



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

FACULTAD DE EDUCACIÓN, TURISMO, ARTES Y HUMANIDADES

CARRERA DE HOSPITALIDAD Y HOTELERIA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN HOSPITALIDAD Y HOTELERIA

TEMA DE TESIS

**“ANÁLISIS DE CALIDAD EN ÁREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN HOTELES 5
ESTRELLAS, MANTA 2024”**

AUTORES:

ARTEAGA HUERTA KEVIN MAIKEL

MERA ALONZO ANGEL RAFAEL

TUTOR:

Lcda. Álava Zambrano María Rosario. Mg

MANTA - MANABÍ - ECUADOR

CERIFICACION DEL TUTOR

	NOMBRE DEL DOCUMENTO:	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	CERTIFICADO DE TUTOR(A).	REVISION: 1
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	Página 1 de 1

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 del estudiante MERA ALONZO ANGEL RAFAEL, legalmente matriculado en la carrera de HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA, periodo académico 2024-2025(2), cumpliendo el total de 384 horas, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es *"ANÁLISIS DE CALIDAD EN ÁREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN HOTELES 5 ESTRELLAS, MANTA 2024"*

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, Viernes, 20 de diciembre de 2024.

Lo certifico,



ALAVA ZAMBRANO MARIA ROSARIO
Docente Tutor

CERTIFICACION DEL TUTOR

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1
		Página 1 de 1

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 del estudiante ARTEAGA HUERTA KEVIN MAIKEL, legalmente matriculado en la carrera de HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA, periodo académico 2024-2025(2), cumpliendo el total de **384 horas**, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es *"ANÁLISIS DE CALIDAD EN ÁREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN HOTELES 5 ESTRELLAS, MANTA 2024"*

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, Miércoles, 18 de diciembre de 2024.

Lo certifico.



ALAVA ZAMBRANO MARIA ROSARIO
Docente Tutor

APROBACIÓN DEL TRABAJO

El tribunal evaluador certifica:

El presente trabajo titulado como “Análisis de calidad en el área de Alimentos y Bebidas en hoteles 5 estrellas, Manta 2024”

Ha cumplido con los requisitos académicos exigidos por el reglamento de Régimen académico por las estudiantes Arteaga Huerta Kevin Maikel y Mera Alonzo Angel Rafael. El mismo que ha sido controlado y supervisado por los miembros del tribunal.

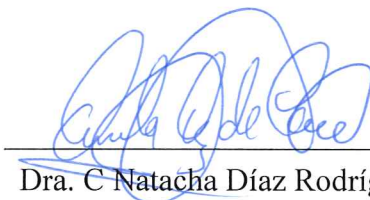
Por ende, esta investigación de fin de carrera ha cumplido con las peticiones y ha sido revisado por este tribunal.

Para dar autenticidad:

Firman.



Ing. Angela Farfán Tigre, Mg.
PRESIDENTA DEL TRIBUNAL.



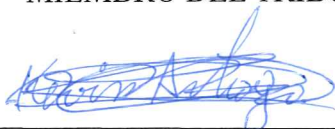
Dra. C Natacha Díaz Rodríguez.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL.



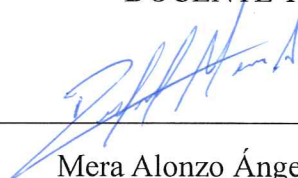
Lic. Emil Viera Manzo.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL.



Lcda. Rosario Álava Zambrano
DOCENTE TUTOR.



Arteaga Huerta Kevin Maikel.
ESTUDIANTE.



Mera Alonzo Ángel Rafael
ESTUDIANTE.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

El actual proyecto de investigación se lleva a cabo como requisito previo a la obtención del título de Licenciados en Hospitalidad y Hotelería en la universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Dado a eso, las ideas vertidas en este estudio corresponden exclusivamente a las autoras, por tal motivo se exhortan a dar los respectivos créditos.



Arteaga Huerta Kevin Maikel.

CI: 1314856467



Mera Alonzo Ángel Rafael

CI: 1316285863

DEDICATORIA

A mis amados padres,

Con todo mi amor y gratitud, dedico esta tesis a ustedes, quienes han sido mi mayor fuente de inspiración y apoyo incondicional a lo largo de mi vida. Este trabajo, titulado "Análisis de calidad del área de Alimentos y bebidas en los Hoteles 5 estrellas de Manta, año 2024", es el resultado de su esfuerzo, sacrificio y fe en mí.

A ustedes, que con su amor y paciencia han guiado cada uno de mis pasos, les dedico este logro. Sus enseñanzas, valores y ejemplos de vida han sido el faro que me ha iluminado en los momentos de incertidumbre y dificultad.

Gracias por creer en mí, por motivarme a dar lo mejor de mí mismo y por estar siempre presentes, brindándome su apoyo inquebrantable. Esta tesis no es solo un reflejo de mi trabajo y dedicación, sino también del amor y la confianza que me han brindado a lo largo de estos años.

Con todo mi corazón, les dedico este triunfo y les agradezco por ser los mejores padres que alguien podría desear.

Con amor y agradecimiento,

Maikel Arteaga Huerta

Quiero dedicar este logro a mis papás, quienes con su ejemplo y sacrificio me enseñaron el valor del esfuerzo y la perseverancia. Gracias por cada palabra de aliento y cada sacrificio que hicieron para que yo pudiera alcanzar esta meta. A ellos que fueron los que estuvieron conmigo desde el día que me dieron cupo para estudiar hasta ahora que estoy culminando una etapa importante en mi vida, les prometo seguir creciendo y haciendo que se sientan orgullosos.

Mera Alonzo Ángel Rafael

AGRADECIMIENTO

A mis queridos padres,

Con profunda gratitud y amor, quiero expresarles mi más sincero agradecimiento por todo el apoyo y la guía que me han brindado a lo largo de este camino. Gracias a su incondicional respaldo y sacrificios, he podido alcanzar este importante logro en mi vida académica.

Sus palabras de aliento, su paciencia y su fe en mis capacidades han sido el motor que me ha impulsado a seguir adelante, incluso en los momentos más difíciles. Han sido mis pilares de fortaleza y mis ejemplos de perseverancia y dedicación. Sin su amor y su confianza en mí, esta tesis sobre el "Análisis de calidad del área de Alimentos y bebidas en los Hoteles 5 estrellas de Manta, año 2024" no habría sido posible. Este logro también es de ustedes, porque todo lo que soy y todo lo que he logrado se lo debo a su constante apoyo y amor.

Maikel Arteaga Huerta

A mis padres quiero agradecerles por creer en mí cuando yo dudaba, agradecerles por su paciencia, su apoyo, sus esfuerzos que fueron fundamentales para poder alcanzar esta meta.

A mí abuelo que aunque no está conmigo sé que él me apoya y espero que esté logro lo haga tan feliz.

Quiero agradecer a mi tutora Rosario Álava por su conocimiento, paciencia y apoyo que fueron fundamentales para la culminación de este proyecto, gracias por creer en nosotros y enseñarnos tanto.

Esté logro es tan mío como de el de mi familia que gracias a ellos puedo decir que he cumplido una meta más con esfuerzo y dedicación.

Mera Alonzo Ángel Rafael

RESUMEN

La calidad representa la carta de presentación más importante de un hotel cinco estrellas, por eso se plantea como objetivo principal, el análisis de las áreas de alimentos o bebidas de los hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta mediante la identificación de la gestión de calidad, seguridad alimentaria y satisfacción del cliente, debido a que se caracterizan por su gran demanda, con la finalidad de identificar los factores asociados a la gestión de calidad que están asociados en la toma de decisiones de personas que usan las instalaciones de estos hoteles, para aquello se aplicó un diseño metodológico con enfoque mixto por medio de técnicas de carácter cuantitativo y cualitativo, donde por medio de la encuesta y entrevista se encontraron resultados que evidencian que la percepción de los clientes en términos generales acerca de la calidad en el área de servicios y alimentos es aceptable pero no eficiente, reflejando oportunidad de mejora en el tiempo de espera, atención y variación del menú, donde los resultados no superaron ni el 60% de respuestas favorables de los clientes, concluyendo que para elevar el nivel de satisfacción de los turistas, huéspedes y personas que visitan estas instalaciones se debe de elaborar una estructura por medio de un plan de acción que fomente las capacitaciones de BPM y HACCP, mejorando la imagen institucional de manera integral, lo cual coadyuvará a que los huéspedes tengan una mejor percepción del entorno y del servicio que le otorguen los hoteles cinco estrellas del cantón Manta.

Palabras clave: Gestión de calidad, servicio, atención al cliente, alimentos y bebidas.

ABSTRAT

Quality represents the most important letter of presentation of a five star hotel, that is why the main objective is the analysis of the food and beverage areas of the five star hotels in the city of Manta through the identification of quality management, food safety and customer satisfaction, because they are characterized by their high demand, in order to identify the factors associated with quality management that are associated in the decision making of people who use the facilities of these hotels, for that a methodological design was applied with a mixed approach through quantitative and qualitative techniques, The results of the survey and interview showed that the perception of the clients in general terms about the quality of the service and food area is acceptable but not efficient, reflecting opportunities for improvement in waiting time, service and menu variation, where the results did not exceed 60% of favorable responses from the clients, concluding that to raise the level of satisfaction of tourists, guests and people who visit these facilities, a structure should be developed by means of an action plan that promotes GMP and HACCP training, improving the institutional image in a comprehensive manner, which will help guests to have a better perception of the environment and the service provided by the five-star hotels in the Manta canton.

Keywords: Quality management, service, customer service.

ÍNDICE

CERIFICACION DEL TUTOR	II
APROBACIÓN DEL TRABAJO	IV
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO	VII
RESUMEN	VIII
ABSTRAT	IX
INTRODUCCIÓN	XVI
CAPITULO I. MARCO TEORICO	1
1.1. Satisfacción del Cliente	1
1.1.1. Perfil del consumidor	1
1.1.2. Creación de un Perfil de Consumidor	1
1.1.3. Satisfacción del Cliente.....	2
1.1.4. Niveles de satisfacción del cliente	3
1.1.5. Medición de la satisfacción del cliente	4
1.1.6. Customer Satisfaction Score (CSAT)	4
1.1.7. Cálculo del CSAT	4
1.1.8. Net Promoter Score (NPS).....	4

1.1.9. Cálculo del NPS	5
1.1.10. Customer Effort Score (CES)	5
1.1.11. Cálculo del CES	5
1.2. Calidad.....	6
1.2.1. Antecedentes	6
1.2.2. Gestión de la Calidad	7
1.2.3. Normas de Calidad aplicadas a restaurantes	8
1.2.4. Buenas Prácticas de Manufacturas (BPM).....	9
1.2.5. Sistema HAPPC	10
1.2.6. Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas	11
CAPÍTULO II. MARCO METODOLÓGICO	15
2.1. Diseño de la investigación.....	15
2.1.1. Enfoque cualitativo	15
2.1.2. Enfoque cuantitativo	15
2.2. Tipo de investigación	16
2.2.1. Investigación descriptiva	16
2.2.2. Investigación bibliográfica documental	16
2.2.3. Investigación exploratoria.....	16
2.3. Métodos de investigación	17
2.3.1. Método inductivo-deductivo	17

2.3.2. Método analítico-sintético	17
2.4. Técnicas de investigación.....	17
2.4.1. Encuesta	18
2.4.2. Entrevista	18
2.5. Universo y Muestra	18
2.5.1. Validación de los Instrumentos.....	18
2.5.2. Universo	19
2.5.3. Muestra	19
2.6. Descripción del área de estudio.....	20
2.7. Elaboración del instrumento de la encuesta	20
CAPÍTULO III ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	21
3.1. Análisis e interpretación de las encuestas	21
3.2. Análisis de las entrevistas.....	31
3.3. Propuesta de mejora para los hoteles 5 Estrellas de la Ciudad de Manta.....	33
3.3.1. Capacitación permanente	33
3.3.2. Reducción en el tiempo de espera por los alimentos y bebidas.....	34
3.3.3. Variación del menú del hotel Oro Verde	35
3.3.4. Monitoreo constante enfocado a la satisfacción de los clientes.....	36
Conclusiones.....	37
Recomendaciones	39

Lista de referencia	40
Anexos	43
Formato de la encuesta	43
Instrumento de las entrevistas.....	45
Fotográfico.....	51

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Calidad de alimentos que reciben los huéspedes	21
Tabla 2	Calidad de los productos que ofrecen en los hoteles	22
Tabla 3	Tiempo de espera de los productos.....	23
Tabla 4	Presentación de los alimentos.....	24
Tabla 5	Atención del personal que laboral en hoteles cinco estrellas de Manta	25
Tabla 6	Organización de las áreas de alimentos y bebidas.....	26
Tabla 7	Variedad de menú de los hoteles cinco estrellas	27
Tabla 8	Recomendaciones del área de bebidas y alimentos	28
Tabla 9	Servicios de bebidas de los hoteles cinco estrellas del cantón Manta	29
Tabla 10	Apreciación del precio-calidad de los hoteles cinco estrellas	30

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1 Gestión de la calidad	8
Ilustración 2 Satisfacción del cliente.....	2
Ilustración 3 Calidad de alimentos que reciben los huéspedes	21
Ilustración 4 Calidad de los productos que ofrecen en los hoteles	22
Ilustración 5 Tiempo de espera de los productos	23
Ilustración 6 Presentación de los alimentos	24
Ilustración 7 Atención del personal que labora en hoteles cinco estrellas de Manta...	25
Ilustración 8 Organización de las áreas de alimentos y bebidas	26
Ilustración 9 Variedad de menú de los hoteles cinco estrellas.....	27
Ilustración 10 Recomendaciones del área de bebidas y alimentos	28
Ilustración 11 Servicios de bebidas de los hoteles cinco estrellas del cantón Manta ...	29
Ilustración 12 Apreciación del precio-calidad de los hoteles cinco estrellas.....	30

INTRODUCCIÓN

La calidad es un factor esencial para los hoteles catalogados como cinco estrellas, siendo el área de alimentos y bebidas uno de los entornos esenciales que permiten otorgar a los huéspedes una experiencia distinta e innovadora a los consumidores, constituyéndose como un factor determinante para la evaluación de la exigencia de estas entidades. Melgar et al. (2023), la ciudad de Manta se caracteriza por su entorno turístico y gastronómico, resaltando la importancia de analizar los factores relacionados con la gestión de calidad, seguridad alimentaria y los niveles de satisfacción de los clientes.

