



Uleam

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

Análisis de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los restaurantes del Cantón

San Vicente - Manabí.

Autor

Hayde Victoria Olmedo Farfán

Extensión Sucre 1016E01 Bahía de Caráquez

Licenciatura en Hospitalidad y Hotelería

Febrero de 2025 – Bahía de Caráquez.

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de docente tutor de la Facultad Hospitalidad y Hotelería de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante Hayde Victoria Olmedo Farfán, legalmente matriculada en la carrera de Hospitalidad y Hotelería, período académico 2024-2025, cumpliendo el total de 384 horas, cuyo tema del proyecto es “Análisis de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los restaurantes del Cantón San vicente -Manabí.”.

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, 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.

Lugar, enero de 2025.

Lo certifico,



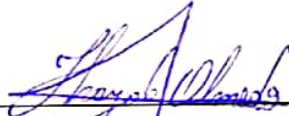
Lic. Jimmy Alberto Caicedo Coello

Docente Tutor

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

La responsabilidad de la investigación, resultado y conclusiones emitidas en este Proyecto de Investigación, pertenece exclusivamente al autor.

El derecho intelectual de este Proyecto de Investigación corresponde a la Universidad Laica “Eloy Alfaro “de Manabí, Extensión Bahía de Caráquez.



Hayde Victoria Olmedo Farfán

135060048-0

APROBACIÓN DEL TRABAJO

Previo del cumplimiento de los requisitos de ley, el tribunal de grado otorga la calificación de:

Lic. Estrella Gloria Ferrin Delgado, Mg

MIEMBRO DE TRIBUNAL

CALIFICACIÓN

Lic. María Carmen Patiño López, Mg

MIEMBRO DE TRIBUNAL

CALIFICACIÓN

S.E. Ana Isabel Zambrano Loor

SECRETARIA DE LA UNIDAD ACADÉMICA

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a mi Creador, a mi Dios. En él encuentro inspiración, fortaleza y guía en cada paso de mi camino académico y personal. Que su amor infinito y su sabiduría celestial sigan iluminando mi camino y guiando mis pasos. En este humilde tributo, reconozco su grandeza y agradezco su constante presencia en mi vida. A mi Dios, mi fuente de vida y mi todo, esta obra está dedicada con profundo amor y devoción, a mi familia, quienes han sido mi mayor fuente de apoyo y motivación. Agradezco su constante aliento y comprensión durante todo este proceso. Agradezco a mi padre, ya que me demostró en no rendirme, y por cuidarme desde que nací hasta mi vida adulta por apoyándome y por ser mi guía, gracias a él me ha criado con mano dura y con amor para no desviarme en el camino, le doy las gracias por ser el mejor padre del mundo, le doy gracias a mi madre por ser la mejor madre en el mundo, gracias a ella por alimentarme, cuidarme, y protegiéndome, le doy gracias por esas madrugadas acompañándome y por estar siempre conmigo.

Les expreso mi más grande agradecimiento a mis padres.

Hayde Victoria Olmedo Farfán

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mi tutor, Jimmy Alberto Caicedo Coello, por su orientación experta, su paciencia y sus valiosas sugerencias que han enriquecido significativamente este trabajo. Su dedicación y compromiso han sido fundamentales para el desarrollo y la finalización de esta investigación.

Un agradecimiento especial a mis amigos y colegas por su constante apoyo y por compartir ideas y consejos que han contribuido al mejoramiento de este trabajo. Sus críticas constructivas y su compañerismo han sido una fuente constante de motivación

INDICE DE CONTENIDO

<i>CERTIFICACIÓN DEL TUTOR</i>	2
<i>DECLARACIÓN DE AUTORÍA</i>	3
<i>APROBACIÓN DEL TRABAJO</i>	4
<i>DEDICATORIA</i>	5
<i>AGRADECIMIENTO</i>	6
<i>RESUMEN</i>	10
<i>INTRODUCCIÓN</i>	11
Diseño Teórico	12
Objeto	12
Campo	12
<i>CAPÍTULO I</i>	13
1.1.2. Métodos para Evaluar la calidad del Servicio	14
2.2.6. <i>Técnicas y herramientas para mejorar la eficiencia en el servicio</i>	22
<i>CAPÍTULO II</i>	24
2.Diseño Metodológico de la Investigación.	24
2.1. Métodos utilizados.....	24
2.2. Herramienta de recolección de Datos.....	24
Encuesta	25
2.3. Procedimiento de recolección de Datos	25
2.4. Análisis de Datos.....	25
2.5. Población	25
2.5. Muestra	26
2.1.1. Análisis de los resultados de la Investigación.....	26
2.4. Análisis e interpretación de las encuestas realizadas.....	27
2.5. Resultado de la encuesta.	27
Pregunta 1	27
¿Qué aspectos consideras más importantes al evaluar la calidad de servicio en un restaurante?	27
<i>CAPÍTULO III</i>	37
3.Diseño de la propuesta	37
3.1 Tema de la propuesta	37
3.3 Justificación.....	38
3.4. Desarrollo de la Propuesta Técnica	39

IMÁGENES, FIGURAS Y TABLAS

Imagen 1. Vista satelital donde se desarrolló la investigación.	28
Figura 1 Esquema del modelo Servqual de calidad de servicio.	14
Figura 2 Procedimiento para la evaluación de la calidad percibida de servicios _____	15
Figura 3 Control de calidad garantizar la eficiencia de X a través de estándares de producto superiores. _____	21
Tabla 1 Aspecto e impacto de la comunidad Local	18
Tabla 2 Foda	26
Tabla 3 ¿Qué tipo de incentivos o promociones te gustaría recibir como cliente para fomentar la calidad de servicio en los restaurantes del cantón San Vicente?	29
Tabla 4 ¿Consideras que los restaurantes del cantón San Vicente Manabí cumplen con tus expectativas en términos de calidad de servicio?	30
Tabla 5 ¿Qué opinas sobre la variedad de opciones en el menú de los restaurantes del cantón San Vicente Manabí?	31
Tabla 6 ¿Cómo calificarías la atención del personal en los restaurantes del cantón San Vicente Manabí?	31
Tabla 7 ¿Considera que el restaurante ofrece una experiencia gastronómica única y memorable?	32
Tabla 8 ¿Qué tan importante es para usted que un restaurante aplique prácticas ecológicas o sostenibles?	33
Tabla 9 ¿Qué recomendaría para mejorar la sostenibilidad y la calidad del servicio en los restaurantes del cantón?	33
Tabla 10 ¿Considera que los restaurantes del Cantón San Vicente implementan prácticas sostenibles (uso de productos locales, reducción de plásticos, etc.)?	34

FICHA TÉCNICA

Ficha Técnica 1 Mejora de la Calidad del Servicio	39
Ficha Técnica 2 Promoción de la Sostenibilidad	40
Ficha Técnica 3 Promoción de Avances en Calidad y Sostenibilidad	41
Ficha Técnica 4 Optimización de Procesos Operativos	42
Ficha Técnica 5 Fomento de la Economía Local	43
Ficha Técnica 6 Reducción del consumo de Energía y Agua	44
Ficha Técnica 7 Gestión de Residuos y Compostaje	45
Ficha Técnica 8 Monitoreo y Evaluación de la Estrategia	46
Ficha Técnica 9 Innovación en el Menú	47
Ficha Técnica 10 Capacitación en Prácticas Sostenibles	48
Ficha Técnica 11 Programa de Fidelización de Clientes	49

RESUMEN

El presente trabajo de investigación “Análisis de la Calidad del Servicio para Restaurantes Sostenibles en el Cantón San Vicente – Manabí” estudia cómo el mal servicio afecta la sostenibilidad de los restaurantes. Nuestro principal objetivo mejorar la calidad del servicio en los restaurantes de San Vicente con el fin de promover la sostenibilidad y contribuir al desarrollo económico del Cantón. Se emplea una metodología mixta, donde se incluye el análisis histórico, estudios descriptivos se utiliza entrevistas con propietarios, encuestas con clientes y observaciones in situ. Evaluamos áreas de servicio importantes, incluida la atención al cliente, la velocidad de prestación del servicio, los estándares de calidad de alimentos y bebidas y los estándares de limpieza. La mala calidad del servicio afecta la satisfacción del cliente y la sostenibilidad operativa de los restaurantes, lo que resulta en una disminución de las ganancias a largo plazo de estos restaurantes. Estos locales gastronómicos de San Vicente necesitan mejorar la calidad del servicio para que sus negocios sigan funcionando con éxito. Se propone un conjunto de fichas técnicas que establecen estrategia de servicio adecuada incluye capacitación continua del personal, mantenimiento adecuado de las instalaciones e interacción individualizada con el cliente. Las conclusiones destacan la necesidad urgente de implementar estas mejoras para garantizar la sostenibilidad de los restaurantes.

Palabras clave: Calidad de servicio, Industria Restaurantera, Atención al cliente, Cantón San Vicente Provincia de Manabí.

INTRODUCCIÓN

El éxito de un restaurante depende en gran medida de la calidad del servicio porque influye inmediatamente en la satisfacción y la lealtad del cliente, lo que respalda la sostenibilidad de los lugares para comer. Los restaurantes del cantón San Vicente provincia de Manabí enfrentan importantes problemas para brindar un buen servicio. Los restaurantes enfrentan una fuerte competencia porque carecen de sistemas organizados de gestión de calidad y no pueden satisfacer las necesidades de sus clientes mediante servicios adicionales.

Estudios previos como el de. (ÁG de Niz Sedano, 2023) .Las encuestas con recompensas ayudan a los clientes a mejorar la calidad del servicio al mismo tiempo que brindan comentarios valiosos y aumentan la lealtad.

De acuerdo al autor, involucrar a los clientes en el proceso de mejora de la calidad del servicio es una estrategia acertada y necesaria para cualquier restaurante. Al implementar encuestas con incentivos como premios o descuentos, no solo se obtiene retroalimentación valiosa, sino que también se fortalece la relación con los clientes, generando mayor lealtad.

Por otro lado,(Sandoval Cabrejos, 2018), Un mal servicio al cliente perjudica la reputación del destino e impide el desarrollo del turismo. La industria de la restauración en el Cantón San Vicente enfrenta desafíos significativos en términos de calidad del servicio y sostenibilidad. Con un crecimiento constante, se ha observado que muchos restaurantes no cumplen con los estándares necesarios, lo que repercute en la satisfacción del consumidor y el rendimiento económico de la zona. Este estudio aborda el problema de la calidad del servicio como un factor crítico para el desarrollo sostenible de estos establecimientos.

Ante esta situación esta investigación tiene como objetivo Mejorar la calidad del servicio en los restaurantes de San Vicente. Este estudio tiene gran importancia porque presenta soluciones viables como capacitación del personal, mejora de procesos y herramientas de retroalimentación que mejoran el servicio al cliente y ayudan a los restaurantes a competir mejor al tiempo que impulsan la economía local y el desarrollo turístico.

Diseño Teórico

¿Cómo influye la calidad de servicio en la sostenibilidad de los restaurantes del cantón San Vicente - Manabí?

La calidad del servicio juega un papel esencial en la sostenibilidad de los restaurantes especialmente en todo el cantón San Vicente Manabí. Este modelo teórico analiza qué partes del buen servicio respaldan el crecimiento sostenible de un restaurante al comprender la felicidad del cliente y al mismo tiempo mantenerlos leales y ayudar a las empresas cercanas.

Objeto

La calidad del servicio en los restaurantes.

Campo

Sector de la restauración en el Cantón San Vicente,

Objetivos Generales

Mejorar la calidad del servicio en los restaurantes de San Vicente para promover la sostenibilidad y contribuir al desarrollo económico de la región.

Variable dependiente

Calidad de Servicio

Variable independiente

Sostenibilidad de los Restaurante del Cantón San Vicente –Manabí

Tareas científicas

- Analizar los fundamentos teóricos que se deben tomar en cuenta en esta investigación sobre la calidad de servicio en los restaurantes.
- Identificar cuáles serían los problemas que tienen los restaurantes de San Vicente en respecto a la calidad dentro de los servicios.
- Crear una propuesta que permita mejorar el sistema dentro de la calidad de los servicios de los restaurantes de San Vicente.

