



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
FACULTAD DE EDUCACIÓN, TURISMO, ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA.

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADOS EN HOSPITALIDAD Y HOTELERIA

TEMA:

“CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN ESTABLECIMIENTOS
GASTRONOMÍCOS EN SECTOR BARBASQUILLO, MANTA, 2024”

AUTORES:

BASURTO ZAMBRANO GEMA YOMELY.

TOALA PLUA JOSE MANUEL.

TUTOR:

LCDA. ALAVA ZAMBRANO MARIA ROSARIO, MG.

MANTA – MANABÍ - ECUADOR

2024

 Uleam UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ	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 TOALA PLUA JOSE MANUEL, legalmente matriculado en la carrera de HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA, período académico 2024-2025(2), cumpliendo el total de **384 horas**, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es "*CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN ESTABLECIMIENTOS GASTRONOMÍCOS EN SECTOR BARBASQUILLO, 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

	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 de la estudiante BASURTO ZAMBRANO GEMA YOMELY, legalmente matriculada en la carrera de HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA, período académico 20242025(2), cumpliendo el total de **384 horas**, cuyo tema del proyecto o núcleo problemático es "*CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN ESTABLECIMIENTOS GASTRONOMÍCOS EN SECTOR BARBASQUILLO, 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

APROBACIÓN DEL TRABAJO

El tribunal evaluador certifica:

El presente trabajo titulado como "Calidad del servicio al cliente en establecimientos Gastronómicos En Sector Barbasquillo, Manta, 2024"

Ha cumplido con los requisitos académicos exigidos por el reglamento de Régimen académico por los estudiantes Tóala Plúa José Manuel y Basurto Zambrano Gema Yomely. 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.



Dra. Beatriz Moreira Macías.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Lic. Marco Durán Vasco.
MIEMBRO TRIBUNAL

Dra. Natacha Diaz Rodríguez.

MIEMBRO TRIBUNAL

Lcda. María Álava Zambrano.
DOCENTE TUTORA

Basurto Zambrano Gema Yomely.

ESTUDIANTE.

Tóala Plúa José Manuel.

ESTUDIANTE.

GRADUADOS
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 los autores, por tal motivo se exhortan a dar los respectivos créditos.

Gema Basurto

Gema Yomely Basurto Zambrano.

CI: 1314856467



José Manuel Toala Plua.

CI: 1316499431

DEDICATORIA

El presente proyecto de investigación se lo dedico a varias personas, primero a mis padres, Juana Quiroz y Manuel Tóala, quienes desde un principio me ayudaron durante este largo camino, animando a superando los obstáculos más complicados que me pusieron a prueba para llegar hasta donde estoy.

A mi tía Martha Quiroz y Sara Constante que desde mi niñez me educaron con todo el amor a pesar de mis defectos en ser alguien reservado, y enseñarme que todos los seres humanos contamos con un corazón de oro a pesar de no demostrarlo desde el exterior de uno mismo.

A mis hermanas Sara Tóala y Melissa Tóala por iluminarme el camino cuando más las necesitaba presentes y celebrar conmigo mis pequeños triunfos con una encantadora sonrisa.

También a mis amigos, con quienes desarrolle lazos inquebrantables durante esta etapa de nuestra vida, les agradezco por creer en mí y en esas fantásticas aventuras que tuvimos juntos, además, espero que en este nuevo capítulo de nuestra vida podamos crear nuevos recuerdos inolvidables como el grupo unido que somos. Y por último le dedico este trabajo a mi tutora la licenciada Rosario Álava por todo su apoyo y tiempo, que me ayudaron a enriquecer mis conocimientos que me ayudaran para ser un auténtico profesional.

Autor

José Manuel Tóala Plúa

Primero quisiera dedicar esta tesis a Dios, por haberme dado la capacidad de continuar a pesar de los obstáculos, por gestionarme a mí misma, por la fuerza y la sabiduría necesaria para permitirme culminar este logro tan importante para mí y de esta forma poder lograr mis sueños.

De esta manera, quiero dedicar también esta tesis a mis padres, Luis Basurto y Dolores Zambrano, debido a que ellos son mi pilar fundamental para lograr cada uno de mis propósitos, además, por sus consejos, paciencia y apoyo incondicional que han tenido en mí siempre, por ende, todo lo que soy es gracias a ellos y son tan merecedores de este triunfo.

También se la quiero dedicar a mi hermano Luigi Josué y a mi hermana Génesis Yomara, ya que siempre he contado con el cariño y apoyo de parte de ellos, para ser una mejor persona, tanto en lo personal como en lo profesional y hacerles saber que este logro también es de ustedes.

