con información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La Ley establecerá mecanismos de control de calidad y procedimientos de protección al consumidor; y sanciones por violaciones de estos derechos, remedios e indemnizaciones por defectos, daños o mala calidad de bienes y servicios, así como por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor” (CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR, 2008, pág. 25).

### ***Políticas***

La política de calidad del restaurante tiene como objetivo dar respuesta y satisfacer plenamente las necesidades del cliente utilizando distintos tipos de modelos de gestión de la calidad; esta política de calidad se comunica a todos los directivos y empleados de la empresa, y todos los empleados están capacitados para alcanzar sus objetivos realizando las tareas en un orden determinado.

Los autores López & Ramos (2023) manifiestan algunas políticas en lo cual un restuarantes tiene que regirse y cumplir para que tenga un resultado de calidad de servicio:

- Brindar la atención con amabilidad y personalidad.

- Dar información clara y precisa.
- Evaluar la calidad de la materia prima.
- Mantener altos niveles de satisfacción.
- Contar con los mejores proveedores de la materia prima que garantice calidad óptima.

### ***Regulaciones***

Algunas regulaciones en lo cual un restaurante debe cumplir se mencionará los siguientes artículos:

**Artículo 43:** “Definición de las actividades de turismo. - Para efectos de lo dispuesto en la Ley de Turismo, las definiciones de servicios turísticos previstas por la ley son las siguientes: b) Servicio de Alimentos y Bebidas. Ofrece servicios gastronómicos, bares, etc. propietarios involucrados en la producción, suministro y comercialización de alimentos y/o bebidas destinadas al consumo por actividad económica. También pueden proporcionar otros servicios adicionales como entretenimiento, animación y entretenimiento” (Ministerio de turismo del Ecuador, 2004, págs. 10-11).

### 3. CAPITULO III

#### 3.1. Metodología

##### *Metodología mixta*

Según mencionan Sánchez et al., (2022) la metodología mixta se basa en la recopilación y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, a menudo realizados en paralelo y sin una combinación significativa, y las preguntas que plantean y las conclusiones que extraen suelen ser cualitativas o cuantitativas, y sus propiedades no se combinan entre sí.

##### *Metodología cuantitativa*

La metodología cuantitativa de acuerdo con Quispe et al., (2020) consiste en una comparación de teorías existentes a partir de un conjunto de hipótesis derivadas de ellas, y es necesario obtener muestras, ya sean aleatorias o diferenciadas, pero representativas de la población o fenómeno en estudio.

Se utilizará esta metodología porque se va a realizar la técnica de recolección de datos mediante una encuesta dirigida a los prestadores de servicio de los establecimientos restauraneros del cantón Piñas para conocer el grado de calidad que ofrecen a los clientes.

##### *Metodología cualitativa*

De acuerdo con Arriola (2021) define a la metodología cualitativa en su más amplio sentido a la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable.

Se utilizará este tipo de metodología porque se va a realizar recolección de datos de los diferentes restaurantes que ofrecen una gastronomía típica del cantón Piñas, mediante la observación y notas de campo.

## 3.2.Método

### *Método descriptivo*

Según Morán et al., (2021) definen este método como "un tipo de investigación que tiene como objetivo describir algunas características básicas de un grupo homogéneo de fenómenos utilizando criterios sistemáticos que permitan determinar la estructura o comportamiento del fenómeno en estudio y proporcionar información sistemática y comparable con otras fuentes".

Se utilizará este tipo de método para interpretar los datos que se obtuvieron de los restaurantes de comida típica del cantón Piñas, mediante las encuestas y luego proceder a comprar los resultados de dichos establecimientos.

#### *3.2.1. Población*

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó los datos del censo INEC en el año 2010 en el cantón Piñas, contando con una población total de 29 000 habitantes. Por lo tanto, se calcula de acuerdo a la siguiente fórmula:

#### **Población finita**

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

**e:** Margen de error 5%

**z:** Nivel de confianza 90%

**p:** probabilidad de éxito 50%

**q:** probabilidad de fracaso 50%

#### *3.2.2. Muestra*

Según la fórmula utilizada anteriormente, se determinó como resultado que el tamaño de muestra que se va a utilizar es,  $n = 271$

### **3.3.Diseño y aplicación de instrumentos de recolección de datos**

#### ***Observación***

Según Díaz (2020) la observación es una técnica antigua cuya contribución original no se puede rastrear. Los humanos captan la realidad circundante a través de sus sentidos y luego organizan intelectualmente sus observaciones. La observación se puede definir como el uso sistemático de nuestros sentidos para encontrar los datos necesarios para resolver un problema de investigación.

Se utilizará este instrumento para observar todo en cuanto a la realidad de la calidad que ofrecen los diferentes restaurantes de comida típica del cantón Piñas de uno y dos tenedores.

#### ***Encuestas***

Según Puente (2020) define la encuesta como una herramienta que le permite recopilar información relacionada con la investigación mediante preguntas formuladas previamente y análisis y posibles opciones de respuesta para comprender las opiniones o evaluaciones de un individuo o un grupo de investigadores.

Se aplicará las encuestas a los prestadores de servicio de los restaurantes de comida típica del cantón Piñas para determinar el grado de calidad que los mismos ofrecen a sus clientes.

#### ***Entrevistas***

Teniendo en cuenta a Avila (2020) menciona la entrevista es un método de recopilación de datos, que es realizado por dos o más personas entre un entrevistador y un entrevistado que realizan preguntas sobre el tema de estudio con el fin de obtener información específica sobre un tema determinado y sacar conclusiones que puedan implementarse en la práctica.

Se realizará entrevistas a la parte administrativa de los restaurantes de comida típica del cantón Piñas, con la finalidad de obtener más información específica en cuanto a la calidad ofertada.

### ***3.3.1. Herramientas***

#### ***Formulario de encuesta***

Citando a Avila et al., (2020) mencionan que un formulario consta de una serie de preguntas que se pueden utilizar en encuestas o entrevistas.

Esta herramienta se utilizará para identificar las falencias que tiene el sector de atención al cliente en el cantón Piñas, dicho cuestionario estará basado en 17 preguntas referentes a las cinco dimensiones del modelo Servqual.

#### ***Entrevista***

Según González et al., (2020) definen a la entrevista como un método empírico basado en la comunicación interpersonal entre el investigador y el sujeto de investigación para obtener respuestas verbales a las preguntas planteadas por el problema.

Esta herramienta nos permitirá recopilar información sobre los restaurantes del cantón Piñas, ya que estarán dirigidas a los dueños de los locales y a la gobernanza del cantón, logrando así conocer su opinión sobre el sector de alimentos y bebidas y como poderlo mejorar.

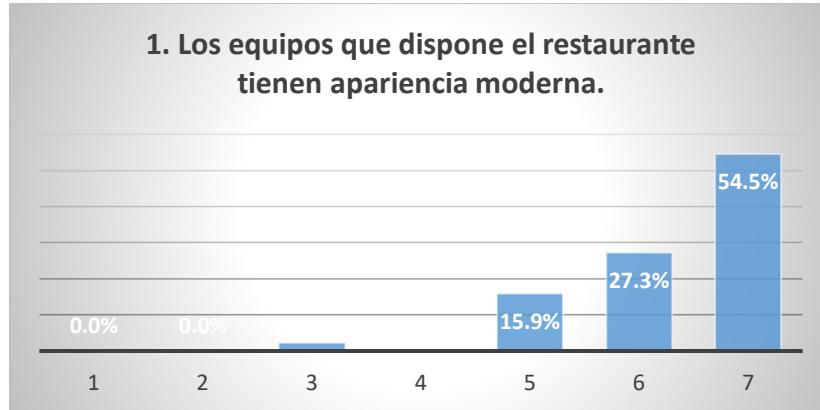
### 3.4. Interpretación de resultados

#### CLIENTES/TURISTAS

Cuestionario para la demanda del RESTAURANTE “MULANO COFFEE SHOP”

**Figura 1**

#### Equipamiento moderno



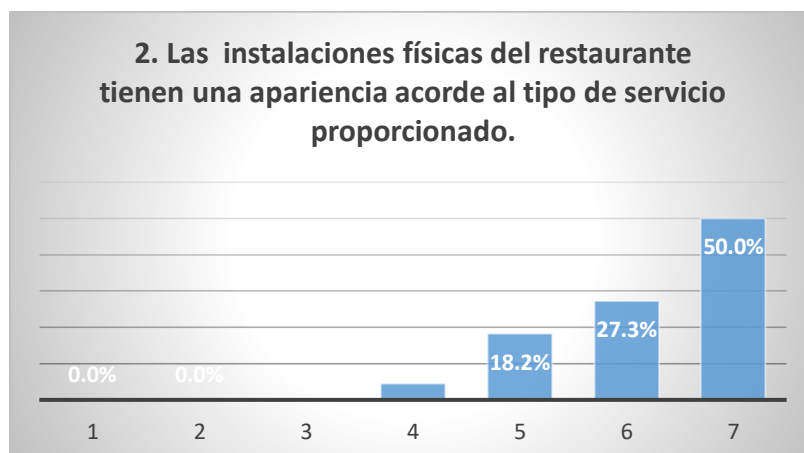
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 54,5% de los encuestados están totalmente de acuerdo y satisfechos con la apariencia moderna del restaurante, mientras que el 27,3% está de acuerdo, el 15,9% está más de acuerdo que en desacuerdo y el 2,3% está más en desacuerdo que de acuerdo.

**Figura 2**

#### Apariencia adecuada





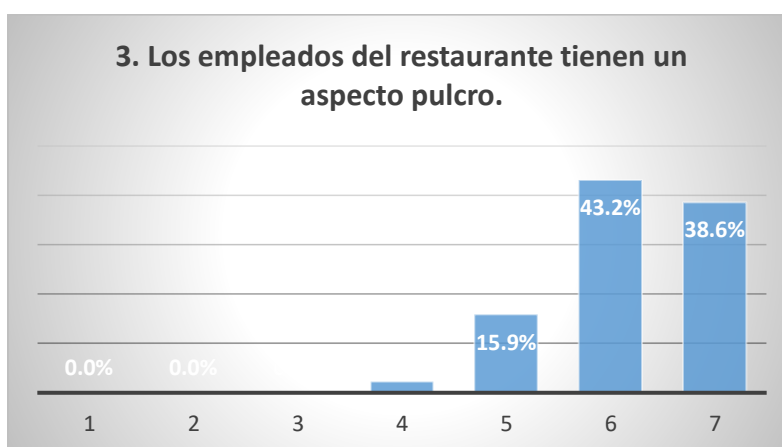
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 50,0% de los encuestados están totalmente de acuerdo con que las instalaciones físicas tienen una apariencia acorde al servicio brindado por el restaurante, el 27,3% está de acuerdo, el 18,2% está más de acuerdo que en desacuerdo y el 4,5% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

### Figura 3

#### Aspecto impecable



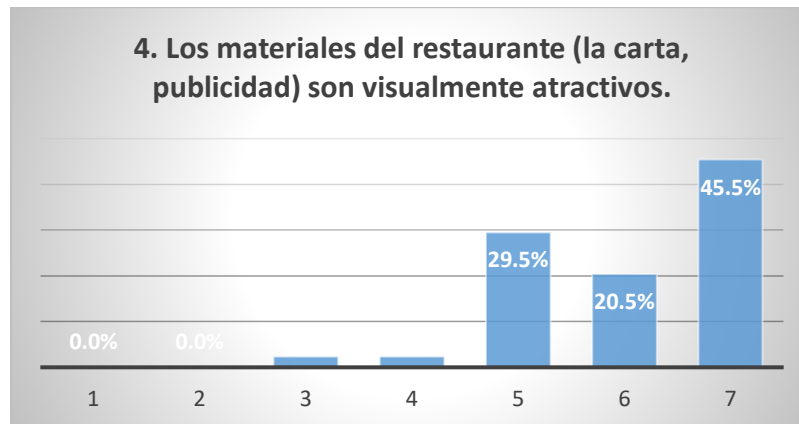
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 43,2% de los encuestados está de acuerdo que los empleados siempre mantienen un aspecto pulcro, al igual que el 38,6% están totalmente de acuerdo, mientras que el 15,9% está más de acuerdo que en desacuerdo y el 2,3% no está ni en acuerdo ni en desacuerdo.

**Figura 4**

**Materiales del restaurante**



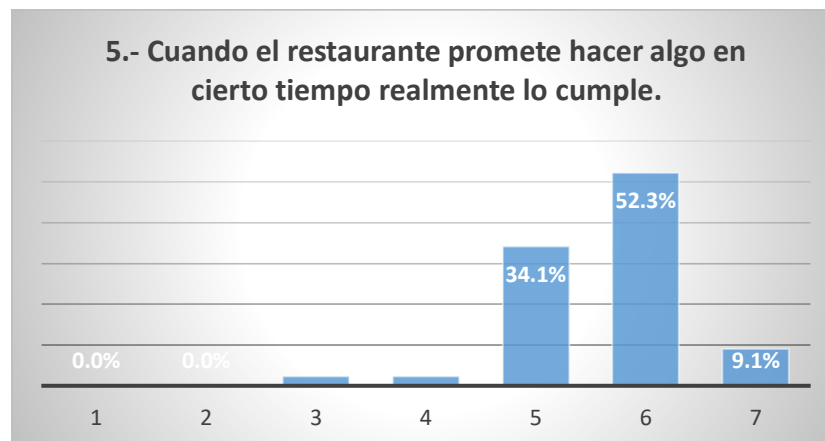
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 45,5% de los encuestados están totalmente de acuerdo con que los materiales del restaurante son visualmente atractivos, el 29,5% está más de acuerdo que en desacuerdo, el 20,5% está de acuerdo, el 2,3% no está de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 2,3% está más en desacuerdo que de acuerdo.

**Figura 5**

**Cumplimiento puntual garantizado**



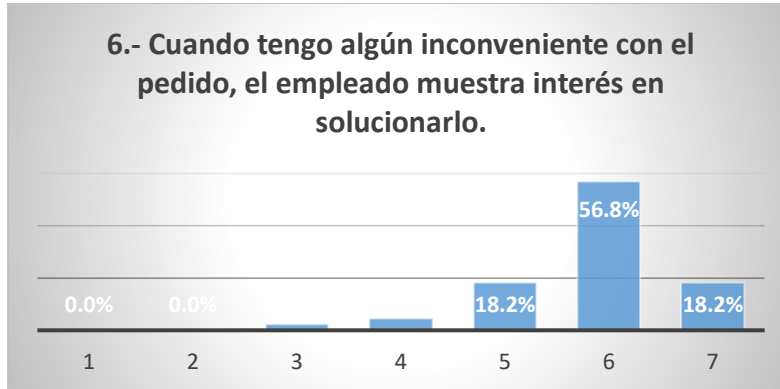
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 52,3% está de acuerdo con la interrogante, el 34,1% está más de acuerdo que en desacuerdo, el 9,1% está totalmente de acuerdo, el 2,3% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 2,3% está más en desacuerdo que de acuerdo.

### Figura 6

#### Servicio al cliente



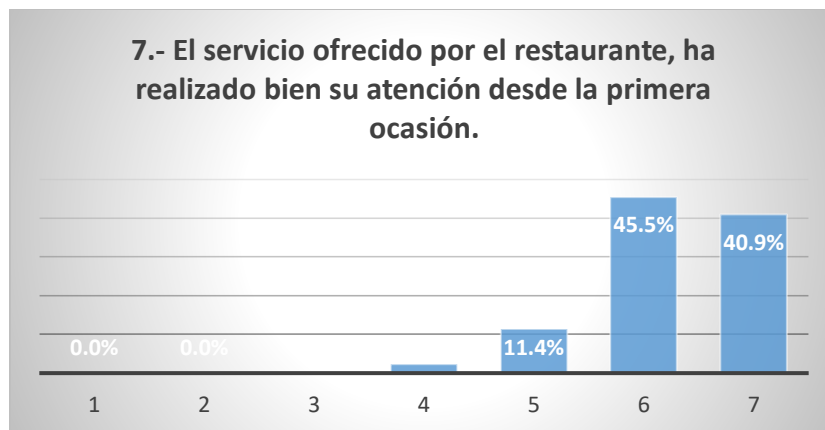
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 56,8% de los encuestados están de acuerdo en que el empleado muestra interés en resolver sus inconvenientes, el 18,2% está totalmente de acuerdo, el 18,2% está más de acuerdo que en desacuerdo, el 4,5% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 2,3% está más es desacuerdo que de acuerdo.

### Figura 7

#### Excelente servicio



**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 45,5% de los encuestados reflejan que están de acuerdo con la atención ofrecida por el restaurante, el 40,9% está totalmente de acuerdo, el 11,4% está más de acuerdo que en desacuerdo y el 2,3% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

### Figura 8

#### Errores administrativos



**Base:** 44 personas encuestadas.

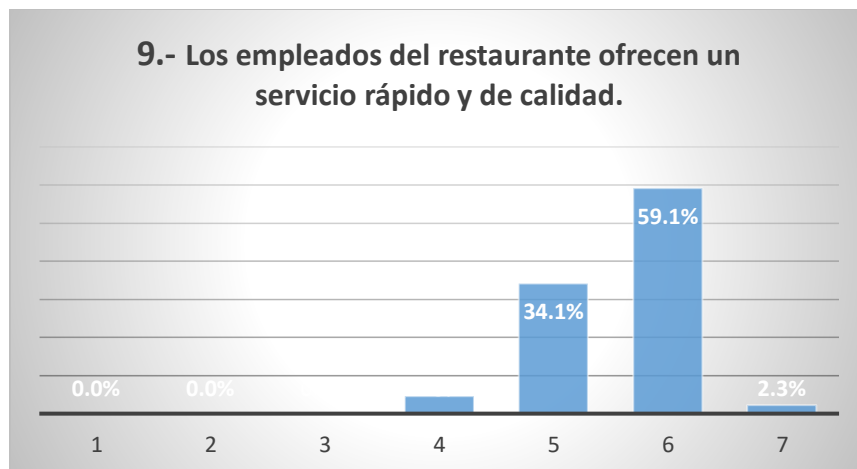
**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 40,9% de los encuestados manifestaron que están en total desacuerdo es decir que el restaurante no ha cometido ningún error en sus pedidos, el 34,1% está en desacuerdo, el 13,6%

está más en desacuerdo que de acuerdo, el 4,5% está de acuerdo es decir si han cometido algún error, al igual que el 4,5% que esta más de acuerdo que en desacuerdo y el 2,3% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

### Figura 9

#### Atención eficiente



**Base:** 44 personas encuestadas.

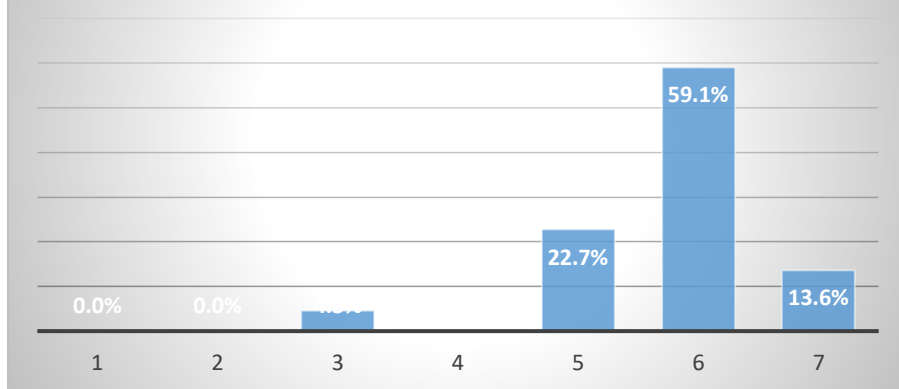
**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 59,1% de los encuestados supieron manifestar que están de acuerdo con el servicio que es rápido y de calidad, el 34,1% está más en acuerdo que en desacuerdo, el 4,5% no está de acuerdo ni en desacuerdo y el 2,3% está totalmente de acuerdo.