CAPÍTULO I

1. Marco teórico

1.1 Variable independiente

1.1.1 Importancia del Servicio en la Sostenibilidad de los Restaurantes

La sostenibilidad se centra en las políticas sociales y en las personas, priorizando la equidad y la justicia para todos los miembros de un ecosistema. Además, se enfoca en una colaboración disciplinaria, intercultural e interinstitucional, y promueve la implementación de políticas públicas que tengan en cuenta el análisis y el tratamiento responsable de los sistemas económicos, sociales y culturales, evitando la explotación del entorno natural. (Jiménez-Munive, 2022).

La buena atención, el servicio amable y los aspectos positivos establecen la distinción entre los distintos locales de comida rápida. En años recientes, se ha demostrado que el servicio en los restaurantes del cantón ha disminuido de manera tan alarmante que basta con observar la expresión de las personas al abandonar los locales para percatarse. Aunque el servicio es sencillo de proporcionar, cientos de millones de empresas alrededor del mundo desconocen cómo. Se considera que se proporciona un servicio adecuado cuando la caricia se expande o contiene más azúcar. (Alarcón, 2021).

Lo que se refiere al autor es que la importancia del buen servicio en los locales de comida rápida, señalando que es lo que los diferencia. Se ha observado una disminución alarmante en la calidad del servicio en los restaurantes del cantón. Aunque parece sencillo, muchas empresas no logran ofrecer un servicio adecuado. Un buen servicio se reconoce cuando genera una experiencia agradable para los clientes.

Evaluación de la calidad de servicio en restaurantes

La evaluación de la calidad del servicio en los restaurantes de San Vicente es un proceso clave para determinar el nivel de satisfacción de los clientes y proponer mejoras que impulsen la sostenibilidad de estos establecimientos. (López Vera, 2022). Al medir de forma regular la satisfacción de los clientes, los restaurantes pueden identificar de manera precisa las áreas en las que necesitan mejorar, desde la atención al cliente hasta la calidad de los alimentos.

El servicio no solo se limita a la entrega del producto (alimento), sino que involucra una serie de interacciones y experiencias que construyen la percepción del cliente sobre la calidad del restaurante. (Stephania, 2023).

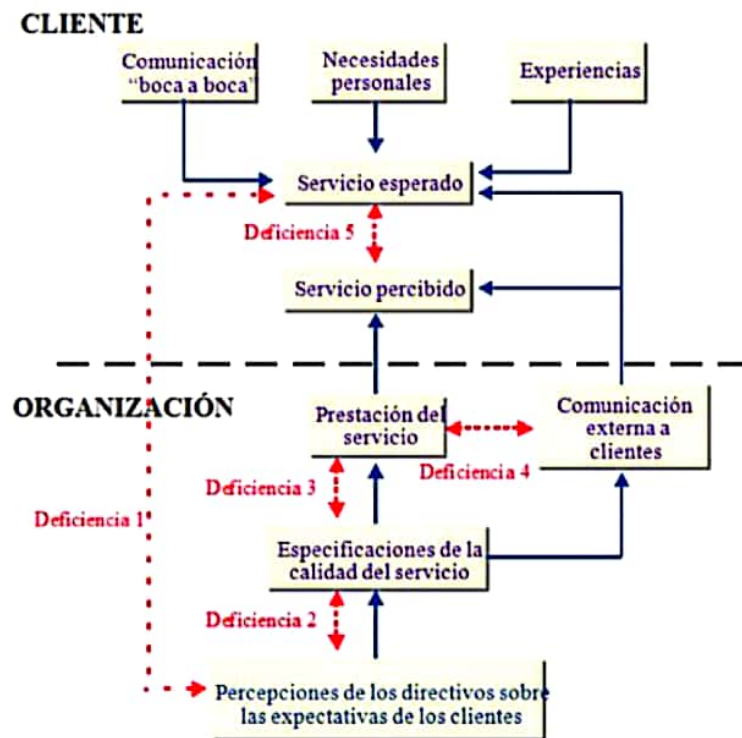
1.1.2. Métodos para Evaluar la calidad del Servicio

Encuestas de Satisfacción: La aplicación de encuestas a los clientes después de su experiencia en el restaurante permite recopilar información valiosa sobre sus percepciones y expectativas. Preguntas sobre los aspectos mencionados anteriormente pueden proporcionar una visión clara de las áreas que necesitan mejoras. (Gómez, 2002).

Modelo SERVQUAL: Este modelo es ampliamente utilizado para medir la calidad del servicio a través de cinco dimensiones: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. La implementación de este modelo puede ayudar a identificar brechas entre las expectativas de los clientes y el servicio recibido. (Ubilla, 2019).

Observación Directa: Observar el comportamiento del personal y la interacción con los clientes puede ofrecer información sobre la eficacia del servicio. Esta técnica permite identificar áreas de mejora que pueden no ser evidentes a través de encuestas. (Valdés, 2019).

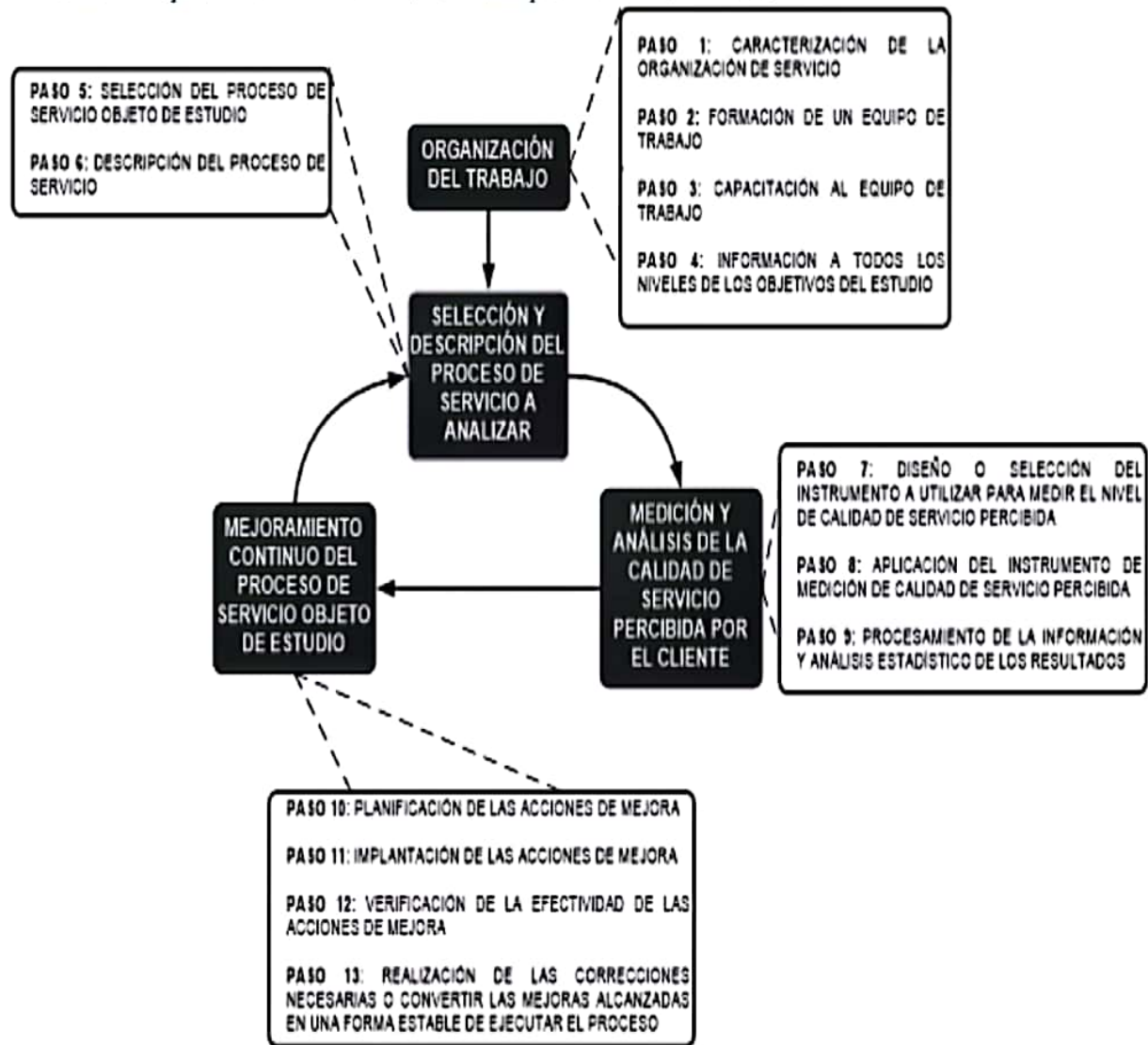
Figura 1
Esquema del modelo Servqual de calidad de servicio.



Fuente: Zeithaml, Parasuraman y Berry (2013)

Figura 2

Procedimiento para la evaluación de la calidad percibida de servicios



Fuente: https://www.researchgate.net/figure/Figura-1-Procedimiento-para-la-evaluacion-de-la-calidad-percibida-de-los-servicios_fig1_287358548

El desarrollo de cada etapa y actividad se apoya en un sistema de técnicas y herramientas y la mejora continua a partir de la percepción del cliente, ahora se utiliza con éxito en servicios gastronómicos. (Encalada Cubas, 2018). Puede aplicarse a cualquier organización de servicios que se base en el enfoque de procesos, el enfoque de servicios, el enfoque al cliente y el enfoque de toma de decisiones basado en hechos.

1.1.3 Prácticas de sostenibilidad Ambiental en los Restaurantes

Las prácticas de sostenibilidad ambiental en los restaurantes son cruciales para disminuir su impacto en el medio ambiente y preservar los recursos naturales. Estas incluyen la gestión de residuos y reciclaje, con medidas como la reducción del desperdicio alimentario y el compostaje; el uso de energías renovables y equipos de alta eficiencia energética; el suministro de ingredientes locales y sostenibles, apoyando la producción local; y la reducción del uso de plásticos y materiales no biodegradables. Además de mejorar la imagen del restaurante ante los clientes, estas prácticas pueden reducir costos operativos y fortalecer la relación con la comunidad.

Según el autor (Ángel Gabriel, 2023) los restaurantes como componente esencial de la industria de servicios alimentarios, desempeñan un papel crucial al satisfacer las necesidades alimenticias de las personas. Sin embargo, es importante reconocer que su influencia no se limita solo a lo culinario, sino que también ejercen un impacto significativo en el entorno ambiental.

En las nuevas generaciones, existe una mayor demanda de transparencia en la cadena alimentaria, donde se busca entender los procesos de producción, transporte y distribución, así como la huella ecológica asociada a los procesos de cocción y preparación (Niz Sedano, 2023).

1.1.4. Desperdicio alimentario, gestión de residuos y sostenibilidad

El desperdicio alimentario es un tema de preocupación a nivel mundial, debido a que afecta la seguridad alimentaria y las diversas formas de desarrollo sostenible en las naciones (Rico García-Reyes, 2017).

El desperdicio alimentario se refiere a los alimentos destinados al consumo humano que, ya sea en buen estado o no, son retirados de la cadena agroalimentaria por motivos estéticos, económicos o por estar cerca de su fecha de caducidad. Estos alimentos son descartados y tratados como residuos, contribuyendo a la generación de desechos. (San Juan, 2018).

El impacto negativo de los envases tradicionales en el medio ambiente es una preocupación creciente. La necesidad de alternativas sostenibles ha llevado a la investigación y desarrollo de materiales provenientes de fuentes renovables que sean biodegradables y reciclables. Además, la alta caducidad de ciertos alimentos perecederos genera un desperdicio significativo, lo que agrava el problema de la sostenibilidad. (Mora, 2013).

1.1.5. Sostenibilidad Económica en La Gestión de Restaurantes

La sostenibilidad económica en la gestión de restaurantes se refiere a la capacidad de operar de manera rentable y responsable, asegurando que el negocio no solo sea viable en el presente, sino que también pueda perdurar en el futuro. (Ahumada Vásquez, 2017-2018).