En ese sentido, a pesar de las estrategias implementadas por parte de los hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta, y después de los principales hallazgos que proporcionaron las técnicas e instrumentos aplicados en esta investigación, se sigue evidenciando deficiencia en ciertas áreas relacionadas con el servicio de bebidas y alimentos, donde los aspectos adherentes al tiempo de espera, calidad de la atención y diversificación del menú siguen limitando la satisfacción general de los consumidores. La calidad del servicio debe enfocarse en el cumplimiento de las exigencias y necesidades de los huéspedes, mejorando la relación del cliente con la calidad del servicio (Cruzado & Símpalo, 2022).

Por ello, los restaurantes y cafeterías deben de cumplir con las normas y obligación de las Buenas Prácticas de Manufacturas (BPM) y con la implementación del sistema (HACCP), garantizando la calidad de los productos que están disponibles para los clientes. Saldago et al. (2007), lo cual conlleva a establecer que los productos deben de cumplir con

diversos parámetros, como la calidad e inocuidad con la finalidad de otorgar un servicio de calidad y seguro para la integridad de las personas.

En ese sentido, la ciudad de Manta se ha consolidado como un destino turístico esencial, lo cual ha significado que sea demandado por turistas nacionales y extranjeros, incrementando de forma sustancial la demanda de los hoteles cinco estrellas de esta ciudad, lo cual evidencia la necesidad de otorgar un servicio que se caracterice la calidad en el entorno de los alimentos y bebidas, debido a que son de vital importancia en la satisfacción de los consumidores. A pesar de que en términos generales estos hoteles han establecidos diversas estrategias consecuente con los niveles de exigencia, aún existen deficiencias adherentes al tiempo de espera o atención al cliente.

Para Aguirre (2004), la alimentación se constituye como un aspecto esencial que incide en todas las instituciones sociales, implicando la producción, distribución y consumo de bienes y símbolos que legitiman qué y por qué puede comer cada quién. Por lo cual, los clientes se enfocan en lugares donde prioricen la gestión de calidad, seguridad alimentaria y satisfacción del cliente (Horeca y Retail, 2021). Estos factores se constituyen como esenciales para la valoración de los clientes a la hora de elegir un restaurante, aunado a la oferta gastronómica.

Con base a lo mencionado, es de vital importancia considerar cada de detalle al momento de otorgar el servicio por parte de los hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta relacionado con el área de alimentos y bebidas, donde se debe de garantizar tres aspectos esenciales como es la gestión de calidad, la seguridad alimentaria, la satisfacción del cliente con la finalidad de que los huéspedes se sientan satisfechos, y al mismo tiempo, cumplan con sus niveles de exigencias en todas sus dimensiones.

Justificación

Justificación personal

La investigación que se realizará identificará la calidad del área de alimentos y bebidas de los Hoteles de 5 estrellas en Manta, lo cual es de vital importancia para determinar y establecer un plan de acción que consolide las necesidades de los hoteles en función de las exigencias de los huéspedes, y al mismo tiempo, aquello coadyuve a fortalecer y potenciar las debilidades que se identifiquen en los resultados obtenidos, beneficiando de esta manera a los establecimientos de alimentos y bebidas, con relación a los servicios de bebidas y alimentación.

Justificación Teórica

La calidad en el área de alimentos y bebidas es un factor clave para la competitividad de los hoteles, es un mercado hotelero cada vez más competitivo, la calidad en el área de alimentos y bebidas se ha convertido en un elemento diferenciador fundamental, sin embargo, es importante destacar que los hoteles deben de garantizar un ambiente y entorno seguro para los huéspedes, cumpliendo todas sus necesidades e incrementado la satisfacción de usar las instalaciones de los hoteles cinco estrellas, otorgándoles una experiencia gastronómica de alta calidad, lo cual es esencial para atraer y fidelizar a más clientes, lo que se traduce en mayores ingresos y rentabilidad.

Contexto del problema

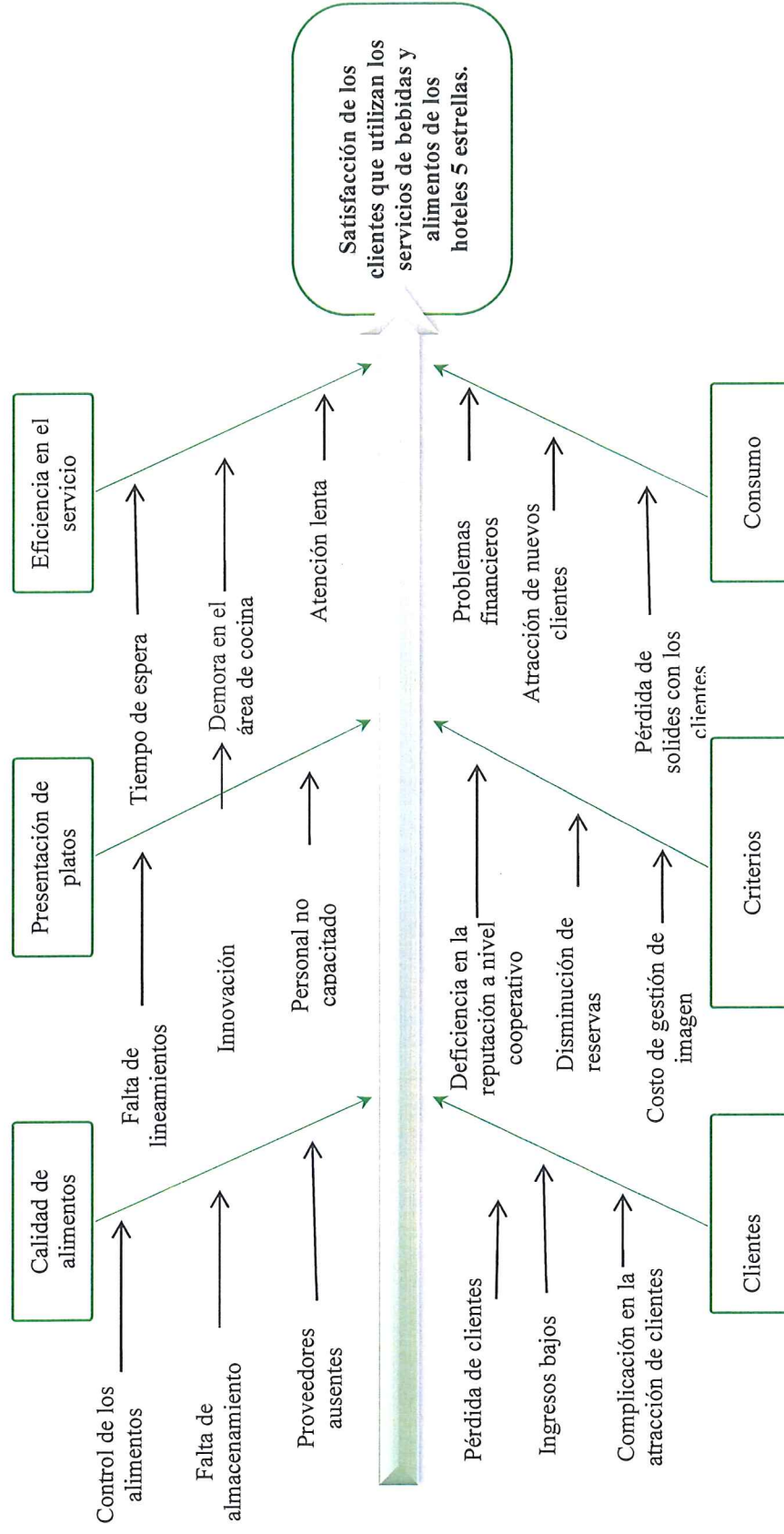
Esta investigación se vuelve relevante debido a la importancia crítica que tiene la calidad del servicio de alimentos y bebidas en la industria hotelera, especialmente en establecimientos de alta categoría como los hoteles de cinco estrellas.

Manta siendo un destino turístico prominente de Ecuador, atrae a una gran cantidad de visitantes nacionales e internacionales cada año, lo cual, dentro de la experiencia hotelera, la oferta gastronómica juega un papel crucial en la satisfacción general del cliente y en la reputación del establecimiento, donde los hoteles cinco estrellas al ofrecer servicios de lujo, deben asegurar que su oferta gastronómica este a la altura de las expectativas de sus clientes.

Sin embargo, a pesar de la importancia de este aspecto puede haber desafíos y áreas de oportunidad en la calidad del servicio de alimentos y bebidas en estos hoteles. Estos desafíos pueden incluir la consistencia en la calidad de los alimentos, la excelencia en la presentación de platos, la eficiencia en el servicio, la satisfacción del cliente, la gestión de la higiene y la seguridad alimentaria, entre otros.

Por lo tanto, el propósito de este estudio es identificar los puntos fuertes y áreas de mejora en el área de alimentos y bebidas de los hoteles cinco estrellas de Manta durante el año 2024. Al hacerlo, se buscará proporcionar recomendaciones específicas y prácticas que permitan a estos establecimientos mejorar continuamente la calidad de sus servicios gastronómicos, fortaleciendo así su posición competitiva y su capacidad para brindar experiencias excepcionales a sus clientes.

Diagrama de Ishikawa



Objetivos

Objetivo general

Analizar la calidad del área de alimentos y bebidas en hoteles 5 estrellas de Manta durante el año 2024, mediante la identificación de la gestión de calidad, la seguridad alimentaria, la satisfacción del cliente.

Objetivos específicos

- Examinar los procesos que se utilizan para la manipulación y preparación de los alimentos en los Hoteles 5 estrellas de la ciudad de Manta.
- Describir la calidad del servicio que ofrecen en el área de alimentos y bebidas en los Hoteles 5 estrellas de la ciudad de Manta a través de entrevistas.
- Identificar las oportunidades de mejora en la gestión de la calidad con la finalidad de plantear un plan de acción con relación a los servicios de alimentos y bebidas.

Objetivo de la investigación

El objetivo de esta investigación es evaluar y mejorar los estándares de calidad en alimentos y bebidas en hoteles 5 estrellas de Manta, para mejorar la satisfacción del cliente.

Campo de acción

El estudio se enfocará en los hoteles 5 estrellas ubicados en la ciudad de Manta, Ecuador. (Se analizarán los servicios de restaurantes, bares, room service y banquetes).

Variable dependiente

La percepción de calidad del servicio por parte de los huéspedes, medida a través de encuestas, entrevistas.

Variable independiente

Las características y prácticas de gestión del área de alimentos y bebidas en los hoteles 5 estrellas de Manta.

Operacionalización de las Variables

Variable	Concepto	Técnica
Calidad	Capacidad que posee un objeto para satisfacer necesidades expresas o implícitas.	Encuestas Entrevistas
Satisfacción	Sensación de placer y satisfacción obtenida al lograr satisfacer una necesidad	Encuestas

CAPITULO I. MARCO TEORICO

1.1. Satisfacción del Cliente

1.1.1. Perfil del consumidor

El perfil de consumidor se constituye como aquel proceso que permite obtener y analizar la información que surge a raíz del mercado, enfocada a proveer de recursos y datos a las empresas con la finalidad de que puedan direccionar sus productos al nicho competente, optimizando sus resultados, lo cual determina el incremento de posibilidades de éxito de las empresas. El perfil del consumidor coadyuva a que las empresas determinen las estrategias de marketing eficientes con el objetivo de aumentar su mercado (Ortega, s.f.).

1.1.2. Creación de un Perfil de Consumidor

Para el desarrollo del perfil de consumidor, se deben de emplear una serie de parámetros que permitan la recopilación eficiente de los datos demográficos de las personas, con la finalidad de que los datos asociados al factor demográfico, como es el sexo, edad, entorno familiar, aspecto socioeconómico y su nivel académico. Identificar los datos de la población, aporta de forma directa a conocer el mercado y su público objetivo, implementado estrategias congruentes con las necesidades de las personas (Ortega, s.f.).

Por ese motivo, el conocer las preferencias, gustos y necesidades de los clientes es de vital importancia para consolidar de forma eficiente el mercado, con la finalidad de implementar estrategias adecuadas y eficientes, lo cual no solo es beneficioso para las empresas, sino también para que los clientes incrementen su satisfacción, lo cual representa una oportunidad de mejora constante para las empresas, minimizando los riesgos de sus productos, y maximizando la utilidad económica de forma eficiente. El perfil del consumidor debe de componerse de los elementos

necesarios que evidencie las preferencias y gustos de los clientes, con la finalidad de conocer con eficiencia el mercado objetivo (Aldea, 2023).

