



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**  
**FACULTAD DE EDUCACIÓN, TURISMO, ARTES Y HUMANIDADES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL**  
**TÍTULO DE LICENCIADA EN HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA**

**TEMA**

**LA GESTIÓN DE LA CALIDAD Y LA INNOVACIÓN DEL SERVICIO**  
**COMO APORTE AL DESARROLLO ECONÓMICO DE LAS EMPRESAS**  
**TURÍSTICAS DE LA CIUDAD DE MANTA**

**AUTORA**

**HELEN KATHERINE GÓMEZ DELGADO**

**TUTOR**

**LCD. EMIL VIERA MANZO**

**MANTA, OCTUBRE 2025**

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL


El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de carrera, titulado "La gestión de la calidad y la innovación del servicio como aporte al desarrollo económico de las empresas turísticas de la ciudad de Manta", ha sido realizado y concluido por Gomez Delgado Helen Katherine; el mismo que ha sido controlado y supervisado por los miembros del tribunal.

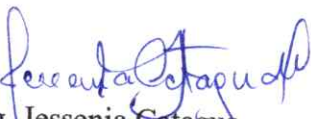
El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos pertinentes en lo referente a la investigación y diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal en las reuniones llevadas a cabo.

Para dar testimonio y autenticidad,


Firmamos:

  
Lic. Marco Duran, Mg.  
Presidente / a de Tribunal

  
Ing. Angela Farfan  
Miembro de Tribunal

  
Ing. Jessenia Catagua  
Miembro de Tribunal

  
Ing. Emil Viera Manzo  
Tutor / a

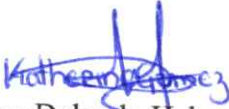
  
Helen Katherine Gomez Delgado  
Graduada

## CLÁUSULA DE LICENCIA Y AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Helen Katherine Gomez Delgado, portadora de la C. I. # 1315470854, en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del proyecto de investigación o Examen de Fin de Carrera con Carácter Complexivo **“La gestion de la calidad y la innovacion del servicio como aporte al desarrllo economico de las empresas turisticas de la ciudad de Manta”**, de conformidad con el **Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad, e Innovación**, reconozco a favor de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva, para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Así mismo, autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Manta, 12 de junio de 2026

  
Gomez Delgado Helen Katherine  
**Autor/a**

## CERTIFICO

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Educación, Turismo, artes y Humanidades de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante GOMEZ DELGADO HELEN KATHERINE, legalmente matriculada en la carrera de Hospitalidad y hotelería, periodo académico 2025 - 2026 (2), cumpliendo el total de 384 horas, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es: "LA GESTIÓN DE LA CALIDAD Y LA INNOVACIÓN DEL SERVICIO COMO APORTE AL DESARROLLO ECONÓMICO DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE LA CIUDAD DE MANTA."

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, jueves, 12 de junio de 2026.

Lo certifico,



EMIL VIERA MANZO  
**Docente Tutor**

## AUTORÍA

El actual trabajo de investigación se realiza como requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Hospitalidad y Hotelería en la Universidad Laica Alfaro de Manabí. El contenido expuesto en este proyecto pertenece exclusivamente a Helen Katherine Gomez Delgado en calidad de autora de la tesis "La gestion de la calidad y la innovacion del servicio como aporte al desarrollo economico de las empresas turisticas de la ciudad de Manta" en caso de utilizar este documento, se debe otorgar los respectivos créditos.



Helen Katherine Gomez Delgado

1315470854

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo con profunda emoción y gratitud a la memoria de mi padre, quien, aunque partió de este mundo, continúa siendo mi mayor inspiración. Cada logro alcanzado lleva consigo su huella imborrable. Este triunfo es también suyo.

A mi querida compañera de vida, mi perra, por brindarme una presencia leal, silenciosa pero profundamente reconfortante. Su compañía fue más significativa de lo que las palabras pueden expresar.

Me dedico este trabajo, ya que pude levantarme las veces necesarias para seguir adelante, por ser paciente, constante y comprensiva en mis objetivos para llegar hasta aquí, agradecida por ser la primera persona en creer en mí misma, en lo que podía y puedo ser capaz y por siempre tener mis responsabilidades con disciplina.

Esta dedicatoria es para ustedes, que han sido parte esencial de mi camino y este logro académico.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a Dios por brindarme la fuerza, la salud y la perseverancia necesaria para culminar esta etapa de mi vida.

A mi querido padre, quien, aunque ya no esté físicamente conmigo, permanece en mi corazón como una guía constante. Su ejemplo de trabajo y amor incondicional ha sido la inspiración más grande para no rendirme. Esta tesis está dedicada a su memoria, con la esperanza de que, donde este, se sienta orgulloso de mi.

A mi perra, cuya compañía silenciosa pero fiel me brindo consuelo, alegría y estabilidad emocional en los momentos más desafiantes. Su presencia ha sido un recordatorio diario de amor puro y lealtad, que me ha motivado a continuar con determinación.

A mis docentes y tutor de mi tesis, por su guía comprometida y por compartir sus conocimientos con generosidad. Su acompañamiento fue clave para el desarrollo de esta investigación.

A mi familia que a pesar de todo lo malo y bueno, fue uno de los motivos para seguir adelante y confiar más en lo que soy capaz.

A mi compañero de vida que llegó en un momento de mi vida donde quise rendirme y dejar todo votado, fue un gran apoyo de superación y de motivo para seguir adelante confiando siempre en mí.

A todos, gracias por ser parte esencial de este logro.

## RESUMEN

La calidad es un factor clave en el progreso de los negocios, por ende, es fundamental que dichas actividades sean gestionadas apropiadamente, asimismo realizar innovaciones que permitan estar a la altura de las nuevas tendencias del mercado y las exigencias de los clientes. El actual proyecto de investigación consiste en diagnosticar la gestión de la calidad y la innovación en los servicios para el crecimiento de las empresas turísticas en la ciudad de Manta. La metodología utilizada es descriptiva ya que analizan las características de los servicios brindados en dichos establecimientos, asimismo se emplea el uso de las técnicas de encuesta y entrevista. Ambas ayudan a obtener una perspectiva más profunda sobre la calidad de los servicios, su gestión e innovación de las actividades. Se recabaron un total de X respuestas, dando como resultados lo siguiente:

**Palabras clave:** Gestión de la calidad, innovación del servicio, desarrollo económico y empresas turísticas.

## **ABSTRACT**

Quality is a key factor in business growth; therefore, it is essential that these activities are managed appropriately, as well as to implement innovations that allow the company to keep up with new market trends and customer demands. This current research project aims to diagnose quality management and service innovation for the growth of tourism businesses in the city of Manta. The methodology used is descriptive, analyzing the characteristics of the services provided in these establishments. Survey and interview techniques are also used. Both provide a deeper perspective on the quality of services, their management, and the innovation of activities. A total of X responses were collected, resulting in the following:

**Keywords:** Quality management, service innovation, economic development, and tourism businesses.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	II
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL .....	III
DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	IV
DEDICATORIA .....	V
AGRADECIMIENTO .....	VI
RESUMEN .....	VII
ABSTRACT.....	VIII
INTRODUCCIÓN .....	1
Planteamiento del problema.....	3
Formulación del problema .....	5
Objetivo general.....	5
Objetivos específicos .....	5
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO .....	6
1.1 Gestión de calidad.....	6
1.2 Calidad del servicio.....	8
1.3 Innovación del servicio .....	9
1.4 Empresas turísticas.....	11
1.6 Restaurantes .....	12
CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO .....	15
2.1 Enfoque de investigación.....	15
2.2 Tipo de investigación.....	15
2.3 Métodos.....	15
2.4 Técnicas .....	16
2.5 Instrumentos.....	16
2.6 Población y muestra.....	16
2.7 Recopilación de información .....	17

CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	18
3.1 Resultados de la encuesta.....	18
CONCLUSIONES .....	25
RECOMENDACIONES.....	26
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	27
ANEXOS .....	31

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Esquema de causa y efecto .....	4
.....	4
Figura 2. Hilo conductor .....	6

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Normas de calidad ISO 9000 .....	7
Tabla 2. Tipo de empresas turísticas.....	11

## INTRODUCCIÓN

En un mundo exigente y con cambios a pasos agigantados, con una competencia prometedora a nivel empresarial, las organizaciones requieren de sus mejores esfuerzos para mantenerse activas en el mercado competitivo de cualquier manera. Principalmente, la satisfacción de las necesidades del cliente basado en una buena gestión de la calidad y en la innovación tecnológica (Tapia et al., 2022).

Actualmente la innovación se encuentra inmersa en todas las actividades, por tal motivo, es fundamental que las empresas dedicadas al sector del turismo adopten estas nuevas herramientas y/o recursos tecnológicos para incrementar sus beneficios y sobre todo elevar la calidad del servicio a sus clientes actuales y potenciales. Cabe destacar que a través de la implementación de dichas tecnologías los empleados podrán realizar sus tareas con mayor eficiencia y optimizando el tiempo.