La sostenibilidad económica en la gestión de restaurantes es fundamental para el éxito a largo plazo. No solo se trata de generar ganancias, sino de hacerlo de manera ética y responsable, considerando el impacto en la comunidad y el medio ambiente. Adoptar prácticas sostenibles puede mejorar la reputación del restaurante y atraer a un público consciente de la importancia de la sostenibilidad. Además, una gestión eficiente de costos y recursos permite enfrentar mejor las fluctuaciones del mercado.

1.1.6. Impacto de los Restaurantes en la Comunidad Local

Según (Conti, 2016) análisis de los impactos negativos para la población local es esencial para comprender cómo su operación puede afectar a la comunidad. Realizar un análisis de los impactos negativos de un restaurante en la población local es fundamental para garantizar que su operación sea responsable y sostenible. Comprender cómo un establecimiento puede afectar a la comunidad permite a los gerentes tomar decisiones informadas que minimicen daños y promuevan beneficios. Además, este análisis fomenta una relación más positiva entre el restaurante y los residentes, creando un ambiente de colaboración.

Los principales beneficios primarios que produce el turismo en la comunidad receptora local, especialmente en las áreas urbanas son: el incremento de los ingresos, el aumento del empleo, así como la mejora del ambiente estético y los cambios de imágenes del área. Además, el turismo puede generar efectos secundarios, a veces mucho más importantes que los efectos directos. Los negocios locales, como: los hoteles, restaurantes, transporte local, empresas comerciales de venta de alimentos, bebidas, ropa y recuerdos, se benefician directamente del gasto que realizan los visitantes temporales que esos mismos negocios atraen. (Ascanio, 2001-2024).

Tabla 1*Aspecto e impacto de la comunidad Local*

Aspecto	Impacto en la Comunidad Local
Generación de empleo	Crean empleo directo e indirecto en cocina, servicio, y proveedores locales.
Cohesión social	Actúan como puntos de encuentro que fortalecen las relaciones comunitarias.
Preservación cultural	Difunden y preservan la gastronomía local, atrayendo turistas.
Desarrollo económico	Contribuyen al crecimiento económico local a través de un efecto multiplicador.
Apoyo a otros sectores	Impulsan sectores como la agricultura, comercio y transporte en la región.

NOTA: en esta tabla se muestran los aspectos e impacto de la comunidad local

2.2.1. Impacto Dimensiones de la Calidad de Servicio (Modelo SERVQUAL)

Este tipo de revisión sistemática proporciona un panorama amplio del uso de Servqual en los servicios hospitalarios, destacando su aplicabilidad global, especialmente en la región asiática. También resalta la importancia de adaptar el modelo según las características del contexto local. (Bustamante, 2019).

De acuerdo al análisis la revisión sistemática refleja la versatilidad del modelo Servqual, mostrando cómo se adapta a diferentes realidades hospitalarias, pero también subraya la necesidad de contextualizar sus dimensiones clave. Esto resalta la importancia de no aplicar el modelo de manera rígida, sino ajustarlo para captar mejor las particularidades culturales y operativas de cada sistema de salud.

La validación del instrumento también cumple con los estándares necesarios para la aplicabilidad en estudios de calidad de servicio. El análisis concluye que no fue necesario realizar modificaciones en el cuestionario debido a los altos índices de confiabilidad obtenidos. En resumen, el estudio no solo demuestra la efectividad del modelo SERVQUAL en evaluar la satisfacción del cliente, sino que también confirma que el instrumento aplicado es confiable, válido y adecuado para este tipo de evaluaciones en la empresa analizada. (Alexander Fernando, 2022).

2.2.2. La satisfacción e insatisfacción del consumidor

Según (Lluvia Nohemí Nuñez Tobías, 2018) ,se estudian los factores que intervienen en la valoración llevada a cabo por el consumidor una vez que experimentó el servicio. Además, se analiza cómo contribuyen a explicar el nivel de calidad en el servicio que el cliente asigna a la experiencia, lo que ha propiciado el surgimiento de modelos de evaluación de calidad en el servicio.

Se estudian las dimensiones propuestas en 8 modelos de evaluación de calidad en el servicio, que son reconocidos y aceptados en el área. Además, se analiza la dirección de la relación causal de los factores identificados en cada uno de los modelos hacia el constructo satisfacción del cliente.

Existen ocho principios sobre los cuales se debe construir el sistema de gestión de calidad de una organización. Estos pilares al ser todos de gran importancia deben formar parte de mencionado sistema, en pro del éxito de la compañía y la consecución de los objetivos planteados, en este escrito la orientación se dará en torno a empresas prestadoras de servicios privados, y se concentrará en el enfoque basado en procesos en los cliente y mejora continua. (Zipa, 2015).

La satisfacción de los clientes es una necesidad para ser eficientes y competitivos en los momentos actuales, pues de ello depende en gran medida la reputación de las organizaciones. El presente trabajo se realiza con la finalidad de evaluar la satisfacción de los clientes en empresas de servicio. En una primera etapa se determina el ciclo de servicios y los momentos de la verdad en cada una de las empresas, lo que permite gestionar el contacto del cliente con la organización; posteriormente se aplica una encuesta a una muestra seleccionada de manera aleatoria dando como resultado un 39% de insatisfacción de los clientes, por lo que estas empresas deben implementar acciones de mejora de manera inmediata. (Fernández, 2018).

2.2.3. Factores de Higiene y seguridad alimentaria

Según (Sanz, 2018) , Cumplir con los estándares de calidad y seguridad alimentaria se vuelve fundamental para satisfacer las necesidades de los clientes y seguir las regulaciones oficiales de la industria. Las empresas deben crear sistemas duraderos de mejora de la calidad tanto para mantener segura la salud pública como para generar confianza en los consumidores. La expansión mundial del comercio y el aumento de las enfermedades transmitidas por los alimentos requieren medidas (ETAs), la preocupación

sobre los conocidos peligros emergentes y la globalización del comercio. (Ortiz Amaya, 2011).

Según (Díaz, 2015), El informe destaca cómo las buenas prácticas sanitarias de manipulación de alimentos mantienen bajo control tanto la calidad de los alimentos como la seguridad ambiental. Al seguir estas reglas, las empresas ayudan a la salud pública al tiempo que fortalecen su imagen y fomentan prácticas sostenibles.

La Seguridad Alimentaria y es una piedra angular del servicio de alimentos, sobre todo en lugares que suministran alimentos a más personas como comedores, tiendas de comidas, etc. Estadísticas de las enfermedades transmitidas por los alimentos demuestran un gran número de ellos son reportados provenientes de establecimientos de comida de este tipo así que pasos higiénicos secos son un tema (Ibarra, 2018).

La afirmación de Ibarra (2018) en torno a la cuestión de higiene alimentaria en el avenamiento y succión es altamente válido. En las categorías donde se suministra en grandes cantidades poco la cantidad de personas como comedores y empresas de catering los riesgos son más altos debido a cantidad de alimentos que se preparan. Las medidas higiénicas adecuadas no son requerimientos urgentes para evitar resurgimientos de las enfermedades además de garantizar seguridad de los consumidores en estos servicios.

2.2.4. Capacitar a su equipo mejora la competitividad empresarial

La capacitación del personal desempeña un papel clave tanto para detener la contaminación de los alimentos como para impulsar la prestación de servicios. Los buenos estándares comerciales en el turismo aumentan la competitividad de las empresas al brindar a los clientes experiencias de productos seguras y consistentes.

La capacitación es importante para que el empleado tiene bien los alimentos para no tener toxofebrillas, y menos contamine. De esta manera pues no solo garantizamos la salud pública, sino que también se avanza en la mayor capacidad competitiva empresarial en el sector turístico, ya que los consumidores perciben cada vez más la necesidad de encontrar negocios seguros en sus productos. (Sanz J. L., 2014).

2.2.5. Tiempo y eficiencia en el servicio

La disponibilidad y la calidad del tiempo que ofrecen en el servicio son aspectos fundamentales en cualquier negocio en especial en la gama alimento y bebida. Una buena atención no sólo satisface al cliente y hace más feliz a este invalido hasta el logro de objetivos de negocio más rentable y competitivo. (Kotler, 2017).

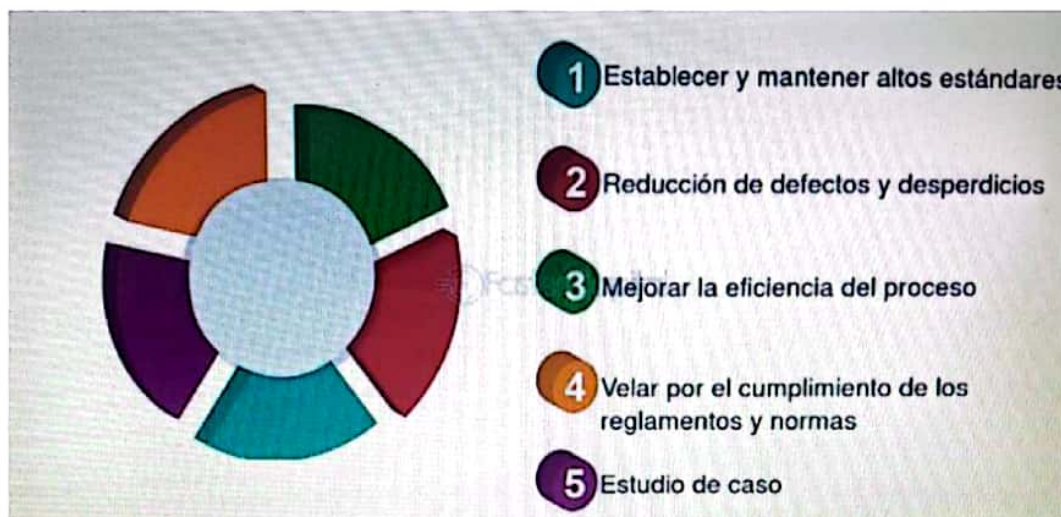
Desde la perspectiva de Kotler (2017) hay razón en enfatizar el tiempo y la oportunidad en el servicio, sobre todo en los commodities como los alimentos y bebidas. La eficiente rapidez de un servicio no solo tiene un impacto en la calidad del cliente, sino que le otorga un mayor control de los recursos de la empresa. La eficiencia operativa es otro factor consideración fundamental en el sentido que hace que los costos y los tiempos se paguen sin hacer conl[†] sacrificias para calidad, lo que hace que la competencia sea mayor.

Según (Zárraga-Cano, 2018) para evaluar la experiencia del cliente en el sector de servicios, y se vuelven aún más relevantes en la industria restaurantera, donde la experiencia del consumidor está influenciada por múltiples factores, como la calidad de los alimentos, el servicio y el precio.

De acuerdo a lo mencionado Zárraga-Cano (2018) hace notar que, en la industria restaurantera. En un mercado competido, cada uno de estos factores tiene que ser temido relevante de entre los restaurantes porque la percepción de un consumidor se genera con la interacción total del consumidor. Lo más sencillo y al mismo tiempo lo más efectivo es ofrecer una carta de buena variedad de productos, un buen servicio y precios Justos.

Sin embargo, es igual de importante comprender cómo dichos elementos afectan a la experiencia del cliente en un proceso que permita introducir mejoras que garanticen el caballo espectacular.

Figura 3
Control de calidad garantizar la eficiencia de X a través de estándares de producto superiores.



Fuente: <https://fastercapital.com/es/contenido/Control-de-calidad--garantizar-la-eficiencia-de-X-a-traves-de-estandares-de-producto-superiores.html>

2.2.6. Técnicas y herramientas para mejorar la eficiencia en el servicio

Procesos estandarizados los diferentes procesos es válido para evitar resultados erróneos y ofrecer siempre el mejor servicio. Como menciona (Dinsmore, 2024) ,en llevar una preparación de alimentos y atención al cliente hacen que no haya equivocaciones y/o confusiones en los clientes y para los clientes también de tiene un mejor esquema. Uno de los caminos de sostener la calidad en el servicio es mediante la capacitación y el adiestramiento presencial. En el entrenamiento tanto al cliente como a los procesos operativos es importante mejorar la eficiencia y la satisfacción del cliente. Asimismo, según. (Management, 2023) los expertos en restaurante que ofrecen entrenamiento a su personal ganan un margen de beneficios el cuarenta y dos por ciento mayor al de aquellos que no lo hacen, los profesionales de la restauración que proveen entrenamiento a su personal tienen un margen de beneficios un 24 por ciento mayor a los que no lo hacen.