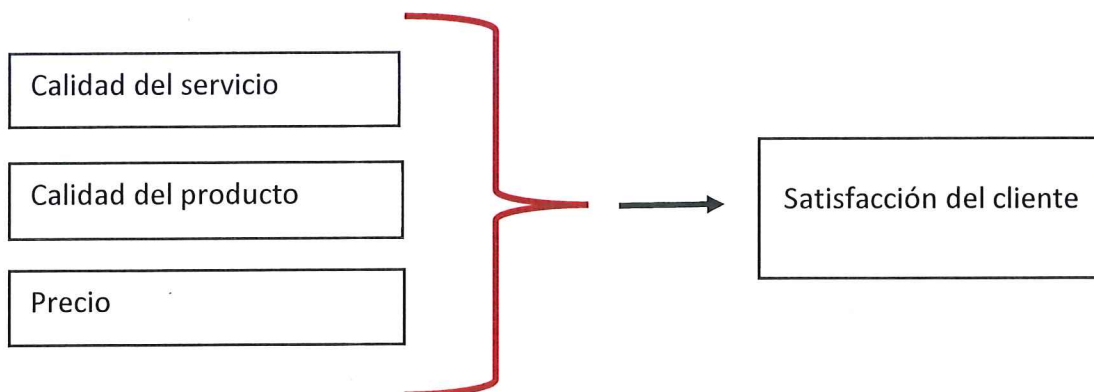
1.1.3. Satisfacción del Cliente

Se constituye como la carta de presentación de las empresas, debido a que expresa los niveles de exigencias en función de las necesidades de los usuarios, los cuales perciben las decisiones ejecutadas de forma positiva o negativa. La satisfacción del cliente es evaluada por parte de los consumidores en aspectos esenciales como la calidad, precio, y servicio, principalmente en cadenas hoteleras o restaurantes.

La satisfacción de los consumidores está relacionada de manera significativa por la evaluación que se hace del producto o servicio, lo cual, para la oferta como la que se otorga en un restaurante existen aspectos esenciales asociados al personal que atiende. Zárraga et al. (2018) Los horarios, infraestructura, el mobiliario, la variedad de los platillos, la sazón de los platillos, el ambiente del restaurante, el tiempo en el que prestan el servicio.

Ilustración 1

Satisfacción del cliente



Nota. Satisfacción del cliente. Tomado desde de La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio, por Zárraga et al., (2018).

1.1.4. Niveles de satisfacción del cliente

Existe un total de cinco parámetros que son consideradores para el análisis de satisfacción del cliente, los cuales surgen de lo insatisfecho a lo satisfecho.

El cliente insatisfecho es quien compra sus productos porque son más baratos o convenientes. Zendesk et al. (2023), la falta de conexión emocional con tu empresa hace que sea muy probable que te abandonen por su competidor que ofrece condiciones similares.

Asimismo, el cliente algo satisfecho es alguien que aprecia algún aspecto del producto o servicio que vendes, pero no está convencido de que tu negocio pueda hacer más que satisfacer una necesidad específica. Aquí, el desafío es ampliar la perspectiva del cliente y descubrir qué le falta para aumentar su grado de contentamiento.

Para Zendesk et al (2023) un cliente satisfecho es alguien que adopta una postura neutral hacia tu compañía. Es decir; la aplicación de las necesidades se encuentran relacionadas con los productos, lo cual es influenciado por la exigencia de mejora, siendo de vital importancia para la fidelidad de los clientes.

A su turno, el cliente muy satisfecho es alguien que se siente parte de algo más grande, el mismo que se identifica con los valores de tu marca y comparte tu misión. Por lo tanto, se caracteriza por un activo determinante para la empresa, debido a que no solo adquiere productos con mayor frecuencia, sino también porque sugiere la institución con su círculo social.

En ese sentido, si el cliente evidencia un alto poder de satisfacción, se considera que a corto plazo será un consumidor fiel de la marca, el mismo que puede retroalimentar la información con amigos o familiares para acaparar nuevas audiencias (Zendesk, 2023).

1.1.5. Medición de la satisfacción del cliente

Para la medición satisfactoria de los consumidores, existen una serie de técnicas, En el siguiente apartado se evaluarán la CSAT, NPS y CES.

1.1.6. Customer Satisfaction Score (CSAT)

El Customer Satisfaction score se constituye como una métrica que es capaz de evidenciar la calidad enfocada a la atención del cliente, el mismo que dentro de sus propiedades, representa un porcentaje que se inicia con el 0%, significado un nivel de insatisfecho y el valor máximo del 100% como un usuario satisfecho.

1.1.7. Cálculo del CSAT

El CSAT se calcula utilizando la escala Likert, una herramienta que ayuda a identificar matices de opinión y satisfacción sobre un tema. Para tal efecto, se implementa una serie de preguntas de carácter cerradas para obtener información oportuna de los consumidores.

Para obtener el porcentaje en CSAT, se puede utilizar la siguiente fórmula:

$$\text{CSAT (\%)} = \text{Total de puntuaciones} / \text{Número de encuestados} \times 100$$

1.1.8. Net Promoter Score (NPS)

El Net Promoter Score (NPS) es una métrica que va más allá de la satisfacción inmediata del cliente. Es una técnica inteligente y sutil, capaz de señalar a los consumidores que están a punto de abandonar tu marca y los que divulgan tu marca a todos los que conocen. Ayudan a las empresas a identificar la lealtad de los consumidores.

1.1.9. Cálculo del NPS

Surge a partir de la elaboración de una escala que categoriza las respuestas de las personas, siendo 0 la peor calificación y 10 la máxima obtención de satisfacción.

De esta forma, cuando se presentan escenarios adversos o distintos, se emplea la aplicación del NPS, el cual tiene como finalidad evaluar el anticipo de la satisfacción de los clientes y consumidores, con la finalidad de identificar su fidelidad y poder implementar correctivos necesarios para mejorar la confianza de los consumidores con relación a los servicios de las empresas.

1.1.10. Customer Effort Score (CES)

El Customer Effort Score (CES) es una manera de evaluar el grado de satisfacción de los clientes con respecto al esfuerzo requerido para resolver un problema específico. Por ejemplo, devolver un producto o solicitar un reembolso por una compra.

1.1.11. Cálculo del CES

Para determinar el cálculo del CES se debe de emplear la necesidad a resolver, la cual debe de tener una relación directa con la exigencia precisa de la empresa, donde por medio de la aplicación de una escala establecida que comprende valores del 1 al 10, con la finalidad de identificar de precisa y elocuente las respuestas y con base aquello, implementar la estrategia adecuada para fortalecer los posibles déficit de las empresas.

La finalidad de establecer escalas numéricas y preguntas cerradas es contar con la información necesaria para evaluar la satisfacción de los clientes asociado a la integración del esfuerzo que usan las empresas para otorgar una solución rápida a los posibles problemas. El

cálculo CES se aplica para evaluar la facilidad del servicio con relación al esfuerzo de los colaboradores y de la institución para resolverlo (Zendesk, 2023).

1.2. Calidad

1.2.1. Antecedentes

El sector hotelero de Manta, Ecuador, ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, impulsado por el desarrollo turístico de la región, donde los hoteles 5 estrellas juegan un papel crucial en este escenario, ofreciendo servicios de alta calidad a huéspedes nacionales e internacionales. El área de alimentos y bebidas (AyB) es un componente esencial de la experiencia hotelera y su calidad tiene un impacto directo en la satisfacción de los huéspedes.

El área de alimentos se constituye como un aspecto de vital importancia para la presentación del hotel, debido a que su utilización refleja la identidad cultural de sus huéspedes.

Los hoteles 5 estrellas son aquellos que cumplen con los más altos estándares de calidad en cuanto a instalaciones, servicios y atención al cliente. Se caracterizan por ofrecer experiencias personalizadas y exclusivas a sus huéspedes.

Por ello, es importante mencionar, que un servicio de alimentos y bebidas se puede establecer como la creación de diversos productos que se cuentan con una preparación o preparados al momento, coadyuvando a su distribución de forma eficiente y rápida. Los servicios se direccionan de acuerdo con el enfoque, el cual puede ir desde hoteles hasta instituciones educativas (Díaz, s.f.).

De la misma forma, la gestión del proceso para la elaboración de los productos se constituye como uno de los aspectos más importantes del servicio de alimentación y bebidas, debido a que en esta área se define la calidad de los productos, lo cual se traduce en la satisfacción

de los huéspedes, donde la manipulación de los alimentos corresponde a la carta de presentación de los hoteles, principalmente si son catalogados como cinco estrellas, lo cual conlleva a un control y vigilancia exhausta del entorno donde se realicen los servicios de alimentación y bebidas. Correia et al. (2012), el control debe cumplir parámetros rigurosos que surgen desde la higiene del lugar, hasta la aplicación integral de las Buenas Prácticas de Fabricación (BFM), contribuyendo a una eficiente preparación de los alimentos.

La satisfacción del cliente se considera crucial para el éxito de cualquier negocio, nos indica que tan bien un establecimiento cumple o supera las expectativas de los clientes en cuanto a sus productos, servicios y experiencia general. Un nivel alto de satisfacción se traduce en numerosos beneficios para el establecimiento.

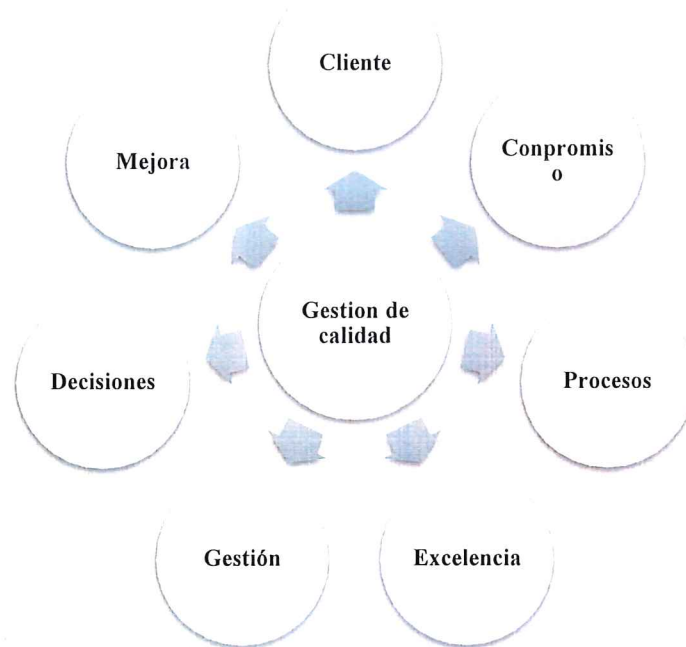
Para Font & Blanco (2022), señalaron que la satisfacción de los huéspedes se asocian de forma significativa con la calidad del servicio que se ofrezca, principalmente el servicio de alimentos y bebidas de los hoteles. Para lo cual, los hoteles deben de integrar todos los procesos de forma eficiente, desde la preparación hasta la presentación de los alimentos, con la finalidad de que los usuarios se sientan en un ambiente seguro, y al mismo tiempo, promueva la fidelidad de los huéspedes, por medio de la calidad, satisfaciendo todas las necesidades y exigencias de las personas que usen las instalaciones hoteleras.

1.2.2. Gestión de la Calidad

La gestión de la calidad de constituye como uno de los factores más importantes del área de servicio de alimentación y de bebidas de un hotel, debido a que integra de forma directa la percepción y satisfacción de los huéspedes. La gestión de calidad es de vital importancia para determinar el tipo de servicio a mejorar y fortalecer por medio de las exigencias de los clientes, coadyuvando a cumplir los objetivos de forma eficiente e integral (Flores, 2017).

Ilustración 2

Gestión de la calidad



Nota. Gestión de calidad. Tomado desde La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio, por Zárraga et al., (2018).

1.2.3. Normas de Calidad aplicadas a restaurantes

Para cumplir con los estándares y exigencias a nivel institucional, se debe de seguir diversos parámetros y lineamientos que son impuestos por las normas de calidad, lo cual no solo asegura un funcionamiento eficiente por parte del restaurante, sino también le otorga la confianza necesario a los usuarios. Las cuales se detallan a continuación.

- ISO 9001: su enfoque radica la necesidad de cumplir lineamientos relacionados con la gestión del negocio.
- ISO 22001: su principal característica, es el control de la calidad de los alimentos, la misma que cuenta con la implementación los sistemas de puntos críticos de control, con la finalidad de evitar posibles manipulaciones que los productos que pudiesen atentar con la integridad de las personas.

- Q de calidad turística: este tipo de sistema se integra a la gestión puntual de un hotel, restaurant o en su defecto la ejecución de los bares. Se encarga de evaluar de forma minuciosa la gestión en todas sus dimensiones, tanto desde el nivel alimenticio hasta la satisfacción de los usuarios (Aldea, 2023).

1.2.4. Buenas Prácticas de Manufacturas (BPM)

La aplicación de las buenas prácticas de manufactura, o en sus siglas (BPM), se constituyen como el inicio básico y práctico que se deben considerar al momento de manipular cualquier tipo de producto de origen alimenticio, desde el inicio de su elaboración hasta su almacenamiento. Las BPM tienen como finalidad, garantizar que el producto terminado sea apto y seguro para el consumo humano, cumpliendo los estándares sanitarios de forma eficiente y eficaz, otorgando la seguridad necesaria para la salud de las personas (Castro, 2020).

Las BPM dentro de sus propiedades, también integran de forma eficiente el control exhaustivo de los procesos que se deben de considerar para la fabricación de los productos, con la finalidad de otorgar la suficiente protección para minimizar los riesgos de forma eficiente, garantizando un producto de calidad, y al mismo tiempo, otorgándola seguridad necesaria para que las personas puedan consumir los alimentos, sin afectar su salud. Las BPM tiene como objetivo principal, reducir las pérdidas y los desechos, ofreciendo seguridad a nivel alimenticio y empresarial (Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), 2024).

En ese sentido, BPM (2024), determina una serie de ventajas determinantes que considera la aplicación de este instrumento, detalladas a continuación.