De la misma forma, a mis sobrinas y sobrinos, por quienes también yo quisiera ser una mejor persona día a día y un buen ejemplo para ellos, brindarles lo necesario en sus vidas y enseñándoles muchos valores de los cuales me educaron a mí, haciéndoles saber que su tía estará para ellos siempre y que puedan contar conmigo en todo momento, así sea que me tengan a la distancia.

Y finalmente, a mí, por no rendirme y tener las fuerzas para continuar en ocasiones donde simplemente no había ganas de hacerlo, sin embargo, lo hice y me siento orgullosa de aquello. Así mismo, a cada una de las personas que de cierta forma aportaron y estuvieron para mí en todo momento.

Autora

Gema Yomely Basurto Zambrano

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a dios por haberme dado la oportunidad de enriquecer mis conocimientos durante esta etapa de mi vida, además, de haberme ayudado a concluir con éxito, mis estudios en la educación superior, y prometo aprovechar al máximo las herramientas que se me han entregado para lograr mis metas en esta nueva etapa de mi vida.

También doy gracias a mis padres por haberme apoyado, animado y enseñado valores para convertirme en la persona que soy ahora. Igualmente agradezco a mis hermanas por ser ese hombro que me ha ayudado a animarme durante los momentos más difíciles.

Al resto de mis familiares por haberme compartido conocimientos cuando tenía duda, y a mi tutora ñor ayudarme durante este proceso de titulación.

Autor

José Manuel Tóala Plúa

Doy las gracias primero a Dios por haberme dado los conocimientos necesarios para poder culminar mi carrera universitaria y de esta forma lograr ser una muy buena profesional, demostrando mis habilidades para seguir creciendo, tanto personalmente como profesionalmente en esta nueva etapa de mi vida.

De la misma forma, agradezco también a mis padres, por brindarme ese apoyo incondicional y muy importante para mí en todo momento.

También a mis hermanos, por su cariño, confianza y apoyo incondicional, a mis sobrinas y sobrinos, por ser en varias ocasiones mis ganas de continuar, a mi cuñada, cuñado, amigos y amigas, porque de cierta forma, han aportado en todo este tiempo de mi vida para poder terminar mis estudios.

Y, por último, le agradezco también a mi tutora Rosario Álava, por brindarme todo su apoyo y tiempo en todos estos meses, los cuales me ayudaron a fortalecer mucho más mis conocimientos.

Gracias familia por ser mi motor a todo...

Gracias de corazón a todos.

Autora

Gema Yomely Basurto Zambrano

RESUMEN

La presente investigación se trata de un estudio sobre la calidad del servicio y como esta ha influido la satisfacción del cliente en los establecimientos gastronómicos. Con el propósito de determinar sus fortalezas y debilidades, además de analizar y evaluar la presencia de reglamentos de calidad para un mejor desempeño laboral para beneficio de los restaurantes.

En este trabajo se utilizaron los métodos inductivos, deductivos, descriptivos, y exploratoria, que fueron útiles para utilizar la herramienta de recolección de información mixta para la elaboración de cuestionarios de preguntas cerradas siendo ésta las encuestas encaminadas a los sujetos de estudio que se encuentran dentro del área, y cerradas para las entrevistas dirigidas a los administradores. Y fichas de observación para evaluar los establecimientos tomando en cuenta ítems como seguridad, ubicación, menú, presentación, calidad.

Los resultados que se presentaron en este trabajo, manifiestan que estos restaurantes cuentan con más fortalezas que debilidades, ya que, éstos mismos han aplicado los reglamentos de calidad necesarios para una decente calidad de servicio, por ende, los trabajadores están capacitados para atender satisfactoriamente al cliente, a excepción de los nuevos quienes necesitan ser guiados por un veterano. Además, los consumidores han confirmado que la calidad de los alimentos y los precios son aceptables. Y como conclusión, se confirma que la calidad del servicio ha tenido un alto impacto gracias al buen trato que se le han otorgado a los comensales, con la ayuda de las herramientas para así otorgar enriquecedoras experiencias, confirmando así las hipótesis que fueron elaboradas.

Palabras clave: cliente, calidad, establecimiento, atención, Barbasquillo

ABSTRACT

This research is about a study of service quality and how it has influenced customer satisfaction in gastronomic establishments. The purpose was to determine their strengths and weaknesses, as well as to analyze and evaluate the presence of quality regulations for better work performance for the benefit of restaurants.

In this work, inductive, deductive, descriptive, and exploratory methods were used, which were useful to use the mixed information collection tool for the development of closed-question questionnaires, which were surveys directed to the study subjects who are within the area, and closed-question questionnaires for interviews directed to managers. And observation sheets to evaluate the establishments taking into account items such as security, location, menu, presentation, quality.