El desempeño de las funciones no permanentes por los empleados es crítico en lo que respecta a las olas de demanda. La capacitación de los empleados en varias funciones permite que se apropien de funciones variadas para el restaurante en momentos de crisis (Dinsmore, 2024).

La sucesión de los empleados y su habilidad para realizar múltiples tareas es crítica durante picos en la atención en los restaurantes. No se debe negar que entrenar a los empleados en múltiples no solo facilita los procesos, sino que, además, ayuda a la resiliencia de la organización. No solo mejora la eficiencia en la operación diaria, sino que además disminuye dependencia en personas específicas en eventos emergentes o de gran demanda de solicitudes para que el servicio ofrezca una calidad y rapidez consistente.

Optimización del uso de los recursos: cualquier gerente de una cafetería o restaurante entenderá que reducir la cantidad de opciones en el menú y centrarse en aquellos platos que son más propuestos y rentables no solo elimina los momentos de espera más largos, sino que a su vez aprovecha los ingredientes y demás utensilios. Restaurant Management sostiene que adecuada carta puede mejorar la utilidad en un 10% (Management, 2023).

Este proceso consiste en establecer y hacer frente a los cuellos de botella, las ineficiencias, los errores y los desperdicios en los flujos de procesos existentes. Lo anterior, puede realizarse a través de la utilización del mapa de procesos, el análisis del valor, la reingeniería de procesos, el análisis de raíz todo y otros.

Satisfacción del cliente: El aspecto del mejoramiento de procesos implica conocimiento de las necesidades y expectativas los clientes con miras a satisfacer los productos y servicios ofrecidos. Lo anterior ayuda a aumentar la satisfacción del cliente y, por ende, desarrollar las relaciones con este último.

Innovación: El avance en calidad de procesos promueve el marco favorable en nuevas ideas e ideas en el entorno innovador. De esta manera, al analizar los procesos actuales se pueden encontrar posibilidades de aplicar nuevas tecnologías aprovechando los métodos que se pueda incrementar el nivel de la competencia de las organizaciones. (procesos, 2024).

CAPÍTULO II

2. Diseño Metodológico de la Investigación.

El diseño metodológico para el Análisis de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los restaurantes del Cantón San Vicente fue de carácter mixto, combinando enfoques tanto cualitativos como cuantitativos. Se realizarán encuestas a clientes y entrevistas a propietarios de restaurantes para obtener una visión integral de la situación actual. Además, se implementará la observación directa en los restaurantes para analizar las operaciones diarias y detectar áreas de mejora.

2.1. Métodos utilizados

Histórico: Estudiar cómo los métodos de servicio de restaurantes han avanzado en la historia y cómo los patrones actuales de la industria se relacionan con los estándares operativos y la sostenibilidad. El método de investigación histórica es el analítico-sintético. Es indispensable que en el estudio de las cuestiones históricas se analicen los sucesos descomponiéndolos en todas sus partes para conocer sus posibles raíces económicas, sociales, políticas, religiosas o etnográficas, y partiendo de este análisis llevar a cabo la síntesis que reconstruya y explique el hecho histórico. (Delgado, 2010)

Descriptivo: Encueste y entreviste a los clientes de hoy para conocer las prácticas de gestión de servicios, el rendimiento operativo y la gestión de recursos. Los métodos descriptivos pueden ser cualitativos o cuantitativos. Los métodos cualitativos se basan en la utilización del lenguaje verbal y no recurren a la cuantificación. Los principales métodos de la investigación descriptiva son el observacional, el de encuestas y los estudios de caso único. (González, 2024)

Observación: Monitorear las operaciones diarias del restaurante nos ayuda a encontrar mejores maneras de servir a nuestros clientes. La observación sin intervención tiene por finalidad observar el comportamiento tal como ocurre de forma natural, y en ella el observador se limita a registrar lo que observa, sin manipular ni controlar. (González, Métodos de investigación observacional en psicología, 2024).

2.2. Herramienta de recolección de Datos

Entrevistas semiestructuradas: El personal directivo, participaron en entrevistas para brindar información detallada sobre la gestión de recursos, las operaciones diarias y el desarrollo de estrategias sostenibles.

Observación directa: Una observación directa monitoreó las operaciones diarias de los restaurantes en nuestros restaurantes seleccionados. Observamos el comportamiento entre el personal y el cliente junto con el momento del servicio, el uso de recursos y la conducta general entre el cliente y el personal.

Encuesta

Una encuesta es un procedimiento dentro de la investigación cuantitativa en la que el investigador recopila información mediante el cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información ya sea para entregarlo en forma de tríptico, gráfica, tabla o escrita. (NELLYSZULAY14, 7-02-2017).

2.3. Procedimiento de recolección de Datos

La recolección de datos se realizó en tres fases:

Fase Histórica: Examinamos los registros y documentos de los restaurantes para rastrear el desarrollo de sus servicios a medida que las fuentes en papel estuvieron disponibles.

Fase Descriptiva: Las prácticas actuales de gestión de servicios y recursos en los restaurantes se determinaron a través de las respuestas de la encuesta de los empleados y de entrevistas personales.

Fase Observacional: Realizaron observaciones en vivo tanto durante las horas en diferentes días de la semana para documentar con precisión las operaciones diarias del restaurante.

2.4. Análisis de Datos

Para la recaudación de datos se tomó como población 7 restaurantes activos de la parroquia de San Vicente que están categorizados por el Ministerio del Turismo (MINTUR) y evaluados por el gobierno autónomo del Cantón San Vicente. Además se entrevistó a los 7 directivos de los restaurantes

2.5. Población

En estadística, el concepto de “población” hace referencia al conjunto de elementos que se desea estudiar; estos elementos pueden ser objetos, eventos, circunstancias o grupos de personas. (Toledo, 2018). Total, población actual según (INEC), San Vicente Manabí cuenta con 22.025 habitantes que serán el dato inicial para aplicar una parte de la encuesta. También cuenta

2.5. Muestra

La muestra es de un tamaño de una porción, sustancial de la población que dota de los rasgos característicos de la población. La naturaleza de la muestra es un principio importante antes de comenzar un estudio. La estadística nos ayuda en la especie de excluir la posibilidad del sesgo al momento de tratar con las figuras estadísticas. (QUESTIONPRO, 2023). La muestra de la investigación se la tomo de los comensales activo de los 7 restaurantes, se desconoce el total de visitantes de los restaurantes y la variación por temporadas. Con estos antecedentes se utiliza un muestreo no probabilístico por conveniencia ya que se desconoce la totalidad de comensales y por lo que toma la decisión de encuestar a 50 clientes que visitan los 7 restaurantes. Se entrevisto a los 7 directivos o dueños de restaurantes.

2.1.1. Análisis de los resultados de la Investigación

3. FODA

El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégicas, diseñada para realizar un análisis interno (Fortaleza y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) de los restaurantes. Desde este punto de vista la palabra Foda es una sigla creada a partir de cada letra inicial de los términos mencionados (Riguelme Leiva, 2016).

Tabla 1
FODA

F <ul style="list-style-type: none">• Calidad de los ingredientes• Servicio al cliente• Ubicación céntrica• Precio accesible	O <ul style="list-style-type: none">• Incremento de turistas en la zona• Demanda de comida saludables y sostenible• Colaboraciones con productores locales
D <ul style="list-style-type: none">• Falta de promoción y publicidad• Poco personal capacitado• Poco conocimiento de los procesos de sostenibilidad	A <ul style="list-style-type: none">• Competencia de otros restaurantes• Cambios en las preferencias de los clientes• Problemas económicos y políticos

Nota: Elaborado por Hayde Olmedo

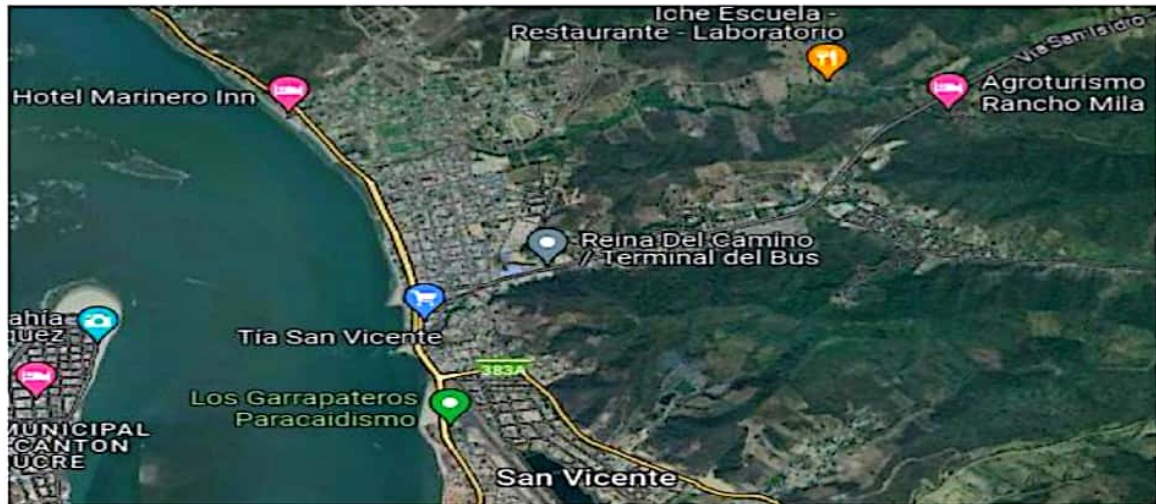
RESULTADOS

Diagnóstico

La investigación se realizó a 50 restaurantes del Cantón San Vicente, Manabí.

Imagen 1

Vista satelital donde se desarrolló la investigación.



Nota: Google Maps

2.4. Análisis e interpretación de las encuestas realizadas

La información obtenida de la encuesta y fue aplicada con 10 preguntas estructuradas de forma estratégica dirigida a los clientes, empleados y propietarios del Cantón San Vicente, Manabí.

2.5. Resultado de la encuesta.

Pregunta 1

¿Qué aspectos consideras más importantes al evaluar la calidad de servicio en un restaurante?

Tabla 3.

Aspectos que se consideran más importantes al evaluar la calidad de servicio en un restaurante

Opciones	Frecuencia	Porcentajes
Amabilidad del personal	27	54%
Rapidez en la atención	8	16%
Calidad de la comida	7	14%
Limpieza y ambiente del lugar	5	10%
Precios justos	3	6%
TOTAL	50	100%

Interpretación

En la encuesta la mayoría de las personas mencionaron que un 54% consideran que la amabilidad del personal es uno de los aspectos más importantes al evaluar la calidad de los servicios dentro de un restaurante, mientras que un 6% indicó que, los precios justos es un aspecto importante para la misma pregunta.

Análisis.

Los hallazgos indican que la amabilidad del personal es el factor más apreciado por los clientes al juzgar la calidad del servicio en un restaurante, seguido por la calidad de los alimentos y la limpieza y ambiente del establecimiento. La agilidad en el servicio y los precios razonables son menos significativos, aunque siguen siendo importantes. Esto sugiere que los aspectos humanos y la experiencia en el lugar ejercen un impacto más significativo en la percepción de los clientes. Lo que significa que la mayoría de los restaurantes deben implementar estrategias que le permitan mejorar, tratando de dar satisfacción a los clientes.

Pregunta 2

¿Qué medidas consideras importantes para mejorar la calidad de servicio en los restaurantes del cantón San Vicente?

Tabla 4

Medidas que consideras importantes para mejorar la calidad de servicio en los restaurantes del cantón San Vicente.