- Fortalecer la seguridad de los alimentos e integra el control riguroso de la higiene
- Emplea mecanismos de mejora en la calidad de los alimentos y productos

- Mejora integralmente la operatividad de los servicios
- Aportan a la identificación de los riesgos alimenticios
- Reducen costos y optimizan los ingresos de las empresas
- Competitividad de las empresas a nivel local e internacional
- Impulsan el compromiso de los colaboradores
- Optimizan las necesidades de las personas
- Incrementan la fidelidad de los consumidores

1.2.5. Sistema HAPPC

Denominado el sistema de análisis de peligro y puntos críticos de control se enfoca en el análisis específico de la inocuidad de los espacios de las instituciones, con la finalidad de evaluar de forma integral, los riesgos asociados a la manipulación de los alimentos, lo cual es de vital importancia para la salud de los consumidores, y al mismo tiempo, para la imagen institucional de las empresas. El sistema HAPPC aplica medidas y restricciones eficientes para controlar la cadena de los procesos que lleven a cabo en la elaboración de los alimentos, detectando cualquier tipo de problema sanitario, desde el enfoque microbiológico, físico o en su defecto químico (CSA-Seguridad Alimentaria, 2021).

En ese sentido, la principal finalidad de aplicar este sistema radica en minimizar impactos y riesgos asociados a la contaminación de los alimentos que pudiesen generar daños severos a la salud de quienes demandan los productos, aplicando estrategias de control eficientes en todas las etapas de producción de la cadena alimenticia. El sistema HACCP, dentro de sus parámetros para el control de los procesos alimenticios, implementa una serie de 7 principios con la finalidad de garantizar la seguridad alimenticia (Winterhalter, 2021).

- Evaluar por medio de un análisis minucioso los posibles riesgos
- Analizar y establecer los puntos críticos por medio del control
- Implementar un límite específico de forma individual para los puntos críticos
- Implementar un sistema que controle los procesos
- Integrar un sistema de monitoreo y control
- Ejecutar las acciones de forma correctiva
- Ejecutar un sistema que valide los procesos
- Ejecutar un control de registro adherente al sistema HACCP

Por esa razón, la ejecución del sistema HACCP representa una oportunidad no solo de control, sino también de mejora, garantizando de forma eficiente la calidad de los procesos alimenticios. De acuerdo con CSA (2021), la aplicación de este sistema trae consigo una serie de beneficios congruentes con las necesidades de las instituciones y exigencias de las personas, las cuales se detallan a continuación.

- El control higiénico de los productos alimenticios otorga a las personas que se sientan seguras de su consumo y de su adquisición alimenticia
- Evaluación de riesgos que pudiesen atentar con la integridad de los consumidores
- Incremento de la competitividad en el entorno alimenticio
- Integración de procesos innovadores

1.2.6. Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas

Para que las empresas puedan operar con regularidad en el Ecuador, deben de registrarse a una serie de normas institucionales implementadas por las autoridades competentes, las cuales tienen

como finalidad, controlar, garantizar y categorizar los requisitos para un funcionamiento de calidad, y en beneficio de los usuarios. En ese sentido, de acuerdo con el Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas del Ecuador, establece las siguientes normas.

Título I, Capítulo I: Aplicación del Objeto y el entorno del Ámbito

Art. 1: El objetivo principal de este artículo radica en el control de forma exhaustiva para clasificar de forma categórica los servicios enfocados al área turística, principalmente en el entorno de los alimentos y bebidas en toda la escala nacional, garantizando que los productos se otorguen bajo normas de calidad y seguridad, salvaguardando la integridad de los consumidores.

Art. 2: La aplicación de estas normas son de carácter obligatorio en todas las organizaciones e instituciones que se dedican a la oferta enfocada al área de alimentos y bebidas de carácter turístico, excluyendo a las islas Galápagos, garantizando un servicio de calidad, en función de los consumidores.

Art. 4: El establecimiento de este artículo refleja la definición adecuada e interpretativa que se debe de aplicar al momento de cumplir con las normas y parámetros establecidos en el área alimentos y bebidas.

Alimento preparado. - Se constituye como un producto que se caracteriza por su semi elaboración, o que se encuentra reparado para su consumo de forma inmediata, el mismo que puede ser otorgado en diversas temperaturas, desde lo caliente hasta lo congelado.

Contaminación. - Se asocia a la aparición de aspectos biológicos, de carácter físico o en su defecto químico que pudiese alterar su inocuidad.

Contaminación cruzada. - Su principal función radica en establecer la presencia no intencionada de elementos que pudiesen contaminar los productos, sea por el contacto con otros alimentos que no están cocinados, manipulación de los colores o en su defecto utensilios que no han sido previamente desinfectados.

Desinfección. - Se constituye como el proceso por el cual pasan todos los utensilios y productos que se utilizan en el área de servicios y alimentos con la finalidad de reducir cualquier tipo de microorganismo que pudiese atentar con la salud de los consumidores, y al mismo tiempo, provocar cualquier tipo de daño en la integridad de las personas.

Principio PESP (Primero en caducar, Primero en salir). - Este método permite evidenciar de rotación enfocada para los inventarios, el mismo que sirve para utilizar los productos de mayor tiempo de almacenamiento antes de los recién llegados, con la finalidad de mantener la calidad de los alimentos.

Principio PESP (Primero en entrar, Primero en salir). - Este principio permite que los productos que se encuentren con fecha de aproximación a su vencimiento sean utilizados de forma eficiente para garantizar su calidad antes de su deterioro.

Manipulación de alimentos. - Determina el control minucioso y exhaustivo de todas las áreas de la preparación de los alimentos y bebidas, desde la manipulación de los alimentos para su preparación, desde el envasado hasta presentación final de los productos, garantizando un producto de calidad, lo cual es de vital importancia para asegurar el servicio alimenticio y de bebidas de forma eficiente.

Título II, Capítulo II: Del Registro de Funcionamiento

Art. 8: La ejecución de este artículo radica en la necesidad de que las instituciones para su correcto funcionamiento deben de estar previamente registrados de forma legal en el Ministerio de Turismo, otorgando una serie de parámetros y requisitos asociados al registro único de contribuyentes y documentos relacionados con la compatibilidad de suelo, lo cual fortalece y garantiza la seguridad necesaria que permita proteger al consumidor.

Título III, Capítulo I: Normas y Sistema de Puntuación

Art. 18: Este artículo establece la necesidad de la categorización por medio de un sistema de puntuación que se relaciona con el cumplimiento de los parámetros establecidos, lo cual es de vital importancia para el sector turístico. debido a que permite la identificación asociada a los resultados esperados en función de la oferta de cada establecimiento.

Art. 20: Las normas establecen un sistema de puntuación que permite ubicar de forma categórica las áreas de alimento y bebida de los negocios, la misma que se ejecuta en función de los requisitos cumplidos asociados a las buenas prácticas, capacidad estructural y la eficiencia asociada a la calidad de los servicios.

Título II, Capítulo III: Inspecciones

Art. 13: Las autoridades competentes del sector turístico de forma conjunta con las autoridades locales como los municipios, pueden llevar a cabo diversas evaluaciones sin previo aviso, con la finalidad de validar el cumplimiento de las normas previamente establecidas, asegurando de forma periódica un ambiente seguro para los consumidores.

CAPÍTULO II. MARCO METODOLÓGICO

Este capítulo se centra en los procedimientos que se llevaron a cabo para la recolección de información, detallando los datos y métodos utilizados, así como las herramientas y técnicas empleadas con la finalidad de presentar resultados precisos acerca del objeto de estudio. Para tal efecto, se describe la estructura metodológica en el siguiente apartado.

2.1. Diseño de la investigación

El diseño de investigación contuvo un enfoque mixto, con la finalidad de recopilar información necesaria y actualizada del objeto de estudio, lo cual fue de vital importancia para integrar los resultados cuantitativos y cualitativos por medio de las técnicas que se aplicaron, obteniendo resultados favorables con relación al análisis de la calidad del área de alimentos y bebidas en hoteles 5 estrellas de la ciudad de Manta.

2.1.1. Enfoque cualitativo

Este tipo de enfoque fue de vital importancia para explorar los niveles de percepción que tienen los huéspedes que asisten a los hoteles catalogados cinco estrellas de la ciudad de Manta, al mismo tiempo, permitió la comprensión de las principales razones que se relacionan con su preferencia al momento de elegir el hotel, y las cuales no pueden ser presentadas de forma cuantitativa.

2.1.2. Enfoque cuantitativo

La aplicación de este método es esencial para el desarrollo de contrarrestar la información obtenida de los acervos bibliográficos con la realidad, la misma que se obtuvo por medio de la

técnica de la encuesta, donde se evidenciaron los principales niveles de satisfacción de los huéspedes, coadyuvando a la presentación de resultados precisos.

2.2. Tipo de investigación

Para obtener los resultados propuestos se establecieron tres tipos de investigación, las cuales se relacionaron con la información cuantitativa y cualitativa, donde se necesita de sustentar de forma teórica las variables de estudio, y al mismo tiempo, describir de forma descriptiva los resultados que se obtuvieron. Para lo cual, se utilizaron las siguientes tipos de investigación.

2.2.1. Investigación descriptiva

Este tipo de investigación permitió caracterizar de forma eficiente la gestión de calidad en los hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta, obteniendo resultados sustanciales a partir de la encuesta que se aplicó a los huéspedes por medio de los datos cuantitativos y cualitativos, lo cual fue de vital importancia para identificar la calidad del servicio, y percepción de los clientes de estas empresas y realizar estrategias eficientes para mejorar el servicio de alimentos y bebidas.

2.2.2. Investigación bibliográfica documental

La aplicación de este tipo de investigación contribuyó a sintetizar por medio de los acervos bibliográficos las variables de estudio, las cuales se relacionan con la gestión de calidad y sus diversas connotaciones, siendo esencial en la comprensión del objeto de investigación aplicado en el hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta.

2.2.3. Investigación exploratoria

La aplicación de este tipo de investigación contribuyó a evidenciar las áreas donde existen falencias relacionadas con la alimentación y bebidas en los hoteles cinco estrellas de la ciudad de

Manta, al mismo tiempo, su aplicación determinó cuales son los principales factores que inciden de forma directa en la calidad de la atención.

2.3. Métodos de investigación

Para el desarrollo de esta investigación, fueron determinantes el uso de los métodos mixtos, como fue el método inductivo-deductivo, y el método analítico-sintético.

2.3.1. Método inductivo-deductivo

La implementación de este método permitió la combinación de las técnicas aplicadas en esta investigación, como fue la encuesta y entrevista con la finalidad de relacionar los resultados encontrados por medio de la información obtenida de los huéspedes de los hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta, lo cual coadyuvo a contrarrestar todo lo presentado por los acervos bibliográficos, y de esa forma, evidenciar resultados precisos acerca del objeto de estudio.

2.3.2. Método analítico-sintético

Este método permitió evidenciar la estructura de cada hotel cinco estrella de la ciudad de Manta de forma individual, descomponiendo el entorno de las áreas de alimentos, así como también, la de bebidas en parámetros específicos asociados a la calidad de los alimentos, el tiempo de espera y la eficiencia en su presentación, con la finalidad de evaluar la gestión de los procesos de servicios enfocados a la calidad en estas empresas hoteleras.

2.4. Técnicas de investigación

Para presentar resultados congruentes y eficaces acerca de la calidad de servicios de los hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta se aplicaron dos técnicas de recopilación de información, como es la encuesta y entrevista. La primera esta direccionada a los huéspedes y la segunda a los encargados del área de bebidas y alimentos.

2.4.1. Encuesta

Para llevar a cabo el desarrollo de la investigación, se aplicó la técnica de la encuesta, la cual se estructuró con un total de 10 preguntas, dirigidas a los huéspedes de los tres hoteles de cinco estrellas de la ciudad de Manta, como es el Oro Verde, Poseidón y Sail Plaza con la finalidad de determinar qué tan eficiente es el servicio y la calidad en el área de Alimentos y Bebidas de estos hoteles.

2.4.2. Entrevista

Esta técnica permitió identificar como es el manejo y manipulación de los alimentos y bebidas de los hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta, donde por medio de un cuestionario estructurado por cinco preguntas, se identificó a profundidad cada área del hotel relacionada con los alimentos y bebidas.

2.5. Universo y Muestra

Para la estructura del universo y muestra se consideraron los tres hoteles catalogados cinco estrellas de la ciudad de Manta. Los cuales de acuerdo con el Ministerio de Ecuador (Mintur, 2024), son tres, como es el Oro Verde, Poseidón y Sail Plaza.

2.5.1. Validación de los Instrumentos

Para la aplicación de ambas técnicas e instrumentos de recopilación de información se implementaron dos validaciones sustanciales para su eficiencia.

La primera validación consistió en una revisión de expertos con la necesidad de fortalecer y asegurar las encuestas, principalmente en aspectos esenciales que se relacionaron con la calidad del servicio en el área de bebidas y alimentos, donde por medio del conocimiento técnico y

profesional dedicados a la industria hotelera, certificaron la relación de la investigación con las preguntas que se propusieron para la obtención de información.

Y de la misma forma, también se aplicó una prueba piloto que consistió en realizar la recopilación de la información a un pequeño grupo de huéspedes de los tres hoteles con la finalidad de verificar la comprensión de los instrumentos que se establecieron, lo cual contribuyó a realizar los ajustes necesarios para ejecutar las preguntas necesarias para cumplir con los objetivos de la investigación.

Asimismo, las preguntas están basadas en la normativa servqual, el mismo que se establece como un instrumento investigación multidimensional diseñado para capturar las expectativas y percepciones de los consumidores sobre un servicio a lo largo de cinco dimensiones, como es el caso de la tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

2.5.2. Universo

Este universo estará conformado por los tres hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta, como es el Oro Verde, Poseidón y Sail Plaza, donde la obtención de información contuvo datos importantes acerca de los huéspedes y del personal encargado del área de alimentos y bebidas.