En los últimos años el término innovación se ha usado ampliamente para describir la generación de nuevos procesos o productos en la economía. Esta se asocia, principalmente, con cambios disruptivos y revolucionarios a toda la industria. Ante su importancia en la economía global, los servicios han adquirido relevancia en la investigación científica, resulta complejo analizarlos en la visión tradicional de la manufactura dejando de lado su percepción pasiva e imitativa (Castillo y Cruz, 2022).

El sector del turismo está en constante crecimiento y actualización, en la que los turistas se presentan más exigentes, experimentados y visionarios, por lo que las empresas turísticas se esfuerzan en estar acorde a sus necesidades, buscando nuevas alternativas de mejorar la calidad, formándose como altamente competitivos para cubrir el nivel de satisfacción (Martínez y Padilla, 2020).

En este orden de ideas Tubay et al., (2022) señala que cada área de la empresa turística conlleva a distintas actividades, debido a los grandes intentos de una buena administración sin seguir los procesos de gestión, no se llega a las metas establecidas con el turista, disminuyendo el rango de expectativas altas.

Desde luego, los gestores de estas empresas prestadoras de servicios turísticos tienen la imperiosa necesidad de diseñar planes y actividades que ayuden al fortalecimiento de la calidad de los servicios prestados por el establecimiento, a fines de brindar una

atención de primer nivel y satisfacer las necesidades de los clientes actuales y potenciales.

El servicio al cliente en la industria turística es fundamental para la satisfacción de los viajeros y el éxito empresarial en este sector, dado que los turistas valoran vivencias auténticas, memorables, sostenibles y personalizadas, resaltando la importancia de la atención recibida. La excelencia y exclusividad en el servicio impulsan el desarrollo turístico al brindar asistencia y trato personalizado, diferenciando a las empresas al satisfacer las necesidades de los viajeros (Huamán y Calanche, 2025).

Cabe señalar que la gestión de la calidad se encuentra presente en todas las fases del ciclo de vida del producto. El proceso inicia a partir de la concepción de una idea y el desarrollo de la documentación del proyecto. Inclusive después de la venta del artículo, el gerente de esta área debe recabar información pertinente sobre este proceso para mejorar las siguientes entregas, permitiendo así una mayor satisfacción hacia los clientes (Correa y Vélez, 2023).

De acuerdo con Rosero, (2022) los principios de la gestión de la calidad tienen incidencia directa en la estructura organizacional de las instituciones, entre los más destacados se encuentran los siguientes: Enfoque al cliente, liderazgo, compromiso de las personas, enfoque de los procesos, mejora, toma de decisiones basado en la evidencia y gestión de las relaciones. Cada uno de estos, es vital para conseguir los objetivos y metas planteados por la empresa.

Fundamentado en lo anterior, la autora señala la importancia de realizar evaluaciones periódicas a los colaboradores internos de cada área de la empresa, identificando así posibles falencias que impliquen el normal desarrollo de las actividades. A partir de esto, se deben planificar programas y dirigir acciones encaminadas a fortalecer el conocimiento, habilidades y destrezas de los empleados, especialmente en temas de calidad, logrando de esta manera que puedan efectuar sus tareas con excelencia.

### **Contexto del problema**

La gestión de calidad en los servicios y la percepción que poseen los turistas frente a la misma, se consigue explicar esto por los valores, características y expectativas de los consumidores que se examinan, por ejemplo, cuando un grupo de personas son

sometidas a los similares estímulos de servicios, pero se puede obtener respuestas diferentes con los niveles percibidos y niveles deseados (Quejada et al., 2020).

El cantón Manta ha tenido un notable crecimiento en torno a las actividades turísticas, en este territorio existen muchas empresas dedicadas a la prestación de servicios ya sea de hospedaje, alimentación, operaciones turísticas, transporte, entre otros. Estos establecimientos han incorporado una serie de recursos especialmente tecnológicos, que permiten agilizar los procesos y sobre todo brindar una excelencia en cuanto a la atención al cliente se refiere. Asimismo, las empresas pertenecientes a este sector se encuentran en constante actualización de conocimientos a su personal, para que estos se encuentren a la altura de las nuevas necesidades del mercado.

En el ámbito gastronómico, los restaurantes ubicados en la zona de Barbasquillo de la ciudad de Manta se caracterizan por brindar una oferta de platos, siendo los más solicitados los que contienen mariscos, allí destacan: camarón, concha, pescado, calamar, ostra, pulpo y demás.

En dicho contexto, se lleva a cabo la siguiente investigación basada en analizar la gestión de la calidad e innovación del servicio como aporte al desarrollo económico de los restaurantes ubicados en la zona de Barbasquillo, ciudad Manta.

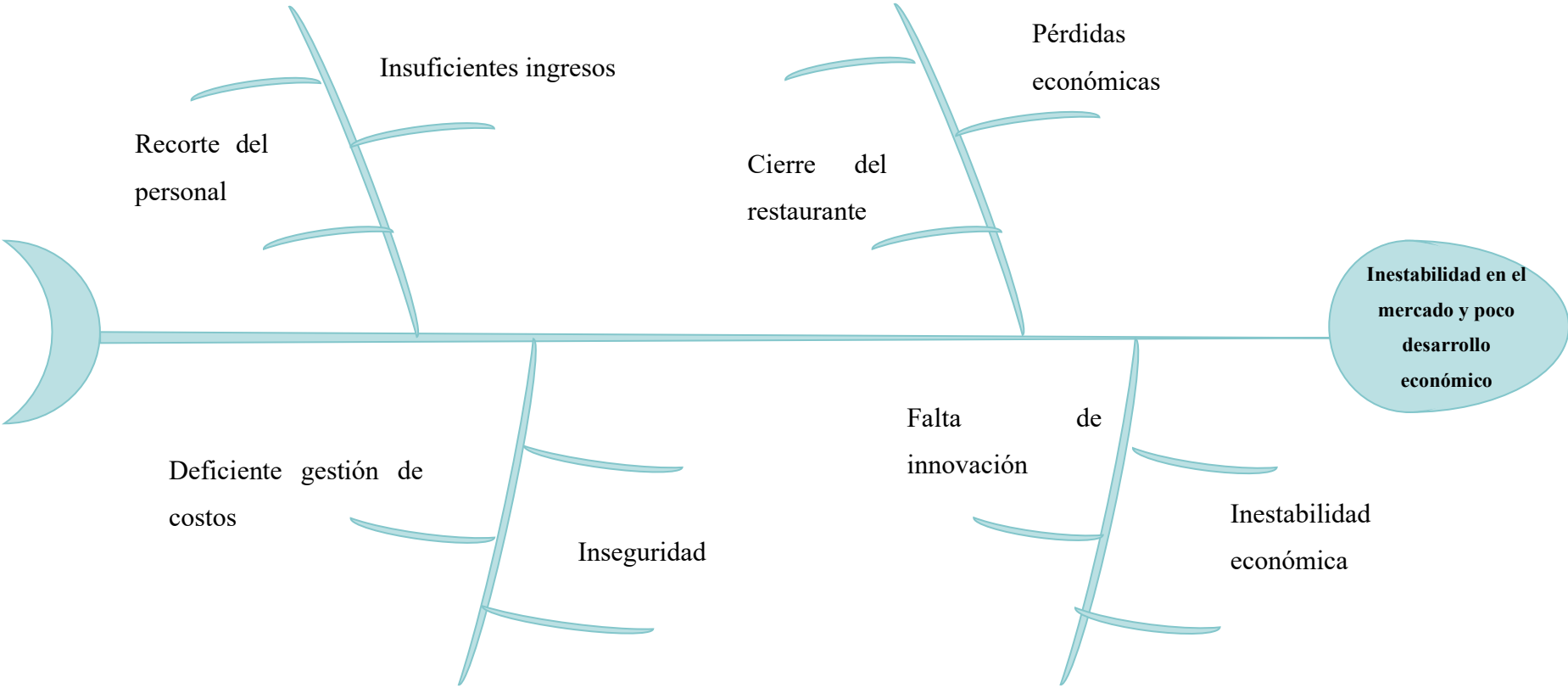
### **Planteamiento del problema**

La ciudad de Manta se caracteriza por tener una gran variedad de oferta gastronómica, la cual se encuentra al alcance de la población local y de visitantes, estos últimos incluso acuden a este destino en búsqueda de degustar este menú. En los establecimientos de restauración no solamente deben enfocarse en el platillo, sino también debe existir una loable gestión de recursos, dar capacitaciones los empleados para que estos eleven sus conocimientos y adquieran habilidades que a la postre contribuyan a elevar la calidad del servicio brindada hacia los consumidores, y a su vez ser más competitivos y estar a la altura de las nuevas exigencias del mercado.