Opciones	Frecuencia	Porcentajes
Mejorar la capacitación del personal	23	46%
Incrementar la comunicación con los clientes	16	32%
Mejorar la gestión de pedidos y tiempos de espera	4	8%
Mejorar la calidad de los ingredientes utilizados	3	6%
Otras sugerencias	4	8%
TOTAL	50	100%

Interpretación

Dentro de esta investigación los encuestados respondieron en un 46% que mejorar la capacitación del personal y la gestión de pedidos a tiempo de espera son medidas importantes para mejorar la calidad del servicio dentro de los restaurantes y un 16% de los mismos manifestó que incrementar la comunicación con los clientes sería más importante.

Análisis.

Los hallazgos señalan que las principales medidas para elevar la calidad del servicio en los restaurantes son una mejor capacitación del personal y una gestión más eficaz de los pedidos y tiempos de espera, dado que ambas poseen la misma importancia. Asimismo, se resalta la importancia de incrementar la calidad de los ingredientes y la comunicación con los clientes como puntos relevantes. En cambio, las otras recomendaciones tienen escaso impacto, lo que refuerza que las prioridades deben enfocarse en el personal y la eficiencia operativa.

Pregunta 3

¿Qué tipo de incentivos o promociones te gustaría recibir como cliente para fomentar la calidad de servicio en los restaurantes del cantón San Vicente?

Tabla 5

tipo de incentivos o promociones te gustaría recibir como cliente para fomentar la calidad de servicio en los restaurantes del cantón San Vicente.

Opciones	Frecuencia	Porcentajes
Descuentos especiales	22	44%
Programas de lealtad	10	20%
Menús especiales o promociones	8	16%
Eventos especiales	6	12%
Otras	4	8%
TOTAL	50	100%

Interpretación

Para la mayoría de los encuestados los menús especiales y las promociones son el tipo de incentivos o promociones que les gustaría recibir como cliente para fomentar la calidad dentro de los servicios de un restaurante con un 44%, mientras que para el 8% de los encuestados son otros no especificados los incentivos o promociones para mejorar el servicio.

Análisis

Los clientes suelen optar principalmente por los menús especiales o las promociones, seguidos de los descuentos exclusivos y los eventos especiales como motivaciones para enriquecer la experiencia en los restaurantes del cantón. A pesar de que los programas de fidelidad y otras alternativas generan menos interés, es evidente que los consumidores aprecian las ofertas que proporcionen un beneficio concreto en sus visitas.

Pregunta 4

¿Consideras que los restaurantes del cantón San Vicente Manabí cumplen con tus expectativas en términos de calidad de servicio?

Tabla 6

Consideras que los restaurantes del cantón San Vicente Manabí cumplen con tus expectativas en términos de calidad de servicio

Opciones	Frecuencia	Porcentajes
Sí, siempre cumplen mis expectativas	2	4%
En su mayoría cumple mis expectativas	18	36%
Algunos cumplen mis expectativas	15	30%
Pocos cumplen mis expectativas	11	22%
No cumple mis expectativas	2	4%
TOTAL	50	100%

Interpretación

Los encuestados manifestaron en un 36% que en su mayoría cumplen las expectativas los restaurantes del Cantón San Vicente, mientras que un 4% mencionaron que no cumplen las expectativas dichos restaurantes Y que también siempre se cumplen.

Análisis

La mayor parte de los clientes opina que la mayoría de los restaurantes del cantón satisface sus expectativas. Esto indica que, a pesar de los intentos de proporcionar calidad, todavía hay espacio para avanzar en diversos aspectos del servicio; por lo que se deben implementar otras medidas para que en su totalidad cumplan con las expectativas de los clientes.

Pregunta 5

¿Qué opinas sobre la variedad de opciones en el menú de los restaurantes del cantón San Vicente Manabí?

Tabla 7

opinión sobre la variedad de opciones en el menú de los restaurantes del cantón San Vicente Manabí

Opciones	Frecuencia	Porcentajes
Excelente variedad	4	8%
Buena variedad	15	30%
Aceptable variedad	20	40%
Poca variedad	9	18%
Insuficiente variedad	2	4%
TOTAL	50	100%

Interpretación

Los encuestados mencionaron en un 40% que tienen aceptable variedad de opinión en el menú de los restaurantes de San Vicente, mientras que el 4% indica que es insuficiente la variedad de los menús.

Análisis

La mayoría de los consumidores considera la diversidad en los menús de los restaurantes como adecuada, mientras que otra parte dice que no, por lo que es positivo el impacto de tener variedad con la finalidad de dar satisfacción a los clientes y atraerlos.

Pregunta 6

¿Cómo calificarías la atención del personal en los restaurantes del cantón San Vicente Manabí?

Tabla 8

Cómo calificarías la atención del personal en los restaurantes del cantón San Vicente Manabí

Opciones	Frecuencia	Porcentajes
Excelente	5	10%
Buena	15	30%
Aceptable	13	26%
Regular	15	20%
Mala	2	4%
TOTAL	50	100%

Interpretación

La mayoría de los encuestados mencionaron en un 30% que es buena y regular la atención del personal en los restaurantes del Cantón San Vicente, por otro lado, un 4% de los mismos indicó que es mala la atención del personal

Análisis

La calidad del servicio del personal en los restaurantes del cantón es considerada en su mayoría como buena y regular, mientras que un cuarto de los consumidores la considera aceptable. Esto indica que en su mayoría los restaurantes de San Vicente cuentan con estrategias de atención al cliente fortaleciendo la clientela de los mismos.

Pregunta 7

¿Considera que el restaurante ofrece una experiencia gastronómica única y memorable?

Tabla 9

Considera que el restaurante ofrece una experiencia gastronómica única y memorable

Opciones	Frecuencia	Porcentajes
Sí, definitivamente	13	26%
Sí, en ciertas medidas	19	38%
No, es nada especial	14	28%
No, decepcionante	4	8%
TOTAL	50	100%

Interpretación

En esta pregunta los encuestados respondieron en un 38% que si, en ciertas medidas los restaurantes ofrecen una experiencia gastronómica, única y memorable, por lo que para un 8% la respuesta es no, decepcionante.

Análisis

La gran parte de los consumidores opina que los restaurantes brindan una experiencia culinaria especial en ciertos aspectos. No obstante, un pequeño porcentaje opina que la experiencia no es relevante, lo que muestra que si aplican estrategias de preparación exquisita en sus platos, haciendo que los clientes vivan experiencias gastronómicas inolvidables.

Pregunta 8

¿Qué tan importante es para usted que un restaurante aplique prácticas ecológicas o sostenibles?

Tabla 10

Qué tan importante es para usted que un restaurante aplique prácticas ecológicas o sostenibles

Opciones	Frecuencia	Porcentajes
Muy importante	0	0%
importante	50	100%
Poco importante	0	0%
Nada importante	0	0%
TOTAL	50	100%

Interpretación

En esta pregunta los encuestados respondieron en un 100% que es importante que un restaurante aplique prácticas ecológicas y sostenibles, mientras que las demás opciones de respuesta tuvieron un 0%.

Análisis

El total de los encuestados opina que es fundamental que los restaurantes implementen prácticas ecológicas o sostenibles. Esto muestra una notable conciencia ecológica y una expectativa definida de que las empresas implementen prácticas responsables hacia el medio ambiente.

Pregunta 9

¿Qué recomendaría para mejorar la sostenibilidad y la calidad del servicio en los restaurantes del cantón?

Tabla 11

Qué recomendaría para mejorar la sostenibilidad y la calidad del servicio en los restaurantes del cantón

Opciones	Frecuencia	Porcentajes
Capacitación continua del personal	0	0%
Implementación de prácticas sostenibles	49	98%
Mejora en la calidad de los alimentos	1	2%
Reducción de tiempos de espera	0	0%
TOTAL	50	100%

Interpretación

La mayoría de las personas encuestadas (98%) indica que adoptar prácticas sostenibles es fundamental para aumentar la sostenibilidad y la calidad del servicio en los restaurantes. Un 2% pone como prioridad la mejora en la calidad de los alimentos, lo que sugiere un enfoque en acciones ambientales y culinarias como aspectos clave para progresar.

Análisis

Es importante realizar practicas sostenibles en los restaurantes ya que son uno de los lugares donde se utilizan plásticos y desechos que pueden contaminar el medio ambiente, por lo que es importante que implementen estrategias para mitigar la contaminación.

Pregunta 10

¿Considera que los restaurantes del Cantón San Vicente implementan prácticas sostenibles (uso de productos locales, reducción de plásticos, etc.)?

Tabla 12

Considera que los restaurantes del Cantón San Vicente implementan prácticas sostenibles (uso de productos locales, reducción de plásticos, etc.)

Opciones	Frecuencia	Porcentajes
Siempre	0	0%
A menudo	50	100%
A veces	0	0%
Nunca	0	0%
TOTAL	50	100%

Interpretación

La mayoría de los encuestados mencionaron que un 100% consideran que los restaurantes del Cantón San Vicente a menudo implementan prácticas sostenibles dentro de sus locales, mientras que las demás opciones obtuvieron un 0% de respuesta.

Análisis

El total de los encuestados opina que los restaurantes del Cantón San Vicente frecuentemente aplican prácticas sostenibles como el empleo de productos locales o la disminución de plásticos. Esto sugiere que, a pesar de los progresos en este ámbito, todavía no se consigue una implementación continua de estas acciones.

Entrevista

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan los restaurantes en termino de la calidad del servicio?

El más grande desafío que se enfrenta es la capacitación permanente del personal que labora en los restaurantes, la rotación de empleados es alta dificultando mantener un equipo de trabajo experimentado y bien entrenado.

¿De qué manera considera que la calidad del servicio impacta la sostenibilidad de su restaurante?

La calidad del servicio es fundamental para la sostenibilidad del negocio. Cuando brindamos un servicio de calidad, los clientes se sienten más satisfechos y tienden a regresar, lo cual es vital para mantener nuestras ganancias. Un mal servicio puede llevar rápidamente a la pérdida de clientes y, por ende, a una disminución en los ingresos. Además, un servicio de calidad nos ayuda a construir una buena reputación en la comunidad, lo que atrae a nuevos clientes y fomenta la lealtad.

¿Qué estrategias ha implementado para mejorar la calidad del servicio en su restaurante?

Se han implementado varias estrategias, como capacitaciones regulares para el personal enfocadas en atención al cliente y técnicas de servicio. También hemos comenzado a utilizar encuestas de satisfacción para recolectar la opinión de nuestros clientes sobre su experiencia. A partir de estos comentarios, hacemos ajustes en nuestros servicios. Además, incentivamos al personal a ofrecer un servicio más personalizado a los clientes, lo que también ha ayudado a crear una conexión más fuerte con ellos.

Análisis de la entrevista

Las respuestas de los 7 dueños de los restaurantes mencionan que la gran problemática que afecta la calidad del servicio es la alta rotación del personal elevando el costo de la formación y la consistencia de los servicios ofrecidos. La inexperiencia del personal nuevo puede afectar la atención al cliente. Todos conocen que un cliente satisfecho es un cliente que regresa y se convierte en un promotor del restaurante, por lo que es necesario capacitar e incentivar a los empleados a dar un servicio casi personalizado para generar un ambiente agradable y acogedor.

Las respuestas de los dueños de los restaurantes reflejan la clara comprensión de los grandes desafíos que tienen relacionadas a la calidad de los servicios, esta constituye el pilar fundamental por lo que se debe crear sólidas estrategias donde se incluya la formación continua y permanente.

CAPÍTULO III

3. Diseño de la propuesta

3.1 Tema de la propuesta

Fichas técnicas para mejorar la calidad del servicio y prácticas sostenibles en los restaurantes del Cantón San Vicente de la provincia de Manabí

Objetivos de la Propuesta

Objetivo General

Mejorar la calidad del servicio en los locales de comida de San Vicente, Manabí, con el propósito de promover la sostenibilidad y el desarrollo económico en el cantón San Vicente.