2.5.3. Muestra

Se aplicó un método de muestro no probabilístico en los tres hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta, con un total de 60 de encuestas con la finalidad de identificar la calidad de servicio en el área de bebidas y alimentos. Para lo cual, se implementó un Muestreo por Conveniencia, debido a la disponibilidad de tiempo, y las limitantes asociadas a los recursos disponibles de la investigación, escogiendo a estos hoteles por su representatividad para la ciudad, y por la demanda de sus servicios, aunado a la accesibilidad para participar en el desarrollo de esta

investigación, y a la diversidad que emplean en el área de servicios de bebidas y alimentos, distribuyendo de forma equitativa las encuestas para los tres hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta.

2.6. Descripción del área de estudio

El estudio se realizó en la ciudad de Manta, por medio de la identificación de los hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta, debido a que juegan un papel importante en el desarrollo del turismo en la ciudad, ofreciendo a los visitantes una experiencia de confort, contribuyendo a la imagen de este cantón como destino turístico importante para la economía local. De acuerdo con el Ministerio de Ecuador (Mintur, 2024), son tres, como es el Oro Verde, Poseidón y Sail Plaza.

2.7. Elaboración del instrumento de la encuesta

El procesamiento de la información se lo realizó por medio de las herramientas ofimáticas, como es el caso del software cuantitativo Microsoft Excel, el mismo que fue esencial para tabular el desarrollo de las preguntas aplicadas a los huéspedes de los hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta. Para lo cual, se implementaron una serie de preguntas a los huéspedes que asistente a estos hoteles, con la finalidad de conocer su percepción acerca del servicio de alimentación y bebidas. Asimismo, se utilizaron un total de 10 preguntas por medio de la entrevista direccionadas a los encargados del área de alimentos y bebidas, las cuales se detallan a continuación.

CAPÍTULO III ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

3.1. Análisis e interpretación de las encuestas

1. ¿En qué escala califica usted la calidad de los alimentos que recibió?

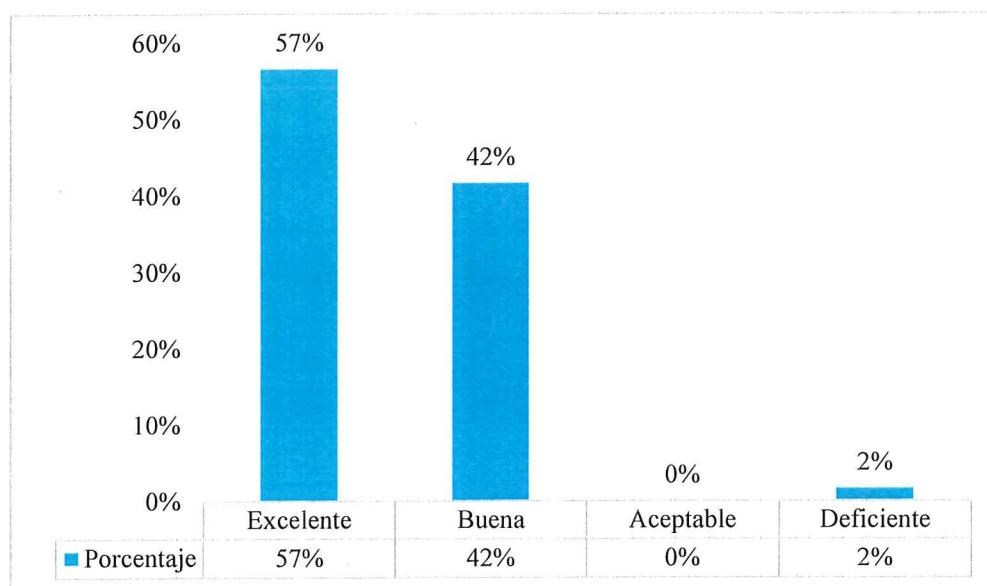
Tabla 1

Calidad de alimentos que reciben los huéspedes

Calidad de alimentos	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	41	57%
Buena	15	42%
Aceptable	4	0%
Deficiente	0	2%
Total	60	100%

Ilustración 3

Calidad de alimentos que reciben los huéspedes



Nota. Datos obtenidos a raíz de la aplicación de la encuesta.

Interpretación

Los resultados determinaron que el 57% de los huéspedes consideran que la calidad de alimentos es excelente, mientras que el 25% la calificó en una escala como buena, y solo el 7%

como aceptable. Se evidencia que los hoteles si cuentan con un servicio de alimentos de calidad en todas sus dimensiones, lo cual no solo representa una fortaleza para los hoteles, sino también para la satisfacción de los clientes.

2. ¿Cuáles de los siguientes aspectos destaca de los productos que recibió?

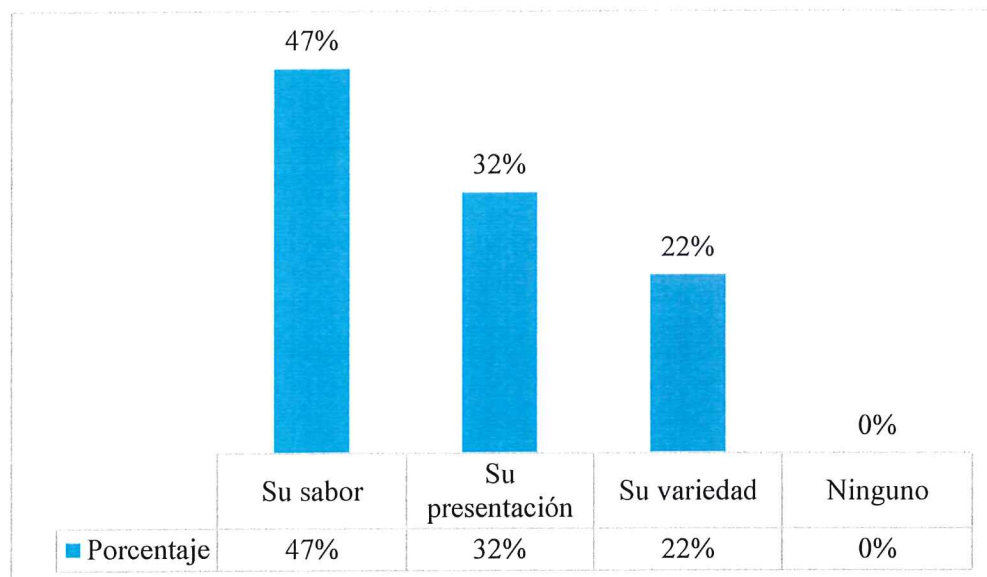
Tabla 2

Calidad de los productos que ofrecen en los hoteles

Calidad de los productos	Frecuencia	Porcentaje
Su sabor	28	47%
Su presentación	19	32%
Su variedad	13	22%
Ninguno	0	0%
Total	60	100%

Ilustración 4

Calidad de los productos que ofrecen en los hoteles



Nota. Datos obtenidos a raíz de la aplicación de la encuesta.

Interpretación

El 47% de los huéspedes se sienten satisfechos con el sabor de los alimentos, y el 32% con su presentación, y el 22% por su variedad. Se observa que, a pesar de contar con buena aceptación por parte de los clientes, la cifra no supera ni la mitad de lo esperado, significando un déficit relacionado con la calidad que ofrecen los hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta.

3. ¿Qué tiempo aproximado tuvo que esperar para que recibir sus productos?

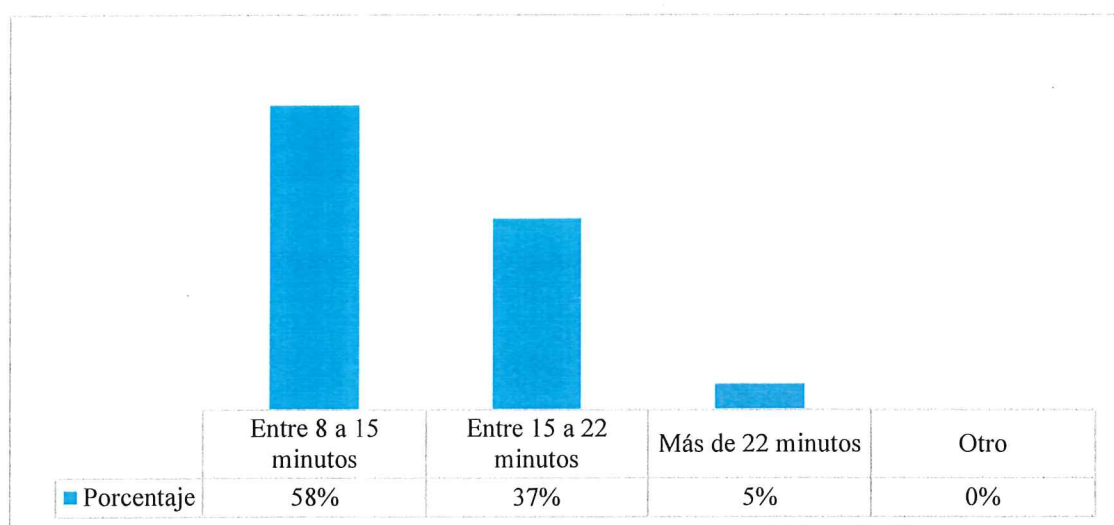
Tabla 3

Tiempo de espera de los productos

Tiempo de espera	Frecuencia	Porcentaje
Entre 8 a 15 minutos	35	58%
Entre 15 a 22 minutos	22	37%
Más de 22 minutos	3	5%
Otro	0	0%
Total	60	100%

Ilustración 5

Tiempo de espera de los productos



Nota. Datos obtenidos a raíz de la aplicación de la encuesta.

Interpretación

El 58% de los huéspedes recibió sus productos en un tiempo entre los 8 a 15 minutos, mientras que el 37% lo hizo en tiempo entre los 15 y 22 minutos, y solo el 5% espero más de 22 minutos. Aquello se constituye como un factor diferenciador y determinante para la satisfacción de los clientes, los cuales optan por un servicio de calidad y rápido.

4. ¿Cómo califica usted la presentación en que recibió su comida?

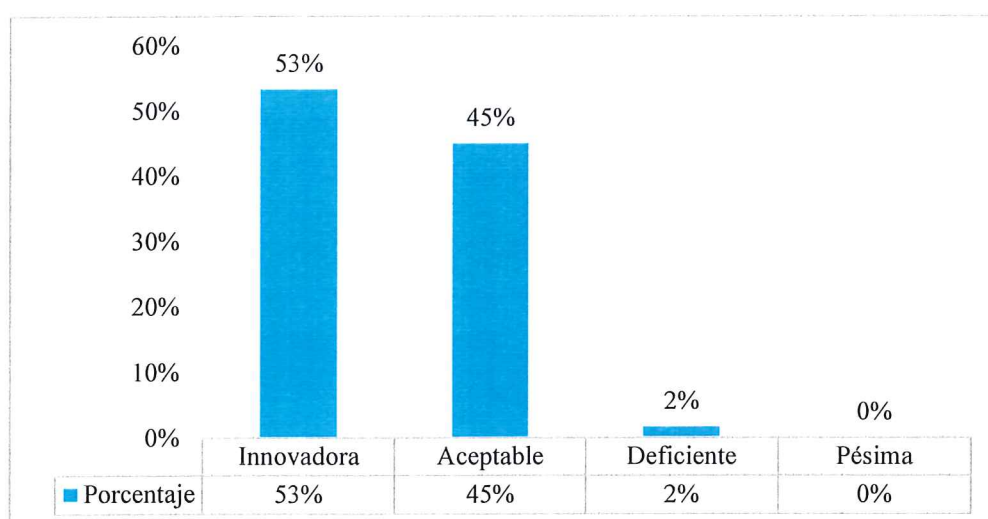
Tabla 4

Presentación de los alimentos

Presentación de la comida	Frecuencia	Porcentaje
Innovadora	32	53%
Aceptable	27	45%
Deficiente	1	2%
Pésima	0	0%
Total	60	100%

Ilustración 6

Presentación de los alimentos



Nota. Datos obtenidos a raíz de la aplicación de la encuesta.

Interpretación

El 53% de los huéspedes manifestaron que la presentación de los hoteles es innovadora, mientras que el 45% lo consideró como aceptable, y solo el 2% deficiente. Se observa que los hoteles trabajan mucho con la calidad y presentación de sus productos, lo cual se adapta con las exigencias y necesidades de sus clientes, impulsa sus servicios de consumo.

5. ¿En qué escala califica la atención del personal que labora?

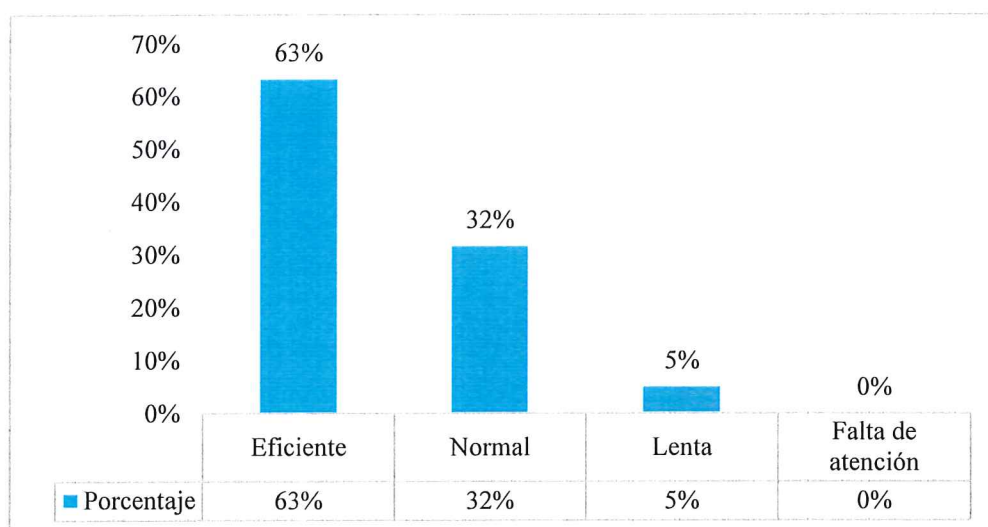
Tabla 5

Atención del personal que labora en hoteles cinco estrellas de Manta

Atención del personal	Frecuencia	Porcentaje
Eficiente	38	63%
Normal	19	32%
Lenta	3	5%
Falta de atención	0	0%
Total	60	100%

Ilustración 7

Atención del personal que labora en hoteles cinco estrellas de Manta



Nota. Datos obtenidos a raíz de la aplicación de la encuesta.