En el caso específico de los restaurantes de la zona de Barbasquillo, se evidencia que a pesar de la gran acogida y repercusión, no se han logrado mantener una estabilidad en el mercado y desarrollarse por varias causas: deficiente gestión de costos, problemas de gestión de recursos, desconocimiento de la competencia, mal uso de la publicidad, falta de innovación en los servicios, a esto se suman aspectos contractuales

como la inseguridad y la inestabilidad económica y política que atraviesa el cantón y el país en general. Las principales repercusiones y efectos que ocasiona estos, son los insuficientes ingresos, pérdidas de clientes, recorte de personal y el cierre parcial o total de algunos establecimientos.

Figura 1. Esquema de causa y efecto



Fuente: Elaboración propia

## **Formulación del problema**

¿Cuál es el aporte de la gestión de la calidad y la innovación del servicio hacia el desarrollo económico de los restaurantes de la zona de Barbasquillo, ciudad de Manta?

Una vez definida la problemática, se determina que el **objeto de investigación** es la gestión de la calidad y la innovación del servicio, mientras que el **campo de acción** son los restaurantes de la zona de Barbasquillo, ciudad Manta.

En vista de aquello, se definen los siguientes objetivos generales y específicos correspondientes a la actual investigación.

### **Objetivo general**

Diagnosticar la gestión de la calidad y la innovación del servicio en los restaurantes de la zona de Barbasquillo, contribuyendo así al desarrollo turístico de la ciudad de Manta.

### **Objetivos específicos**

1. Fundamentar las bases teóricas metodológicas sobre la gestión de la calidad y la innovación del servicio en restaurantes de la zona de Barbasquillo, ciudad Manta.
2. Analizar el uso de la gestión de la calidad e innovación del servicio en los restaurantes de la zona de Barbasquillo, ciudad Manta.
3. Elaborar estrategias que contribuyan al fortalecimiento de los restaurantes de la zona de Barbasquillo, ciudad Manta.

Este proyecto de investigación se lleva a cabo en tres capítulos: En el Marco Teórico, se ubican conceptos referentes a las palabras clave del proyecto, dicha información se obtiene principalmente en textos como tesis, informes, libros, documentos oficiales, artículos y publicaciones académicas. En el Diseño Metodológico se define el enfoque y tipo de estudio. También se establecen los métodos, las técnicas y herramientas. En los Resultados y Discusión se agregan los datos obtenidos a través de la aplicación de los instrumentos. Luego se describen las conclusiones y recomendaciones.

## CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se ubican los contenidos referentes a las palabras clave de la investigación, para lo cual se realiza una revisión en fuente bibliográficas secundarias como artículos y publicaciones científicas, tesis, informes, entre otros. A continuación, se muestra el hilo conductor de los temas a tratar (Figura 2).

**Figura 2. Hilo conductor**



Fuente: Elaboración propia

### 1.1 Gestión de calidad

La gestión de calidad es esencial, representa una estrategia eficaz para minimizar costos y optimizar los procesos de producción. También se utiliza para diseñar estrategias fundamentales en los procesos y actividades productivas, con el objetivo de lograr resultados favorables. Esta herramienta se establece como un componente crucial para la competitividad de las organizaciones, aspira a exceder los resultados de sus acciones y las expectativas de producción (Núñez, 2024).

A través del sistema de gestión de la calidad ayuda a sistematizar, organizar y visibilizar dichos aspectos, permitiendo que las organizaciones puedan clarificar su injerencia y potencialidad en el mejoramiento de sus capacidades; integrándolos a sus procesos de aprendizaje y generación de conocimiento organizacional. Esto, posteriormente, puede ser utilizado para el desarrollo y mejora de sus productos y servicios, propiciando así procesos de mejora continua o innovación (Reyes et al., 2022).

En la actualidad es fundamental que no solo se piense en alcanzar los réditos económicos en las empresas, sino también que se logre satisfacer las necesidades de los clientes, esto permitirá que se incremente la calidad ya sea durante o post atención. Para lograr aquello se necesita una planificación integral que debe ser diseñada y aplicada por parte de los gestores o miembros encargados del manejo de la organización.

Desde luego, la gestión de los procesos y el sistema de calidad pueden ser observadas como un compromiso con la calidad, detectando así una alternativa para ser más productivos y competitivos en un mercado donde la gestión de la calidad pone en marcha un sistema que anime a las organizaciones a; identificar, analizar los requisitos y a definir procesos que proporcionen un servicio aceptable manteniendo siempre estos procesos bajo control (Jácome, 2021).

En este orden de ideas, cabe sostener que la adopción del Sistema de Gestión de Calidad presenta ciertas ventajas para las organizaciones, allí incluyen mejoras en los procesos internos, la satisfacción del cliente, beneficios financieros y una mayor ventaja competitiva. Sin embargo, estos beneficios pueden variar según el tamaño y la madurez de la empresa, así como otros factores contextuales. Por otro lado, la implementación de un SGC también conlleva una serie de desventajas importantes que deben ser consideradas, como los altos costos iniciales, la burocracia interna, la resistencia al cambio y la carga de trabajo adicional (Duarte et al., 2024).

Cabe destacar que existen varias normas de calidad 9000, en la siguiente tabla (1) se detallan con mayor precisión.

**Tabla 1. Normas de calidad ISO 9000**

<b>Normas</b>	<b>Descripción</b>
<b>Norma ISO 9000</b>	Describe los fundamentos y terminología de los sistemas de gestión de la calidad.
<b>Norma ISO 9001</b>	Especifica los requisitos para los sistemas de gestión de la calidad aplicables a toda organización que necesite demostrar su capacidad para la entrega de productos y servicios que cumplan los requisitos de sus clientes.
<b>ISO 9004:2009</b>	Gestión para el éxito sostenido de una organización. Enfoque de gestión de la calidad

Nota: Elaboración propia

De acuerdo con Lara et al., (2022), los modelos de gestión para la implementación de los negocios turísticos independientemente de su escala, si bien presentan ciertas características comunes, en general difieren en el fondo y en la forma para acercar el servicio turístico al consumidor. Históricamente la evaluación de proyectos de desarrollo se ha ido construyendo como un concepto y una práctica dinámica, que va incorporando según los nuevos requerimientos de la época y de las partes interesadas en su ejecución.

## **1.2 Calidad del servicio**

La calidad de servicio es un factor de la gestión que marca la diferencia desde la elección del consumidor, hasta la inversión que estaría dispuesto hacer para el disfrute de los beneficios a los que puede optar, razón por la cual representa uno de los factores más importantes en las empresas u organizaciones de atención al cliente (Villacís y Martínez, 2018). Asimismo, esta ha constituido desde siempre, un elemento generador de competitividad, rentabilidad y diferenciación en el sector empresarial y la gerencia. Cada vez más, concentra sus esfuerzos en una cuidadosa gestión de procesos y aprovechamiento de recursos disponibles (Díaz y Salazar, 2021).

En el panorama global, la calidad de los productos emerge como un determinante crucial para la satisfacción del cliente y la competitividad empresarial. No obstante, diversos desafíos, desde la escasez de materias primas hasta la falta de normas internacionales, influyen en la calidad, por tanto, el control de calidad es un factor esencial para garantizar productos seguros y confiables (Rodríguez y Zaldumbide, 2024).

Con base a lo anterior, la autora sostiene que las empresas dedicadas a la prestación de servicios turísticos deberían realizar evaluaciones con la premisa de medir el nivel de satisfacción de los clientes, detectando así las posibles falencias que no aporten al desarrollo total de estos negocios. Asimismo, es importante que los responsables de estos establecimientos trabajen en el diseño de estrategias dirigidas al fortalecimiento de la calidad.

Por su parte, la OMT (2019) indica que obtener la calidad implica la satisfacción de todas las necesidades, requisitos y expectativas del consumidor respecto a los productos y servicios turísticos, a un precio aceptable, y también se solicitan aspectos

como seguridad, higiene, accesibilidad, comunicación, la infraestructura y las instalaciones y servicios públicos.

Del mismo modo, el control de calidad actual propone un enfoque proactivo, lo que se refiere a realizar evaluaciones y mejora continua de los procesos de producción para evitar defectos desde el principio; este tipo de control se orienta a integrar la calidad en cada etapa del proceso de producción y en fomentar una cultura de calidad en toda la organización, donde la responsabilidad de mantener la calidad no recae solo en un departamento específico, sino en todos los miembros de la empresa.

Por su parte, Bohórquez, (2022) indica que la calidad en el servicio implica la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente aplicando la eficiencia y eficacia para lograr la excelencia esperada en el servicio. Existe una relación estrecha entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Calidad es sinónimo de excelencia y competitividad.

Aterrizando en el ámbito turístico, el servicio al cliente es un aspecto crucial para la satisfacción de los viajeros y el éxito empresarial. Los turistas valoran vivencias auténticas, sostenibles y personalizadas, destacando la importancia de la atención recibida. La excelencia en el servicio impulsa el desarrollo turístico al proporcionar asistencia y trato personalizado. La atención al turista diferencia a las empresas turísticas al satisfacer las necesidades de los viajeros, fomentando la fidelidad y aumentando los ingresos (Silva et al., 2021).