### Figura 10

#### Hospitalidad destacada

### 10.- Los empleados del restaurante están siempre dispuestos a ayudar.



**Base:** 44 personas encuestadas.

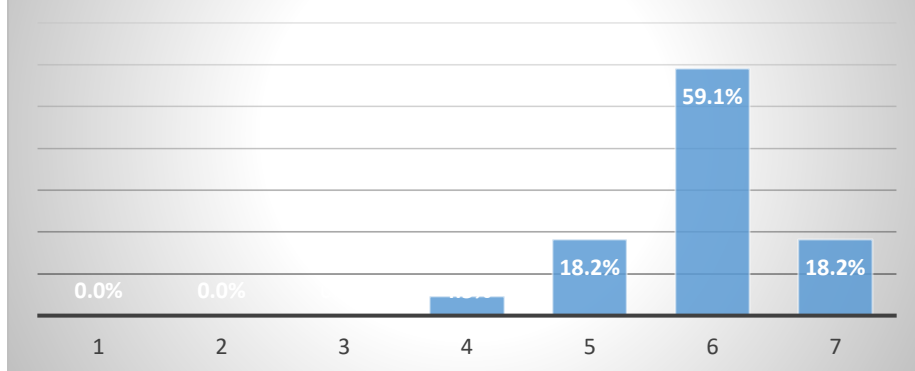
**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 59,1% de los encuestados están de acuerdo en que los empleados del restaurante siempre están prestos a ayudar, el 22,7% está más de acuerdo que en desacuerdo, el 13,6% está totalmente de acuerdo y el 4,5% está más en desacuerdo que de acuerdo significando esto que para ellos los empleados no estuvieron dispuestos a ayudarlos.

### Figura 11

#### Capacidad de respuesta

### 11.- Los empleados del restaurante responden correctamente a las preguntas de los clientes.



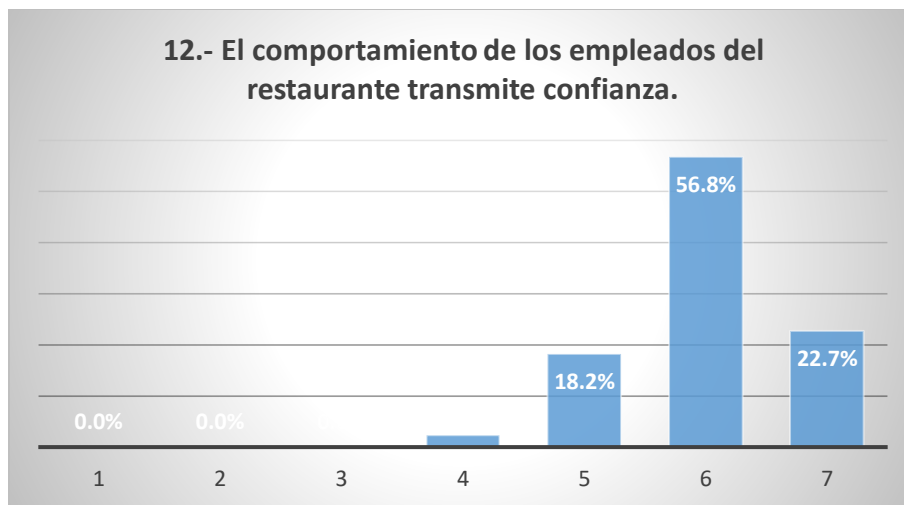
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 59,1% de los encuestados están de acuerdo con la interrogante, el 18,2% está totalmente de acuerdo, al igual que el 18,2% está más de acuerdo que en desacuerdo y el 4,5% no está ni de acuerdo ni es desacuerdo.

**Figura 12**

**Confianza transmitida**



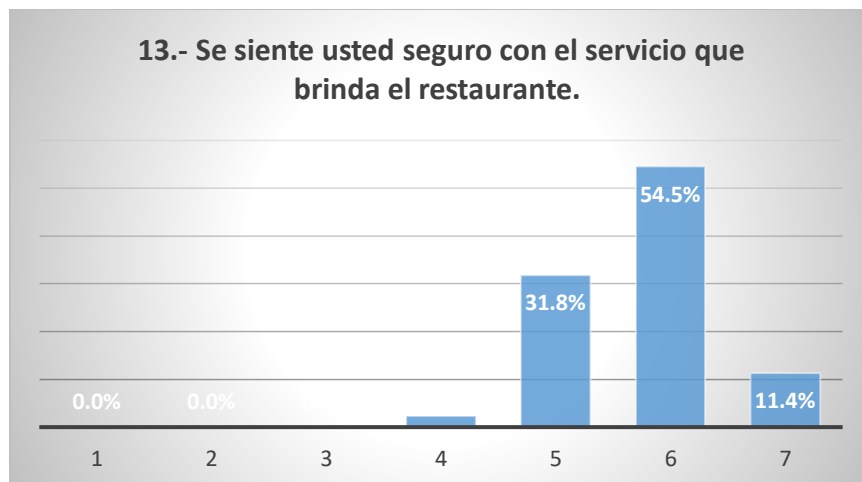
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 56,8% de los encuestados están de acuerdo con que el comportamiento de los empleados trasmite confianza, 22,7% están totalmente de acuerdo, el 18,2% está más de acuerdo que en desacuerdo y el 2,3% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

**Figura 13**

**Atención confiable**



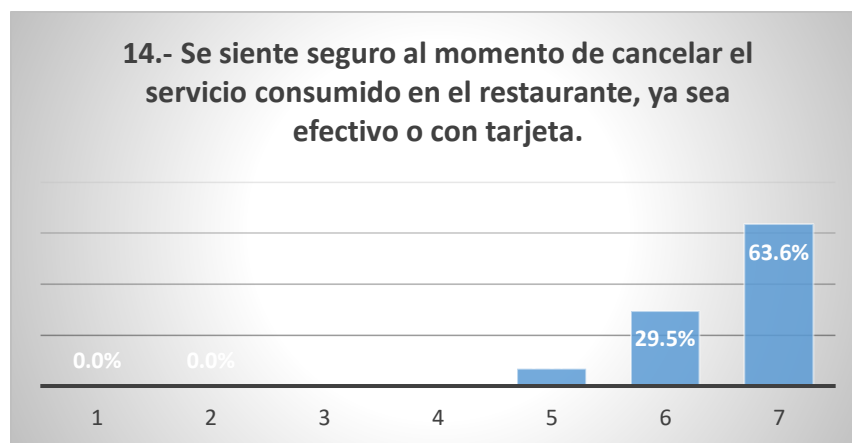
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 54,5% de los encuestados manifestaron que si están de acuerdo es decir si se sienten seguros con el servicio, el 31,8% está más de acuerdo que en desacuerdo, el 11,4% está totalmente de acuerdo y el 2,3% no está de acuerdo ni en desacuerdo.

#### **Figura 14**

#### **Fiabilidad de pago**



**Base:** 44 personas encuestadas.

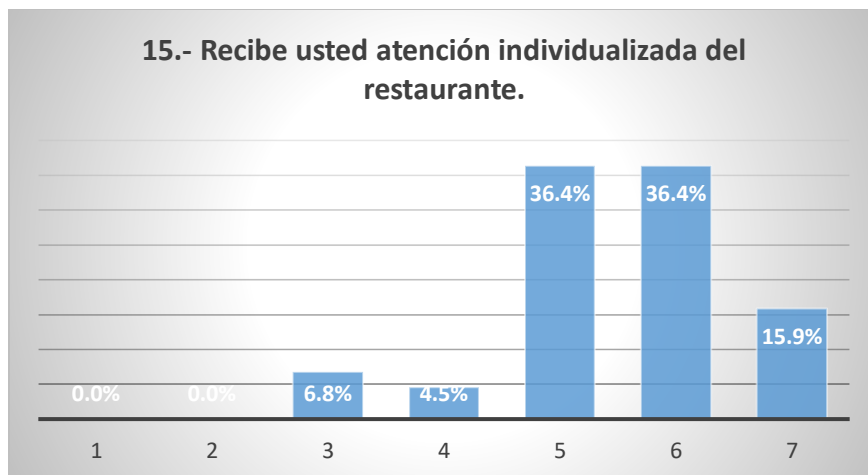
**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.



El 63,6% de los encuestados están totalmente de acuerdo que se sienten seguros al momento de pagar lo consumido en el restaurante, el 29,5% está de acuerdo y el 6,8% está más de acuerdo que en desacuerdo.

**Figura 15**

**Atención personalizada**



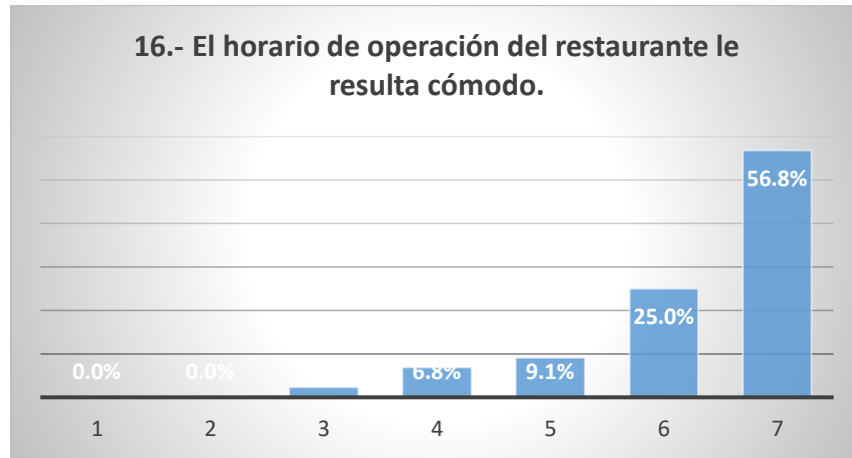
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 36,4% de los encuestados están de acuerdo en que el restaurante les brinda atención individualizada, al igual que el 36,4% está más en acuerdo que en desacuerdo, el 15,9% está totalmente de acuerdo, el 6,8% está más en desacuerdo que de acuerdo y el 4,5% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

**Figura 16**

**Horario conveniente**



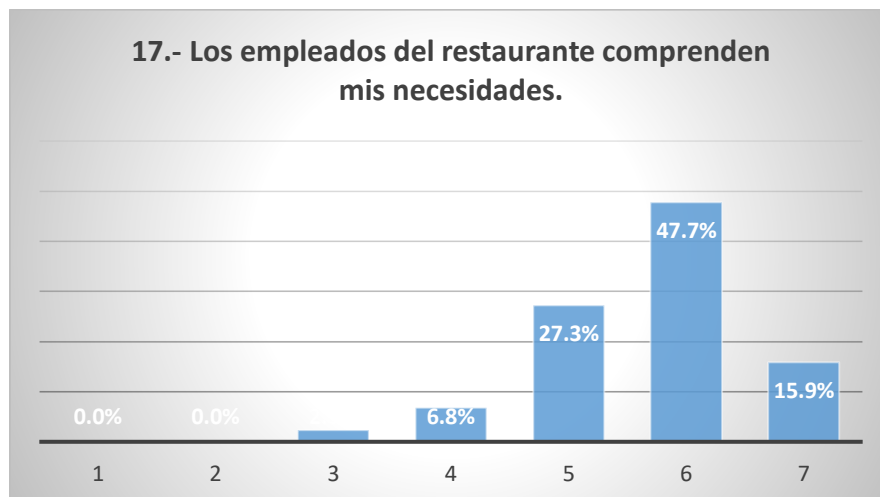
**Base:** 44 personas encuestadas.


**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 56,8% de los encuestados están totalmente de acuerdo en el horario de operación del restaurante, el 25,0% está de acuerdo, el 9,1% está más de acuerdo que en desacuerdo, el 6,8% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 2,3% está más en desacuerdo que de acuerdo, es decir no está cómodo con el horario de operación del restaurante.

**Figura 17**

**Servicio empático**





**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

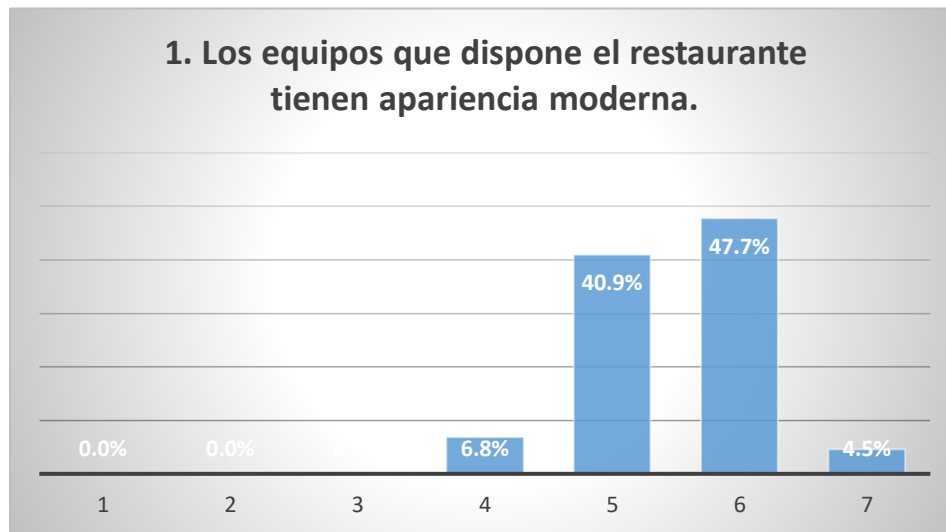
El 47,7% de los encuestados está de acuerdo con que los empleados del restaurante comprender sus necesidades, el 27,3% está más de acuerdo que en desacuerdo, el 15,9% está totalmente de acuerdo, el 6,8% no está de acuerdo ni en desacuerdo y el 2,3% está más en desacuerdo que de acuerdo.



## Cuestionario para la demanda del RESTAURANTE “ALEXSE”

**Figura 1**

### Equipamiento moderno



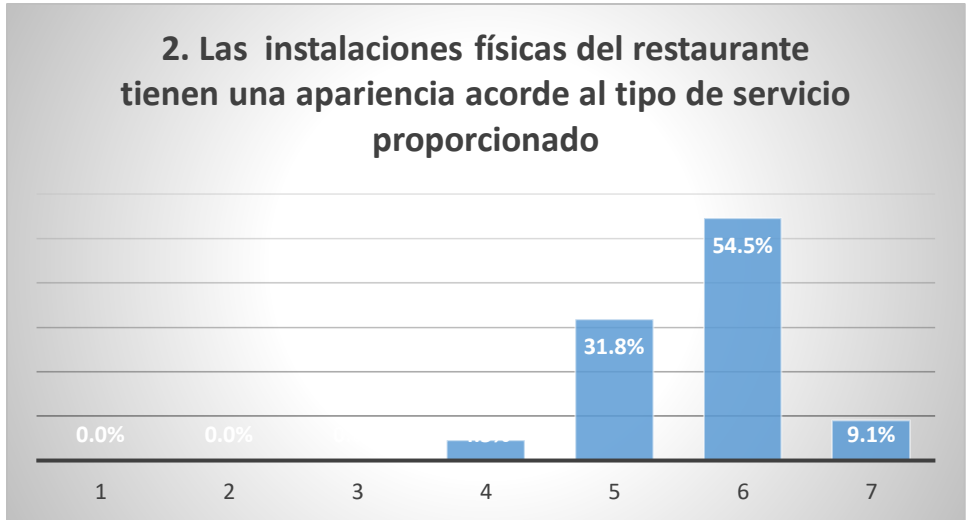
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 47,7% de los encuestados están de acuerdo con la apariencia del restaurante, mientras que el 40,9% está más de acuerdo que en desacuerdo, el 6,8% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 4,5% está totalmente de acuerdo.

**Figura 2**

### Apariencia adecuada



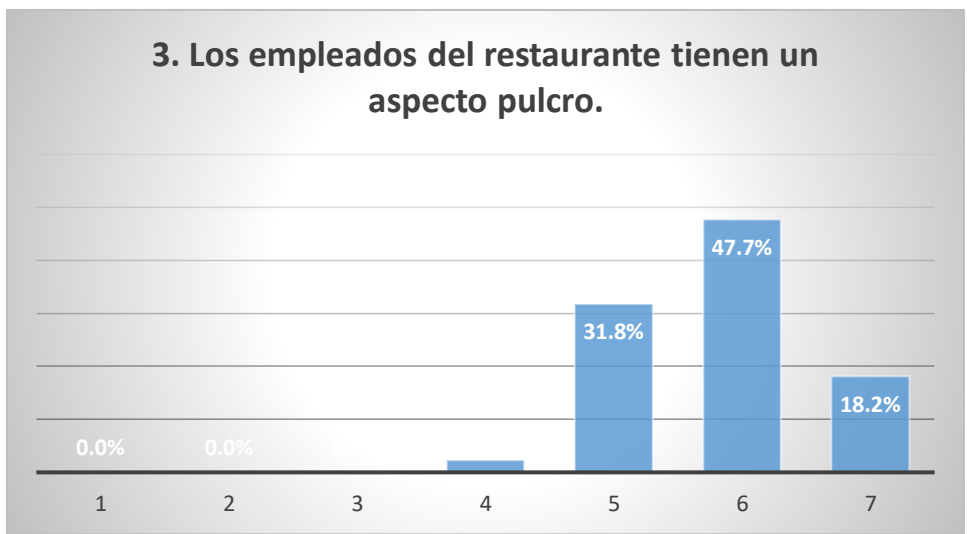
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 54,5% de los encuestados están de acuerdo con que las instalaciones físicas tienen una apariencia acorde al servicio brindado por el restaurante, el 31,8% está más de acuerdo que en desacuerdo, el 9,1% está totalmente de acuerdo y el 4,5% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

**Figura 3**

#### Aspecto impecable



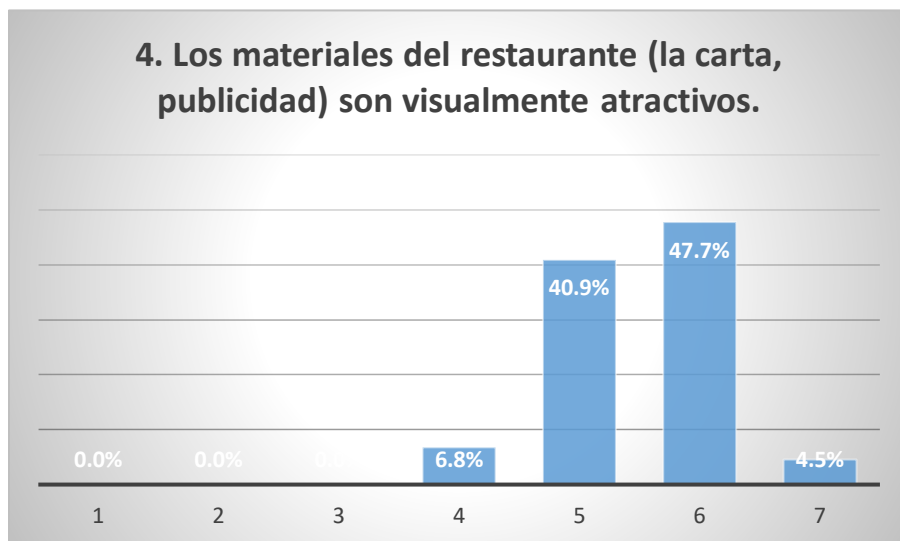
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 47,7% de los encuestados está de acuerdo que los empleados siempre mantienen un aspecto pulcro, mientras que el 31,8% están más de acuerdo que en desacuerdo, el 18,2% está totalmente de acuerdo y el 2,3% no está ni en acuerdo ni en desacuerdo.