Interpretación

El 63% de los huéspedes expresaron que la atención es eficiente, y el 32% normal, mientras que solo el 5% la calificó como normal. Se observan resultados positivos por parte de los clientes, sin embargo, se debe de seguir mejorando de forma progresiva, con la finalidad de satisfacer las necesidades de los huéspedes, otorgando una atención altamente sofisticada y de calidad.

6. ¿Cree usted que la limpieza en el área de bebidas y el entorno de los alimentos están siempre organizadas y ordenadas?

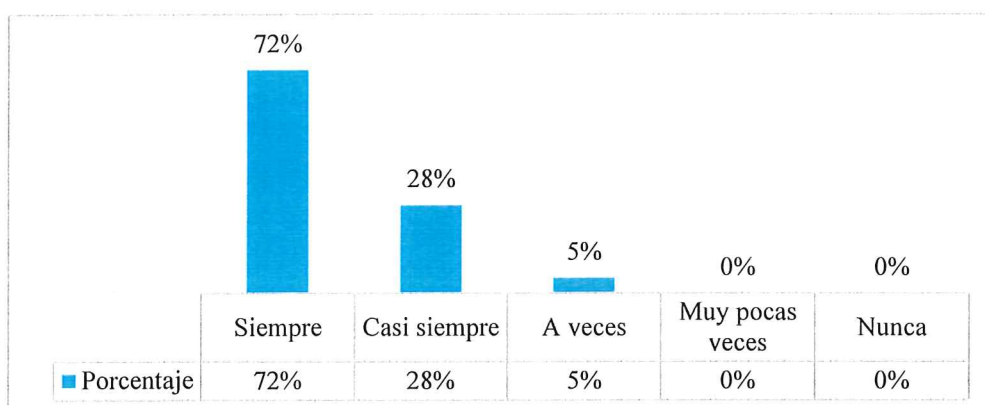
Tabla 6

Organización de las áreas de alimentos y bebidas

Limpieza del hotel	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	43	72%
Casi siempre	17	28%
A veces	3	5%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	60	100%

Ilustración 8

Organización de las áreas de alimentos y bebidas



Nota. Datos obtenidos a raíz de la aplicación de la encuesta.

Interpretación

El 72% de los encuestados consideraron que las instalaciones de los hoteles cinco estrellas siempre se encuentran limpias y ordenadas, mientras que el 28% manifestó que casi siempre, y solo el 3% a veces. Se observa que existe una buena organización y planificación en las instalaciones, lo cual permite que los huéspedes se sientan satisfechos en las áreas de los hoteles.

7. ¿El hotel le otorgó opciones en su alimentación relacionadas con dietas o aspectos vegetarianos?

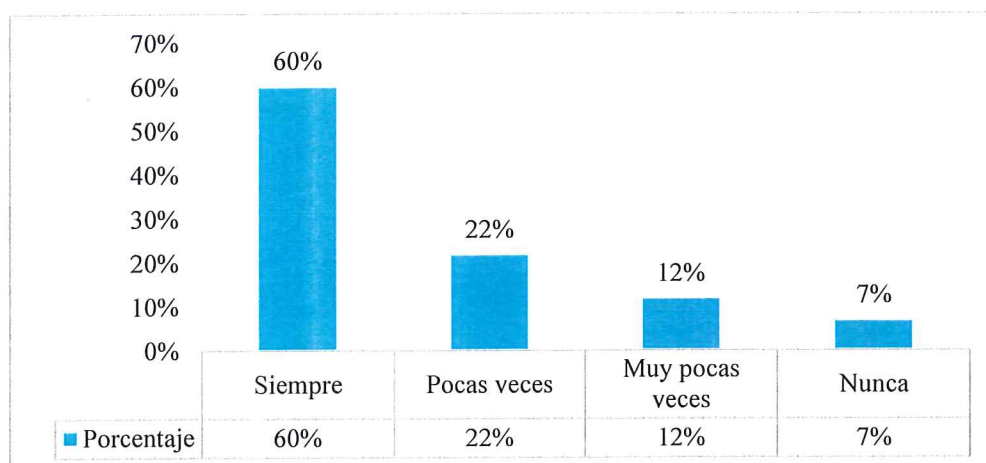
Tabla 7

Variedad de menú de los hoteles cinco estrellas

Variedad de menú	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	36	60%
Pocas veces	13	22%
Muy pocas veces	7	12%
Nunca	4	7%
Total	60	100%

Ilustración 9

Variedad de menú de los hoteles cinco estrellas



Nota. Datos obtenidos a raíz de la aplicación de la encuesta.

Interpretación

De todos los encuestados, el 60% manifestaron que los hoteles si tienen un menú variado para diversos gustos y preferencias, mientras que el 22% expresaron que pocas veces, y el 12% muy pocas veces y solo el 7% nunca. La diversificación gastronómica corresponde a una exigencia indispensable de los clientes, lo cual hace un atractivo considerable para los huéspedes.

8. ¿Recomienda usted el servicio de bebidas y alimentos de este hotel?

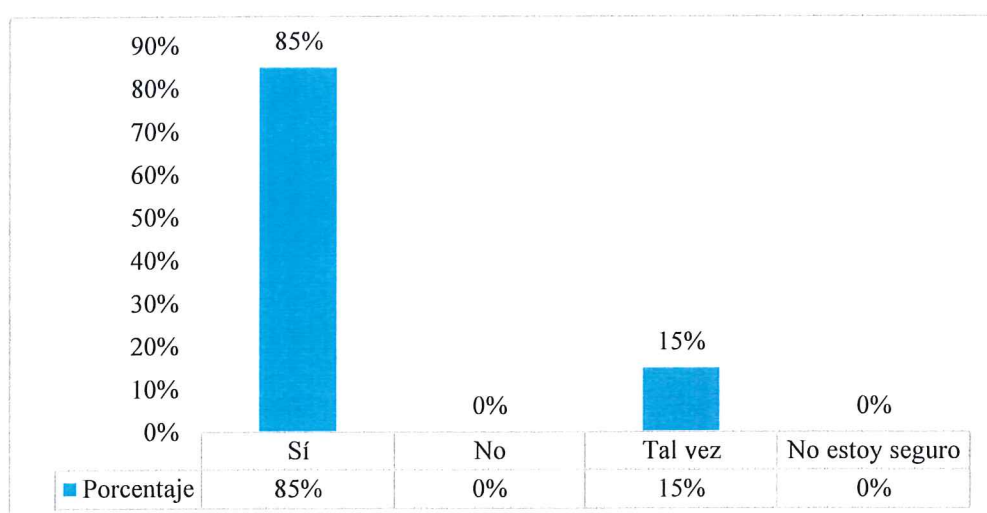
Tabla 8

Recomendaciones del área de bebidas y alimentos

Recomendación del hotel	Frecuencia	Porcentaje
Sí	51	85%
No	0	0%
Tal vez	9	15%
No estoy seguro	0	0%
Total	60	100%

Ilustración 10

Recomendaciones del área de bebidas y alimentos



Nota. Datos obtenidos a raíz de la aplicación de la encuesta.

Interpretación

Las valoraciones de los hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta son positivas, dentro del análisis de los resultados, se evidencio que el 85% de los huéspedes si recomendara las instalaciones de bebidas y alimentación de estas entidades, mientras que solo el 15% tal vez.

9. ¿Qué le pareció el servicio enfocado a las bebidas que cuenta el hotel?

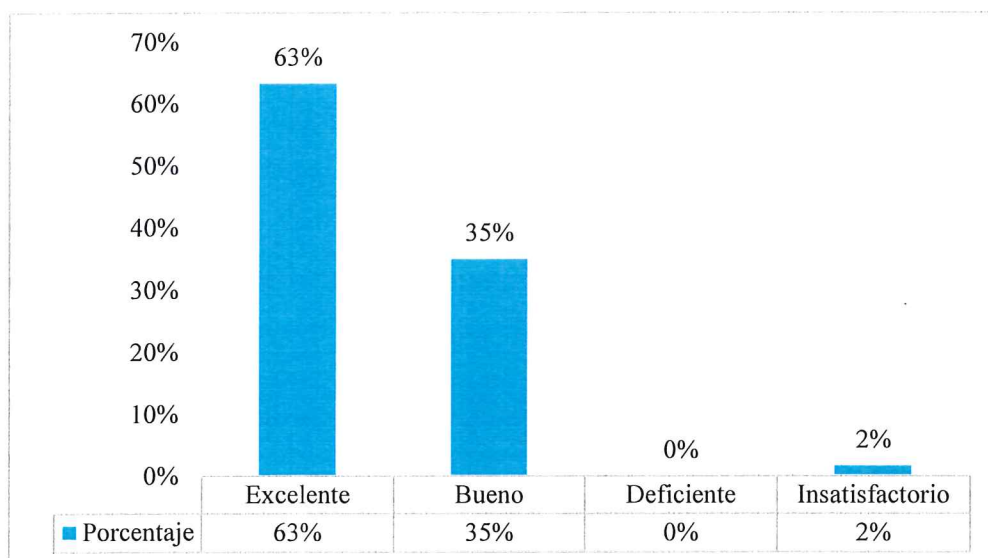
Tabla 9

Servicios de bebidas de los hoteles cinco estrellas del cantón Manta

Servicio de bebidas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	38	63%
Bueno	21	35%
Deficiente	0	0%
Insatisfactorio	1	2%
Total	60	100%

Ilustración 11

Servicios de bebidas de los hoteles cinco estrellas del cantón Manta



Nota. Datos obtenidos a raíz de la aplicación de la encuesta.

Interpretación

Otro factor que destaca de los hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta es el servicio de bebidas, el 63% de los huéspedes manifestaron que es excelente, mientras que el 35% lo calificó como bueno y solo el 2% como insatisfactorio. La presentación de bebidas, el tiempo de espera y el entorno que ofrecen estos hoteles, son fortalezas que coadyuvan a la satisfacción de los clientes.

10. ¿Cuál es su apreciación final acerca del precio-calidad del servicio que ofrece este hotel?

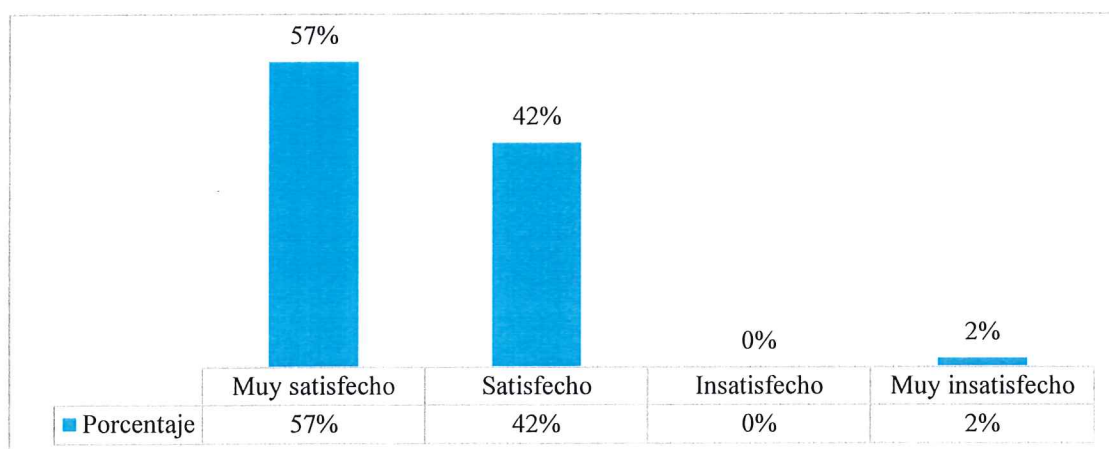
Tabla 10

Apreciación del precio-calidad de los hoteles cinco estrellas

Apreciación del cliente	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	34	57%
Satisfecho	25	42%
Insatisfecho	0	0%
Muy insatisfecho	1	2%
Total	60	100%

Ilustración 12

Apreciación del precio-calidad de los hoteles cinco estrellas



Nota. Datos obtenidos a raíz de la aplicación de la encuesta.

Interpretación

De forma significativa, los resultados son favorables a favor de los hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta, como es el Poseidón, Oro Verde y Sail Plaza, donde el 57% expresaron que la relación calidad-precio es muy satisfactorio, mientras que el 42% lo calificó como satisfecho, y solo el 2% insatisfecho. Sin duda alguna, a pesar de que los resultados son alentadores, al mismo tiempo, también representan una oportunidad de seguir mejorando, con la finalidad de mejorar sustancialmente los servicios de alimentación de estos hoteles, fortaleciendo la satisfacción de los huéspedes integralmente.

3.2. Análisis de las entrevistas

Con la finalidad de evaluar el cumplimiento de las entrevistas con los resultados evidenciados en los hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta, se presenta el siguiente análisis en función de la información recopilada dirigidas a los representantes de cada área de estas entidades turísticas.