### **1.3 Innovación del servicio**

El uso de herramientas digitales se ha tornado en un verdadero protagonista de los cambios más importantes en los últimos años y precisamente la aplicación de este tipo de tecnologías, podrían dar paso al desarrollo de nuevos servicios y productos que permitan reactivar la economía y mejorar los procesos productivos dentro de los sectores del turismo en el Ecuador (Pasciaroni, 2023).

Desde luego, es fundamental que los empleados que desempeñan sus funciones en las empresas pertenecientes al sector turístico deben estar en constante innovación de sus productos y servicios turísticos, lo cual permitirá alcanzar una mejor competitividad en el mercado. Asimismo, es transcendental que ocurra una actualización de conocimientos hacia los colaboradores internos de estos establecimientos, las áreas de

capacitación podrían ser en ámbitos tecnológicos, idiomas, servicio al cliente, manejo organizacional, comunicación y demás temas importantes para lograr la satisfacción del cliente.

En el sector turístico, es evidente que la innovación se constituye en un instrumento práctico tanto para el demandante y ofertante, por lo tanto, la asimilación de la innovación en el turismo se constituye un proceso racional y sistemático, que requiere de planificación y capacitación del personal, que asegure el uso de la tecnología en la comunicación, transacción y operación turística (Yumisaca et al., 2019).

Sin lugar a dudas, la evolución de los mercados hace que la competencia aumente, en consecuencia, las tendencias del turismo, muestran esfuerzos económicos por parte de los Estados, por ser cada vez más competitivos. En otras palabras, las acciones de las industrias y sectores de un país para mejorar e innovar de manera constante, con el objetivo de crear ventajas diferenciales frente a los competidores, son cada vez más especializadas y cooperativistas (Benavides, 2019).

En este contexto, los proveedores y comercializadores de experiencias turísticas juegan un papel preponderante como actores clave en un mercado global. Deben comprender las necesidades y deseos de los turistas internacionales para desarrollar productos y servicios que satisfagan esas demandas. El reto gerencial radica en conocer las preferencias de los visitantes, adaptarse a sus necesidades y deseos, ya que las experiencias son percibidas de manera individual y consumidas socialmente (Thi et al., 2021).

Cabe destacar que en la actualidad distintos países vienen desarrollando estrategias dispuestas a la innovación en la promoción del turismo como estrategia para capitalizar las distintas actividades del sector, consolidando los ingresos provenientes de estas prestaciones (Meriño y Sagbini, 2021). Par conseguir el éxito esperado también es importante que los procesos de innovación no solo se remitan a la adquisición de recursos tecnológicos, sino a capacitar al personal de servicios para que estos puedan manejar idóneamente dichas herramientas.

## 1.4 Empresas turísticas

El turismo es un servicio de exportación que puede ser analizado desde el ámbito del comercio internacional al ser una de las mayores fuentes de divisas de muchos países. La relación entre crecimiento económico y comercio internacional ha sido un tema de interés entre diversos autores y escuelas de pensamiento (Rosales, 2021).

Con base a lo expuesto, es posible inferir que las empresas turísticas son establecimientos que surgen a partir de la necesidad de prestar servicios u ofrecer productos y/o paquetes a turistas locales e internacionales que acuden a un determinado destino en la búsqueda de satisfacer sus necesidades de ocio y diversión. Dichos negocios deben brindar un servicio de calidad, para esto es necesario contar con un personal capacitado, tener una buena accesibilidad, otorgar seguridad y demás aspectos esenciales para realizar estas actividades.

Las empresas turísticas se pueden clasificar en: alojamiento, restauración, transporte y alimentación. En la siguiente tabla (2) se detallan con mayor precisión las características de cada una:

**Tabla 2. Tipo de empresas turísticas**

<b>Tipos de empresas turísticas</b>	<b>Descripción</b>
<b>Alojamientos</b>	Son alojamientos cuyos establecimientos se encuentran dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.
<b>Agencias de viajes</b>	Sus actividades se encuentran dirigidas a la prestación de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar medios propios o de terceros.
<b>Restauración</b>	Son establecimientos dedicados específicamente a la prestación de servicios de alimentos y bebidas. Entre su clasificación se encuentran: Cafetería, bar, restaurante, discoteca, establecimiento móvil, entre otros.
<b>Transporte turístico</b>	Son empresas encargadas de la movilización de personas que tengan la condición de turistas o excursionistas, en vehículos de compañías autorizadas a la prestación del servicio de transporte terrestre turístico.

Nota: Reglamento de actividades turísticas (2016)

Respecto al servicio turístico, este comprende el conjunto de técnicas relativas a la transferencia y venta de bienes turísticos del productor al consumidor. En este orden de ideas, constituye la política de entidades turísticas en relación con la oferta y la demanda, preparación del producto turístico para la venta, distribución del mismo, comercio y satisfacción óptima de necesidades de un segmento determinado de consumidores (Pilco et al., 2022).

Sin lugar a dudas estas actividades aportan al crecimiento turístico dando cabida así al fortalecimiento de la estructura socio – productiva, la cual posibilita que tanto turistas como visitantes disfruten de los recursos que han motivado su visita hacia estos centros receptores. También nos habla del impacto económico que genera la actividad turística, la cual crea ingresos económicos los cuales son provenientes de los centros emisores de turismo y empleos (Aranda, 2024).

No obstante, cabe indicar que sector turístico ha sufrido en las últimas décadas una importante transformación determinada por la segmentación variada de los perfiles de la demanda y sus tendencias motivacionales, la diversificación de la oferta de recursos y las medidas de renovación de destinos y productos consolidados. Estos factores derivan en algunos casos de problemas relacionados con la saturación y la masificación del destino, la pérdida de atractivo y las experiencias menos satisfactorias por parte de los visitantes, problemas que se asocian directamente al concepto de estacionalidad turística (Sabando et al., 2022).

Por consiguiente, es necesario desarrollar medidas orientadas al establecimiento y mejoramiento de los diferentes atractivos turísticos, que permite contar con beneficios económicos y contribuye en la calidad de vida de las comunidades y, sobre todo, en captar más visitantes. En este sentido, el turismo genera ingresos, favorece la creación de empleo, aporta divisas que ayudan a aumentar los ingresos públicos y fomenta la actividad empresarial. Esta actividad es de suma importancia económica por lo que es considerado en muchos países como un sector relevante (Béjar et al., 2024).

## **1.6 Restaurantes**

Los restaurantes tienen un rol importante dentro de la sociedad, generan impacto económico y contribuyen al crecimiento local, además de fomentar el turismo al ofrecer experiencias gastronómicas únicas. Juegan un papel fundamental en la salud y

bienestar de los clientes al ofrecer diversas opciones alimenticias y educar a los consumidores sobre nuevos ingredientes y preparaciones (Intriago, 2025).

**Tabla 2. Categoría de los restaurantes**

<b>Categorización de restaurantes</b>	<b>Descripción</b>
<b>Cinco tenedores</b>	Posee una distinción por su exclusividad, alta calidad en todos los aspectos y una experiencia gastronómica completa. Se caracteriza por detalles como entradas separadas para clientes y personal, salas de espera, guardarropa, menús en varios idiomas, y una decoración y mobiliario de primera clase
<b>Cuatro tenedores</b>	Ofrece una experiencia gastronómica de alta calidad, con un ambiente sofisticado y un servicio excepcional. Se diferencia de los restaurantes de cinco tenedores en que su enfoque principal está en la carta o menú, ofreciendo entre cinco y siete opciones de entradas y una amplia selección de vinos nacionales e internacionales
<b>Tres tenedores</b>	Estos establecimientos cuentan con un espacio elegante y bien decorado, además de una amplia selección de vinos de calidad, cuentan con personal capacitado, dedicado a brindar un servicio de calidad para los clientes. Utilizan ingredientes frescos y de buena calidad, ofreciendo un menú creativo y variado con una presentación de platos atractivos.
<b>Dos tenedores</b>	Ofrecen un servicio práctico y precios más accesibles, sin llegar a ser lujosos. Buscan un ambiente acogedor y una carta con variedad, ideal para barrios residenciales o zonas de negocios donde se busca algo intermedio entre comida rápida y formal
<b>Un tenedor</b>	Su enfoque en la simplicidad y la economía, ofreciendo comida accesible y un servicio eficiente en un ambiente informal. Son ideales para quienes buscan una solución rápida y económica para comer, especialmente en zonas urbanas con alto flujo de personas

Nota: Reglamento de alimentos y bebidas (2018)

En el caso concreto de la restauración, Marín et al., (2021) resaltan que esta es una actividad fundamental en la industria del hotelería y el turismo, que tiene como propósito proveer de alimentos de calidad en un ambiente acogedor y con una bienvenida cálida a los huéspedes o comensales. Estos establecimientos de alimentos y bebidas pueden ser independientes o anexos a alguna macro dependencia como hoteles, hosterías, resorts, clubes, entre otros.