#### Figura 4

##### Materiales del restaurante



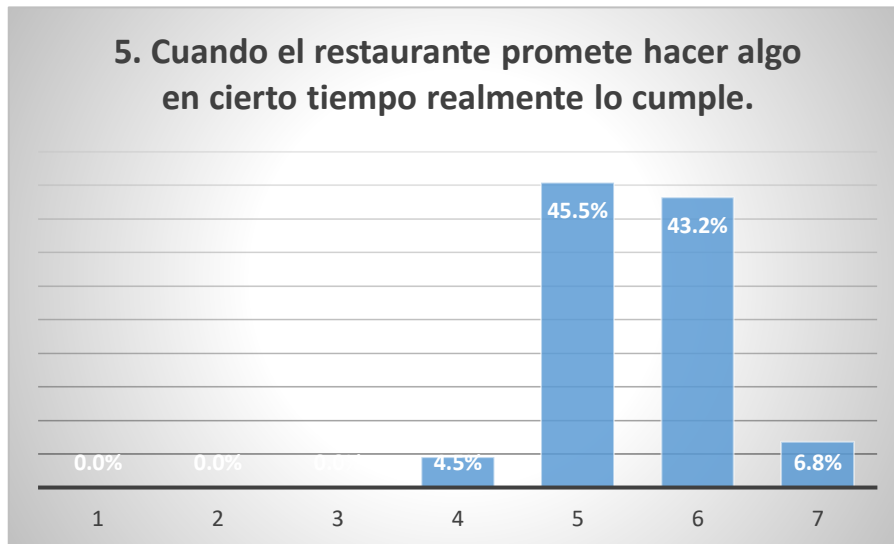
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 47,7% de los encuestados están de acuerdo con que los materiales del restaurante son visualmente atractivos, el 40,9% está más de acuerdo que en desacuerdo, el 6,8% no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 4,5% está totalmente de acuerdo.

**Figura 5**

**Cumplimiento puntual garantizado**



**Base:** 44 personas encuestadas.

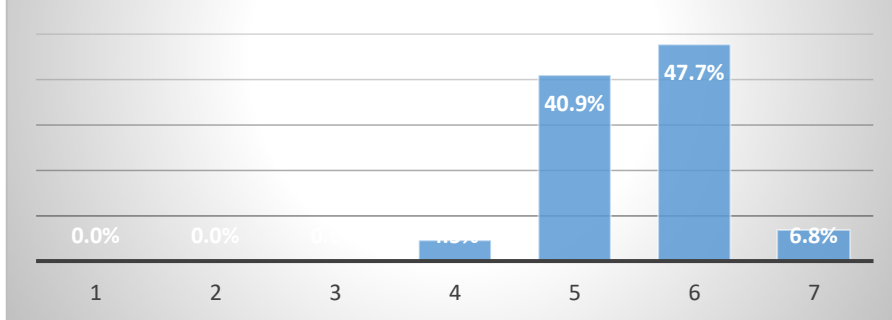
**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 45,5% de los encuestados están más de acuerdo que en desacuerdo con la interrogante, el 43,2% está de acuerdo, el 6,8% está totalmente de acuerdo y el 4,5% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

**Figura 6**

**Servicio al cliente**

**6. Cuando tengo algún inconveniente con el pedido, el empleado muestra interés en solucionarlo.**



**Base:** 44 personas encuestadas.

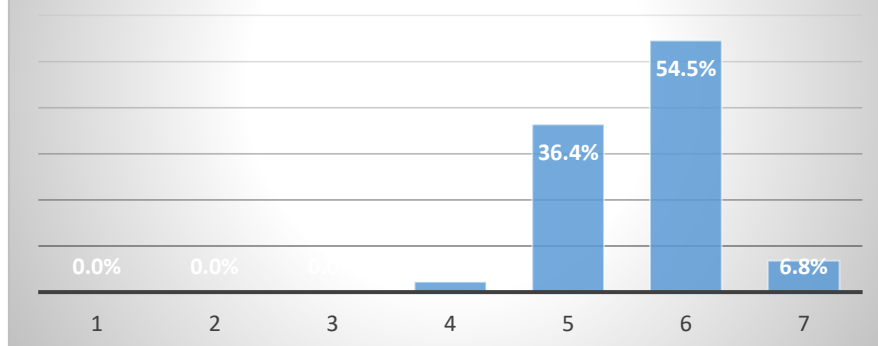
**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 47,7% de los encuestados están de acuerdo en que el empleado muestra interés en resolver sus inconvenientes, el 40,9% está más de acuerdo que en desacuerdo, el 6,8% está totalmente de acuerdo, y el 4,5% no está de acuerdo ni en desacuerdo.

**Figura 7**

**Excelente servicio**

**7. El servicio ofrecido por el restaurante, ha realizado bien su atención desde la primera ocasión.**



**Base:** 44 personas encuestadas.

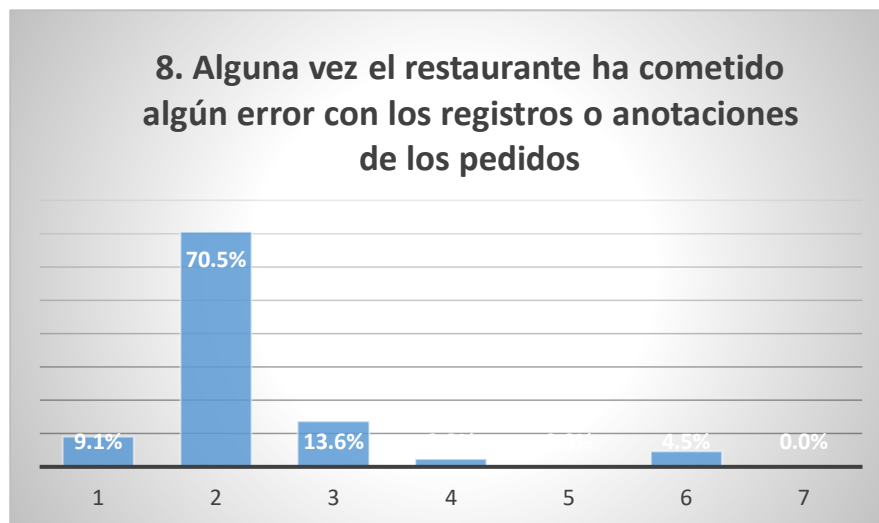
**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.



El 54,5% de los encuestados reflejan que están de acuerdo con la atención ofrecida por el restaurante, mientras que el 36,4% está más de acuerdo que en desacuerdo, el 6,8% está totalmente de acuerdo y el 2,3% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

### Figura 8

#### Errores administrativos



**Base:** 44 personas encuestadas.

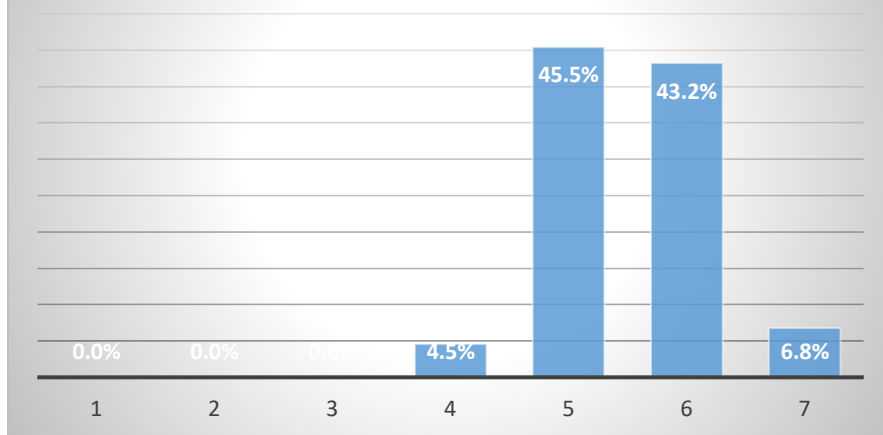
**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 70,5% de los encuestados manifestaron que están en desacuerdo es decir que el restaurante no ha cometido ningún error en sus pedidos, el 13,6% está más en desacuerdo que de acuerdo, el 9,1% está totalmente en desacuerdo, el 4,5% está de acuerdo es decir si han cometido algún error al momento de tomar sus pedidos.

### Figura 9

#### Atención eficiente

### 9. Los empleados del restaurante ofrecen un servicio rápido y de calidad.



**Base:** 44 personas encuestadas.

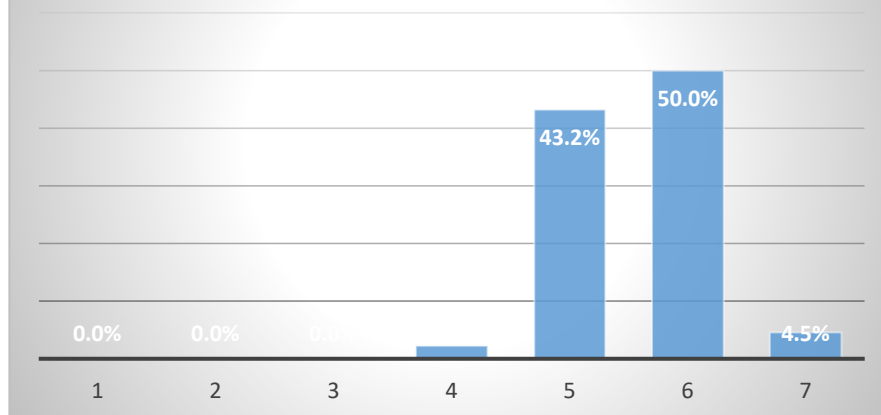
**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 45,5% de los encuestados supieron manifestar que están más de acuerdo que en desacuerdo con el servicio recibido, el 43,2% está de acuerdo, el 6,8% está totalmente de acuerdo y el 4,5% no está de acuerdo ni en desacuerdo.

### Figura 10

#### Hospitalidad destacada

### 10. Los empleados del restaurante están siempre dispuestos a ayudar.



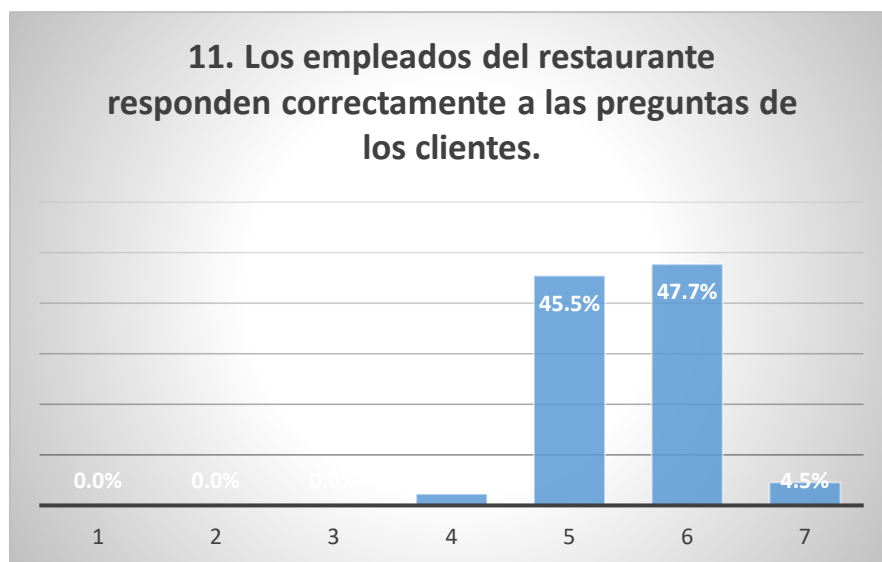
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 50,0% de los encuestados están de acuerdo en que los empleados del restaurante siempre están prestos a ayudar, el 43,2% están más de acuerdo que en desacuerdo, el 4,5% está totalmente de acuerdo y el 2,3% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

### **Figura 11**

#### **Capacidad de respuesta**



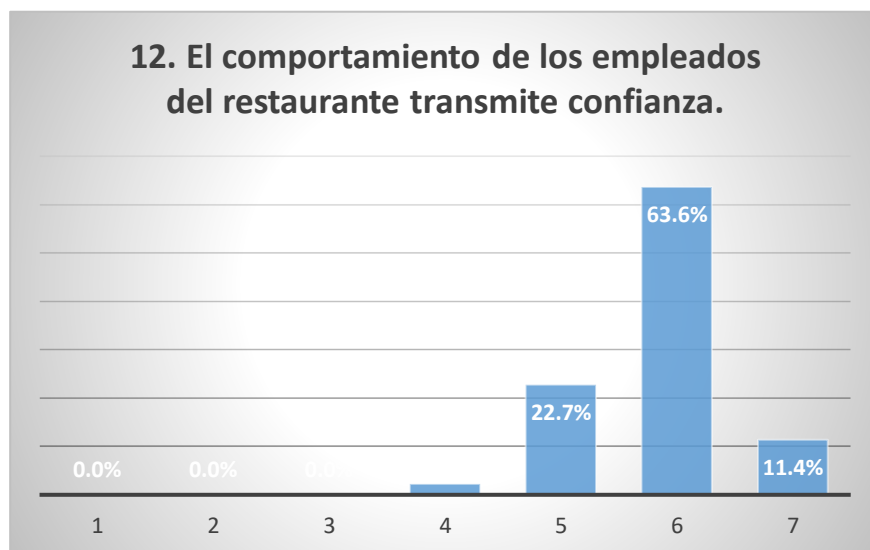
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 47,7% de los encuestados están de acuerdo con la interrogante, al igual que el 45,5% está más de acuerdo que en desacuerdo, el 4,5% está totalmente de acuerdo y el 2,3% no está ni de acuerdo ni es desacuerdo.

### **Figura 12**

#### **Confianza transmitida**



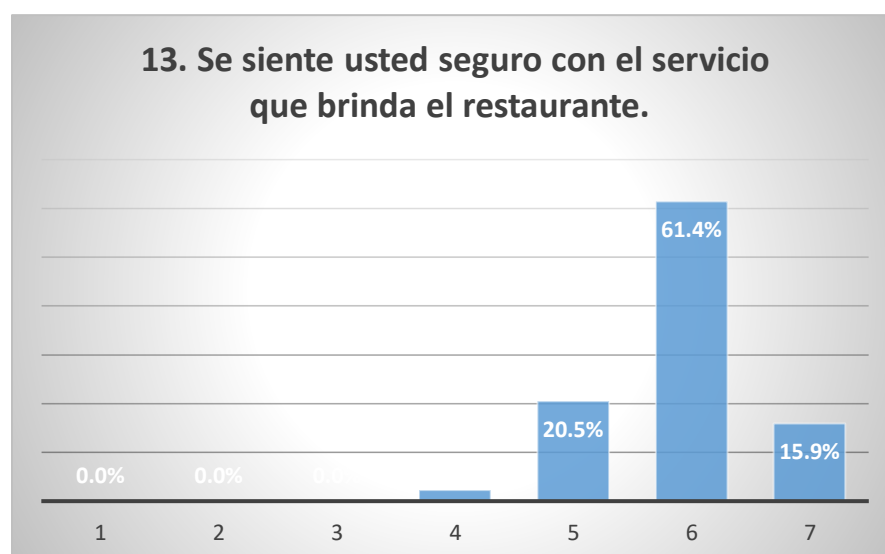
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 63,6% de los encuestados están de acuerdo con que el comportamiento de los empleados trasmite confianza, 22,7% está más de acuerdo que en desacuerdo, el 11,4% está totalmente de acuerdo y el 2,3% no está de acuerdo ni en desacuerdo.

**Figura 13**

#### Atención confiable



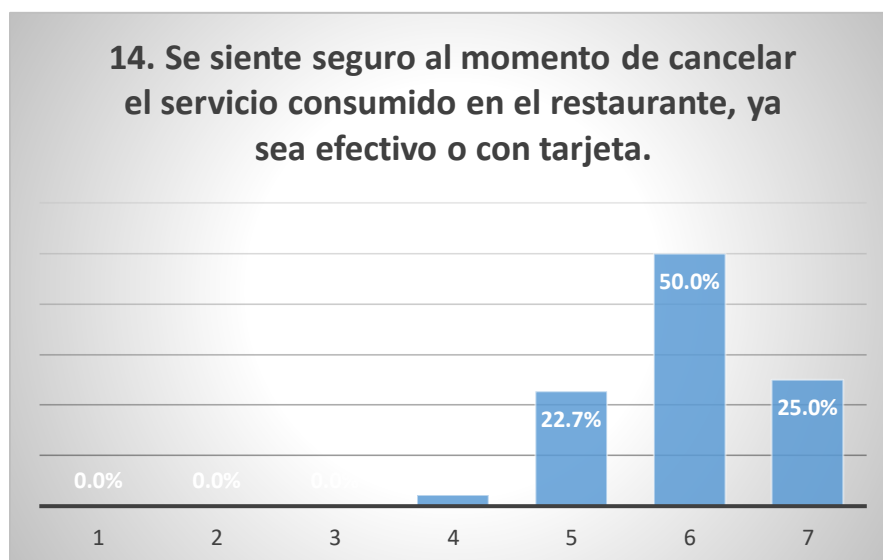
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 61,4% de los encuestados manifestaron que si están de acuerdo es decir si se sienten seguros con el servicio, el 20,5% está más de acuerdo que en desacuerdo, el 15,9% está totalmente de acuerdo y el 2,3% no está de acuerdo ni en desacuerdo.