Entrevista	Oro Verde	Poseidón	Sail Plaza	Explicación
1. ¿Cómo se asegura el hotel de cumplir con las BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) en el área de alimentos y bebidas?	Sí	Sí	Sí	Se evidencio que los tres hoteles estudiados cumplen con los BPM, lo cual garantiza de forme eficiente e integral la inocuidad alimentaria.
2. ¿Qué métodos utiliza el hotel para reducir el tiempo de espera de los alimentos y bebidas?	Parcial	Parcial	Parcial	Se destaca que los hoteles cinco estrellas ha implementado estrategias para reducir el tiempo de espera, los resultados determinaron que se puede mejorar, principalmente en horas donde la demanda e superlativa.
3. ¿Cuenta el hotel con un sistema de monitoreo para evaluar la satisfacción del cliente en el área de alimentos?	Sí	Sí	Sí	Los hoteles dentro de sus ventajas han implementado un sistema de retroalimentación con la finalidad de

				mantener un control de la satisfacción de los clientes.
4. ¿Existen opciones en el menú relacionadas con dietas vegetarianas, veganas o sin gluten?	Parcial	Sí	Sí	Los resultados determinaron que los tres hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta, tienen un menú vegetariano, sin embargo, la variedad es muy limitada.
5. ¿Qué estrategias aplica el hotel para capacitar al personal en la gestión de calidad y atención al cliente?	Sí	Sí	Sí	Los hoteles cuentan con diversas estrategias de capacitaciones, principalmente en la atención al cliente con el objetivo de mejorar la atención del cliente.
6. ¿Se implementan controles para garantizar la limpieza y el orden en las áreas de alimentos y bebidas?	Sí	Sí	Sí	Uno de los puntos que más se destaca de los hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta, es la organización y limpieza, principalmente en las áreas de alimentos y bebidas.
7. ¿El hotel utiliza algún sistema para evaluar la calidad del emplatado y la presentación de alimentos y bebidas?	Parcial	Parcial	Parcial	Más allá del esfuerzo de la presentación del emplatado de los hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta, aún existe un déficit en la calidad del emplatado y presentación de cócteles.
8. ¿El hotel ofrece un servicio de bebidas y cócteles adecuado a las expectativas de los clientes?	Sí	Sí	Sí	Respecto a la variedad de los cócteles y bebidas, en los tres hoteles si se cumple con las exigencias de los clientes.

3.3. Propuesta de mejora para los hoteles 5 Estrellas de la Ciudad de Manta

Debido a la importancia de fortalecer las exigencias del área de alimentos y bebidas referentes a los hoteles de la ciudad de Manta, se ha estructurado un plan de acción, justificado en los análisis y resultados que se han encontrados a lo largo del proceso de investigación, principalmente de la aplicación de los instrumentos cuantitativos (encuestas), y cuantitativos (entrevistas). La presentación de este plan de acción no solo tiene como finalidad, mejorar las áreas mencionadas de los hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta, sino también fortalecer y potenciar las prácticas existentes, mejorando la satisfacción de los usuarios que visitan estos hoteles. Para tal efecto, se presentan las siguientes estrategias.

3.3.1. Capacitación permanente

Objetivo	Actividades	Ejecutores	Indicador	Duración
Taller enfocado al manejo de BPM y HACCP.	Otorgar recursos enfocados las BPM y HACCP para el personal que labora en el servicio del alimentos y bebidas.	Área de recursos humanos y gerente de los hoteles.	90% de mejora en la atención post capacitación 4 talleres realizados por año.	3 meses
Talleres de atención al cliente.	Brindar información acerca del manejo de quejas, gestión y empatía con las necesidades de los clientes.	Área de recursos humanos y supervisor.	85% de mejora en la satisfacción del cliente.	3 meses.

Talleres de emplatado innovador.	Capacitaciones de mejoras en los atractivos visuales relacionados con la presentación de los platos y cocteles.	Jefe o chef encargado del área.	90% de calificaciones unánimes por parte de los clientes.	6 meses
----------------------------------	---	---------------------------------	---	---------

3.3.2. Reducción en el tiempo de espera por los alimentos y bebidas

Objetivo	Actividades	Ejecutores	Indicador	Duración
Optimización de un sistema que mantenga la preparación.	El sistema de preparación permitirá reducir el tiempo de espera de forma eficiente, lo cual coadyuvará a mejorar la demora en el servicio de alimentos y bebidas.	Jefe del área de cocina	90% de las solicitudes entregados en un tiempo inferior de los 12 minutos.	3 meses
Organizar el tiempo de trabajo.	Implementar un cronograma que designe las tareas de los colaboradores de forma eficiente, principalmente en horas de alta concurrencia.	Supervisor del área.	Disminución del 40%, en el tiempo de espera. 85% de mejora en la satisfacción por el tiempo de espera. Disminución de quejas y unanimidad positiva del servicio.	3 meses.

3.3.3. Variación del menú del hotel Oro Verde

Objetivo	Actividades	Ejecutores	Indicador	Duración
Variedad de alimentos vegetarianos, libre de gluten.	Integrar diversas opciones que abarquen todas las necesidades por tipo, gusto y preferencia de cada cliente.	Chef responsable del servicio de alimentos.	90% clientes complacidos por la diversificación del menú. 80% de satisfacción de los clientes.	3 meses
Análisis trimestral de todo el menú que tienen los hoteles.	Integrar un menú en función de las fechas de concurrencia del público, adaptándolo a cada necesidad, en función de las estaciones, asegurando la calidad y frescura de todos los alimentos.	Chef responsable del servicio de alimentos.	85% de mejora en la satisfacción por el tiempo de espera. 30% de disminución con relación a la pérdida de alimentos.	3 meses.

3.3.4. Monitoreo constante enfocado a la satisfacción de los clientes

Objetivo	Actividades	Ejecutores	Indicador	Duración
Aplicación de encuestas.	Ejecutar un análisis técnico por medio de encuestas que permitan identificar los niveles de satisfacción de los clientes.	Área de marketing	90% de usuarios satisfechos. 95% de participantes en las encuestas.	3 meses
Evaluación permanente de los resultados.	Analizar las exigencias de los clientes por medio de la recopilación de información de las encuestas, identificando patrones y comentarios.	Área de atención al cliente.	Informe periódico cada tres meses, identificando las áreas de mejoras. Estrategia de mejora con base a las necesidades de los clientes.	3 meses.

Conclusiones

La evaluación de los huéspedes que asisten a los hoteles 5 estrellas de la ciudad de Manta, con relación al servicio de alimentos y bebidas fue positiva, destacando el sabor y el emplatado de sus alimentos, lo cual evidencia el esfuerzo por parte de esta organización en otorgar una experiencia culinaria eficiente a todos sus clientes, significando un aspecto esencial para aquellos usuarios que buscan un servicio innovador, sin embargo, se determinó que existe una deficiencia en la variedad del menú, reflejando una oportunidad de mejora para mejorar la satisfacción de los usuarios.

Uno de los hallazgos encontrados, fue el tiempo de espera para la entrega de los productos, el cual en la mayoría de los huéspedes no fue tan eficiente para los hoteles cinco estrellas, evidenciando la falta de optimización de los recursos, principalmente cuando hoteles cuentan con una gran concurrencia de huéspedes, creando un entorno donde las personas que usan los servicios no se sientan satisfechos a gran escala, y al mismo tiempo, causando una deficiencia en la reputación a nivel cooperativo e imagen institucional que termina afectando el uso de las instalaciones de esta organización.

Respecto a los factores de limpieza y organización adherente a los servicios de alimentación y bebidas los hoteles cinco estrellas reflejan un eficiente desarrollo, adaptado a las necesidades y exigencias de los huéspedes, y a los estándares que justifican en la higiene y seguridad de todas sus áreas, otorgando un ambiente seguro y hospitalario para todas las personas que usan los servicios de estas entidades de alojamientos de la ciudad de Manta, garantizando de forme integral, la salud de los clientes, brindando una imagen profesional de calidad.

Un factor que se destaca de los hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta, es la calidad de atención a los huéspedes, donde sus colaboradores cuentan con una atención favorable y adaptado a las necesidades de los clientes que visitan sus instalaciones, lo cual incide de forma positiva en la imagen institucional de los hoteles en todas sus dimensiones, brindando no solo un servicio dispuesto a satisfacer a los clientes, sino también un servicio que integra las exigencias de las personas como un requisito fundamental en la búsqueda de la satisfacción de sus usuarios.

Después de la investigación realizada, se concluye que todos los objetivos implementados fueron desarrollados de forma integral, donde se evaluaron todos los procesos de manipulación de los alimentos de las instituciones hoteleras cinco estrellas de la ciudad de Manta, así como también se estudió su preparación, identificando la percepción de los clientes con base a la calidad del servicio por medio del instrumento de la encuesta, evidenciando mejoras que coadyuvaron a establecer un plan de acción para impulsar una gestión más eficiente en el área de servicios adherentes a los alimentos y bebidas, donde los hallazgos encontrados contribuyeron a presentar soluciones integrales para el beneficio de los hoteles y de los clientes.

La aplicación de los instrumentos aplicados como es el caso de la técnica de la encuesta y entrevista fueron determinantes para cumplir con los objetivos propuestos en el desarrollo de esta investigación, los mismos fueron esenciales para identificar las deficiencias asociadas al tiempo de espera, variación del menú, y asimismo, contribuyeron a la validación de las áreas de mejora relacionadas con la atención de los clientes y la limpieza de los hoteles, aportando de forma directa al establecimiento de un plan de acción enfocado a la gestión de la calidad, con el objetivo de mejorar la satisfacción de los clientes de forma integral, enfocado al área de alimentos y bebidas.

Recomendaciones

Se debe ampliar la variedad del menú en los hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta, considerando las preferencias, gustos y exigencias de sus clientes y consumidores, integrando platos que incluyan, gastronomía vegetariana hasta libre sin gluten.

Se sugiera mejorar la optimización del tiempo de espera de los alimentos y bebidas en los hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta, siendo esencial la formación de los colaboradores adherente al uso de tecnológica, sistema de comunicación en horarios con gran afluencia de personas.

Se debe de implementar un sistema de monitoreo que integre de forma permanente las necesidades y exigencias de los consumidores y clientes de los hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta, con la finalidad de evaluar de forma constante la satisfacción de los usuarios, y de esa forma, aplicar las respectivas correcciones de forma preventiva.

Se debe de ejecutar un programa de formación continua relacionada con la atención al cliente, donde se concentren todas las quejas de los consumidores con la finalidad de mejorar la relación con los huéspedes, aportando de forma integral a la satisfacción de los usuarios e imagen del servicio.

Lista de referencia

- Aguirre, P. (2004). Seguridad alimentaria: una visión desde la antropología alimentaria . Desarrollo integral en la infancia: el futuro comprometido. Córdoba: Fundación CLACYD. Obtenido de Agencia Santaferina de Seguridad Alimentaria- ASSAL: <https://www.assal.gov.ar/bitacoradelaalimentacion/bibliografia/Seguridad%20Alimentaria%20Patricia%20Aguirre.pdf>
- Aldea, V. (7 de Noviembre de 2023). Obtenido de Cómo crear el perfil de público objetivo de tu restaurante (y por qué eso te ayudará a tener clientes más felices): <https://combohr.com/es/blog/publico-objetivo-restaurante>
- Aldea, V. (7 de Noviembre de 2023). ¿Qué es la gestión de calidad en un restaurante? Su importancia y Cómo implementarla. Obtenido de <https://combohr.com/es/blog/gestion-de-calidad-en-restaurantes-como-implementarla>
- Buenas Prácticas de Manufactura (BPM). (2024 de Enero de 2024). Obtenido de SafetyCulture: <https://safetyculture.com/es/temas/bpm-buenas-practicas-de-manufactura/>
- Castro, J. (2020). Buenas Prácticas de Manufacturas (BPM). Un análisis de la gestión de calidad. Redalyc, 18-28.
- Correia, G., Araújo , P., Fernandes , D., & Leão , L. (2012). GESTIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS. Estudios y Perspectivas en Turismo, 763-777.
- Cruzado, N., & Símpalo , W. (2022). Indu Alimentario. Obtenido de Control de Calidad y de Procesos en la Industria Alimentaria: <https://indualimentario.com/143-calidad-procesos/>

CSA-Seguridad Alimentaria. (30 de Agosto de 2021). Obtenido de ¿Qué es el sistema HACCP?:

[https://csaconsultores.com/que-es-el-sistema-](https://csaconsultores.com/que-es-el-sistema-haccp/#:~:text=El%20sistema%20HACCP%20se%20basa,y%20garantizar%20la%20seguridad%20alimentaria.)

[haccp/#:~:text=El%20sistema%20HACCP%20se%20basa,y%20garantizar%20la%20seguridad%20alimentaria.](https://csaconsultores.com/que-es-el-sistema-haccp/#:~:text=El%20sistema%20HACCP%20se%20basa,y%20garantizar%20la%20seguridad%20alimentaria.)

Díaz, A. (s.f.). Obtenido de Servicios de alimentos y bebidas:

<https://www.euroinnova.ec/blog/latam/servicios-de-alimentos-y-bebidas>

Flores, O. (2017). Gestión por procesos y la Calidad de Servicio en el área de alimentos y bebidas

en el hotel Dorado Plaza, ciudad de Iquitos, periodo 2015. Obtenido de Universidad Científica del Perú : [http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/189/OLIVA-1-Trabajo-Gesti%
c3%b3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/189/OLIVA-1-Trabajo-Gesti%c3%b3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Font, J., & Blanco, R. (2022). Gestión de calidad como determinante del servicio de animación de los hoteles. *Revista de Turismo y Gastronomía*, 15-18.