Objetivos Específicos

- Reconocer las áreas que requieren mejora: Llevar a cabo un análisis de la calidad del servicio vigente en los restaurantes, detectando las principales fallas y posibles oportunidades de mejora.
- Elaborar fichas técnicas con estrategias y prácticas que los establecimientos pueden llevar a cabo para optimizar la calidad del servicio y adoptar métodos sostenibles.
- Fomentar la formación del personal: Crear programas de capacitación para los empleados de los restaurantes, centrados en el servicio al cliente y la sostenibilidad.

Recursos Requeridos

- Personal calificado: Será necesario contar con un grupo de investigadores y encuestadores con trayectoria en el sector de servicios.
- Instrumentos de análisis: Programas para la evaluación de datos y creación de reportes.

Cooperación con las autoridades locales: Es esencial tener el respaldo de las autoridades para facilitar el ingreso a los locales y fomentar la ejecución de las mejoras sugeridas.

Antecedentes

Durante las últimas dos décadas el turismo se ha convertido en el motor de la economía de Manabí y en el sector de la restauración en específico, el cual ha debido evolucionar tanto a las nuevas tendencias como a las nuevas expectativas consumistas. Voluntad de los consumidores por opciones de comida saludable, local y sostenible aumento a unas tasas más altas demostrando que el consumidor quiere: productos frescos, de bajo impacto ambiental y la conexión con los proveedores locales. En este sentido, el acceso a personal preparado en atención al cliente, escasa promoción y falta de conciencia de las avanzadas de los procesos sostenibles son algunos de los mayores desafíos. Asimismo, el alta de electrodomésticos que aumentan la eficiencia operativa y la variabilidad afecta la satisfacción de los clientes. Investigaciones anteriores han mostrado que la sostenibilidad de los servicios de hospitalidad y restauración afecta en el bienestar del cliente y además genera a una mayor demanda de productos locales y sostenibles. Esta situación ha promovido el deseo de conocer en qué forma es posible avanzar la calidad de servicio para conseguir la sostenibilidad en estos negocios, el aporte al cliente y al medio circuito amigable.

3.3 Justificación

En el Cantón San Vicente, sostenibilidad de los restaurantes no sólo está relacionada con la calidad de los alimentos que ofrecen, sino también la calidad del tiempo dedicado por el cliente al restaurante, en especial el servicio. Al mejorar en este aspecto, podría haber un incremento del nivel de satisfacción del cliente lo cual, será buen para el flujo de visitantes y buen para la economía local.

Lo económico como actividad en el cantón San Vicente, provincia de Manabí es la gastronomía. Recientemente en este cantón ha tenido una serie de restaurantes de comida nacional e internacional que sirven varios tipos de menús. Este sector se fundamenta con la intención de hacer crecer la economía y las oportunidades de empleo y al igual que se propuso el Circuito Gastronómico. La gastronomía es considerada hoy en día como un producto turístico en el mundo ya que permite promocionar una cultura, muestra los diferentes tipos de preparación de comidas y bebidas que implican a su pueblo. Asimismo, abre la oportunidad de la comunicación entre el turístico al conocer los mercados la elaboración de la comida entre otras. La gastronomía lleva a una crianza del principio sostenibilidad y en función de calidad de servicio se entiende no solo en cuanto a la

satisfacción del cliente y expectativas formadas por sus necesidades y deseos. La gastronomía cuenta con la aceptación de ser un aspecto turístico. Está altamente relacionado con esta actividad el turismo porque por el monto que se invierte debe ser de rentabilidad económica, por el impacto y por el fomento del propio negocio turístico. Por ejemplo, tecnologías y generación de empleo están determinados por el desarrollo operacional de cada servicio.

Estudiar la calidad del servicio en los restaurantes del Cantón San Vicente y su relación con la sostenibilidad es fundamental para aumentar la competitividad del sector gastronómico, que se ha afirmado como un componente esencial de la economía local. Este análisis ayudará a detectar oportunidades de mejora en los restaurantes, adoptar prácticas sostenibles y crear una propuesta culinaria que resulte atractiva tanto para turistas como para residentes de la zona, alcanzando de esta manera una sostenibilidad duradera para las empresas y para la comunidad en conjunto.

3.4. Desarrollo de la Propuesta Técnica

Tabla 13

Ficha Técnica 1 Mejora de la Calidad del Servicio

ELEMENTO	DESCRIPCIÓN
Nombre de la Estrategia	Mejora de la Calidad del Servicio
Objetivo	Elevar los estándares de atención al cliente y optimizar los procesos operativos para mejorar la experiencia del consumidor.
Acciones Propuestas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitación del personal en atención al cliente. 2. Implementación de un manual de procedimientos operativos. 3. Evaluaciones continuas.
Indicadores de Éxito	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de satisfacción del cliente medido en encuestas (80%). - Reducción del tiempo de espera (minutos).
Recursos Necesarios	<ul style="list-style-type: none"> - Equipo de formación en servicio. - Materiales para la elaboración del manual de calidad.
Beneficios Esperados	<ul style="list-style-type: none"> - Mejora en la percepción del cliente. - Mayor eficiencia operativa.

Tabla 14*Ficha Técnica 2 Promoción de la Sostenibilidad*

ELEMENTOS	DESCRIPCIÓN
Nombre de la Estrategia	Promoción de la Sostenibilidad
Objetivo	Reducir el impacto ambiental de los restaurantes mediante la optimización del uso de recursos y la adopción de prácticas sostenibles.
Acciones Propuestas	<ol style="list-style-type: none">1. Instalación de sistemas de reciclaje y compostaje.2. Uso de tecnologías de ahorro de agua y energía.3. Compra de productos locales.
Indicadores de Éxito	<ul style="list-style-type: none">- Ahorro en el consumo de agua y energía (50% de reducción).- Porcentaje de residuos reciclados/compostados.- Incremento en la compra de productos locales.
Recursos Necesarios	<ul style="list-style-type: none">- Sistemas de reciclaje y compostaje.- Equipos para la optimización de agua y energía.- Alianzas con proveedores locales.
Plazo de Ejecución	6 meses
Beneficios Esperados	<ul style="list-style-type: none">- Mejora en la reputación ambiental del restaurante.- Cumplimiento de normativas ambientales.

Tabla 15**Ficha Técnica 3 Promoción de Avances en Calidad y Sostenibilidad**

ELEMENTOS	DESCRIPCIÓN
Nombre de la Estrategia	Promoción de Avances en Calidad y Sostenibilidad
Objetivo	Visibilizar los esfuerzos en calidad de servicio y sostenibilidad del restaurante para atraer a clientes comprometidos con prácticas responsables.
Acciones Propuestas	<ol style="list-style-type: none">1. Desarrollo de campañas de marketing verde.2. Promoción de las iniciativas sostenibles en redes sociales.3. Colaboraciones con influencers.
Indicadores de Éxito	<ul style="list-style-type: none">- Incremento del número de clientes interesados en prácticas sostenibles (30% de crecimiento).- Mayor interacción en redes sociales.
Recursos Necesarios	<ul style="list-style-type: none">- Equipo de marketing especializado en sostenibilidad.- Plataforma para redes sociales y promoción digital.
Plazo de Ejecución	6 meses
Beneficios Esperados	<ul style="list-style-type: none">- Incremento en la clientela.- Reputación como restaurante comprometido con la sostenibilidad.- Aumento en el volumen de ventas.

Tabla 16*Ficha Técnica 4 Optimización de Procesos Operativos*

ELEMENTOS	DESCRIPCIÓN
Nombre de la Estrategia	Optimización de Procesos Operativos
Objetivo	Mejorar la eficiencia operativa mediante la implementación de procesos estandarizados y optimizados para reducir tiempos y costos operativos.
Acciones Propuestas	<ol style="list-style-type: none">1. Mapeo y análisis de los procesos actuales.2. Implementación de un sistema de gestión de calidad.3. Uso de tecnología para reservas y pedidos.
Indicadores de Éxito	<ul style="list-style-type: none">- Reducción del tiempo de servicio (en minutos).- Disminución de errores en pedidos.- Incremento en la satisfacción de clientes.
Recursos Necesarios	<ul style="list-style-type: none">- Consultoría en mejora de procesos.- Software de gestión de operaciones.- Capacitación al personal en nuevos procesos.
Plazo de Ejecución	4 meses
Beneficios Esperados	<ul style="list-style-type: none">- Aumento en la eficiencia operativa.- Reducción de costos asociados a la demora en el servicio.- Mejora en la satisfacción de clientes.

Tabla 17**Ficha Técnica 5 Fomento de la Economía Local**

ELEMENTOS	DESCRIPCIÓN
Nombre de la Estrategia	Fomento de la Economía Local
Objetivo	Estimular el uso de productos locales en la cocina del restaurante, apoyando a la economía regional y reduciendo la huella de carbono.
Acciones Propuestas	<ol style="list-style-type: none">1. Identificación de proveedores locales.2. Establecimiento de contratos con productores de alimentos locales.3. Promoción de productos locales.
Indicadores de Éxito	<ul style="list-style-type: none">- Porcentaje de alimentos adquiridos de proveedores locales.- Reducción en la huella de carbono.- Aumento en las ventas de platos locales.
Recursos Necesarios	<ul style="list-style-type: none">- Base de datos de proveedores locales.- Contratos con productores.- Capacitación del chef en el uso de productos locales y de temporada.
Plazo de Ejecución	3 meses
Beneficios Esperados	<ul style="list-style-type: none">- Fortalecimiento de la economía local.- Reducción de costos de transporte.- Posicionamiento como restaurante comprometido con lo local.

Tabla 18*Ficha Técnica 6 Reducción del consumo de Energía y Agua*

ELEMENTOS	DESCRIPCIÓN
Nombre de la Estrategia	Reducción del Consumo de Energía y Agua
Objetivo	Minimizar el uso de recursos naturales como el agua y la energía, a través de la implementación de tecnologías eficientes y buenas prácticas operativas.
Acciones Propuestas	<ol style="list-style-type: none">1. Instalación de dispositivos de ahorro de agua (grifos de bajo flujo, inodoros eficientes).2. Implementación de luces LED y sensores de movimiento.
Indicadores de Éxito	<ul style="list-style-type: none">- Reducción del consumo de agua (50% de ahorro).- Reducción del consumo energético (50% de ahorro).- Ahorro en la factura de servicios públicos.
Recursos Necesarios	<ul style="list-style-type: none">- Equipos de bajo consumo (grifos, iluminación, electrodomésticos).- Contrato con empresa instaladora de sistemas de ahorro.
Plazo de Ejecución	5 meses
Beneficios Esperados	<ul style="list-style-type: none">-Ahorro económico a largo plazo.- Mejora en la reputación del restaurante por ser eco-friendly.

Tabla 19*Ficha Técnica 7 Gestión de Residuos y Compostaje*

ELEMENTOS	DESCRIPCIÓN
Nombre de la Estrategia	Gestión de Residuos y Compostaje
Objetivo	Implementar un sistema de gestión de residuos que permita separar, reciclar y compostar los desechos orgánicos, minimizando la cantidad de basura enviada a los vertederos.
Acciones Propuestas	<ol style="list-style-type: none">1. Instalación de contenedores de reciclaje y compostaje.2. Capacitación del personal en la separación de residuos.3. Uso del compost para huertos locales.
Indicadores de Éxito	<ul style="list-style-type: none">- Porcentaje de residuos reciclados.- Cantidad de desechos orgánicos compostados.- Reducción del volumen de basura enviada al vertedero.
Recursos Necesarios	<ul style="list-style-type: none">- Contenedores de reciclaje y compostaje.- Capacitación para el personal.- Contrato con gestor de residuos local.
Plazo de Ejecución	5 meses
Beneficios Esperados	<ul style="list-style-type: none">- Reducción de residuos enviados al vertedero.- Aprovechamiento de desechos orgánicos.- Contribución al medio ambiente.