#### **Figura 14**

##### **Fiabilidad de pago**



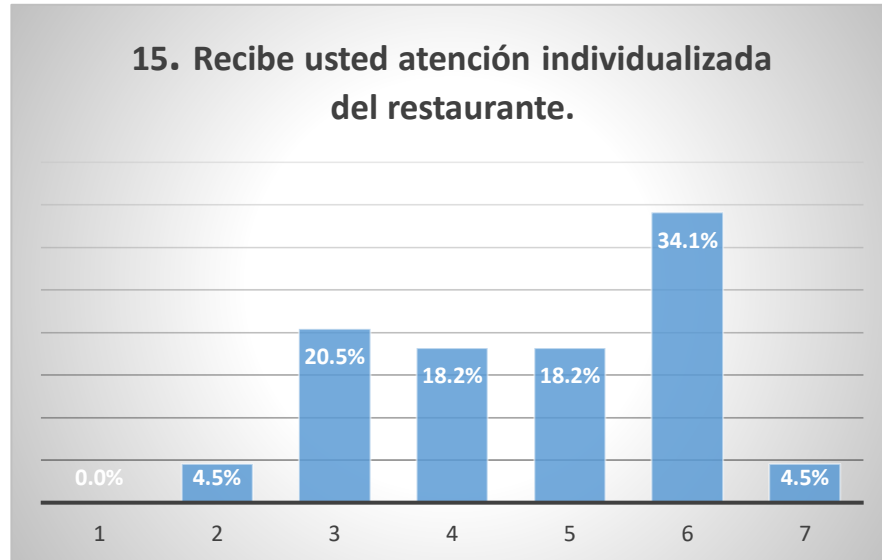
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 50,0% de los encuestados están de acuerdo que, si sienten seguros al momento de pagar lo consumido en el restaurante, el 25,0% está totalmente de acuerdo, el 22,7% está más de acuerdo que en desacuerdo y el 2,3% no está de acuerdo ni en desacuerdo.

#### **Figura 15**

##### **Atención personalizada**



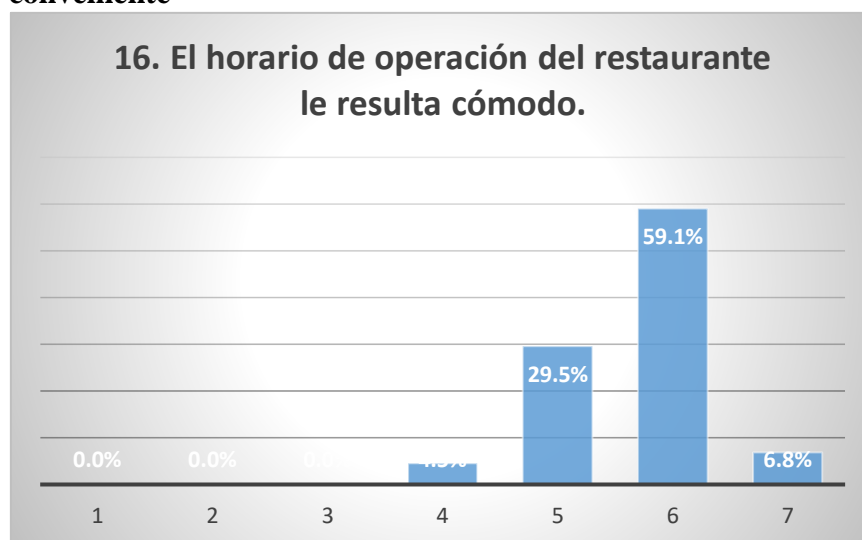
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 34,1% de los encuestados están de acuerdo en que el restaurante les brinda atención individualizada, mientras que el 20,5% están más en desacuerdo que de acuerdo, el 18,2% está más de acuerdo que en desacuerdo, el 18,2% no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 4,5% está totalmente de acuerdo y el otro 4,5% está en desacuerdo.

**Figura 16**

#### **Horario conveniente**



**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 59,1% de los encuestados están de acuerdo con el horario de operación del restaurante, el 29,5% está más de acuerdo que en desacuerdo, el 6,8% está totalmente de acuerdo y el 4,5% no están de acuerdo ni en desacuerdo.

### Figura 17

#### Servicio empático



**Base:** 44 personas encuestadas.

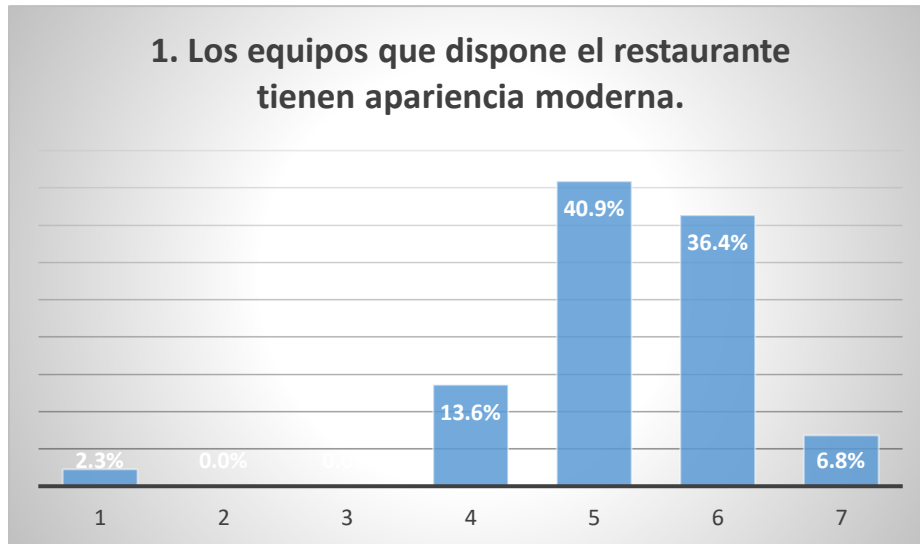
**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 52,3% de los encuestados están de acuerdo con que los empleados del restaurante comprender sus necesidades, el 31,8% están más de acuerdo que en desacuerdo, el 13,6% está totalmente de acuerdo y el 2,3% no está de acuerdo ni en desacuerdo

## Cuestionario para la demanda del RESTAURANTE “EL CHAPARRAL”

**Figura 1**

### Equipamiento moderno



**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

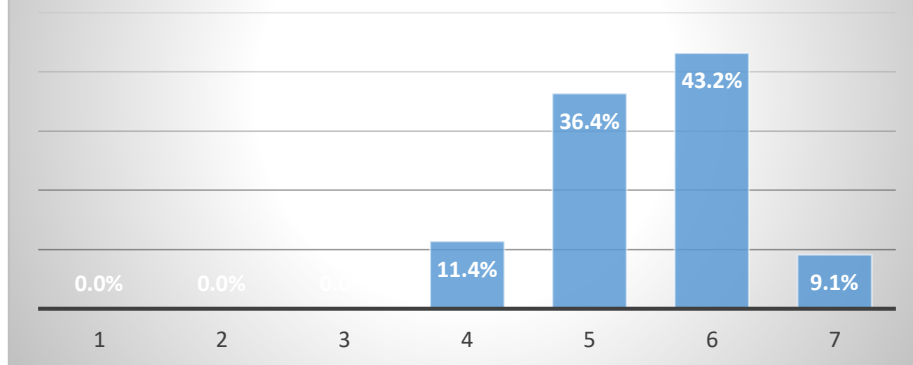
El 40,9% de los encuestados están más de acuerdo que en desacuerdo con la apariencia del restaurante, el 36,4% está de acuerdo, el 13,6% no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 6,8% está totalmente de acuerdo y el 2,3% está en total desacuerdo.

**Figura 2**

### Apariencia adecuada



## 2. Las instalaciones físicas del restaurante tienen una apariencia acorde al tipo de servicio proporcionado



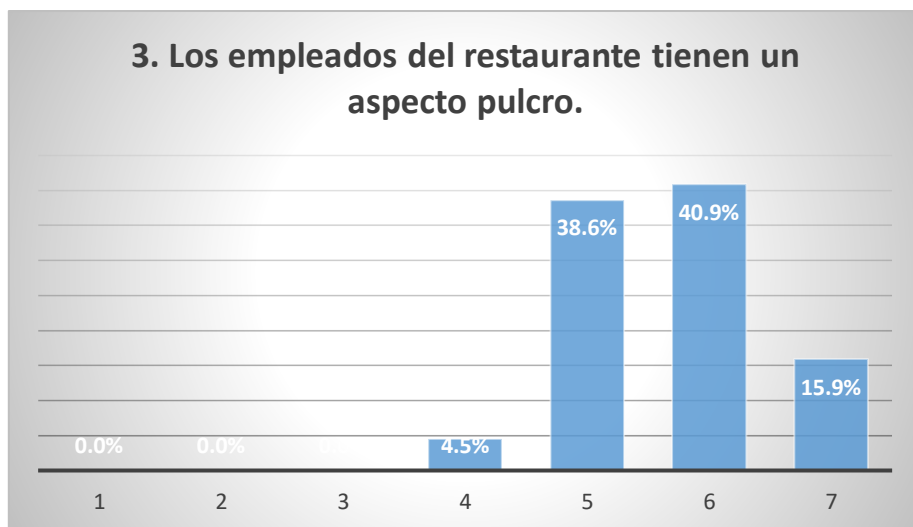
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 43,2% de los encuestados están de acuerdo con que las instalaciones físicas tienen una apariencia acorde al servicio brindado por el restaurante, el 36,4% está más de acuerdo que en desacuerdo, el 9,1% está totalmente de acuerdo y el 11,4% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

### Figura 3

#### Aspecto impecable



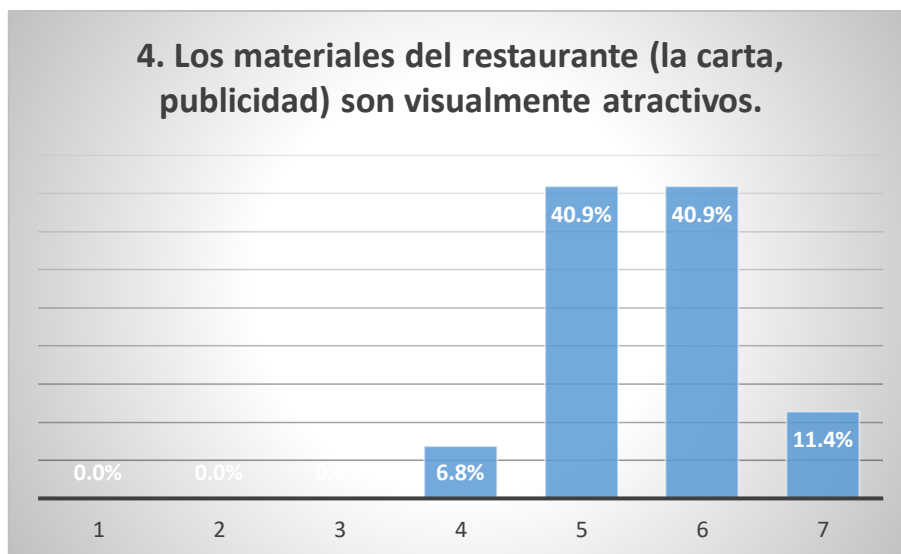
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 40,9% de los encuestados está de acuerdo que los empleados del restaurante siempre mantienen un aspecto pulcro, el 38,6% están más de acuerdo que en desacuerdo, el 15,9% está totalmente de acuerdo y el 4,5% no está ni en acuerdo ni en desacuerdo.

#### Figura 4

##### Materiales del restaurante



**Base:** 44 personas encuestadas.

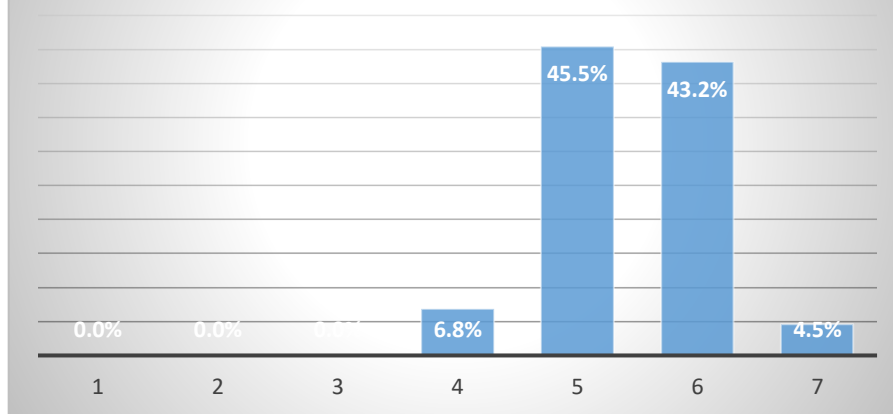
**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 40,9% de los encuestados están de acuerdo con que los materiales del restaurante son visualmente atractivos, al igual que el otro 40,9% que está más de acuerdo que en desacuerdo, el 11,4% está totalmente de acuerdo y el 6,8% no está de acuerdo ni en desacuerdo.

#### Figura 5

##### Cumplimiento puntual garantizado

### 5. Cuando el restaurante promete hacer algo en cierto tiempo realmente lo cumple.



**Base:** 44 personas encuestadas.

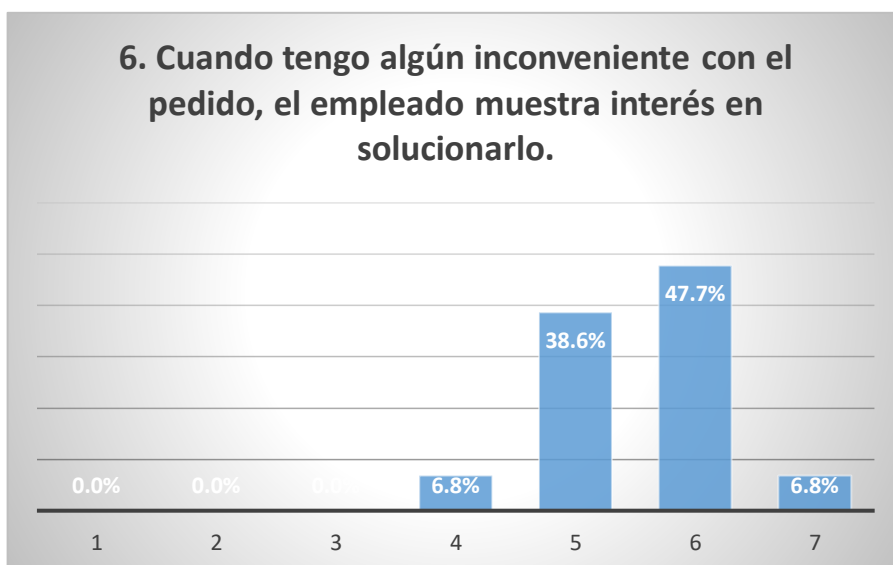
**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 45,5% de los encuestados están más de acuerdo que en desacuerdo con la interrogante, el 43,2% están de acuerdo, el 6,8% no está de acuerdo ni en desacuerdo y el 4,5% está totalmente de acuerdo.

### Figura 6

#### Servicio al cliente

### 6. Cuando tengo algún inconveniente con el pedido, el empleado muestra interés en solucionarlo.



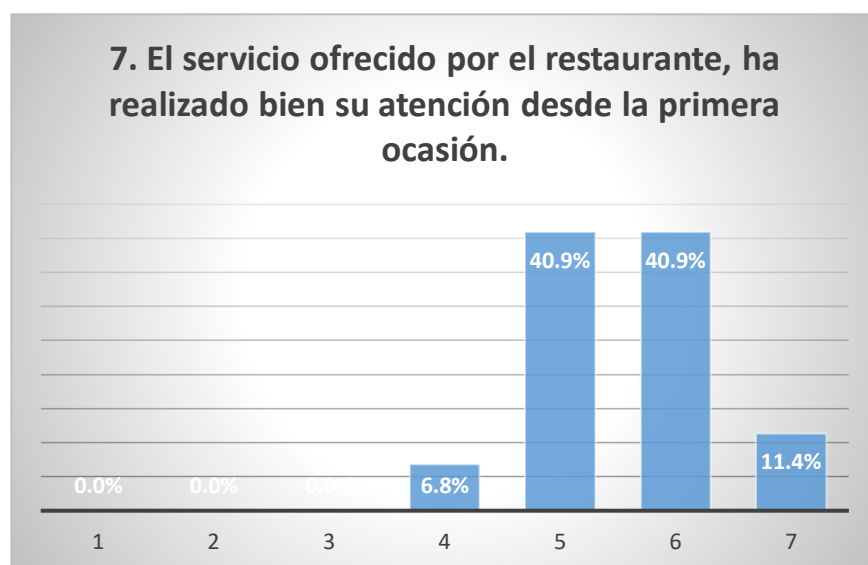
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 47,7% de los encuestados están de acuerdo en que los empleados del restaurante muestran interés en resolver sus inconvenientes, el 38,6% está más de acuerdo que en desacuerdo, el 6,8% está totalmente de acuerdo, y el otro 6,8% no está de acuerdo ni en desacuerdo.