## **CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO**

En este apartado se aborda lo relacionado al enfoque y tipo de investigación, así como los métodos, las técnicas y los instrumentos diseñados para la concierne recopilación de información en el campo de acción. También se define la población y muestra.

### **2.1 Enfoque de investigación**

El enfoque mixto en la investigación es una estrategia que amalgama tanto elementos cualitativos como cuantitativos en un solo estudio. Su objetivo es aprovechar las fortalezas de ambos enfoques para lograr una comprensión más profunda y completa del fenómeno en cuestión (Vizcaíno et al., 2023). En este caso de estudio, se aplica este enfoque cuanti-cualitativo, utilizan datos numéricos y no numéricos para esto se elaboran cuestionarios de encuesta y entrevista, recabando datos acerca de la gestión de la calidad y la innovación del servicio como aporte al desarrollo económico de los restaurantes ubicados en la zona de Barbasquillo de la ciudad de Manta.

### **2.2 Tipo de investigación**

La investigación descriptiva tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes (Guevara et al., 2020). En este contexto, se utiliza el tipo descriptivo ya que analiza los componentes y características del fenómeno de estudio, para esto usa tanto métodos como técnicas, llegando así a resolver las problemáticas y objetivos planteados.

### **2.3 Métodos**

El análisis y la síntesis funcionan como una unidad dialéctica y de ahí que al método se le denomine analítico-sintético. El análisis se produce mediante la síntesis de las propiedades y características de cada parte del todo, mientras que la síntesis se realiza sobre la base de los resultados del análisis (Rodríguez y Pérez, 2017). El método analítico-sintético, se emplea en esta investigación para el análisis general y particular sobre los contenidos vinculados a la gestión de la calidad y la innovación del servicio. Este procedimiento se lo efectúa para el planteamiento del problema, determinando

los síntomas y causas, asimismo para construir el Marco Teórico, por último, se lo aprovecha para llevar a cabo la interpretación y discusión de los resultados.

## **2.4 Técnicas**

La encuesta, de acuerdo con Medina et al, (2023), se concibe como una herramienta que se lleva a cabo mediante un instrumento llamado cuestionario, está direccionado solamente a personas y proporciona información sobre sus opiniones, comportamientos o percepciones. Se usa la encuesta para recopilar las opiniones de los clientes y empleados de los restaurantes que ofertan mariscos en la zona de Barbasquillo de la ciudad de Manta.

Referente a la entrevista, esta técnica involucra la interacción directa entre el entrevistador y el entrevistado con el objetivo de obtener información y opiniones detalladas sobre un tema específico (Medina et al, 2023). En el actual proyecto, se utiliza la entrevista para recabar los puntos de vista de los actores locales, así como de los representantes de los restaurantes de mariscos en la zona de Barbasquillo de la ciudad de Manta.

## **2.5 Instrumentos**

Según señala Arias (2020) el cuestionario es un instrumento de recolección de datos utilizado comúnmente en los trabajos de investigación científica. Consiste en un conjunto de preguntas presentadas y enumeradas en una tabla y una serie de posibles respuestas que el encuestado debe responder. En este caso concreto, se emplea como instrumento el cuestionario, por tanto, se elaboran dos: uno para la encuesta y otro para la entrevista. El primero se encuentra estructurado por preguntas cerradas, con opciones múltiples. Mientras que el segundo se compone por interrogantes abiertas, otorgando la posibilidad de que estas personas puedan exponer ampliamente sus criterios.

## **2.6 Población y muestra**

La población se refiere al conjunto completo de individuos, elementos o unidades que poseen las características que son objeto de estudio. Una vez que se ha definido la población, se debe seleccionar una muestra, que es un subconjunto representativo de la población. El muestreo aleatorio supone que cada miembro de la población tiene las mismas probabilidades de ser incorporado a esa muestra. La elección de la muestra

debe ser cuidadosa para garantizar que sea representativa y que los resultados obtenidos puedan generalizarse a la población completa (Romero et al., 2024).

En esta investigación, la población objeto corresponde a clientes y trabajadores que prestan sus servicios en los restaurantes de esta zona. Asimismo, se utiliza un muestreo por conveniencia y aleatorio simple, seleccionando así a los clientes y empleados de los restaurantes de mariscos ubicados en la vía Barbasquillo de la ciudad de Manta.

## **2.7 Recopilación de información**

La información se recopila durante los meses de abril y mayo del año 2025. Para cumplir este procedimiento se acude hacia la zona de Barbasquillo donde se encuentran ubicados dichos restaurantes para proceder a reunir la cantidad de respuestas necesarias

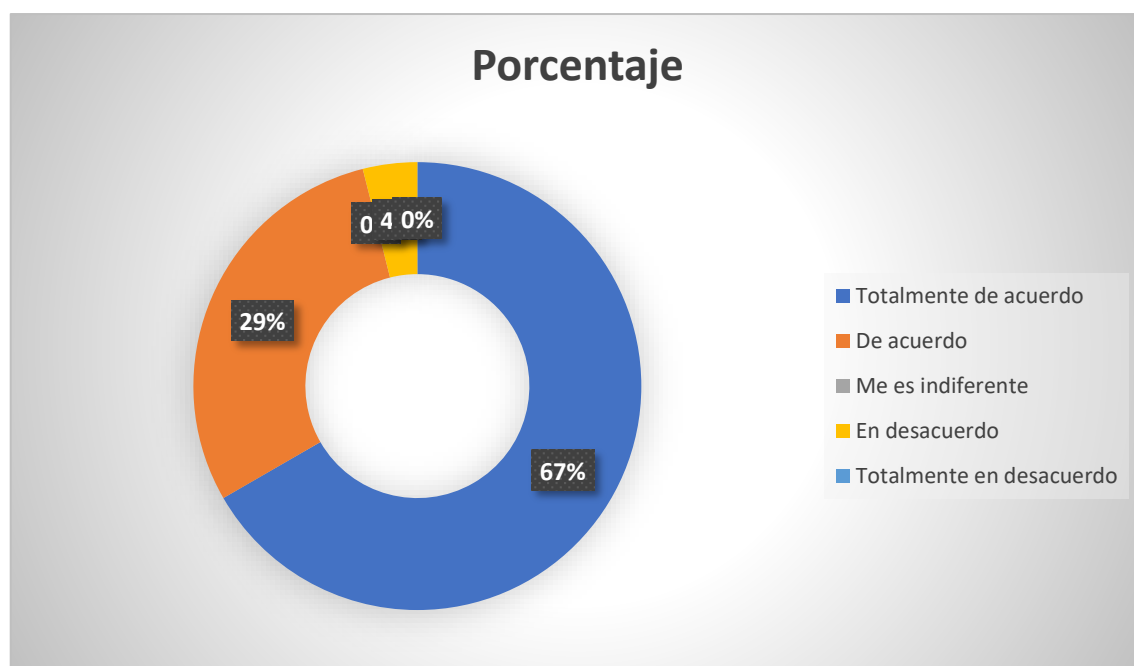
## CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 3.1 Resultados de la encuesta

#### Pregunta 1.-

**¿Usted considera que la gestión de calidad y la innovación aportan al desarrollo económico de los restaurantes de mariscos ubicados en la vía Barbasquillo de la ciudad de Manta?**

Los resultados fueron obtenidos fueron los siguientes:



*Ilustración 1 Realización propia*

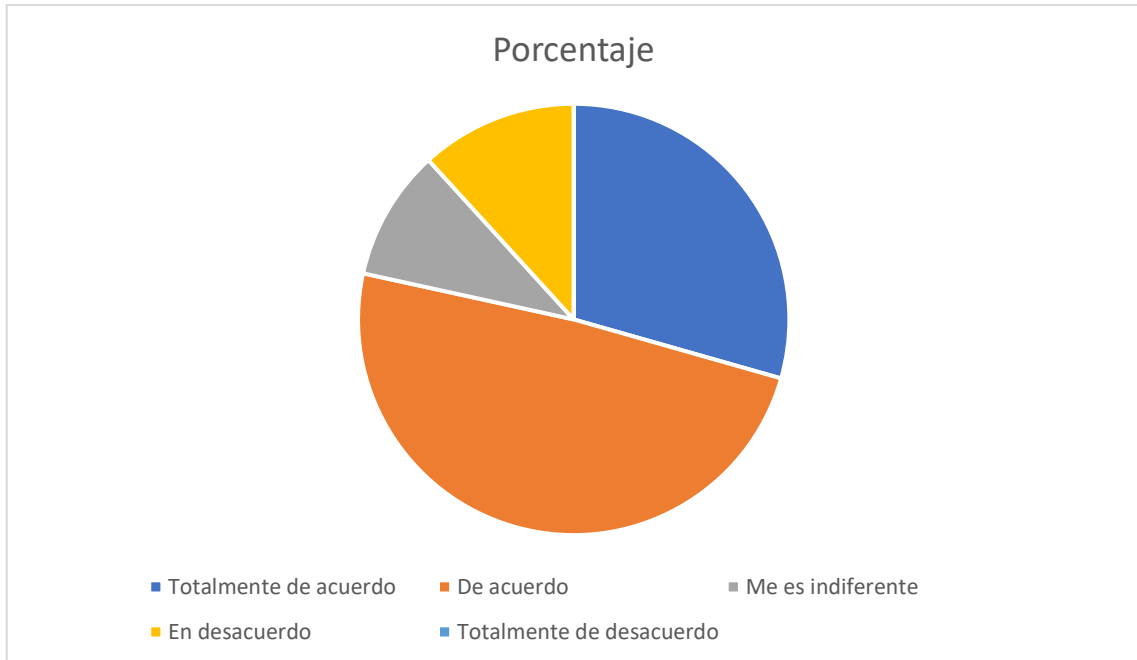
#### **Análisis:**

La mayoría de los encuestados, un 65,38 %, se manifestaron totalmente de acuerdo con que la gestión de calidad y la innovación influyen positivamente en el desarrollo económico de los restaurantes de mariscos en la vía Barbasquillo. Además, un 28,85% estuvo de acuerdo, lo que indica una aceptación generalizada de la relación entre estos factores. Solamente un 3,85% expreso estar en desacuerdo, y no se registraron respuestas de indiferencia o total desacuerdo, lo cual refuerza la percepción favorable de los encuestados hacia la importancia de la gestión de calidad e innovación en el sector.

## Pregunta 2.-

### ¿Existe innovación del servicio en los restaurantes ubicados en la vía Barbasquillo de la ciudad de Manta?

Se obtuvieron los siguientes resultados:



#### Análisis:

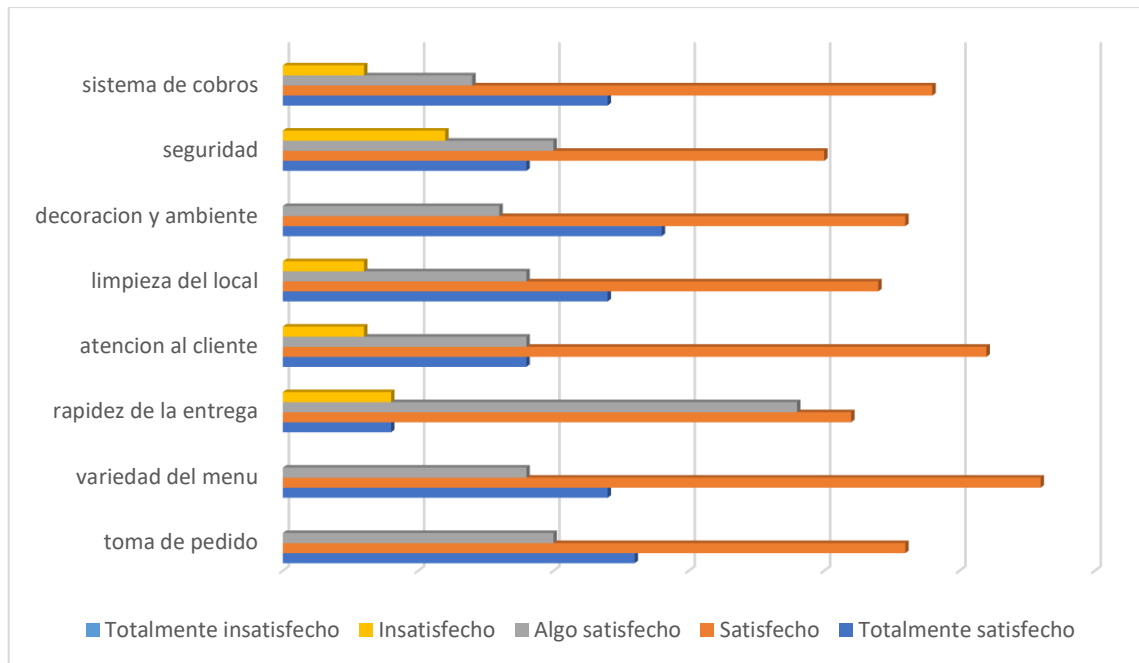
Los resultados muestran que un 75,47% de los encuestados (28,30% totalmente de acuerdo y 47,17% de acuerdo) considera que si existe innovación en el servicio de los restaurantes ubicados en la vía Barbasquillo de Manta. Este dato refleja una percepción positiva por parte de los clientes o usuarios respecto a las prácticas innovadoras implementadas en estos establecimientos.

Un 9,43% se mostró indiferente, mientras que un 11,32% manifestó estar en desacuerdo con la existencia de innovación, lo que indica que aún hay margen de mejora para fortalecer la percepción de innovación en el sector.

### Pregunta 3.-

**Evalué los siguientes parámetros sobre la atención recibida en estos establecimientos.**

Los encuestados calificaron aspectos clave del servicio en los restaurantes de mariscos ubicados en la vía Barbasquillo de la ciudad de Manta.



#### Parámetros evaluados:

##### 1. Toma de pedido

La mayoría de los encuestados se mostraron satisfecho o totalmente satisfechos, representando mas del 70% de las respuestas, lo que indica una buena eficiencia en el proceso de tomar pedidos.

##### 2. Variedad del menú

Recibió una valoración mayoritariamente positiva. Los niveles de satisfacción supera el 70%, destacando que los clientes perciben una oferta variada y adecuada.

##### 3. Rapidez de entrega

Presento una menor valoración de “totalmente satisfecho” y una mayor concentración de respuestas en “algo satisfecho”, lo cual sugiere que la rapidez en el servicio es un área que puede mejorarse.

##### 4. Atención al cliente

Fue un aspecto mejor valorado, con un alto porcentaje de respuestas en los niveles de satisfacción más altos.

#### **5. Limpieza del local**

Fue evaluado positivamente por la mayoría, aunque también dieron respuestas neutrales o insatisfechas, lo que sugiere la necesidad de mantener altos estándares de higiene.

#### **6. Decoración y ambiente**

La mayoría se siente satisfecha con la ambientación de los establecimientos, siendo un elemento clave en la experiencia del cliente.

#### **7. Seguridad**

Este parámetro fue uno de los pocos que recibió respuestas en el nivel de “totalmente insatisfecho”. Esto indica que algunos clientes perciben deficiencias en este aspecto y requiere atención prioritaria

#### **8. Sistema de cobros**

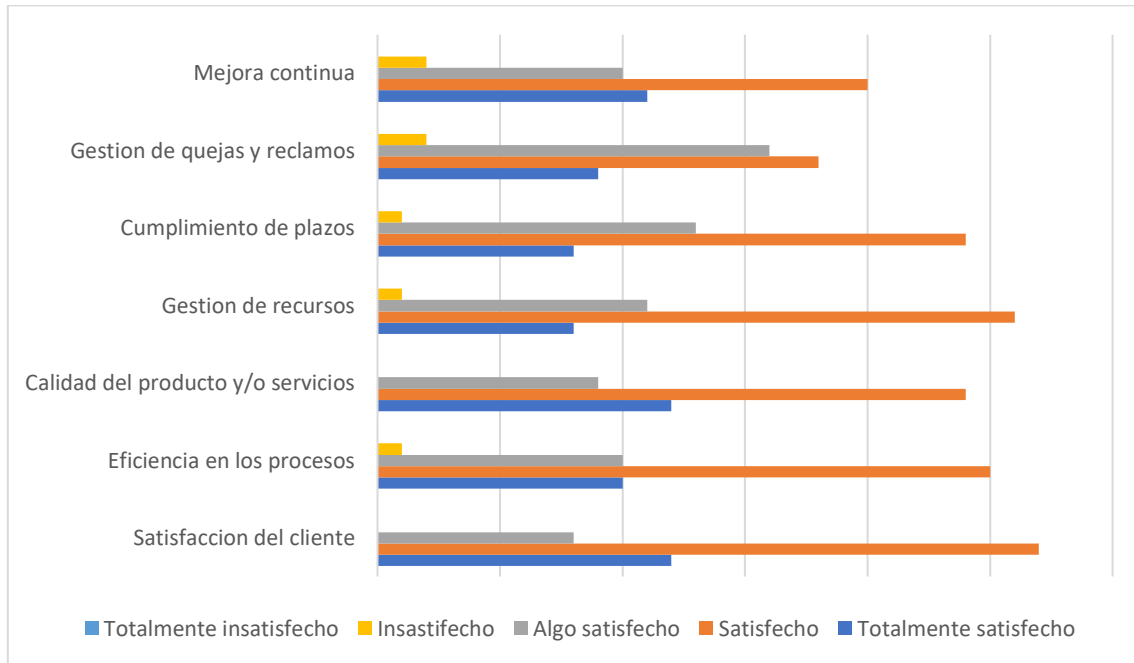
La mayoría expreso satisfacción, aunque también se evidencian algunas respuestas neutrales e insatisfechas. Esto podría estar relacionado con la falta de métodos de pagos diversos o eficiencia en el proceso.