Horeca y Retail. (11 de Mayo de 2021). Obtenido de La importancia de la seguridad alimentaria en los restaurantes: <https://directoriohoreca.com/noticia/la-importancia-de-la-seguridad-alimentaria-en-los-restaurantes>

Melgar, R., Rosales, N., & Pisconte, N. (30 de Mayo de 2023). Departamento de Alimentos y Bebidas. Obtenido de <https://es.slideshare.net/slideshow/el-departamento-de-alimentos-y-bebidaspptx/258136462#3>

Ortega, C. (s.f.). Question Pro. Obtenido de Perfil del consumidor: Qué es, importancia, tipos y mejores estrategias: <https://www.questionpro.com/blog/es/perfil-del-consumidor/>

QUÉ SON LAS BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA (BPM) Y SU IMPORTANCIA EN LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS. (9 de Septiembre de 2022). Obtenido de winterhalter: <https://www.winterhalter.com/cl-es/blog-winterhalter/que-son-las-buenas-practicas-de-manufactura-bpm-y-su-importancia-en-la-industria-de-alimentos/>

REGLAMENTO TURISTICO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS. (5 de Octubre de 2018). Obtenido de Ministerio del turismo: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf

Saldago C, M. T., & Castro R, K. (2007). Importancia de las buenas prácticas de manufactura en cafeterias y restaurantes. Vector, 33-40. Obtenido de Vector.

Winterhalter. (7 de Diciembre de 2021). Obtenido de Normas HACCP: 7 principios para la seguridad alimentaria: <https://www.winterhalter.com/mx-es/blog-winterhalter/normas-haccp-7-principios-para-la-seguridad-alimentaria/>

Zárraga Cano, L., Molina Morejón, V. M., & Corona Sandoval, E. (2018). La Satisfaccion 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., 46-65. Obtenido de <https://recai.uaemex.mx/article/view/9268/8377>

Zendesk. (21 de Diciembre de 2023). Satisfacción del cliente: 5 pasos para garantizarla en 2024. Obtenido de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/satisfaccion-cliente/>

Anexos

Formato de la encuesta



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HUÉSPEDES DE LOS HOTELES CINCO ESTRELLAS DE MANTA

Objetivo: La siguiente encuesta tiene como finalidad, realizar una investigación académica y profesional acerca del análisis de calidad en el área de alimentos y bebidas en hoteles 5 estrellas de la ciudad de Manta.

Indicaciones: Su opinión es esencial para nuestra investigación. Encontrará un total de diez preguntas dirigidas a conocer su satisfacción acerca de los alimentos y bebidas del hotel, para lo cual solo debe de escoger una opción.

1. ¿En qué escala califica usted la calidad de los alimentos que recibió?

- a) Excelente
- b) Buena
- c) Aceptable
- d) Deficiente

2. ¿Cuáles de los siguientes aspectos destaca de los productos que recibió?

- a) Su sabor
- b) Su presentación
- c) Su variedad
- d) Ninguno

3. ¿Qué tiempo aproximado tuvo que esperar para que recibir sus productos?

- a) Entre 8 a 15 minutos
- b) Entre 15 a 22 minutos
- c) Mas de 22 minutos
- d) Otro

4. ¿Cómo califica usted la presentación en que recibió su comida?

- a) Innovadora
- b) Aceptable
- c) Deficiente
- d) Pésima

5. ¿En qué escala califica la atención del personal que labora?

- a) Eficiente

- b) Lenta
- c) Normal
- d) Falta de atención

6. **¿Cree usted que la limpieza en el área de bebidas y el entorno de los alimentos están siempre organizadas y ordenadas?**

- a) Siempre
- b) A veces
- c) Nunca
- d) Muy pocas veces
- e) Casi siempre

7. **¿El hotel le otorgó opciones en su alimentación relacionadas con dietas o aspectos vegetarianos?**

- a) Muchas veces
- b) Pocas veces
- c) Nunca
- d) Siempre

8. **¿Recomienda usted el servicio de bebidas y alimentos de este hotel?**

- a) Sí
- b) No
- c) Tal vez
- d) No estoy seguro

9. **¿Qué le pareció el servicio enfocado a las bebidas que cuenta el hotel?**

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Deficiente
- d) Insatisfactorio

10. **¿Cuál es su apreciación final acerca del precio-calidad del servicio que ofrece este hotel?**

- a) Satisfecho
- b) Muy satisfecho
- c) Insatisfecho
- d) Muy insatisfecho



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS HUÉSPEDES DE LOS HOTELES CINCO ESTRELLAS DE MANTA

1. ¿Qué tipo de estándares enfocados a las Buenas Prácticas de Manufactura (Bpm) y sistema HACCP implementa el hotel para fortalecer la calidad en la preparación de las bebidas y alimentos?
2. ¿Cuál es el manejo del hotel para asegurar la frescura de sus productos y calidad de sus bebidas?
3. ¿Qué tipo de estrategias implementa el hotel para ofrecer un ambiente cómodo y eficiente a los huéspedes?
4. ¿En qué se basan para implementar variaciones en el menú y adaptarse a las necesidades de los huéspedes en el hotel?
5. ¿Qué mejoras a integrado el hotel con relación a la gestión de los alimentos y servicios de bebidas y como su implementación ha contribuido a la satisfacción de los huéspedes?
6. ¿Qué tipo de capacitaciones reciben para asegurar una atención eficiente y mejoras sustanciales en la calidad de sus alimentos y bebidas?
7. ¿Cómo detallan la selección de los proveedores y como justifican que cumpla con los estándares necesarios para la satisfacción de los clientes en el área de alimentos y bebidas?
8. ¿Cómo efectúa el hotel la gestión de inventarios con relación a la optimización de los productos y bebidas?

Instrumento de las entrevistas

Entrevista dirigida al encargado de área de alimentos y bebidas del hotel Poseidón

1. **¿Qué tipo de estándares enfocados a las Buenas Prácticas de Manufactura (Bpm) y sistema HACCP implementa el hotel para fortalecer la calidad en la preparación de las bebidas y alimentos?**

El hotel considera fundamental aplicar normas estrictas en el manejo de alimentos. Todos los colaboradores en el área de alimentos y bebidas reciben capacitación sobre el traslado, almacenamiento, y manipulación de los productos, asegurando que se respete el orden adecuado en su uso, lo que garantiza que el cliente reciba un producto en buen estado y fresco.

2. ¿Cuál es el manejo del hotel para asegurar la frescura de sus productos y calidad de sus bebidas?

El hotel realiza compras dos veces por semana para garantizar la frescura de los productos y evitar que pasen demasiado tiempo en almacenamiento, de esta manera, se minimizan las pérdidas y se asegura que los alimentos no caducarán o serán desperdiciados.

3. ¿Qué tipo de estrategias implementa el hotel para ofrecer un ambiente cómodo y eficiente a los huéspedes?

El personal capacitado juega un papel clave en crear un ambiente acogedor, desde la llegada al restaurante, los huéspedes son recibidos de manera cálida, lo que contribuye a que se sientan como en casa.

4. ¿En qué se basan para implementar variaciones en el menú y adaptarse a las necesidades de los huéspedes en el hotel?

El menú se evalúa principalmente en función de las preferencias de los clientes, para lo cual se toma en cuenta qué platos son más solicitados, así como las reseñas dejadas en la página web del hotel, asimismo se analiza el entorno, aprovechando la ubicación frente al mar para ofrecer productos frescos.

5. ¿Qué mejoras a integrado el hotel con relación a la gestión de los alimentos y servicios de bebidas y como su implementación ha contribuido a la satisfacción de los huéspedes?

El hotel mantiene los productos dentro de los rangos de temperatura adecuados, evitando la zona de peligro, consiguiendo obtener y mantener la frescura de los alimentos, lo que es reconocido positivamente por los clientes, especialmente en el caso de los mariscos.

6. ¿Qué tipo de capacitaciones reciben para asegurar una atención eficiente y mejoras sustanciales en la calidad de sus alimentos y bebidas?

Tanto el personal de cocina como el de servicio recibe capacitación cada vez que se introduce un nuevo plato o menú, lo cual es fundamental que todos conozcan los ingredientes, procedimientos y posibles alérgenos para ofrecer un servicio eficiente y seguro, adicional aquello, se realizan capacitaciones continuas sobre cómo mantener la frescura y presentación de los alimentos.

7. ¿Cómo detallan la selección de los proveedores y como justifican que cumpla con los estándares necesarios para la satisfacción de los clientes en el área de alimentos y bebidas?

Se realiza un análisis exhaustivo de los proveedores, verificando la frescura de los productos, las condiciones de traslado, y que se cumplan con los estándares de calidad requeridos, sin embargo, es importante destacar que en caso de que un producto no cumpla con estos estándares, se devuelve al proveedor y se solicita una corrección.

8. ¿Cómo efectúa el hotel la gestión de inventarios con relación a la optimización de los productos y bebidas?

Las compras se realizan de manera semanal o dos veces por semana, asegurando que los productos sean frescos y que no haya acumulación innecesaria en el inventario, esta gestión garantiza la optimización de los recursos y la calidad constante en los servicios ofrecidos

Entrevista dirigida al encargado de área de alimentos y bebidas del hotel Sail Plaza

1. ¿Qué tipo de estándares enfocados a las Buenas Prácticas de Manufactura (Bpm) y sistema HACCP implementa el hotel para fortalecer la calidad en la preparación de las bebidas y alimentos?

El hotel, clasificado como cinco estrellas, maneja dos tipos de ocupación: eventos y huéspedes, donde para cada área, se asigna un chef de partida y un chef general, los cuales mantienen una estricta organización para evitar la contaminación cruzada, separando la cocina de los eventos de la de los huéspedes, asimismo en la cocina, se aplican normas básicas como el uso de mallas en el cabello y una vestimenta adecuada. Si algún miembro del personal no cumple con las condiciones físicas o de higiene, no se le permite trabajar, aunado a aquello, se cuenta con cocinas frías y calientes, y cada área tiene sus propios cuartos fríos para evitar la contaminación de productos crudos y cocidos, con la finalidad de mantener un correcto funcionamiento para asegurar la satisfacción del cliente.

2. ¿Cuál es el manejo del hotel para asegurar la frescura de sus productos y calidad de sus bebidas?

Se realizan pedidos de productos frescos semanalmente, evitando que los productos de verduras y otros ingredientes permanezcan más de una semana en el hotel, sin embargo, si algún producto no se utiliza en ese período, se devuelve al proveedor, asimismo en cuanto a las bebidas,

también se hacen pedidos semanales, verificando siempre la fecha de caducidad, no obstante, si se acerca la caducidad, el proveedor realiza un cambio para mantener la calidad del servicio.

3. ¿Qué tipo de estrategias implementa el hotel para ofrecer un ambiente cómodo y eficiente a los huéspedes?

El hotel cuenta con diversas facilidades como spa, piscina, y gimnasio, las cuales son mantenidas en óptimo estado, incluso cuando no hay huéspedes, así como también con personal de mantenimiento, ama de llaves, y equipo de limpieza se aseguran de que todas las áreas estén listas para su uso en cualquier momento, contribuyendo a una experiencia cómoda y eficiente para los huéspedes.

4. ¿En qué se basan para implementar variaciones en el menú y adaptarse a las necesidades de los huéspedes en el hotel?

Las variaciones en el menú se basan en las recomendaciones de los clientes, obtenidas a través de la página web del hotel o durante los eventos, sin embargo, se consideran solicitudes especiales, como menús vegetarianos o dietas específicas, y se realizan estudios de costos antes de implementar cualquier cambio, y al mismo tiempo, se evalúan las reseñas de los clientes son clave para hacer ajustes y ofrecer opciones que satisfagan sus preferencias.

5. ¿Qué mejoras a integrado el hotel con relación a la gestión de los alimentos y servicios de bebidas y como su implementación ha contribuido a la satisfacción de los huéspedes?

Se han introducido más opciones de alimentos calientes en el desayuno, lo que ha generado reseñas positivas por parte de los huéspedes, asimismo se ha contratado más personal para mejorar la atención y asistencia en los servicios ofrecidos.

6. ¿Qué tipo de capacitaciones reciben para asegurar una atención eficiente y mejoras sustanciales en la calidad de sus alimentos y bebidas?

El hotel realiza capacitaciones cada seis meses, donde participa, tanto el equipo de servicio como el de cocina reciben formación continua para mejorar la atención al cliente y la calidad de los alimentos, de la misma forma, se imparten charlas y se estudian nuevos menús, asegurando que todo el personal esté familiarizado con los cambios semanalmente, y al mismo tiempo, se presenta una especialidad del chef, que es evaluada tanto por el equipo como por los huéspedes.

7. ¿Cómo detallan la selección de los proveedores y como justifican que cumpla con los estándares necesarios para la satisfacción de los clientes en el área de alimentos y bebidas?

Se realizan pruebas de los productos ofrecidos por los proveedores, donde el chef solicita los insumos necesarios, los cuales son evaluados en función de su rendimiento y durabilidad, y de esta forma, luego de una semana de pruebas, se decide si el proveedor cumple con los estándares requeridos para asegurar la calidad en el servicio.

8. ¿Cómo efectúa el hotel la gestión de inventarios con relación a la optimización de los productos y bebidas?

El objetivo del manejo de inventarios es evitar que queden productos caducados, para lo cual se procura que los productos se roten continuamente y se utilicen en el siguiente evento, si es posible se asigna a una persona la responsabilidad de asegurarse de que los productos en riesgo de quedarse sin usar se utilicen a tiempo, optimizando así los recursos del hotel.

Fotográfico

Entrevista al encargado del área de servicios de alimentos y bebidas del Hotel Poseidón de la ciudad de Manta.



Entrevista al encargado del área de servicios de alimentos y bebidas del Hotel Sail Plaza