### **Figura 7**

#### **Excelente servicio**



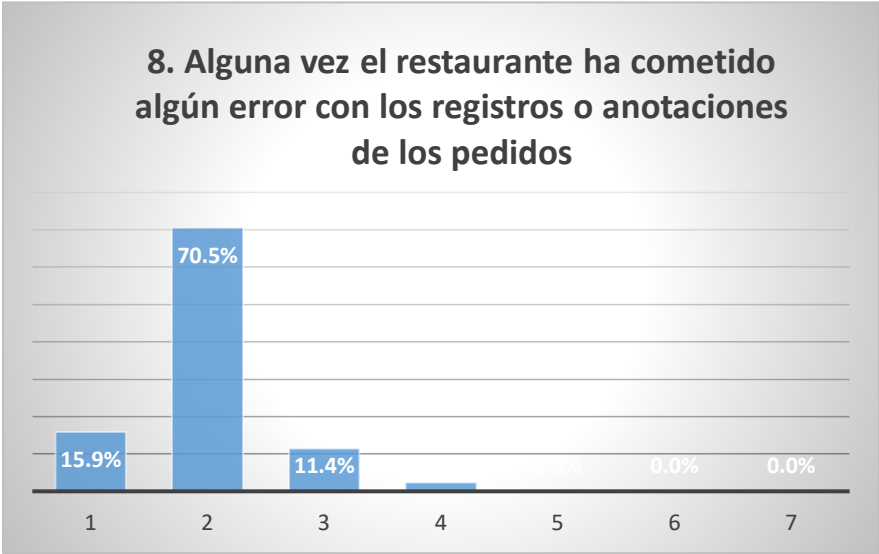
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 40,9% de los encuestados reflejan que están de acuerdo con la atención ofrecida por el restaurante, al igual que el otro 40,9% está más de acuerdo que en desacuerdo, el 11,4% está totalmente de acuerdo y el 6,8% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

### **Figura 8**

#### **Errores administrativos**



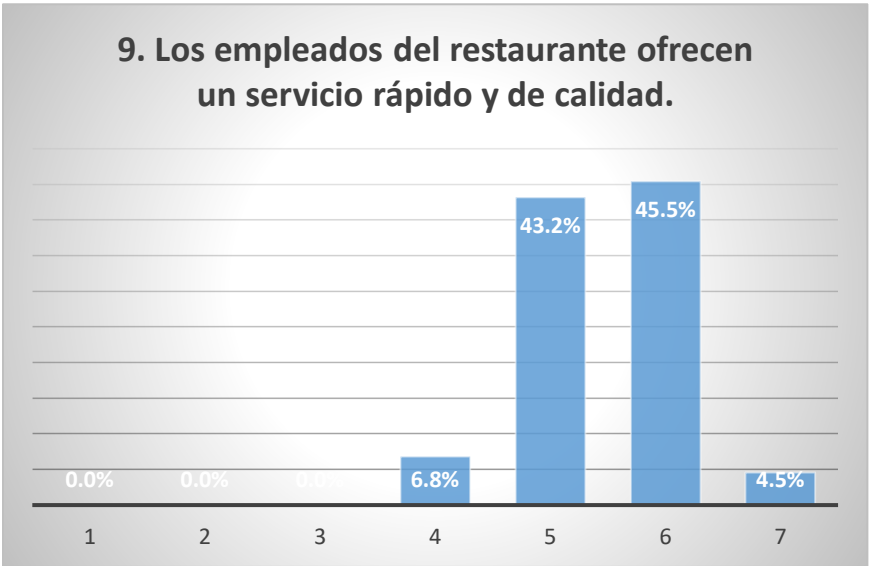
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 70,5% de los encuestados manifestaron que están en desacuerdo es decir que el restaurante no ha cometido ningún error en sus pedidos, el 15,9% está en total desacuerdo, el 11,4% está más en desacuerdo que de acuerdo y el 2,3% no está de acuerdo ni en desacuerdo.

**Figura 9**

**Atención eficiente**



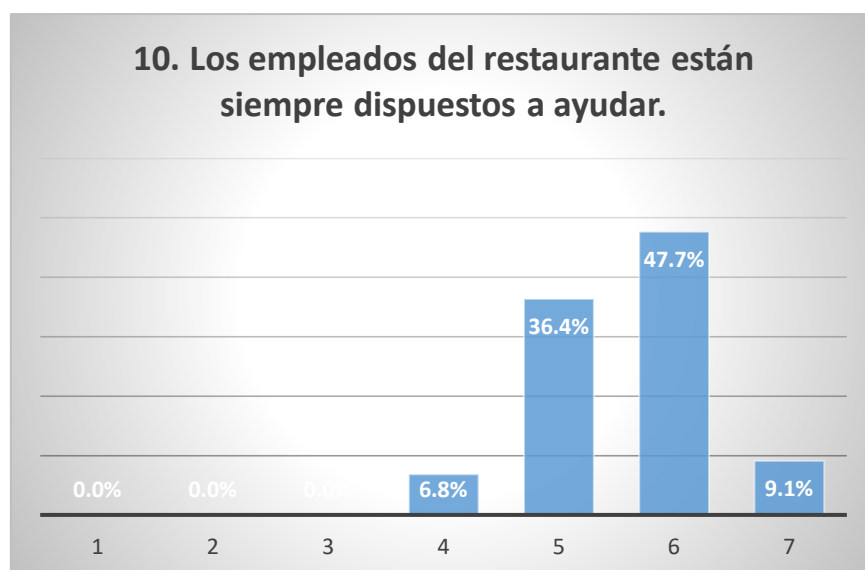
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 45,5% de los encuestados supieron manifestar que están de acuerdo con el servicio recibido, el 43,2% está más de acuerdo que en desacuerdo, el 6,8% no está de acuerdo ni en desacuerdo y el 4,5% está totalmente de acuerdo.

### Figura 10

#### Hospitalidad destacada



**Base:** 44 personas encuestadas.

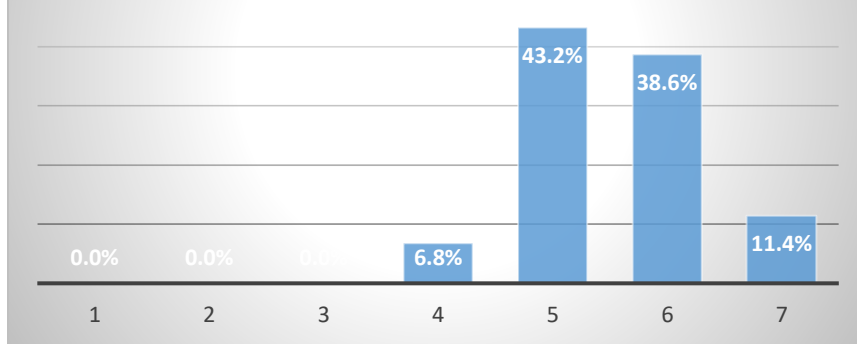
**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 47,7% de los encuestados están de acuerdo en que los empleados del restaurante siempre están prestos a ayudar, el 36,4% esta más de acuerdo que en desacuerdo, el 9,1% está totalmente de acuerdo y el 6,8% no está de acuerdo ni en desacuerdo.

### Figura 11

#### Capacidad de respuesta

### 11. Los empleados del restaurante responden correctamente a las preguntas de los clientes.



**Base:** 44 personas encuestadas.

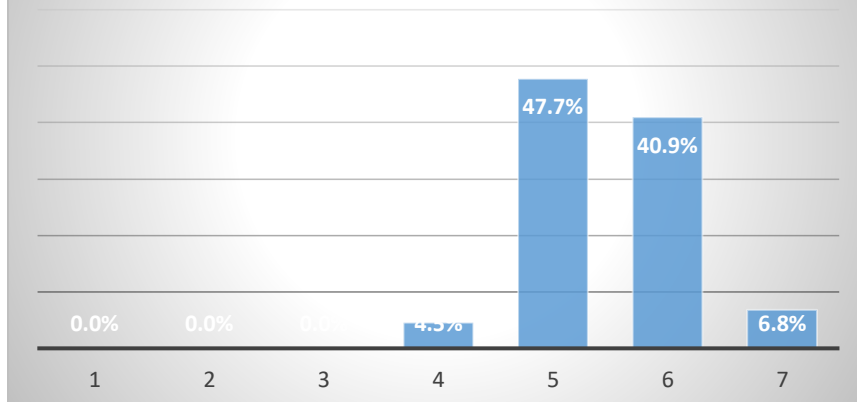
**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 43,2% de los encuestados están más de acuerdo que en desacuerdo con la interrogante, el 38,6% está de acuerdo, el 11,4% está totalmente de acuerdo y el 6,8% no está ni de acuerdo ni es desacuerdo.

### Figura 12

#### Confianza transmitida

### 12. El comportamiento de los empleados del restaurante transmite confianza.



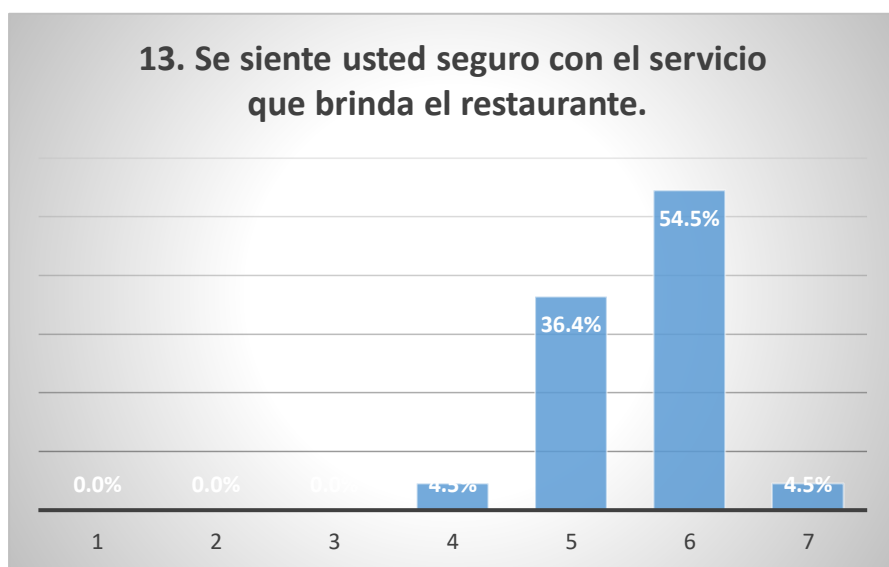
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 47,7% de los encuestados están más de acuerdo que en desacuerdo con el comportamiento de los empleados si transmite confianza, 40,9% están de acuerdo, el 6,8% está totalmente de acuerdo y el 4,5% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

### Figura 13

#### Atención confiable



**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

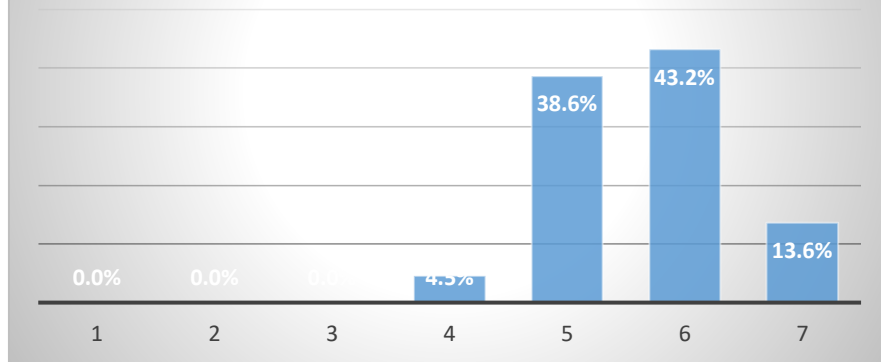
El 54,5% de los encuestados manifestaron que están de acuerdo es decir si se sienten seguros con el servicio, el 36,4% está más de acuerdo que en desacuerdo, el 4,5% está totalmente de acuerdo y el otro 4,5% no está de acuerdo ni en desacuerdo.

### Figura 14

#### Fiabilidad de pago



**14. Se siente seguro al momento de cancelar el servicio consumido en el restaurante, ya sea efectivo o con tarjeta.**



**Base:** 44 personas encuestadas.

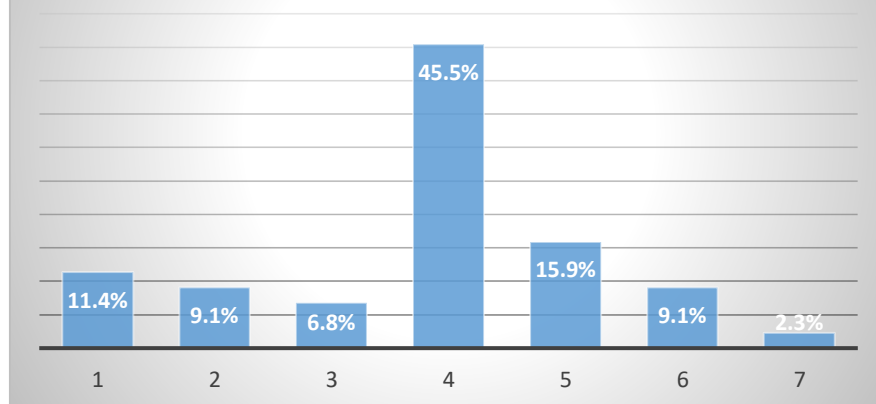
**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 43,2% de los encuestados están de acuerdo, es decir si sienten seguros al momento de pagar lo consumido en el restaurante, el 38,6% está más de acuerdo que en desacuerdo, el 13,6% está totalmente de acuerdo y el 4,5% no está de acuerdo ni en desacuerdo.

**Figura 15**

**Atención personalizada**

**15. Recibe usted atención individualizada del restaurante.**



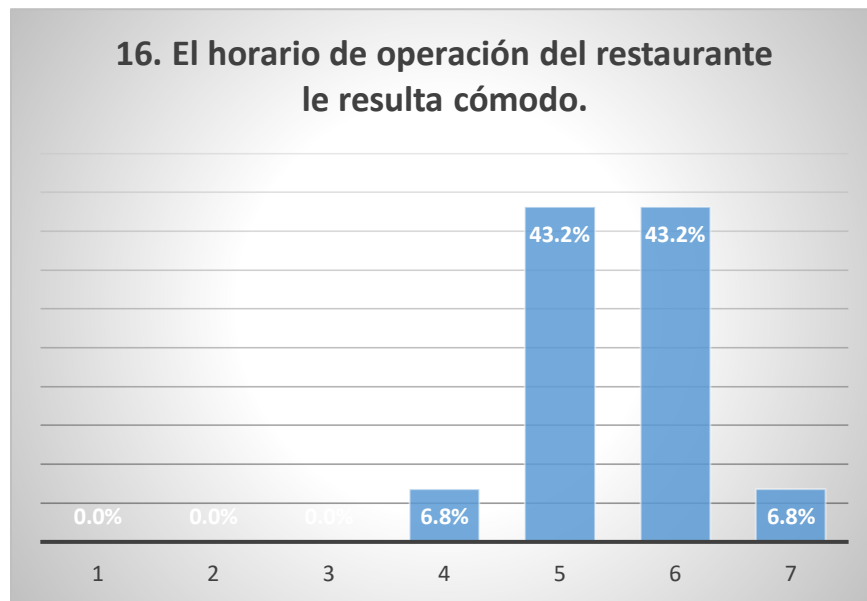
**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 45,5% de los encuestados no están de acuerdo ni en desacuerdo en que el restaurante les brinda atención individualizada, mientras que el 15,9% están más de acuerdo que en desacuerdo, el 11,4% está en total desacuerdo, el 9,1% está de acuerdo, mientras que el otro 9,1% está en desacuerdo, el 6,8% está más en desacuerdo que de acuerdo, y el 2,3% está totalmente de acuerdo.

**Figura 16**

### **Horario conveniente**



**Base:** 44 personas encuestadas.

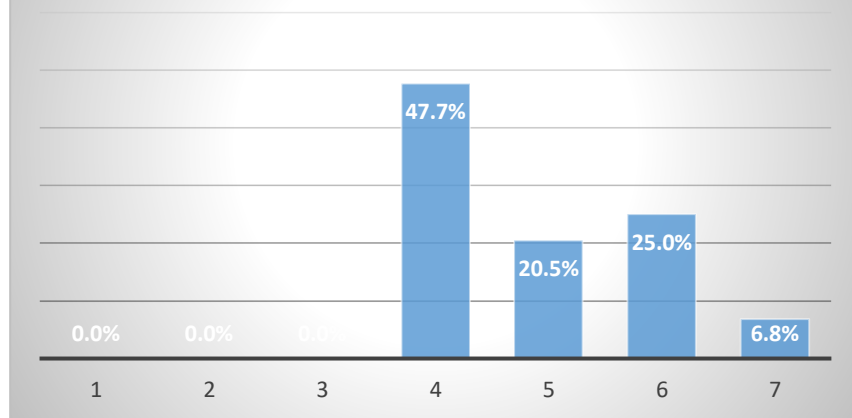
**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 43,2% de los encuestados están de acuerdo con el horario de operación del restaurante, al igual que el otro 43,2% está más de acuerdo que en desacuerdo, el 6,8% está totalmente de acuerdo, mientras que el otro 6,8% no están de acuerdo ni en desacuerdo.

**Figura 17**

### **Servicio empático**

### 17. Los empleados del restaurante comprenden mis necesidades.



**Base:** 44 personas encuestadas.

**Fuente:** Elaboración propia según investigación de campo 2024.

El 47,7% de los encuestados no están de acuerdo ni en desacuerdo con que los empleados del restaurante comprender sus necesidades, el 25,0% están de acuerdo, el 20,5% está más de acuerdo que en desacuerdo y el 6,8% está totalmente de acuerdo.

## INTERPRETACION DE ENTREVISTAS

### ENTREVISTA DIRIGIDA A LA LCDA. ASTRID CORTEZ - ANALISTA DE TURISMO DEL GAD MUNICIPAL DE PIÑAS.

Link:[https://drive.google.com/file/d/1xXAfH4TCcn9vB-hAyPRE4yUGbRzCPrg/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1xXAfH4TCcn9vB-hAyPRE4yUGbRzCPrg/view?usp=drive_link)

#### **1. El sector de alimentos y bebidas del cantón Piñas está preparado para recibir turistas.**

Dentro de lo que es el sector gastronómico se supo manifestar que sí está considerado y está capacitado para recibir turistas y visitantes en nuestro cantón en base a que, en la municipalidad, también manifestó que ha venido trabajando siempre en capacitaciones constantes en este sector sean turísticos y no turísticos.

#### **Se están considerando diversas estrategias para que los restaurantes formen parte del CATASTRO turístico del cantón Piñas.**

La entrevistada indicó que como departamento de turismo del cantón se realizan visitas de acuerdo a la normativa que emite el Ministerio de turismo y en base a la infraestructura. Cuando se realizan dichas visitas verifican cómo están las instalaciones y les indica que pueden ser establecimientos turísticos y también se les indica las ventajas que ellos tienen al momento de hacer un restaurante turístico en base a las normativas que exige el Ministerio de turismo.

#### **2. La experiencia del cliente en los restaurantes contribuye significativamente a la imagen turística del cantón Piñas.**

En realidad, es este de suma importancia porque si es que el cliente no está satisfecho esa promoción de boca a boca lo acaba en un instante entonces debe de ser excelente la imagen sobre todo Siempre es lo que uno se busca de vender imagen y de tratar de que nos recomienden de trabajar el día a día y no conformarse.

#### **3. La innovación juega un papel esencial en un restaurante.**

Menciona que en cuanto a la innovación si hay que ir a la par de cómo va avanzando en base a la tecnología porque ahora la mayoría de los locales de Piñas se manejan con sus códigos QR por ende están ya innovando, adaptándose a todas las expectativas, argumento que algunos restaurantes aún tienen sus cartas tradicionales pero la mayoría cuentan con su código QR y están a la par de la tecnología.

**4. Un manual de buenas prácticas contribuiría a mejorar la calidad del servicio ofrecido en los restaurantes del cantón Piñas.**

Nos dice que siempre teniendo un sustento y mucho más si es un manual a todos nos beneficiaría en cuanto para tener unas buenas prácticas, porque estar en el área de alimentos y bebidas constantemente es un reto prácticamente porque hay clientes difíciles, clientes que no se contentan y esos clientes hay que saber sobrellevar día a día, entonces manifiesta que sería espectacular contar con un manual de procedimientos y buenas prácticas.