#### **Análisis general:**

Los resultados reflejan una percepción mayoritariamente positiva. Sin embargo, se identifican áreas de mejoras específicas, como la rapidez en la entrega de los pedidos, el sistema de cobros y aspectos relacionados con la seguridad, deben ser considerados estratégicamente para elevar la calidad del servicio y fortalecer la fidelización de los clientes.

#### Pregunta 4

Califique los siguientes aspectos de la gestión de la calidad del servicio en estos establecimientos.



#### Aspectos evaluados:

##### 1. Satisfacción del cliente:

La gran mayoría de encuestados manifestaron estar satisfecho y/o totalmente satisfecho, reflejando una percepción favorable respecto al cumplimiento de expectativas.

##### 2. Eficiencia en los procesos

Se recibió una alta valoración positiva, no obstante, se registraron algunas respuestas en los niveles de “algo satisfecho” e “insatisfecho”, lo cual se sugiere mejorar en la optimización de operaciones internas.

##### 3. Calidad del producto y/o servicios

Se indica una denominación de satisfacción en los productos y servicios ofrecidos, ya que cumplen con estándares aceptables de calidad.

##### 4. Gestión de recursos

Se observa una proporción de respuestas equilibradas entre satisfacción, alta, media y baja, lo que indica un área con margen de mejora.

##### 5. Cumplimiento de plazos

En este aspecto se demostró satisfacción, aunque se evidencian ciertas respuestas neutrales, lo cual se sugiere que el cumplimiento de los tiempos prometidos al cliente se pueda fortalecer aún más

**6. Gestión de quejas y reclamos**

Aunque se predomina la satisfacción, hay una presencia significativa de respuestas “algo satisfecho” e incluso “insatisfecho”, lo cual revela la necesidad de mejorar los mecanismos de atención y resolución de conflictos con los clientes.

**7. Mejora continua**

Se evaluó de manera positiva por la mayoría, aunque existan varios niveles intermedios y bajos, esto indica que, aunque se perciben esfuerzos de mejora, aun se requiere fortalecer las estrategias sostenibles de innovación y evolución del servicio.

**Análisis general:**

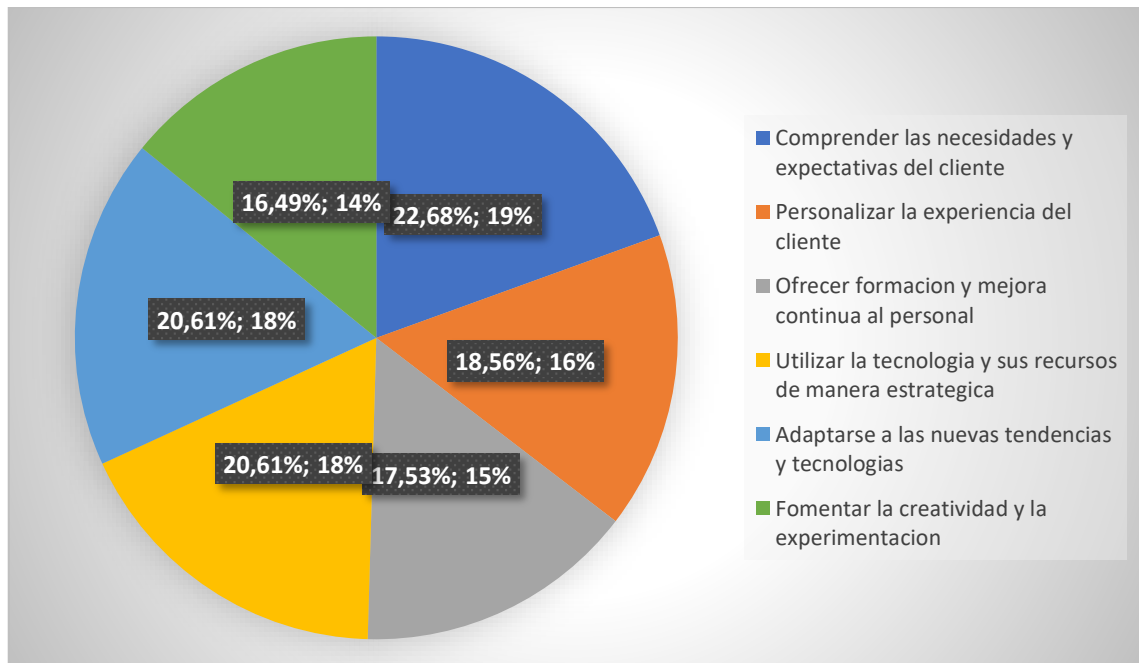
Los datos recopilados permiten finalizar que la gestión de la calidad del servicio es percibida favorablemente en los restaurantes evaluados. La satisfacción del cliente, la calidad de los productos/servicios y la eficiencia en los procesos destacan como puntos fuertes.

No obstante, la gestión de quejas y reclamos, así como la gestión de recursos y la mejora continua, presentan desafíos importantes para alcanzar una gestión de calidad mas integral

## Pregunta 5

### Selección que acciones propone para promover una mejor gestión de calidad e innovación en el servicio

Los encuestados identificaron múltiples estrategias que podrían ser efectivas para fortalecer la gestión en los restaurantes de mariscos de la vía Barbasquillo.



#### Análisis:

Los resultados evidencian que la acción más respaldada fue **comprender las necesidades y expectativas del cliente (22,68%)**, seguida por **el uso estratégico de tecnología y adaptación a nuevas tendencias (20,61)**. Lo cual destacan la importancia de mantener una relación cercana con el cliente y aprovechar los avances tecnológicos como factores clave para mejorar la calidad e innovación en el servicio.

Asimismo, otra propuesta para la mejora del restaurante es la necesidad de capacitar al talento humano y diseñar experiencias diferenciadoras. Finalmente, también se valoró la creatividad y experimentación (16,49) como una vía importante para fomentar la innovación en el entorno gastronómico.

Estos resultados brindan una guía para las prioridades percibidas que sugiere para potenciar la gestión de calidad y la innovación en los establecimientos analizados.

## CONCLUSIONES

La presente investigación ha permitido evidenciar la relación entre la gestión de la calidad, la innovación en los servicios, incluido el desarrollo económico de las empresas turísticas en la ciudad de Manta, se logró averiguar que dichas empresas implementan de manera sistemática los procesos de mejora continua, estándares de calidad y estrategias innovadoras enfocadas en la experiencia del cliente, dado así un objetivo de obtener al lograr no solo en diferenciarse en un mercado altamente competitivo, sino mejorar la rentabilidad, sostenibilidad y proyección ya sea corto o largo plazo.

El fortalecimiento de la gestión de calidad en los restaurantes de mariscos de la zona de Barbasquillo-Manta permite establecer procesos eficientes, garantizando un nivel de servicios que puedan cumplir con las expectativas del turista nacional e internacional, estos hechos logran influenciar al crecimiento económico del sector turístico de los restaurantes, generando empleos, atrayendo inversión y promoviendo el desarrollo de la ciudad.

En conclusión, la gestión de la calidad y la innovación del servicio no deben ser vistos como elementos aislados, sino como pilares fundamentales e interdependientes para el progreso del sector turístico y así la ciudad de Manta siga siendo un destino competitivo.

## RECOMENDACIONES

Como resultado de la investigación, se proponen las siguientes recomendaciones, con el fin de contribuir el fortalecimiento económico y turístico del sector:

- **Implementar sistemas de gestión de calidad adaptados al sector gastronómico.** Se recomienda que los restaurantes de mariscos en Barbasquillo-Manta adopten normas y procedimientos sobre la gestión de calidad, garantizando la inocuidad alimentaria, la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente.
- **Capacitación continua del personal operativo y administrativo.** Es necesario establecer programas de formación continua en temas relacionado a la atención del cliente, la seguridad alimentaria, cocina creativa y gestión del servicio.
- **Implementar y emplear canales digitales para las promociones y fidelización del cliente.** Esto es clave para fortalecer la presencia digital mediante redes sociales, páginas web y plataformas de opinión, así como aplicar estrategias de marketing gastronómico y los programas de fidelización.
- **Adquirir certificados y participaciones en los eventos gastronómicos.** Buscar las certificaciones de calidad y participaciones en ferias o concursos gastronómicos que puedan mejorar la reputación del restaurante, dando así la visibilidad ante nuevos públicos y dar aporte al desarrollo económico en Manta.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aranda, V. (2024). Importancia de la gestión del turismo como fuente fundamental para el desarrollo económico local en la Parroquia Los Encuentros, Cantón Yantzaza. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(5), 5258-5280. doi:DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v5i5.2970>
- Arias, J. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica. Para ciencias administrativas, aplicadas, artísticas, Para ciencias administrativas, aplicadas, artísticas, humanas*. Arequipa-Perú: ENFOQUES CONSULTING EIRL.
- Béjar, V., Madrigal, F., & Madrigal, S. (2024). Importancia de las estrategias en el turismo sostenible en México. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 198-212.
- Benavides, G. (2019). Cadenas de valor y tendencias en innovación en actividades turísticas. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 1-16.
- Bohórquez, J. (2022). Análisis de la calidad del servicio del sector hotelero cinco estrellas de la ciudad de Guayaquil. *Revista Ciencia y Tecnología*, 72-83.
- Castillo, M., & Cruz, J. (2022). La innovación en el sector turístico: Una aproximación a los servicios y la cocreación de experiencias. *Turismo y Sociedad*, 26-49.
- Correa, D., & Vélez, L. (2023). Gestión de calidad en servicios y la satisfacción del usuario en el GAD de Portoviejo. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada YACHASUN*, 349-361.
- Díaz, G., & Salazar, D. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *Podium*, 39, 19-36. doi:doi:10.31095/podium.2021.39.2
- Duarte, D., Kwan, C., & Guerrero, F. (2024). Ventajas y desventajas en la adopción del sistema de gestión de calidad. *Revista sobre estudios e investigaciones del saber académico*, 1-9.
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Revista Científica Mundo de Investigación y el Conocimiento*, 163-173. doi:[https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)