Tabla 20**Ficha Técnica 8 Monitoreo y Evaluación de la Estrategia**

ELEMENTOS	DESCRIPCIÓN
Nombre de la Estrategia	Monitoreo y Evaluación de la Estrategia
Objetivo	Asegurar el cumplimiento de las estrategias propuestas a través de un seguimiento periódico que permita evaluar el progreso y ajustar las acciones.
Acciones Propuestas	<ol style="list-style-type: none">1. Definición de indicadores de desempeño.2. Implementación de reuniones trimestrales de revisión.3. Creación de informes de progreso.
Indicadores de Éxito	<ul style="list-style-type: none">- Número de reuniones de monitoreo realizadas.- Porcentaje de indicadores de desempeño alcanzados.- Actualización de los informes de progreso.
Recursos Necesarios	<ul style="list-style-type: none">- Sistema de gestión de datos e indicadores.- Asesoramiento en evaluación de desempeño.- Software para el seguimiento de acciones.
Plazo de Ejecución	9 meses
Beneficios Esperados	<ul style="list-style-type: none">- Mejora continua de las estrategias.- Ajustes y optimización de los recursos y tiempos.- Mayor eficiencia en la implementación del plan.

Tabla 21*Ficha Técnica 9 Innovación en el Menú*

ELEMENTOS	DESCRIPCIÓN
Nombre de la Estrategia	Innovación en el Menú
Objetivo	Diversificar la oferta gastronómica mediante la creación de platos sostenibles y atractivos, utilizando productos locales y de temporada.
Acciones Propuestas	<ol style="list-style-type: none">1. Desarrollo de un menú basado en productos locales y sostenibles.2. Innovación en la presentación y técnicas de preparación.3. Lanzamiento de un menú de temporada.
Indicadores de Éxito	<ul style="list-style-type: none">- Incremento en las ventas de platos sostenibles.- Reducción en el desperdicio de alimentos.
Recursos Necesarios	<ul style="list-style-type: none">- Capacitación del personal de cocina en nuevas técnicas.- Proveedores de productos locales.
Plazo de Ejecución	7 meses
Beneficios Esperados	<ul style="list-style-type: none">- Mayor atracción de clientes por la novedad.- Reducción de costos operativos al usar productos de temporada.

Tabla 22**Ficha Técnica 10 Capacitación en Prácticas Sostenibles**

ELEMENTOS	DESCRIPCIÓN
Nombre de la Estrategia	Capacitación en Prácticas Sostenibles
Objetivo	Asegurar que todo el personal del restaurante esté capacitado en prácticas sostenibles que promuevan la eficiencia operativa y el respeto al medio ambiente.
Acciones Propuestas	<ol style="list-style-type: none">1. Programar talleres de formación sobre sostenibilidad para todo el personal.2. Elaborar guías internas sobre el uso eficiente de recursos.3. Seguimiento de las prácticas adoptadas.
Indicadores de Éxito	<ul style="list-style-type: none">- Porcentaje del personal capacitado.- Nivel de implementación de las prácticas sostenibles.- Ahorro en el consumo de recursos (50% de reducción).
Recursos Necesarios	<ul style="list-style-type: none">- Formadores especializados en sostenibilidad.- Materiales de capacitación.- Horarios adecuados para las capacitaciones.
Plazo de Ejecución	7 meses
Beneficios Esperados	<ul style="list-style-type: none">- Mayor consciencia ambiental entre los empleados.

Tabla 23*Ficha Técnica 11 Programa de Fidelización de Clientes*

ELEMENTOS	DESCRIPCIÓN
Nombre de la Estrategia	Programa de Fidelización de Clientes
Objetivo	Incrementar la lealtad de los clientes mediante la creación de un programa de fidelización que ofrezca incentivos por su preferencia y repetición de visitas.
Acciones Propuestas	<ol style="list-style-type: none">1. Crear un sistema de puntos para los clientes frecuentes.2. Ofrecer descuentos o recompensas basadas en la cantidad de visitas o consumos.3. Promover el programa en redes sociales.
Indicadores de Éxito	<ul style="list-style-type: none">- Incremento en el número de clientes recurrentes- Número de clientes registrados en el programa.- Aumento en las ventas totales.
Recursos Necesarios	<ul style="list-style-type: none">- Formadores especializados en sostenibilidad.-Materiales de capacitación.-Horarios adecuados para las capacitaciones.
Plazo de Ejecución	4 meses
Beneficios Esperados	<ul style="list-style-type: none">- Mayor fidelización y retención de clientes.- Mayor interacción con la marca del restaurante.

Diseñado por: Equipo Técnico

CONCLUSIONES

- El desarrollo de la literatura permitió dar el sustento teórico y significativo a la investigación. Las fuentes consultadas evidenciaron significativamente la temática abordada en las dos variables de estudio en que se desarrolló la investigación. La calidad de los servicios es fundamental dentro de los restaurantes, porque incrementan la clientela y promueven las prácticas sostenibles; dando un posicionamiento a los restaurantes y aumentando el desarrollo del mismo. Además, brinda seguridad a los clientes mejorando la comunicación y los servicios brindados.
- La calidad del servicio en los restaurantes del Cantón San Vicente, Manabí, indica que el sector de la gastronomía local posee un gran potencial para adoptar prácticas sostenibles y elevar la calidad del servicio. A pesar de que los comercios brindan productos frescos y locales a precios razonables, los resultados muestran carencias considerables en aspectos fundamentales, como la formación del personal y la comprensión de prácticas sostenibles.
- Los resultados de la investigación indican que, para aumentar la calidad del servicio y la sostenibilidad en los restaurantes del Cantón San Vicente, es esencial adoptar estrategias que incluyan una mayor capacitación y concienciación del personal en prácticas ambientales. Por lo que se crea una propuesta de implementación de fichas técnicas que puedan ser utilizada según el campo a mejorar.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar investigaciones en formación en métodos de cuidado y sostenibilidad, es esencial la capacitación constante del personal para incrementar la calidad del servicio. Centrarse en estas formaciones en métodos de atención al cliente y en la administración sostenible de recursos tales como el ahorro energético, la administración de desechos y la disminución de residuos alimentarios facilitará que el personal pueda enfocarse en técnicas de atención al cliente.
- Los resultados indicaron que a pesar de que en su mayoría se cumple con los estándares de calidad se recomienda tomar medidas y realizar estrategias que le permita a los restaurantes mejorar la calidad del servicio, fortaleciendo la satisfacción de los clientes y la fidelización.
- Se recomienda hacer uso de las fichas técnicas para mejorar la calidad del servicio y la comunicación, fomentando la comunicación y las prácticas sostenibles para crear una cultura de cuidado del medio ambiente.

BIBLIOGRAFÍA

- ÁG de Niz Sedano, A. N. (2023). La sustentabilidad en la industria de restaurantes: prácticas, desafíos y oportunidades. *Suma de Negocios*. Obtenido de scielo.org.co
- Ahumada Vásquez, R. M. (2017-2018). Evasión tributaria y sostenibilidad económica en el Restaurante Don Pezcao SRL. *Tarapoto*.
- Alarcón, J. N. (2021). Consecuencias de la emergencia sanitaria por Covid-19 en el sector hotelero. *repositorio.uta.edu.ec*. Obtenido de uta.edu.ec
- Alexander Fernando, V. J. (2022). Las dimensiones del modelo SERVQUAL en la satisfacción del cliente de la empresa CLOUDSTUDIO Cia. Ltda. en la ciudad de Quito. Recuperado el 1-mar-2021, de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/7432>
- Ángel Gabriel, a. A. (2023). La sustentabilidad en la industria de restaurantes: prácticas, desafíos y oportunidades. *Suma de Negocios*, vol. 14(31), p. 164-173.
- Ascanio, A. (2001-2024). Impacto económico a nivel local y elementos para una nueva estrategia. *Dianet*(Nº. 111, 1991), págs. 65-84. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2205020>
- Bustamante, M. A. (2019). Fundamentos de calidad de servicio, el modelo Servqual. *vol,13(2)*, págs. 1-15.
- Conti, A. L. (2016). Orgaz-Agüera, Francisco. *Ecoturismo en comunidades rurales : análisis de los impactos negativos para la población local : un estudio de caso*. Obtenido de <https://bvearmb.do/handle/123456789/192>
- Díaz, M. Á. (2015). Aplicación de normas y condiciones higiénico-sanitaria en restauración. Obtenido de https://www.google.com.ec/books/edition/Aplicaci%C3%B3n_de_normas_y_condiciones_higi/_aFsCwAAQBAJ?hl=es&gbpv=0
- Dinsmore, K. (2024). Restaurant Management Tips to Improve Efficiencies. Obtenido de <https://www.sculpturehospitality.com/blog/restaurant-management-tips-to-improve-efficiencies>
- Encalada Cubas, E. (2018). Prácticas de mejora continua y satisfacción del cliente en el Restaurante Boutique de Carnes en el Distrito de Miraflores.
- Fernández, A. J. (2018). Evaluación de la satisfacción del cliente en empresa de servicio. *Dilemas contemporáneos Educación, Política y Valores*.
- Gómez, J. L. (2002). Estrategias de ponderación de la respuesta en encuestas de satisfacción de usuarios de servicios. *Metodología de encuestas*, 4(2), 175-193.
- Ibarra, E. O. (2018). Seguridad alimentaria y nutricional, higiene e inocuidad: fundamentos microbiológicos. *UVserva*, 542. doi:<https://doi.org/10.25009/uvs.v0i3.2>
- Jiménez-Munive, J. (2022). Empoderamiento social y organizacional como un modelo de investigación para alcanzar la sustentabilidad. *revistas.uniquindio.edu.co*. Obtenido de uniquindio.edu.co
- Kotler, P. e. (2017). *Marketing for hospitality and tourism*. Pearson.

- Kwortnik, R. J. (2019). Unifying service marketing and operations management: The role of service experience. *Journal of Service Research*, 228-245.
doi:<https://doi.org/10.1177/1094670518769297>
- Lara, I. M. (2017). Análisis del costo: beneficio una herramienta de gestión. *Contribuciones a la Economía*, vol. 15(2), p. 11.
- Lluvia Nohemí Nuñez Tobías, J. J. (2018). Analisis comparativo de modelos de evaluación de la calidad en el servicio a partir de sus dimensiones y su relación con la satisfacción del cliente. *vol. 7(1)*, 49-59.
- López Vera, K. L. (2022). Evaluación de la calidad del servicio que brinda el GAD Municipal del cantón San Vicente dentro del área de turismo. *ESPAMMFL*, 81 p. Obtenido de <https://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/1906>
- Management, R. (2023). Obtenido de <https://restaurantmanagement.co.uk/effective-restaurant-operations/>
- MEANA COALLA, P. P. (2017). Gestión de inventarios.
- Mora, L. A. (2013). retos y oportunidades en las organizaciones modernas. *Ecoe Ediciones*.
- Niz Sedano, Á. G. (2023). La sustentabilidad en la industria de restaurantes: prácticas, desafíos y oportunidades. *Suma de Negocios*, vol. 14(31), p. 164-173.
- Ojeda, V. Á. (2023). Procedimiento para la selección de proveedores como aporte a la calidad en la gestión de restaurantes en la ciudad de Manta. *Salud, Ciencia y Tecnología-Serie de Conferencias*, vol,2, p. 208-208.
- Ortiz Amaya, A. E. (2011). Inocuidad alimentaria: panorama en Colombia.
- Peñuela Celis, S. A. (2024). Plan estratégico financiero de análisis del menú, precios y control de inventarios que fomente la innovación competitividad en la gestión integral para el éxito sostenible en el restaurante chino Pez Koi del sector de Servicios en de Santander.
- Pérez, F. J. (2002). Metodología del diseño, historia y nuevas tendencias. *VI Congreso Internacional de Proyectos* .
- Pontón Méndez, P. (2020). Son las dietas vegetarianas/veganas una buena opción alimentaria? . *Revisión bibliográfica narrativa*.
- procesos, H. p. (2024). *Instituto Escadia*. Obtenido de <https://escadia.mx/blog/tiempo-estrategico/herramientas-para-la-eficiencia-en-los-procesos/>
- QUESTIONPRO. (2023). *QUESTIONPRO*. Obtenido de QUESTIONPRO: <https://www.questionpro.com/blog/es/metodos-cuantitativos/>
- Quispe Cruz, L. C. (2015-2016). La capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de la Av. Libertadores, del distrito de San Vicente, provincia de Cañete.
- Reyes, M. (2015). *La encuesta* .
- Rico García-Reyes, B. (2017). El derecho a la alimentación y su repercusión en la pobreza: hacia un modelo de interrelación entre el desperdicio alimentario, el deterioro

medioambiental y el derecho a la alimentación. *vol.36* (154).
doi:<https://doi.org/10.18046/j.estger.2020.154.3349>