## ENTREVISTAS A LA OFERTA (PARTE ADMINISTRATIVA DE LOS RESTAURANTES).

### *Capacitaciones para mejorar el servicio*

<b>PREGUNTA 1</b>	
<b>RESTAURANTES</b>	<b>1. ¿En qué ámbito considera usted que hace falta capacitación para mejorar la calidad de la atención al cliente en los restaurantes del cantón Piñas?</b>
<b>MULANO COFFEE SHOP</b>	Capacitar al personal en lo que son técnicas de servicio, atención al cliente, técnicas de servir, en el tema de la actitud y más que nada en la proactividad.
<b>MAR Y TIERRA</b>	Hace falta capacitación en el área de atención al cliente, los meseros deben tratar bien a sus clientes, ser carismáticos y formar ese vínculo.
<b>EL PUNTO DEL SABOR</b>	Capacitar bien al personal de atención al cliente, que el empleado sea carismático, atento y que tenga conocimiento sobre el área
<b>ALEXSE</b>	Hace falta capacitar al personal que atiende al cliente, trabajar día a día en mejorar la atención que estamos brindando, ya que nuestros clientes son nuestra razón de ser.
<b>LA TERRAZA STEAK HOUSE</b>	Capacitar constantemente al personal que atiende a nuestros clientes, también se podría capacitar al personal que labora en la cocina.
<b>EL CHAPARRAL</b>	Capacitaciones constantes de cómo atender y brindar el servicio de forma adecuada, el buen trato es fundamental para crear una experiencia memorable y satisfactoria.

*Fuente: Autor, 2024*

### *Gastronomía típica del cantón Piñas*

<b>PREGUNTA 2</b>	
<b>RESTAURANTES</b>	<b>2. ¿Considera usted que la gastronomía típica ofertada por los restaurantes del cantón Piñas, aporta riqueza cultural y vivencial al turista?</b>
<b>MULANO COFFEE SHOP</b>	Si los platos tradicionales aportan bastante al tema de la culturalidad y las vivencias del turista.
<b>MAR Y TIERRA</b>	Si, porque los platos típicos son lo que representa a cada lugar y las personas de otros lugares nos visitan para degustar estos maravillosos platillos.
<b>EL PUNTO DEL SABOR</b>	Sí, más que todo aporta gran riqueza cultural ya que los platos típicos junto con sus tradiciones es lo que representa a un sitio o lugar.
<b>ALEXSE</b>	Si, considero que la gastronomía típica de nuestro cantón aporta riqueza cultural a los turistas porque son los platos que representan a nuestro cantón Piñas.
<b>LA TERRAZA STEAK HOUSE</b>	Si, porque la comida típica de nuestro cantón se ha convertido en lo que nos representa ante los ojos de los turistas que nos visitan de diferentes lugares.
<b>EL CHAPARRAL</b>	La gastronomía típica ofrecida por los restaurantes del cantón Piñas puede ser una parte esencial de la experiencia turística al proporcionar una conexión auténtica con la cultura.

*Fuente: Autor, 2024*

### *Estrategias para mejorar la experiencia del cliente*

<b>PREGUNTA 3</b>	
<b>RESTAURANTES</b>	<b>3. ¿Qué estrategias se podría implementar en un restaurante para brindar una experiencia aún mejor a los turistas/clientes?</b>
<b>MULANO COFFEE SHOP</b>	Potenciar lo que el restaurante ofrece, el tema de las instalaciones, ofrecer un espacio en donde la gente se sienta cómoda, segura y tranquila al momento de compartir con su familia o amigos.
<b>MAR Y TIERRA</b>	Remodelar la infraestructura del restaurante, ampliar el menú, ofrecer variedad de platillos, para que el cliente este a gusto y satisfecho con el servicio que se le está brindando.
<b>EL PUNTO DEL SABOR</b>	Mejorar un poco más la infraestructura del restaurante, invertir en la publicidad porque si bien es cierto la publicidad juega un papel fundamental para atraer a más turistas o posibles clientes.
<b>ALEXSE</b>	Modernizar la fachada, decorar y unos cuantos arreglos para que sea más llamativo, brindar más variedad de comida, extender el tiempo de atención.
<b>LA TERRAZA STEAK HOUSE</b>	Capacitaciones constantes a todo el personal de servicio de atención, mejorar la apariencia del restaurante, implementar elementos inteligentes que ayuden a brindar un buen servicio.
<b>EL CHAPARRAL</b>	Mantener la higiene y limpieza, tener en cuenta el tiempo en el que se demora en salir el pedido y mantener buena comunicación entre todo el personal que opera en el restaurante.

*Fuente: Autor, 2024*

### **3.5. Análisis y discusión de resultados**

En base a las encuestas realizadas a los restaurantes de comida típica de uno y dos tenedores del cantón Piñas, se va a determinar el respectivo análisis según las cinco dimensiones del modelo Servqual.

#### **Tangibles**

Según las encuestas realizadas a los consumidores de los diferentes restaurantes, se determinó que esta dimensión tiene buena puntuación, es decir los restaurantes tienen aspectos adecuados, modernos, acorde con su oferta, y lo más importante manifestaron que los empleados si mantienen una apariencia pulcra. Siendo esto un referente positivo para los restaurantes, dando como resultado una ayuda significativa a la publicidad de boca a boca.

#### **Fiabilidad**

Se determinó que según los encuestados esta dimensión también cuenta con buena calificación en cuanto al servicio que promete, la información proporcionada es de forma precisa y consiente. Sin embargo se detectó un imperfecto en cuanto al tiempo empleado para cumplir con el servicio que se a ordenado, si bien es cierto este punto es crucial para la satisfacción del cliente ya que algunos consumidores no cuentan con mucho tiempo para dicha espera, y este puede ser un punto negativo para el establecimiento.

#### **Capacidad de respuesta**

En esta dimensión se supo manifestar que los restaurantes cuentan con buena puntuación, debido a que los empelados siempre han tenido la disposición para ayudar al cliente. No obstante, hubo un déficit en la capacidad de brindar una respuesta correcta por parte del personal, en base a lo previsto se llega a la conclusión que se debería establecer capacitaciones que brinden



información necesaria para resolver estos inconvenientes que podrían causar aspectos negativos en los restaurantes.

### **Seguridad**


En base a las respuestas obtenidas mediante las entrevistas, en esta dimensión se concluye que la calificación es buena en cuanto a la confianza que transmite el personal, la confidencia de la información del cliente, seguridad en sus transacciones y sobre todo en la seguridad, este ultimo aspecto es crucial en un restaurante, ya que la seguridad en los restaurantes es importante para proteger tanto a los clientes como a los empleados y para mantener un entorno de trabajo seguro.

### **Empatía**

En esta dimensión según los encuestados existe un punto negativo en la atención individualizada hacia el cliente y si existe una brecha negativa en este punto no habrá la disposición que necesita un cliente para sentirse conforme con el servicio. Es necesario que el personal reciba constantes capacitaciones para poder brindar un servicio personalizado, que se adapte a las necesidades y requerimientos de uno de los clientes.


En conclusión, el sector de alimentos y bebidas presenta diferentes falencias en el ámbito de atención al cliente, por ende, algunos consumidores manifestaron que hace falta capacitación en el área, expresaron que es muy importante el aspecto del restaurante, que estos tengan una buena higiene, que el servicio no demore más de lo que debería, que los meseros sean amables y siempre estén prestos a satisfacer sus necesidades.

Según la entrevista realizada a la Lcda. Astrid Cortez, Analista de turismo del GAD Municipal de Piñas, manifestó que por su parte si considera que el sector de alimentos y bebidas está preparado y capacitado para recibir turistas, también nos comenta que constantemente el GAD Municipal brinda capacitaciones a los restaurantes que forman parte del CATASTRO turístico del



cantón. También considera que la experiencia del cliente es de suma importancia para que se cree esa promoción de boca a boca, por último, manifestó que un manual de buenas prácticas sería de gran ayuda y que este sería el sustento para poder tratar mejor al cliente y brindar un buen servicio, que sea memorable y de calidad.

Por último, según la entrevista que se realizó a los diferentes establecimientos de a&b, consideraron que hace falta capacitación en el área del servicio, específicamente en el personal que trata directamente con el cliente porque es importante que ellos se lleven la mejor referencia de su restaurante, en cuanto a la gastronomía típica si consideran que, si aporta riqueza cultural porque sus platos típicos son lo que los representan a ellos y a su cantón. En cuanto a implementar estrategias la mayoría manifestó que les gustaría mejorar su infraestructura para que el restaurante sea más llamativo, también pensaron en que sería bueno ampliar su menú y brindar variedad de platillos para que el cliente tenga diferentes platos a escoger y este quede satisfecho con el servicio.



## CAPITULO IV

### **4.1.Propuesta Integradora**

Manual de procedimientos y buenas prácticas para restaurantes que ofrecen comida típica en el cantón Piñas.

#### ***4.1.1. Misión***

Mejorar la gestión de los restaurantes de comida típica del cantón Piñas, brindando un ambiente seguro, un servicio personalizado y de calidad donde los clientes disfruten de una buena gastronomía local que satisfaga sus necesidades a través de la experiencia.

#### ***4.1.2. Visión***

Ser un referente influyente para el sector de alimentos y bebidas de la provincia El Oro, logrando aspectos positivos, variación de menú, mejoras y posicionar a los restaurantes de la zona dentro del mercado turístico nacional representando la gastronomía típica del cantón Piñas.

#### ***4.1.3. Objetivos***

##### **Objetivo General**

Proporcionar una guía clara sobre cómo se lleva a cabo la gestión dentro de un restaurante, mediante un manual de procedimientos y buenas prácticas para ayudar a mejorar la calidad del servicio que ofrecen los restaurantes.

##### **Objetivos Específicos**

**OE1:** Diseñar un manual de procedimientos y buenas prácticas actualizado para los restaurantes de comida típica del cantón Piñas.

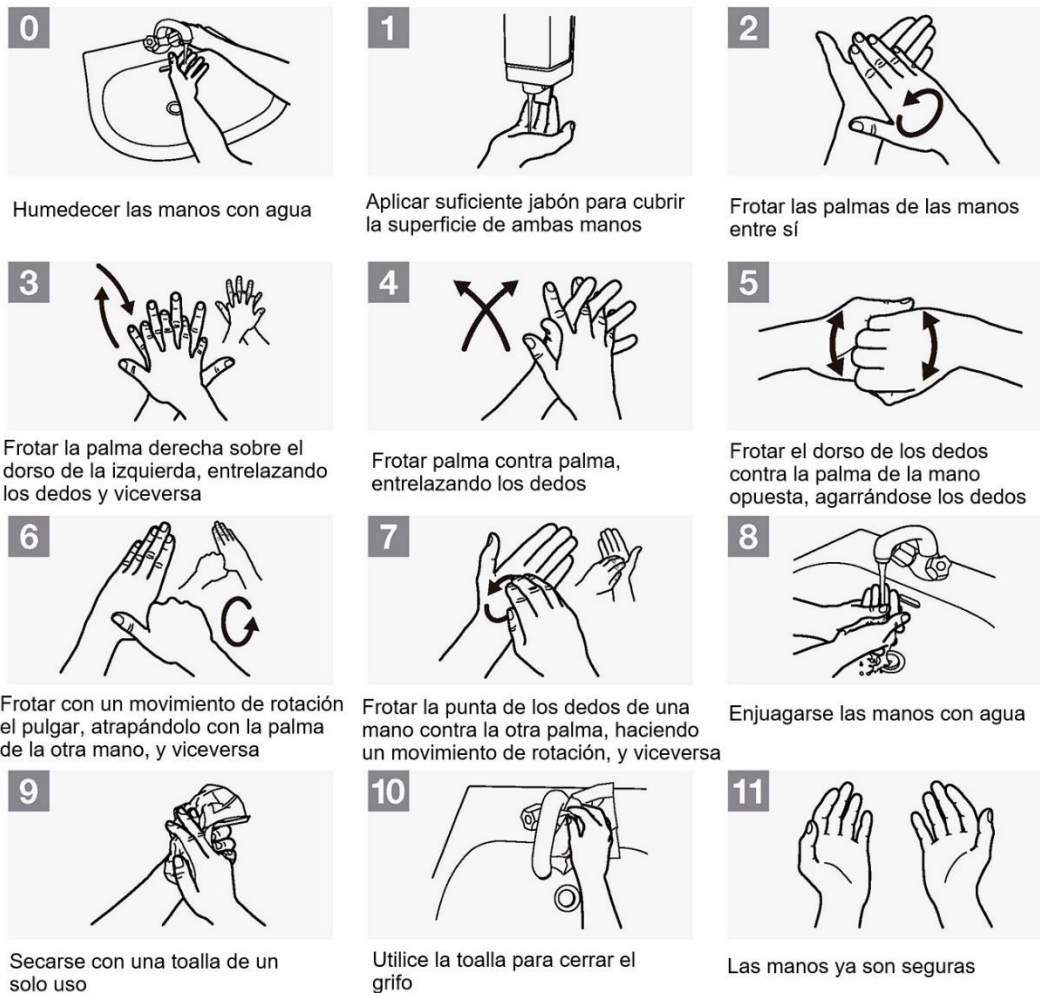
**OE2:** Establecer y puntualizar procedimientos estándar basados en el modelo Servqual para las diferentes actividades que ejecutan los restaurantes.

#### 4.1.4. Estructura

### NORMAS DE HIGIENE

#### Manera correcta de lavarse las manos. -

Lavarse las manos de manera adecuada es de gran importancia para mantener la higiene y prevenir la propagación de diferentes enfermedades.



**Fuente:** Organización Mundial de la Salud, mayo 2009.

Es importante lavarse las manos frecuentemente con agua y jabón durante 30 segundos, especialmente antes de comer, después de ir al baño, después de estar en lugares públicos y después de tocar superficies que puedan estar contaminadas.

**Higiene en el lugar de trabajo.** – Mantener siempre limpio nuestro lugar de trabajo es esencial para prevenir la propagación de bacterias, enfermedades y contaminación de los alimentos. Esto incluye la limpieza y desinfección periódica de superficies, especialmente aquellas que se tocan con frecuencia, como herramientas, equipos y superficies de trabajo.

**Uso de guantes.** – Siempre que sea necesario, el personal deberá utilizar guantes desechables cuando trabaje con alimentos listos para el consumo para evitar la contaminación cruzada.

**Uniformes limpios.** - El personal debe vestir todo el tiempo uniformes limpios, presentables y adecuados que se cambian diariamente.

**Control de enfermedades.** - Los colaboradores que estén enfermos no deberían trabajar directamente con alimentos. Es importante tener una política clara donde redacte que los empleados indispuestos deben quedarse en casa debido a una enfermedad contagiosa.

**Manejo adecuado de desechos.** - Debe haber un número suficiente de contenedores de residuos y el personal debe estar capacitado para manipular y desechar adecuadamente los desperdicios.

Siguiendo estas reglas de higiene, los trabajadores de restaurantes pueden ayudar a mantener un ambiente de trabajo saludable para todos. Como resultado, los restaurantes pueden garantizar la seguridad y la satisfacción de sus clientes, lo cual es fundamental para el éxito a largo plazo del negocio.

### ***GESTION EN SERVICIO AL CLIENTE***

**Pautas en atención al cliente.** - Tratar adecuadamente a los clientes en un restaurante es fundamental para garantizar una experiencia positiva y satisfactoria. A continuación, se ofrecen algunas pautas para tratar a los clientes de forma adecuada:

- **Saludo cordial:** Al recibir a los clientes, el personal debe saludarlos con una sonrisa genuina y un saludo amable, como "¡Bienvenido al restaurante!" o "Buenos días/tardes/noches, ¿cómo puedo ayudarle?".
- **Atención personalizada:** Escuchar atentamente las necesidades y preferencias de los clientes y estar preparado para responder preguntas sobre el menú o hacer recomendaciones basadas en sus gustos.
- **Ser cortés y respetuoso:** Mantener un tono amigable y respetuoso en todas las interacciones con los clientes, incluso en situaciones difíciles o quejas.
- **Ser paciente:** Ser paciente y comprensivo, especialmente con los clientes que dudan o necesitan más tiempo para realizar un pedido.
- **Servicio oportuno:** Procurar servir la comida en un horario razonable y estar atento a las necesidades del cliente, como rellenar bebidas o recoger platos vacíos.
- **Despedida amable:** Al finalizar la visita agradecer al cliente su elección del restaurante y desearle un agradable día o noche.
- **Seguimiento:** Si es posible se debería contactar a los clientes para asegurar de que estén contentos con su experiencia y resolver cualquier problema que pueda surgir después de su visita.
- **Capacitación del personal:** Proporcionar continuamente a los empleados la capacitación adecuada para que puedan brindar un excelente servicio al cliente y estar preparados para manejar una variedad de situaciones.

**Procedimiento de respuesta a quejas.** – Responder adecuadamente a las quejas de los clientes es fundamental para mantener la satisfacción del cliente y proteger la reputación del restaurante.

- ✓ **Escuchar con atención:** Cuando un cliente presente una queja, es importante escucharlo con atención y no interrumpirlo. Permitir que los clientes expresen plenamente sus inquietudes.
- ✓ **Mantener la calma y mostrar empatía:** Aunque puede resultar difícil escuchar las críticas, es importante mantener la calma y mostrar empatía por el cliente. Hágales saber a sus clientes que comprende su frustración y que está dispuesto a ayudar.
- ✓ **Agradecer al cliente por su retroalimentación:** Agradecer a los clientes por tomarse el tiempo para compartir sus experiencias e inquietudes. Hacer que el cliente se sienta apreciado puede ayudar a calmar la situación.
- ✓ **Pedir disculpas:** Ofrecer una disculpa sincera por cualquier inconveniente o experiencia negativa que haya tenido el cliente. Asegúrese de que la disculpa sea genuina y que el cliente se sienta comprendido.
- ✓ **Ofrecer una solución:** Una vez que haya investigado la queja, brindar una solución al cliente. Esto puede incluir un reembolso, ofrecer descuentos para futuras visitas, derecho a compensación o cualquier otra solución que considere adecuada para resolver el problema del cliente.
- ✓ **Seguir el protocolo interno:** Si su restaurante tiene protocolos específicos para manejar quejas, asegúrese de seguirlos. Esto puede incluir notificar a un supervisor o gerente sobre la queja y obtener aprobación para cualquier acción de seguimiento.
- ✓ **Registrar la queja:** Documente todas las quejas recibidas y las medidas adoptadas para resolverlas. Esto es útil para identificar tendencias o áreas de mejora del servicio.

Una actitud amigable, cortés y profesional hacia los clientes no sólo mejora la experiencia del cliente, sino que también ayuda a construir una reputación positiva para el restaurante y promueve la lealtad del cliente.