The results presented in this work show that these restaurants have more strengths than weaknesses, since they have applied the quality regulations necessary for a decent quality of service, therefore, the workers are trained to satisfactorily serve the customer, except for the new ones who need to be guided by a veteran. In addition, consumers have confirmed that the quality of the food and the prices are acceptable. And as a conclusion, it is confirmed that the quality of the service has had a high impact thanks to the good treatment that has been given to the diners, with the help of the tools to provide enriching experiences, thus confirming the hypotheses that were developed.

Keywords: customer, quality, establishment, service, Barbasquillo

INDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
JUSTIFICACIÓN	4
CONTEXTO DEL PROBLEMA	5
OBJETIVOS	16
Objetivo general.....	16
Objetivos específicos.....	16
CAPÍTULO I MARCO TEORICO O REFERENCIAL	17
1.1 Calidad de servicio.....	17
1.1.1 Enfoque de calidad.....	20
1.1.2 Sistemas de calidad.....	22
1.1.3 Procesos de calidad.....	23
1.1.4 Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)	23
1.1.5 Puntos críticos de control de calidad.....	24
1.1.6 Normas ISO.....	25
1.1.7 HACCP.....	25
1.2 Establecimientos gastronómicos.....	26
1.2.1 Organigrama de establecimiento Gastronómico	27
1.3 Ofertas gastronómicas.....	30
1.3.1 El Menú.....	32
1.3.2 Estudio de oferta gastronómica.....	33
1.4 Cliente.....	35
1.4.1 Perfil del cliente.	36

1.4.2 Satisfacción del cliente.....	37
CAPITULO II MARCO METODOLOGICO	39
2.1 Enfoques Metodológico.....	40
2.2 Métodos metodológicos.....	41
2.2.1 Método Inductivo – Deductivo.	41
2.2.2 Método descriptivo.....	42
2.2.3 Método exploratorio.....	43
2.3 Procesamiento de investigación.....	44
2.4 Descripción del área de estudio.	46
2.4.1 Ubicación.	46
2.5 Técnicas de recopilación de datos.....	46
2.5.1 Entrevista.....	46
2.5.2 Encuesta.	47
2.5.3 Ficha de observación.....	48
2.6 Población y muestra.....	49
2.7 Recopilación de información.	51
2.8 Operación de variables.....	53
CAPITULO III RESULTADOS Y DISCUSION.....	54
3.1 Encuesta: Análisis e interpretación de resultados.....	55
3.1.1 Análisis de las encuestas.	67
3.2 Entrevista: Análisis e interpretación.	69
3.2.1 Análisis de las entrevistas.	73
3.3 Ficha de observación: Análisis e interpretación.	74

3.3.1	Análisis de las fichas de observación.....	84
3.4	Puntos Fuertes y Débiles.....	85
3.5	FODA.....	86
3.6	Tabla de estrategias innovadoras.	87
CAPITULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		88
4.1	Conclusiones.....	88
4.2	Recomendaciones.	89
BIBLIOGRAFÍA.		90
ANEXOS		97

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Descripción de las funciones de los miembros principales de un establecimiento gastronómico.....	29
Tabla 2 Secuencia de actividades metodológicas	44
Tabla 3 Variables presentes en el estudio.	53
Tabla 4 Datos de la entrevista realizada dentro del establecimiento gastronómico. “Perderme Contigo”.....	69
Tabla 5 Datos de la entrevista realizada dentro del establecimiento gastronómico. “La Pata Gorda”	70
Tabla 6 Datos de la entrevista realizada dentro del establecimiento gastronómico. “Parole Napoletano”	72
Tabla 7 Ficha de Observación de Perderme Contigo.....	74
Tabla 8 Ficha de observación del Parole Napoletano	77
Tabla 9 Ficha de Observación de La Para Gorda.....	80
Tabla 10 Comparación de los puntos fuertes y débiles presentes en la investigación.....	85
Tabla 11 Matriz FODA	86
Tabla 12 Cuadro de estrategias para aumentar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en Barbasquillo.	87