- Riguelme Leiva, M. (2016). FODA :Matriz o Anàlisis FODA Una herramienta esencial para el estudio de la empresa.
- Rios Ramos, J. S. (2018-2019). mplementación de las redes sociales y su impacto al servicio al cliente de la microempresa cebicheria restaurante Leos de la ciudad de Pucallpa.
- Rosas, M. M. (2020). Canales de distribución de la cadena de valor de productos agropecuarios y agroindustriales y el sector de hoteles y restaurantes de la provincia de Guanacaste Tu-MoDeLo.
- San Juan, I. H. (2018). La producción y consumo sostenible y la reducción del desperdicio alimentario como una de sus metas. *PA Persona e amministrazione*(1), 125-147.
- Sánchez Ruiz, E. (1991). Apuntes sobre metodología Històrica-estructural.
- Sánchez-Torres, J. M.-M.-I. (2017). The Mediterranean Diet: Culture and Its Impact on Consumer Habits in Barcelona Restaurant (La “Dieta Mediterránea”: la cultura y su impacto en los hábitos de consumo en restaurantes de Barcelona). *Revista CEA*, *vol. 3*(6).
- Sandoval Cabrejos, F. E. (2018). EL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL RESTAURANT EL GOURMET URBANO EN ELDISTRITO DE SAN ISIDRO.
- Sanz, J. L. (2014). Gestión de la calidad y de la seguridad e higiene alimentarias. En J. L. Sanz, *Gestión de la calidad y de la seguridad e higiene alimentarias* (pág. 304). Recuperado el 24 de marzo de 2014, de https://www.google.com.ec/books/edition/Gesti%C3%B3n_de_la_calidad_y_de_la_seguridad/IfcBogEACAAJ?hl=es
- Sanz, J. L. (2018). Gestión de la calidad y de la seguridad e higiene alimentarias 2ª edición. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=8XyJDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Factores+de+Higiene+y+seguridad+alimentaria+calidad+de+servicio&ots=wA0V5za9MX&sig=sERZ-o6Nz0DqyIiWkTOpnHgQik#v=onepage&q&f=false>
- Schmal, R. F. (2014). Optimización del proceso de atención al cliente en un restaurante durante periodos de alta demanda. *Información tecnológica*, *vol. 25*(4), p. 27-34.
- Stephania, G. G. (2023). ANÁLISIS DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA MEJORA DEL SERVICIO EN RESTAURANTES - PARROQUIA SAN VICENTE. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada YACHASUN, Volumen 7*. doi:Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada YACHASUN. Volumen 7, Número 12 (Ed. Esp. Feb. 2023) ISSN: 2697-3456 Análisis de calidad y atención al cliente pa <https://doi.org/10.46296/yc.v7i12edespfeb.0293>
- Ubilla, M. A. (2019). Fundamentos de calidad de servicio, el modelo Servqual. *Revista empresarial*, *vol. 13*, p. 1-15.
- Valdés, J. A. (2019). Diseño de una campaña publicitaria para el cliente interno en el hotel Iberostar Taínos enfocada a la Gestión Ambiental. *XIII Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo*.

- Zárraga-Cano, L. (2018). La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: un estudio empírico de la industria restaurantera. *RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática, Vol 7*, p. 46 - 65. Obtenido de <https://recai.uaemex.mx/article/view/9268>
- Zipa, M. M. (2015). Gestión por procesos y mejora continua, puntos clave para la satisfacción del cliente.

ANEXOS

Gráfico 1

Aspectos que se consideran más importantes al evaluar la calidad de servicio en un restaurante



Gráfico 2

Medidas importantes para mejorar la calidad de servicio en los restaurantes



Gráfico 3

Incentivos o promociones que te gustaría recibir como cliente para fomentar la calidad de servicio en los restaurantes.

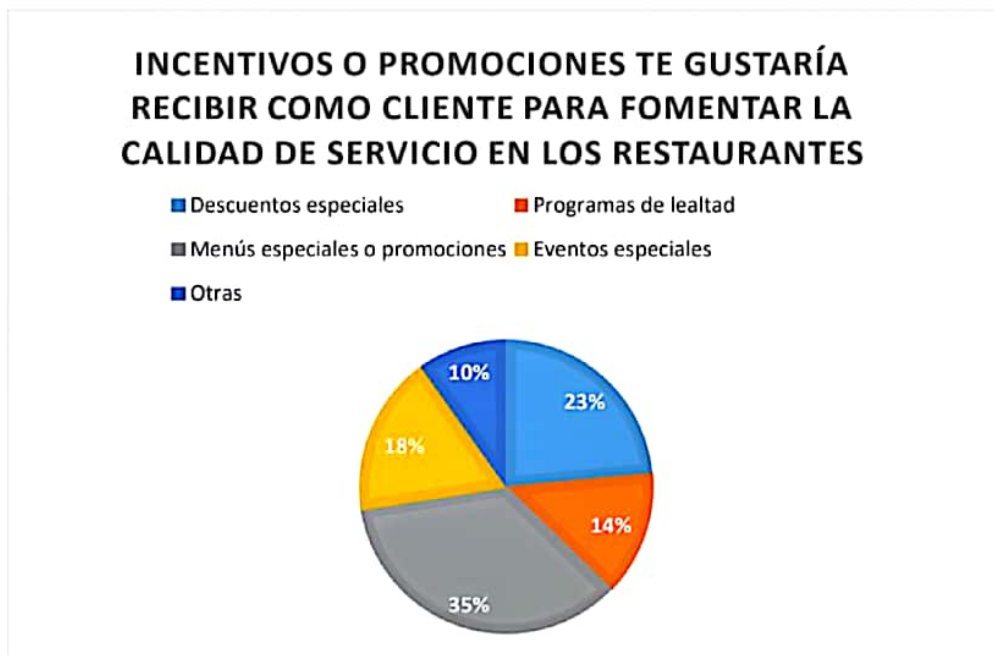


Gráfico 4

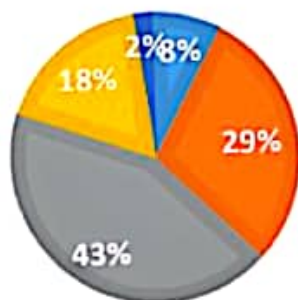
Consideras que los restaurantes del cantón San Vicente cumplen con tus expectativas en términos de calidad de servicio



5 des de opciones en el menú

VARIIDADES DE OPCIONES EN EL MENÚ

Excelente variedad Buena variedad Aceptable variedad Poca variedad Insuficiente variedad



6 ción del personal en los restaurantes

ATENCIÓN DEL PERSONAL EN LOS RESTAURANTES

Excelente Buena Aceptable Regular Mala

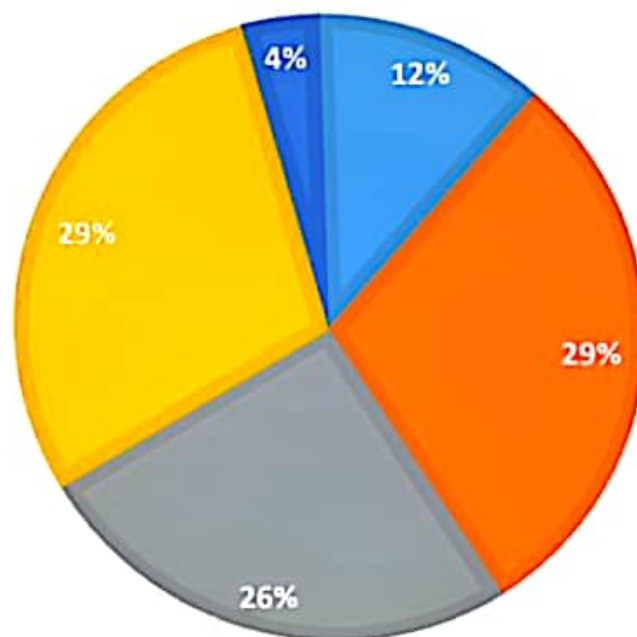


Gráfico 7
Experiencia gastronómica

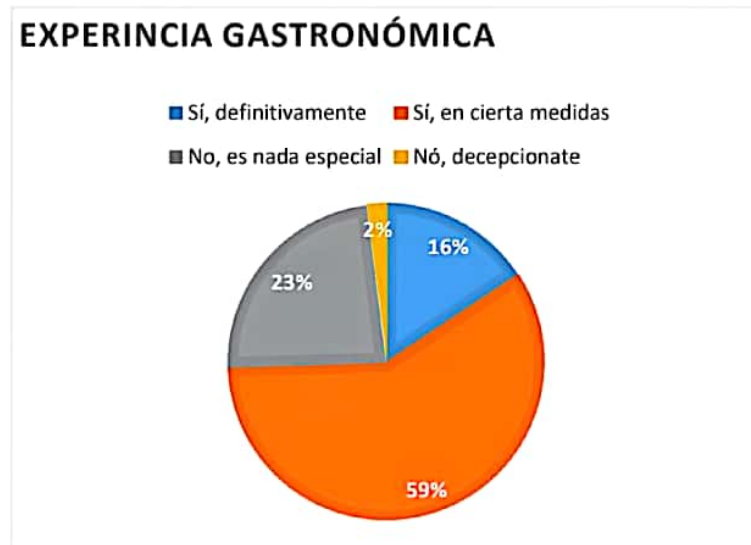


Gráfico 8
Prácticas ecológicas o sostenibles en restaurantes



Gráfico 9

Mejoras en la sostenibilidad y la calidad del servicio en los restaurantes del Cantón

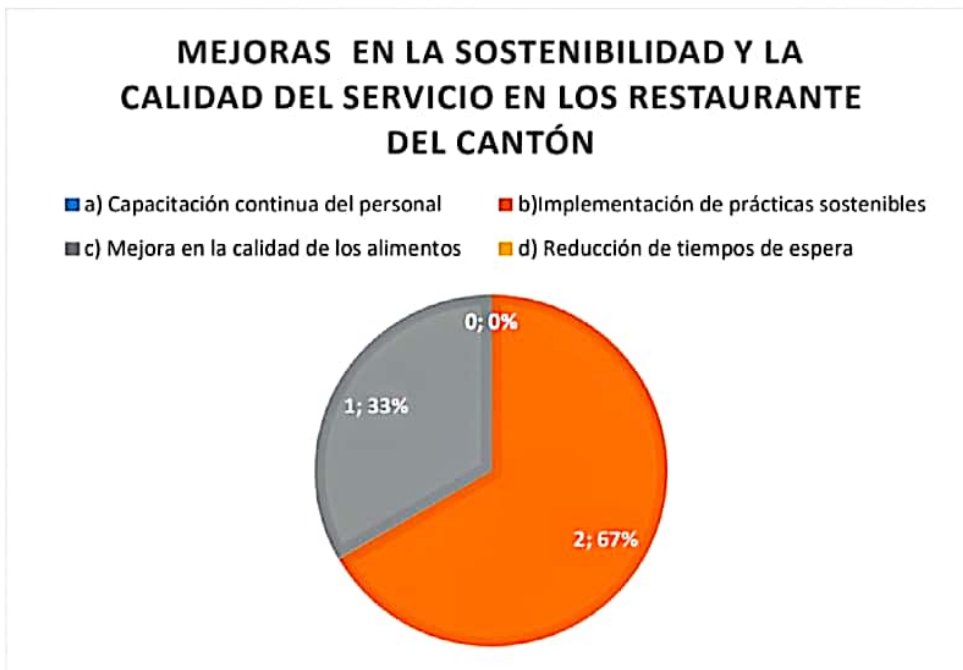


Gráfico 10

Restaurantes del cantón que implementan prácticas sostenibles.