### ***PREVENCION DE CONTAMINACION CRUZADA***

Evitar accidentes relacionados con la contaminación cruzada de alimentos en el restaurante es importante para garantizar la seguridad alimentaria de los clientes.

**Separación física:** Se deben mantener áreas separadas y claramente marcadas para la preparación de alimentos crudos y cocidos. Esto incluye el uso de diferentes tablas de cortar, cuchillos y otros utensilios para preparar alimentos crudos y cocidos.

**Almacenamiento adecuado:** Mantenga los alimentos crudos separados de los cocidos en el refrigerador y en las áreas de almacenamiento. Utilice recipientes seguros, sellados y etiquetados para evitar la contaminación cruzada.

**Lavado de manos:** Capacite a los empleados sobre la importancia del lavado de manos adecuado y frecuente, especialmente después de manipular alimentos crudos y antes de tocar alimentos cocidos o listos para comer.

**Cambiar guantes:** Los trabajadores que manipulan materias primas deben cambiarse los guantes y lavarse las manos antes de manipular alimentos cocidos o listos para comer.

**Limpieza y desinfección:** limpie y desinfecte todas las superficies, equipos y utensilios que entren en contacto con alimentos crudos antes de manipular alimentos cocidos.

**Utilice tablas de cortar de colores:** utilice tablas de cortar de diferentes colores para alimentos crudos y cocidos. Por ejemplo, los rojos se utilizan para la carne cruda y los verdes para las verduras cocidas.



**Manejo adecuado de los utensilios:** Utilice utensilios separados para alimentos crudos y cocidos, como pinzas y espátulas. Control de temperatura: almacene los alimentos fríos a menos de 4 °C (40 °F) y los alimentos calientes a más de 60 °C (140 °F) para evitar el crecimiento bacteriano.

**Capacitación de empleados:** Proporcionar capacitación periódica sobre manipulación segura de alimentos y riesgos de contaminación cruzada. Monitoreo y cumplimiento: monitorear periódicamente el cumplimiento de los protocolos de seguridad alimentaria y tomar medidas correctivas cuando sea necesario.

Si se pone en práctica estas medidas preventivas y se mantiene un enfoque proactivo en la seguridad alimentaria, el restaurante puede reducir significativamente el riesgo de accidentes por alimentos cruzados y proteger la salud de sus clientes.

### ***MANIPULACION CORRECTA DE ALIMENTOS***

La manipulación adecuada de los alimentos en los restaurantes es esencial para garantizar la seguridad alimentaria y prevenir enfermedades transmitidas por los alimentos. A continuación, se detallan los procedimientos básicos para almacenar diferentes tipos de alimentos:

#### **Proceso de almacenamiento de carnes. -**

**Temperatura correcta:** guarde la carne a una temperatura segura para evitar el crecimiento bacteriano. La carne cruda debe almacenarse a 4°C (40°F) o menos en el refrigerador y a -18°C (0°F) o menos en el congelador.

**Separación de alimentos:** almacene la carne cruda separada de otros alimentos para evitar la contaminación cruzada. Utilice recipientes herméticos para evitar goteos y derrames.

**Etiquetado y Rotación:** Etiquete cada envase o contenedor con la fecha de recepción y fecha de vencimiento para garantizar que se utilicen en el orden correcto (Principio de FIFO: primero en entrar, primero en salir).

**Almacenamiento adecuado en el frigorífico:** Coloque la carne cruda en el fondo del frigorífico para que el agua que gotee no contamine otros alimentos.

**Descongelación segura:** Descongele la carne congelada de manera segura en el refrigerador, en agua fría o en el microondas, no la deje a temperatura ambiente para evitar el crecimiento bacteriano.

#### **Proceso almacenamiento de verduras. -**

**Lave adecuadamente:** lave las verduras frescas para eliminar la suciedad y la mugre antes de guardarlas.

**Secado:** asegúrese de que las verduras estén completamente secas antes de guardarlas para evitar el crecimiento bacteriano.

**Separación de alimentos:** almacene las verduras separadas de la carne cruda y otras materias primas para evitar la contaminación cruzada.

**Refrigeración:** Algunas verduras requieren refrigeración para mantenerse frescas, mientras que otras se pueden almacenar a temperatura ambiente. Ver recomendaciones específicas para cada verdura.

**Recipientes adecuados:** Utilice recipientes limpios y secos para almacenar verduras y asegure una buena ventilación para evitar la acumulación de humedad.

#### **Proceso almacenamiento de pescados y crustáceos. -**

**Control de temperatura:** almacene los mariscos a bajas temperaturas para evitar la contaminación bacteriana. La temperatura ideal para los mariscos frescos es de 0°C a 4°C (32°F a 40°F).

**Almacenamiento en hielo:** Si es posible, almacene el pescado y los mariscos en hielo en recipientes porosos para protegerlos del agua de deshielo.

**Separación de alimentos:** Separe los mariscos de otros alimentos para evitar la contaminación cruzada. Verificación de frescura: verifique la frescura de los mariscos antes de almacenarlos y deseche los mariscos que muestren signos de deterioro.

**Etiquete y rote:** etiquete los contenedores con la fecha en que fueron recibidos y utilice el principio de primero en entrar, primero en salir para asegurarse de que se utilicen en el orden correcto.

#### **Clasificación de los alimentos por colores:**

**Roja:** Carnes crudas y embutidos.

**Azul:** Pescados y mariscos.

**Amarilla:** Pollo crudo.

**Verde:** Frutas y verduras.

**Blanca:** Productos lácteos y productos elaborados.

Es importante seguir las normas locales de seguridad alimentaria y las mejores prácticas de manipulación de alimentos para garantizar la seguridad y calidad de los alimentos que sirve.

#### ***ENFERMEDADES POR TRANSMISION ALIMENTARIA***

Las enfermedades transmitidas por los alimentos son un riesgo significativo para los restaurantes cuando no se siguen las prácticas adecuadas de manipulación de alimentos. Estas son algunas enfermedades comunes transmitidas por los alimentos y cómo prevenirlas:

### **Intoxicación alimentaria bacteriana (por ejemplo, Salmonella, Campylobacter)**

**Prevención:** Prepare los alimentos a temperaturas seguras para matar las bacterias, mantenga una higiene adecuada en la cocina y evite la contaminación cruzada entre alimentos crudos y cocidos. Guarde los alimentos a una temperatura segura y practique una buena higiene personal.

### **Infección por norovirus**

**Prevención:** Practique una estricta higiene de manos, especialmente después de ir al baño y antes de manipular alimentos. Limpie y desinfecte las superficies y el equipo de la cocina con regularidad. Evite a los trabajadores de alimentos enfermos.

### **Hepatitis A**

**Prevención:** Vacunar a quienes intervienen en la preparación y manipulación de alimentos. Practique una estricta higiene de manos y evite el contacto con alimentos de personas con hepatitis A activa.

### **Listeriosis**

**Prevención:** Evite comer alimentos crudos o poco cocidos, especialmente carnes, aves, pescados y mariscos. Mantenga una buena higiene en las superficies y equipos de trabajo y mantenga los alimentos adecuadamente refrigerados.

### **Toxoplasmosis**

**Prevención:** Cocine bien la carne, especialmente la de cerdo y cordero. Evite la contaminación cruzada entre la carne cruda y otros alimentos. Lávese las manos después de manipular carne cruda y evite usar leche no pasteurizada.

### **Botulismo alimentario**

**Prevención:** almacenar y manipular alimentos en condiciones que impidan el crecimiento de bacterias productoras de toxina botulínica, como el enlatado adecuado y el control de la temperatura del almacenamiento de alimentos.

Además, los restaurantes deben implementar buenas prácticas de manipulación de alimentos, capacitar a los empleados en higiene y seguridad alimentaria, limpieza de equipos y utensilios, mantener una cadena de frío adecuada para alimentos perecederos e inspecciones periódicas de seguridad. La prevención adecuada de enfermedades transmitidas por alimentos no sólo protege la salud de sus clientes, sino que también protege la reputación y el éxito de su restaurante.

### ***OPERACIONES EN EL PUNTO DE VENTA***

Los puntos de venta son esenciales para la eficiencia y el éxito de su restaurante. El procesamiento de pedidos, el cobro, el manejo y la liquidación de efectivo adecuados son esenciales para la eficiencia y transparencia de las operaciones de los restaurantes.

#### **Manejo de pedido:**

- **Sistema de pedidos:** utilizar un sistema de pedidos eficiente, tanto manual como electrónico, para registrar y procesar los pedidos de forma clara y organizada.
- **Comunicación con la cocina:** Establecer un sistema de comunicación claro entre los camareros y la cocina para garantizar que los pedidos sean correctos y preparados a tiempo.
- **Control de Inventario:** Monitorear continuamente el inventario para evitar escasez de ingredientes y asegurar la entrega de los platos.

#### **Cobros:**

- **Sistema de facturación:** utilice un sistema de facturación eficiente para crear facturas o facturas precisas y detalladas.
- **Claridad de precios:** asegúrese de que los precios de los productos sean claramente visibles y que los cargos adicionales (impuestos, propinas) estén enumerados correctamente.
- **Gestión de propinas:** Establezca un procedimiento de gestión de propinas y asegúrese de que las propinas se distribuyan equitativamente entre los empleados (si corresponde).

#### **Manejo de efectivo:**

- **Caja registradora segura:** Utilice una caja registradora segura y asigne responsabilidades específicas a las personas autorizadas para manejar efectivo.
- **Conteo de efectivo:** Realice un conteo de efectivo regular para verificar que el efectivo en la caja registradora coincida con los datos de ventas.
- **Depósitos seguros:** establezca una política de depositar efectivo en el banco con regularidad para reducir el riesgo de pérdida.

#### **Cierre la caja:**

- **Proceso de salida estándar:** Defina un procedimiento de salida estándar al final de un turno, día o período.
- **Registros de ventas y gastos:** Registre todas las ventas y gastos en detalle para facilitar la contabilidad y la auditoría.
- **Firma responsable:** Al finalizar el turno, el cajero deberá firmar un documento que acredite la corrección de la contabilidad y la seguridad de los fondos.

- **Almacenamiento seguro:** guarde los informes diarios, recibos y otros documentos importantes en un lugar seguro y de fácil acceso para consultarlos en el futuro.

Los empleados deben recibir capacitación en estos procedimientos y revisarse periódicamente para garantizar la coherencia y eficiencia en las operaciones del restaurante.

### ***GESTIÓN DE RESERVAS Y TURNOS***

Gestionar las reservas y los cambios en los restaurantes es esencial para garantizar un flujo eficiente de clientes, experiencias positivas y la optimización de los recursos disponibles. Puede implementar las siguientes políticas y prácticas para mejorar estas áreas.

#### **Reserva de mesa:**

- **Sistema de reservas:** utilice un sistema de reservas eficiente mediante software dedicado, una aplicación en línea o un registro manual en el restaurante.
- **Confirmación de reserva:** cree un proceso de confirmación de reserva por teléfono, SMS o correo electrónico. Esto ayuda a reducir el ausentismo.
- **Gestión de la lista de espera:** si está llena, administre las listas de espera y notifique a los clientes sobre los tiempos de espera estimados. Avisar cuando haya espacio disponible.
- **Flexibilidad:** Sea lo más flexible posible, especialmente para clientes leales u ocasiones especiales. Considere ajustar su reserva para acomodar a más huéspedes.
- **Registro centralizado:** centralice la información de reservas en un sistema o reserve para que todo el personal pueda acceder a la información más actualizada.

#### **Turnos del personal:**

- **Planificación de turnos eficaz:** desarrolle horarios de trabajo eficaces basados en las necesidades previstas. Ajustar los niveles de dotación de personal en función de la ocupación esperada.
- **Turno:** Implemente turnos justos para que todos los empleados tengan la oportunidad de trabajar en turnos pico y en horarios más lentos.
- **Comunicación abierta:** Fomente la comunicación abierta entre los empleados para adaptarse a los turnos tempranos o los descansos. Para facilitar esto, utilice una plataforma o caja de comunicación.
- **Formación mutua.** Proporcionar capacitación cruzada a los empleados para que realicen diferentes funciones, lo que permite una mayor flexibilidad en las asignaciones de turnos.
- **Rotación de tareas:** cree una rotación de tareas para que los empleados no se sientan atrapados en determinadas funciones.
- **Cobertura de cambio:** Defina claramente su política de cobertura de cambio en caso de emergencias o cambios inesperados. Asegúrese de tener un procedimiento de comunicación rápido.

#### **Tecnología y automatización:**

- **Sistema de Punto de Venta:** Con un sistema de punto de venta, puedes realizar un seguimiento de las reservas y mesas y facilitar la gestión de turnos del personal.
- **Aplicaciones móviles:** considere utilizar una aplicación móvil para realizar reservas, que brinde comodidad tanto para los clientes como para el personal.



- **Integración del sistema:** asegúrese de que los sistemas de reservas y los sistemas de punto de ventas estén integrados para una gestión de la información más eficiente.
- **Notificaciones automáticas:** configure notificaciones automáticas para recordar a los huéspedes sobre las reservas y enviar recordatorios de citas al personal.

### ***MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES***

El mantenimiento de las instalaciones de un restaurante es esencial para garantizar un entorno limpio, seguro y operativo.

#### **Limpieza:**

- Programa de limpieza regular: desarrolle un programa de limpieza detallado que cubra todas las áreas de su restaurante, incluida la cocina, el comedor, los baños y las áreas de almacenamiento.
- Equipos y suministros de limpieza: Proporcionar al personal de limpieza equipos y suministros adecuados, como agentes de limpieza, desinfectantes, escobas, trapeadores y aspiradoras.
- Limpieza profunda: programe limpiezas profundas periódicas para abordar áreas de difícil acceso y equipos especializados como campanas extractoras. 4. Áreas al aire libre: no descuide las áreas al aire libre como patios o entradas. Asegúrate de que estén libres de escombros, hojas y otros desechos.

#### **Mantenimiento de equipos:**

- Plan de Mantenimiento: Desarrollar un plan de mantenimiento preventivo para equipos críticos de cocina como refrigeradores, congeladores, estufas y lavavajillas.

- Contratos de mantenimiento. Para garantizar un servicio regular y profesional, considere celebrar contratos de mantenimiento con proveedores especializados de determinados equipos.
  - Registro de mantenimiento: un registro detallado de todas las actividades de mantenimiento, incluidas fechas, servicios realizados y cualquier problema descubierto.
4. Formación del personal: Formación del personal de cocina en limpieza diaria y mantenimiento básico de equipos usados.

#### **Reparaciones:**

- Sistema de notificación de problemas: cree un sistema claro para que los empleados informen problemas o necesidades de reparación de inmediato.
  - Prioridades de reparación: Priorice las reparaciones según la urgencia y la gravedad. Empiece por abordar los problemas que puedan afectar la seguridad o el funcionamiento de su restaurante.
  - Proveedores de reparación confiables: mantenga una lista de proveedores de reparación confiables y comuníquese con ellos para problemas específicos.
4. Presupuesto de mantenimiento: planifique un presupuesto para reparaciones y mantenimiento y asegúrese de reservar fondos para cubrir imprevistos.

#### **Otros aspectos importantes:**

- Normativas de Seguridad: Cumple con todas las normas de seguridad marcadas por la industria alimentaria y la restauración.
- Inspecciones periódicas: realice inspecciones periódicas para detectar posibles problemas antes de que se vuelvan importantes.

- Formación de empleados: Capacite a los empleados sobre la importancia del mantenimiento y la limpieza y motíuelos a seguir las mejores prácticas.
- Copia de seguridad de documentos: mantenga seguros los documentos importantes, como registros de limpieza y mantenimiento, para consultarlos en el futuro.

## ***RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL***

**Compromisos y prácticas para minimizar el impacto ambiental del restaurante y contribuir positivamente a la comunidad.** - Reducir el impacto ambiental y hacer una contribución positiva a la sociedad son aspectos importantes de la sostenibilidad y la responsabilidad social de los restaurantes.

### **Compromisos ambientales:**

**Reducción de residuos:** Tomar medidas para reducir los residuos, como el uso de productos biodegradables, la reducción de envases y la promoción del compostaje.

**Reciclaje:** Desarrollar un programa de reciclaje de materiales como papel, cartón, plástico, vidrio y metal. Asegúrese de que los empleados reciban la capacitación adecuada sobre cómo separar adecuadamente los materiales para su reciclaje.

**Conservación del agua y la energía:** Instale dispositivos que ahorren agua y energía, como grifos y luces LED, y eduque a los empleados sobre la importancia de apagar las luces y los electrodomésticos cuando no estén en uso.

**Abastecimiento sostenible de alimentos:** Siempre que sea posible, prefiera comprar alimentos locales, de temporada y orgánicos para reducir la huella de carbono asociada al transporte y apoyar a los productores locales.

### **Compromisos comunitarios:**

**Apoyo a organizaciones locales:** Colaborar con una organización benéfica o sin fines de lucro local para donar alimentos no utilizados o patrocinar un evento comunitario.

**Educación comunitaria:** Organizar eventos educativos o talleres para trabajadores de restaurantes y la comunidad local sobre alimentación saludable, sostenibilidad y protección del medio ambiente.

**Creación de empleo local:** Priorizar la contratación de personal local y brindar oportunidades de capacitación y desarrollo profesional a los miembros de la comunidad local.

**Participación en eventos comunitarios:** Participar activamente en eventos locales, ferias gastronómicas o festivales para promover el restaurante y construir relaciones con la comunidad local.

**Prácticas éticas de negocio:** Comprometerse con prácticas comerciales éticas y transparentes, como pagar a los proveedores de manera justa y comportarse de manera respetuosa. Al implementar estos compromisos y prácticas, los restaurantes no sólo pueden reducir su impacto en el medio ambiente, sino también contribuir positivamente a la prosperidad y el desarrollo del Cantón Piñas.

## ***PROCEDIMIENTOS DE EMERGENCIA***

### **Plan de emergencia contra incendios. –**

- **Detección temprana:** Se debe instalar detectores de humo en áreas clave del restaurante para alertarlo de un incendio.
- **Extintores de incendios:** Asegúrese de que haya suficientes extintores de incendios disponibles en todo el restaurante y mantenga capacitados a los empleados sobre cómo usarlos correctamente.

- **Rutas de escape:** En caso de incendio, identificar y marcar claramente las rutas de escape. Siempre hay que estar seguros de que las rutas estén claras.
- **Punto de reunión:** Implemente un área de reunión segura fuera del restaurante donde todos los empleados y clientes puedan reunirse después de que se evacue el restaurante.
- **Capacitación del personal:** Mantenga capacitado al personal de cómo responder a un incendio, incluido cómo evacuar el edificio de manera segura y ayudar a los clientes en caso de que suceda una emergencia.