- Huamán, C., & Calanche, Á. (2025). Calidad del servicio al cliente y exclusividad en la experiencia turística de lujo en Perú. *Revista Estudios transdisciplinarios en comunicación y sociedad*, 1-12.
- Intriago, M. (2025). Análisis de estrategias de marketing digital aplicadas post covid-19 en restaurantes de tres tenedores del cantón Salinas, provincia de Santa Elena. *Trabajo de integración curricular previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo*. La Libertad, Santa Elena, Ecuador: Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Jácome, M. (2021). Modelo de gestión de calidad bajo la normativa ISO 9001:2015 como factor de competitividad del turismo en el cantón Salcedo. *Trabajo de Titulación, previo a la obtención del Grado Académico de Magíster en Administración de Empresas Mención Sistemas Integrados de Gestión, Calidad, Seguridad y Ambiente*. Ambato, Tungurahua, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Lara, R., Pozo, F., & Flores, J. (2022). *Evaluación de los impactos del modelo de gestión del turismo comunitario en el cantón Puerto Francisco de Orellana*. Guayaquil, Ecuador: CIDE.
- Martínez, J., & Padilla, L. (2020). Innovación organizacional y competitividad empresarial: Centros estéticos de turismo de salud en Cali-Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, 120-132.
- Medina, M., Rojas, C., Bustamante, W., Loaiza, R., & Martel, C. (2023). *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación*. Puno, Perú: Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C.
- Meriño, J., & Sagbini, S. (2021). Estudio de la Capacidad de Innovación en la Promoción del Sector Turismo. *Dictamen Libre*, 167-191.
- Núñez, J. (2024). Gestión de calidad como herramienta de control en la confección de prendas de vestir. Ambato, Tungurahua, Ecuador : Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- OMT. (2019). *Definiciones del Turismo*. Madrid, España: Organización Mundial del Turismo.

- Pasciaroni, C. (2023). Innovación hotelera: conducta innovadora, factores limitantes y percepciones frente a la crisis COVID-19. Caso Bahía Blanca, Argentina. *Uniandes EPISTEME*, 88-103.
- Pilco, E., Moreno, P., & Lascano, F. (2022). La Calidad del Servicio Turístico Comunitario: Análisis desde el Estudio en la Parroquia Santiago de Calpi, Cantón Riobamba. *Polo de Conocimiento*, 136-149.
- Quejada, A., Becerra, C., & Linero, D. (2020). Propuesta de plataforma tecnológica digital para una ciudad turística inteligente para el análisis de información de la cadena productiva del sector turismo de Cartagena de Indias. *ECACEN*.
- Reyes, D., Cadena, A., & Rivera, G. (2022). El Sistema de Gestión de Calidad y su relación con la innovación. *Interdisciplina*, 217-240.
- Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista EAN(82)*, 179-200. doi:<https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Rodriguez, C., & Zaldumbide, D. (2024). Análisis de la calidad de productos y su impacto en el posicionamiento de mercado: caso empresa “Del Mejor”. *593 Digital Publisher CEIT*, 9(2), 144-153. doi:<https://doi.org/10.33386/593dp.2024.2.2275>
- Romero, R., Huiza, D., Ancaya, M., Barrios, S., & Berrio, M. (2024). *Método de investigación científica: Diseño de proyectos y elaboración de protocolos en las Ciencias Sociales*. Puno, Perú: Editorial IDICAP Pacífico.
- Rosales, B. (2021). Análisis del impacto del turismo en el crecimiento económico nacional en el Ecuador durante el periodo 2007-2018. *Tesis para obtener el título de maestría de Investigación en Economía del Desarrollo*. Guayaquil, Ecuador: FLACSO.
- Rosero, A. (2022). Modelo de gestión de calidad bajo la Norma ISO 9001 para el proceso de gestión de crédito de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pablo Muñoz Vega LTDA. *Trabajo de investigación previo a la obtención del Título de Magister en Administración de Empresas con mención en competitividad y gestión de la calidad*. Ibarra, Imbabura, Ecuador : Universidad Técnica del Norte.

- Sabando, E., Montesinos, X., & Ruiz, A. (2022). Turismo y desarrollo local en el litoral ecuatoriano. Potencialidad y límites: Crucita, Ecuador. *Sinergia* , 73-85.
- Silva, R., Julca, F., Luján, P., & Trelles, L. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente: Empresas turísticas de Canchaque-Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, 12-22. doi:<https://doi.org/10.31876/rsc.v27i.36502>
- Tapia, L., Romero, M., Chiriboga, P., & Noboa, C. (2022). Innovación Tecnológica en la Gestión de la Calidad para la Satisfacción del Cliente. Caso de Estudio: Empresa Cerámicas y Mega Akabados El Descuento. *Polo del Conocimiento* , 616-638.
- Thi, T., Xuan, D., & Thang, H. (2021). Stakeholder involvement in destination marketing: A network analysis of two destinations in Vietnam. *Tourism and Hospitality Management*, 27(1), 189-203. doi:<https://doi.org/10.20867/thm.27.1.11>
- Tubay, M., Vera, J., Carranza, H., & Alvarado, J. (2022). Innovación digital para la optimización de la gestión turística en la ciudad de Quevedo. *Revista Cumbres* , 21-34.
- Villacís, J., & Martínez, M. (2018). La calidad del servicio y desarrollo sostenible en la Santa Cruz, Galápagos. *Revista Científica Electrónica de Ciencias Gerenciales*, 77-86.
- Vizcaíno, P., Cedeño, R., & Maldonado, I. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 9723-9762. doi:[https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i4.7658](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658)
- Yumisaca, J., Mendoza, E., & Benavides, V. (2019). Innovación en la actividad turística: Una aproximación al sector hospedaje de Salinas. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 7-14.

## ANEXOS

### Anexo 1. Formato de encuesta

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí					
El siguiente cuestionario de encuesta tiene como objetivo recabar las opiniones de clientes y empleados, para analizar la gestión de la calidad y la innovación del servicio como aporte al desarrollo económico los restaurantes de mariscos ubicados en la vía Barbasquillo de la ciudad de Manta. Gracias de antemano por su colaboración.					
1. ¿Usted considera que gestión de la calidad y la innovación del servicio aportan al desarrollo económico de los de los restaurantes de mariscos ubicados en la vía Barbasquillo de la ciudad de Manta?					
Totalmente de acuerdo					
De acuerdo					
Me es indiferente					
En desacuerdo					
Totalmente en desacuerdo					
2. ¿Existe innovación del servicio en los restaurantes de ubicados en la vía Barbasquillo de la ciudad de Manta?					
Totalmente de acuerdo					
De acuerdo					
Me es indiferente					
En desacuerdo					
Totalmente en desacuerdo					
3. Evalúe los siguientes parámetros sobre la atención recibida en estos establecimientos					
Ítems	Totalmente satisfecho	Satisfecho	Algo satisfecho	Insatisfecho	Totalmente Insatisfecho
Toma del pedido					
Variedad del menú					
Rapidez de la entrega					
Atención al cliente					
Limpieza del local					
Decoración y ambiente					
Seguridad					

Sistema de cobros					
-------------------	--	--	--	--	--

4. Califique los siguientes aspectos de la gestión de la calidad del servicio en estos establecimientos

Ítems	Totalmente satisfecho	Satisfecho	Algo satisfecho	Insatisfecho	Totalmente Insatisfecho
Satisfacción del cliente					
Eficiencia en los procesos					
Calidad del producto/servicio					
Gestión de recursos					
Cumplimiento de plazos					
Gestión de quejas y reclamaciones					
Mejora continua					

5. Seleccione qué acciones propone para promover una mejor gestión de calidad e innovación en el servicio

Comprender las necesidades y expectativas

Personalizar la experiencia del cliente

Ofrecer formación y mejora continua

Utilizar la tecnología y sus recursos de manera estratégica

Adaptarse a las nuevas tendencias y tecnologías

Fomentar la creatividad y experimentación