#### **Plan de evacuación. –**

- **Alarma de evacuación:** Establezca un sistema de alarma claro y conciso para señalar la evacuación inmediata.
- **Comunicación:** Designe un líder de evacuación responsable de coordinar dicha tarea y garantizar que todos los empleados y clientes sean notificados y dirigidos a las salidas de emergencia.
- **Asistencia al cliente:** Capacite al personal para ayudar a los clientes que puedan necesitar algún tipo de ayuda durante el proceso de evacuación, como personas con discapacidades o niños pequeños.
- **No use ascensores:** Es importante que todos los empleados y clientes tengan conocimiento que nunca deben usar los ascensores al evacuar porque podrían quedar atrapados.
- **Revisar las instalaciones:** Después de evacuar, se debe asegurar de que todas las áreas del restaurante estén despejadas y que nadie se quede atrás.

#### **Protocolo de primeros auxilios. –**

- **Botiquín de primeros auxilios:** mantenga siempre un botiquín de primeros auxilios completamente abastecido en su restaurante y asegúrese de que todo el personal tenga acceso a él.
- **Personal capacitado:** capacite a parte del personal en primeros auxilios básicos, incluida RCP (reanimación cardiopulmonar), cuidado de heridas y cómo responder a emergencias comunes.
- **Procedimientos médicos:** Establezca procedimientos claros para manejar emergencias médicas, como llamar a los servicios de emergencia y brindar atención básica hasta que llegue ayuda profesional.
- **Registro de incidentes:** Es importante llevar un registro detallado de todos los incidentes médicos y revisar los procedimientos para mejorar la futura respuesta.

## **4.2.CONCLUSIONES**

Los establecimientos de a&b del cantón Piñas tienen el potencial turístico para ser reconocidos a nivel provincial, debido a sus excelentes platillos típicos que ofrecen en su menú y su hospitalidad que brindan a los clientes, sin embargo, primero deberá existir un manual de procedimientos y buenas prácticas para poder mejorar las falencias detectadas en el presente trabajo de estudio.


Un manual de procedimientos y buenas prácticas es indispensable para poder desarrollar correctamente las diferentes actividades que se ejecuta dentro de un restaurante, de este modo se podrá ayudar a que las mismas se gestionen de manera adecuada y sobre todo lograr brindar ese espacio seguro a nuestros clientes.

Para comenzar a desarrollar un manual de procedimientos y buenas prácticas, es indispensable realizar un diagnóstico para conocer las causas y falencias que presenta el restaurante y posterior poder plantear posibles soluciones.

Es fundamental que los trabajadores del restaurante tengan conocimientos básicos sobre la seguridad alimentaria, esto ya que si no manipulan correctamente los alimentos pueden ser los causantes de transmisión de enfermedades poniendo en peligro la salud de los consumidores y por consiguiente la imagen del restaurante.

La situación que se observa en los restaurantes de comida típica del cantón Piñas, es que el foco principal está en que el personal realiza los procedimientos operativos basados en la experiencia, ya que actualmente no existe un manual de procedimientos que oriente efectivamente el desempeño de las diferentes operaciones.

Con base en los resultados de la investigación se concluyó que los procedimientos operativos desarrollados para el restaurante beneficiarán principalmente al establecimiento,



teniendo en cuenta la visión de la empresa cliente, ayudando a mejorar el control interno y mayores niveles de satisfacción en el servicio al cliente.





### **4.3.RECOMENDACIONES**

Se recomienda utilizar este manual de procedimientos operativos y buenas prácticas para empapar de conocimientos técnicos a los trabajadores que laboran en los restaurantes, y de esta manera poder llevar a cabo correctamente las diferentes actividades que se requiere dentro de la gestión del restaurante, enfocando mayoritariamente en el área de cocina y atención al cliente, unificando el conocimiento de las tareas realizadas en las diferentes áreas que requieren secuencia y procesos de personal.

Si los restaurantes de comida típica del cantón Piñas ponen en práctica el manual de procedimientos y estos cumplen correctamente todos los estándares se puede aspirar a un certificado de conformidad con la norma ISO 9001, demostrando que el restaurante ha establecido y mantiene un sistema de gestión de calidad efectivo, lo que puede proporcionar una serie de beneficios, como una mayor eficiencia operativa, mejora de la satisfacción del cliente y acceso a nuevos mercados.

De igual manera, si los restaurantes adaptan responsabilidades ambientales y cumplen a cabalidad con los requisitos establecidos en la norma, estos podrán obtener la certificación ISO 14001, ayudar a los restaurantes a establecer un sistema de gestión ambiental seguro que les permita reducir su impacto ambiental, cumplir con los requisitos legales y reglamentarios, mejorando su desempeño ambiental y aumentando su reputación y credibilidad en el mercado.

## 4.4 ANEXOS

### *Modelo de entrevista dirigida al GAD municipal de Piñas.*



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA**  
*Calidad, Pertinente, y Calidez*  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**“CARRERA DE TURISMO”**

#### ***ENTREVISTA DIRIGIDA A LA ANALISTA DE TURISMO DEL GAD MUNICIPAL DEL CANTON PIÑAS.***

1. ¿Considera usted que el sector de alimentos y bebidas del cantón Piñas está preparado/capacitado para recibir turistas. ¿Y qué estrategias se está considerando para que los restaurantes formen parte del CATASTRO Municipal del cantón Piñas?
2. ¿Cómo cree usted que la experiencia del cliente en los restaurantes contribuye a la imagen turística del cantón Piñas?
3. ¿Considera usted que la innovación juega un papel esencial en un restaurante? ¿Por qué?
4. ¿Cree usted que un manual de buenas prácticas ayudaría a mejorar la calidad del servicio ofertado en los restaurantes del cantón Piñas?

*Modelo de entrevista dirigida a la oferta del cantón Piñas.*



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA**  
*Calidad, Pertinente, y Calidez*  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**"CARRERA DE TURISMO"**

**ENTREVISTA DIRIGIDA A LA PARTE ADMINISTRATIVA DE LOS RESTAURANTES DEL CANTON PIÑAS.**

**Nombre del Restaurante:** \_\_\_\_\_

**N° de entrevista:** \_\_\_\_\_

1. ¿En qué ámbito considera usted que hace falta capacitación para mejorar la calidad de la atención al cliente en los restaurantes del cantón Piñas?
2. ¿Considera usted que la gastronomía típica ofertada por los restaurantes del cantón Piñas, aporta riqueza cultural y vivencial al turista?
3. ¿Qué estrategias se podría implementar en un restaurante para brindar una experiencia aun mejor a los turistas/clientes?

*Modelo de encuesta dirigida a la demanda del cantón Piñas.*



# UTMACH

## RESTAURANTE "MULANO COFFEE SHOP"

El siguiente formulario tiene la finalidad de analizar la calidad de los restaurantes del cantón Piñas.

Para contestar esta encuesta elija el numero que mejor refleje su opinión sobre la calidad del servicio que ofrece dicho restaurante, en una escala en donde **1 es el menor y 7 el mayor**:

1. Estoy en total desacuerdo
2. Estoy en desacuerdo
3. Estoy más en desacuerdo que de acuerdo
4. No estoy de acuerdo ni en desacuerdo
5. Estoy más de acuerdo que en desacuerdo
6. Estoy de acuerdo
7. Estoy totalmente de acuerdo

anali.0900000@gmail.com [Cambiar cuenta](#)



No compartido

\* Indica que la pregunta es obligatoria

**TANGIBLES**

**1. Los equipos que dispone el restaurante tienen apariencia moderna. \***

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**2. Las instalaciones físicas del restaurante tienen una apariencia acorde al tipo de servicio proporcionado. \***

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**3. Los empleados del restaurante tienen un aspecto pulcro. \***

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**4. Los materiales del restaurante (la carta, publicidad) son visualmente atractivos. \***

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

*Cuestionario realizado en Google Forms*

*Fotografías trabajo de campo*



*Foto con analista de turismo del GAD Municipal de Piñas.*



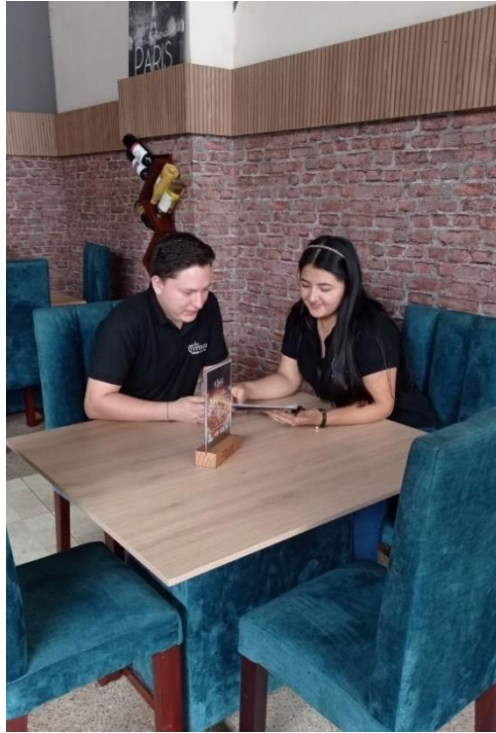
*Foto con el dueño del restaurante “El Chaparral”.*



*Foto con la dueña del restaurante “El Punto del Sabor”.*



*Foto con la administradora del restaurante “Mulano Coffe Shop”.*



*Fotos con el administrador del restaurante “La Terraza Steak House”.*



*Fotos con la dueña del restaurante “Alexse”.*





Foto tomada en el restaurante "Alexse"



Foto tomada en el restaurante "La terraza"



Foto tomada en el restaurante "El punto del Sabor"



Foto tomada en el restaurante "El Chaparral"







## BIBLIOGRAFÍA

- Allen, L. J. (JUNIO de 2022). Análisis de la calidad del servicio y su relación con el nivel de satisfacción del cliente en el restaurante de comida rápida KFC, Panamá, 2021. *REICIT*(ISSN: L2805-1874), 6. Obtenido de <https://uptv.up.ac.pa/index.php/REICIT/article/view/2611/2359>
- Arriola, I. C. (9 de marzo de 2021). Calidad de vida rural y metodología cualitativa. *Journal de Ciencias Sociales* (ISSN 2362-194X), 8. Obtenido de <https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/jcs/article/view/4319/6424>
- Avila, H. F., González, M. M., & Licea, S. M. (30 de septiembre de 2020). LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE INDAGACIÓN EMPÍRICA? *DIDÁCTICA Y EDUCACIÓN*(ISSN2224-2643), 2. Obtenido de <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalía/article/view/992>
- Cedillo, E., & Flores, P. (2020). Análisis de la relación de la calidad en el servicio y la lealtad del cliente en restaurantes de la ciudad de ensenada. *Internacional Administración & Finanzas*(ISSN: 2157-3182), 25-35. Obtenido de [https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN\\_ID3696707\\_code1332876.pdf?abstractid=3696707&mirid=1](https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID3696707_code1332876.pdf?abstractid=3696707&mirid=1)
- Ceseña, M. A. (2020). Calidad del servicio en restaurantes de Todos Santos (México). *Revista universidad y empresa*(ISSN: 0124-4639 ), 1-30. doi:<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/>
- CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. (2008). *Artículo 52 [Titulo II]*. Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- Correa, Á. A., Bustamante, L. G., Armendáriz, R. P., & Cáceres, N. T. (17 de agosto de 2022). Estudio de la cadena de suministro y su impacto en el servipanorama de restaurantes en Lima metropolitana. *Dialnet*(ISSN 1390-8391), 12-13. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/8635122.pdf>
- Duque Oliva, E., & Canas Baquero, J. (2014). Validación del modelo SERVPERF en el ámbito de internet: un caso colombiano. 115-123. doi:[https://doi.org/10.1016/s2215-910x\(14\)70033-3](https://doi.org/10.1016/s2215-910x(14)70033-3)
- Ganga Contreras, F., Alarcón Henríquez, N., & Pedraja Rejas, L. (2019). Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt - Chile. *Scielo*(ISSN 0718-3305), 4-5. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052019000400668>
- González, M. M., Avila, H. F., & Licea, S. M. (2020). LA ENTREVISTA. *Dialnet*(ISSN 2224-2643), 7. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/7692391.pdf>

- Lázaro Rodríguez, P., López Gijón, J., Alonso, S., & Herrera Viedma, E. (2020). Actualidad en estudios LIBQUAL: paradigmas de la biblioteca informativa y social-creadora y cuestión de género como reflejos de la realidad social. *Documentación Científica*(ISSN-L:0210-0614), 1-18. doi:<https://doi.org/10.3989/redc.2020.2.1649>
- López, J. J., & Ramos, A. Y. (octubre de 2023). Análisis de la calidad de servicio en un restaurante manabita. *REICOMUNICAR*(ISSN: 2737-6354), 34. doi:<https://doi.org/10.46296/rc.v6i12edespoc.0161>
- Luna Espinoza, I., & Torres Fragozo, J. (2021). Aplicación del modelo SERVPERF para el diagnóstico y propuesta de mejoras en la prestación del servicio en el instituto ecuatoriano de seguridad social Riobamba. *Dialnet*, 91-118. doi:<http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2022.2956>
- Macías Villacreses, T., Lino Mero, H., & Martínez Llauca, G. (2022). La calidad en el servicio y satisfacción del cliente en el sector ferretero Ecuador. *Dialnet*(ISSN: 2550 - 682X), 7. doi:[10.23857/pc.v7i3.3799](https://doi.org/10.23857/pc.v7i3.3799)
- Malpartida Meza, D., Granada López, A., & Salas Canales, H. (2021). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una empresa comercializadora de sistemas de climatización doméstica e industrial, distrito de Surquillo. *UCSA*, 23-35. doi:<https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2022.009.03.023>
- Marquez Ortiz, L., Useche Castro, L., Alcivar Delgado, S., & Vaca Chavez, G. (2023). Calidad del servicio y satisfacción del cliente en restaurantes del terminal Portoviejo. *Scielo*(ISSN 1815-5936), 3. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-59362023000100023](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362023000100023)
- Ministerio de turismo del Ecuador. (2004). *REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-GENERAL-A-LA-LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2021). *REGLAMENTO TURISTICO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS*. Obtenido de [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/12/propuesta\\_reglamento\\_de\\_alimentos\\_y\\_bebidas\\_src-fni-signed.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/12/propuesta_reglamento_de_alimentos_y_bebidas_src-fni-signed.pdf)
- Mohedano Torres, E., Echeverría Ríos, O., Martínez Hernández, M., & Lezama León, M. (2023). Modelo SERVQUAL para medir la calidad en el servicio en operadores logísticos. *CEA*, 19. doi:<https://doi.org/10.22430/24223182.2234>
- Monroy Ceseña, M., & Urcádiz Cázares, F. (2019). Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México. *Scielo*, 10. doi:<https://doi.org/10.35426/IA>

- Morán, R. C., Corzo, E. d., Nizama, J. L., & Paredes, C. E. (2021). Clima organizacional y satisfacción laboral en una empresa industrial peruana. *Revista Venezolana De Gerencia*(ISSN 1315-9984), 4. Obtenido de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/36470/39150>
- Noci, J. D. (mayo de 2020). Guía de métodos de investigación aplicados al entorno digital. *METHODOS*, 6. doi:10.31009/methodos.2020.i01.02
- Ponce, D. K., Chancay, M. R., & López, L. T. (junio de 2022). Gestión administrativa y su impacto en la calidad del servicio. *RECI MUNDO*(ISSN: 2588-073X), 7. doi:10.26820/recimundo/6.(suppl1).junio.2022.120-131
- Puente, R. M. (julio de 2020). Los métodos de investigación para la elaboración de las tesis de maestría en educación. *Pontificia Universidad Católica del Perú*(ISBN: 978-612-48288-0-5 ), 51. Obtenido de <https://files.pucp.education/posgrado/wp-content/uploads/2021/01/15115158/libro-los-metodos-de-investigacion-maestria-2020-botones-2.pdf#page=51>
- Quintana Lombeida, M., & Solano Solano, C. (2022). El aspecto técnico culinario en la categorización de los restaurantes y el comportamiento de los consumidores en Nueva Loja, Ecuador. *turismo y patrimonio*(ISSN: 2313-853X), 4. doi:<https://doi.org/10.24265/turpatrim.2022.n19.08>
- Quispe, A. M., Pinto, D. F., Huaman, M. R., Bueno, G. M., & Campos, A. V. (2020 de marzo de 2020). Metodologías cuantitativas: Cálculo del tamaño de muestra con STATA y R. *Scielo* (ISSN 2227-4731), 3. Obtenido de [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2227-47312020000100012](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2227-47312020000100012)
- Quispe, B. N. (marzo de 2022). Calidad del servicio en restaurantes de Cañete – Perú. *Dialnet*(ISSN 1315-9984), 558-559. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8890693.pdf>
- Sánchez Molina, A. A., & Murillo Garza, A. (2021). Enfoques metodológicos en la investigación histórica: cuantitativa, cualitativa y comparativa. *Debates Por La Historia*, 9(2), 147-181. doi:<https://doi.org/10.54167/debates-por-la-historia.v9i2.792>
- Sanchez, J. C., Avalos, R. B., & Jara, A. V. (marzo de 2019). Un estudio de la calidad del servicio en restaurantes de mariscos (Ecuador). *Espacios*(ISSN: 0798 - 1015), 2. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a19v40n07/19400709.html>
- Sánchez, M. Z., Mejias, M., & Olivety, M. (septiembre de 2022). Diseño de Metodologías Mixtas una revisión de las estrategias para combinar. *Revista electronica Humanas*(ISSN: 2796-7514), 11. Obtenido de [https://www.portal.uasj.unpa.edu.ar/\\_files/ugd/f9834d\\_784cc19611714c87890006bc7cb4715d.pdf#page=10](https://www.portal.uasj.unpa.edu.ar/_files/ugd/f9834d_784cc19611714c87890006bc7cb4715d.pdf#page=10)

- Silva Juárez, R., Julca Calderón, F., Luján Vera, P., & Trelles Pozo, L. R. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente: Empresas turísticas. *Dialnet*(ISSN: 1315-9518), 4. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8081766>
- Tapia, G. S., & Arteaga, B. A. (2020). Evaluación de la calidad percibida del servicio por los consumidores en los restaurantes de la ciudad de Milagro. *Dialnet*( ISSN: 2576-0971), 8. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7888286>
- Thompson, R. (2001). LibQUAL+: Service Quality Assessment in Research Libraries. 264-268. doi:10.1177/034003520102700410
- Vargas Delgado, O. (2019). Calidad en el servicio, DINESERV, Competitividad, Repostería. *Ciencias Sociales TI*(ISBN: 978-607-8695-15-7), 30. Obtenido de [https://www.ecorfan.org/collections/Collection\\_Ciencias\\_Sociales\\_TI/Extenso/Collection\\_Ciencias\\_Sociales\\_TI.pdf](https://www.ecorfan.org/collections/Collection_Ciencias_Sociales_TI/Extenso/Collection_Ciencias_Sociales_TI.pdf)