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Diagrama de Ishikawa	6
Figura 2 Variables del estudio.	17
Figura 3 Calidad de Servicio	18
Figura 4 Factores principales en el servicio de calidad	20
Figura 5 Organigrama de un establecimiento gastronómico	28
Figura 6 Organigrama administrativo de un establecimiento Gastronómico	30
Figura 7 Ubicación del área de estudio, Sector Barbasquillo.	46
Figura 8 Genero de los encuestados realizados de forma virtual y presencial.	55
Figura 9 Resultados de los encuestados sobre la preferencia del coste de los productos y precios que se ofrecen dentro del establecimiento.	56
Figura 10 Resultados sobre la presencia de la comunicación por parte del personal dentro de los establecimientos gastronómicos en Barbasquillo.	57
Figura 11 Evaluación total de la atención al cliente de los trabajadores de los restaurantes.....	58
Figura 12 Total, de resultados sobre la experiencia en calidad que tuvieron los consumidores. 59	
Figura 13 Repuestas de los encuestados sobre la higiene del establecimiento desde su última visita.....	60
Figura 14 Resultados sobre las diferentes opiniones de los clientes en base a que la higiene es la imagen principal en la calidad de los productos que se ofrecen en los restaurantes.	61
Figura 15 Resultados basándose en el último platillo que consumieron los encuestados en su última visita en el establecimiento gastronómico.	62
Figura 16 Resultados sobre en como los encuestados evaluaron el menú del restaurante.	63
Figura 17 Resultados basándose en la calificación por parte de los encuestados sobre la decoración	

e interior de los restaurantes.....	64
Figura 18 Resultados de los encuestados sobre si ellos recomendarían el servicio del restaurante	65
Figura 19 Total, de respuestas sobre las opiniones de los clientes de los restaurantes del sector de Barbasquillo sobre si dentro del menú actual se debería de implementar un apartado solamente para preferencias veganas o vegetarianas.....	66
Figura 20 Tabulación de Perderme contigo.....	75
Figura 21 Total de la primera ficha de observación.....	76
Figura 22 Tabulación de Parole Napoletano.....	78
Figura 23 Total de la segunda ficha de observación.....	79
Figura 24 Tabulación de La pata gorda	81
Figura 25 Total de la tercera ficha de observación.....	82
Figura 26 Comparación de resultados.....	83

INTRODUCCIÓN

La calidad de servicio al cliente ha sido presentada en las últimas décadas como una efectiva herramienta que ha otorgado un gran potencial en garantizar el éxito a una empresa, dentro de los diferentes sectores que estos se desenvuelven siendo un establecimiento público o privado, presentándose a nivel nacional e internacional. Este mismo, se centra en entregar una experiencia extraordinaria al cliente, debido a la importancia que tiene, con la finalidad de satisfacer las necesidades y cumplir expectativas de aquellos individuos que esperan conseguir al momento de consumir o adquirir un producto o servicio a su elección.

Por lo tanto, al implementar esta estrategia no solamente garantiza un impactante desarrollo en la satisfacción del cliente, sino que también fortalecerá la propia lealtad y la reputación de la empresa, con la finalidad de destacar en el mercado competitivo donde esta se encuentre trabajando.

Aunque, no todos cuentan con la misma dicha, debido a que un pequeño porcentaje le ha costado conseguir la calidad de manera diferente a la de los demás, a causa de la falta de capacitación necesaria que debe de tener el personal que labura en las instalaciones, entre otras causas que se presentan como lo es la limitación de recursos, la falta de personal, y muchas más. En el presente, para solucionar estos inconvenientes se requiere la elaboración de programas de formación con acceso a las herramientas necesarias para competir a fin de obtener resultados positivos y conocer totalmente las tendencias basadas en las exigencias que manifiestan los propios consumidores.

Es importante que la calidad del servicio al cliente se aplique, porque esta da la posibilidad de producir competitividad, rentabilidad y autenticidad, con la intención de obtener un significativo importante para el bienestar de la empresa.

En resumen, la calidad siempre necesita sobrepasar los diferentes desafíos que se lleguen a presentar, para así fortalecer el desarrollo de la imagen de la empresa y lograr el éxito. (Salazar & Diaz, 2021).

La ciudad de Manta cuenta con un gran conocimiento de sus propias riquezas dentro de su territorio, destacando sus maravillosas playas y su asombrosa cultura, que combina las tradiciones más remotas con influencia contemporánea. Contando con habitantes de diferentes etnias siendo esto la mayoría de montubios y de la misma ciudad, quienes se encargan de ayudar a progresar el cantón gracias a la venta de mariscos y otros productos esenciales para alcanzar una buena imagen dentro y fuera del territorio. Además, el sector turístico del cantón Manta, cuenta con el principal puerto marítimo quien recibe anualmente una amplia cantidad de cruceros y turistas extranjeros de distintos países como Estados Unidos, México, Canadá, Colombia, China, y muchos más.

Además, los turistas esperan obtener diferentes productos locales para tenerlo como un pequeño recuerdo de su visita, como muchos de ellos destacan el sombrero de paja toquilla, debido a que es un gran impacto en la imagen de la cultura y tradiciones para el arte de los extranjeros. De la misma forma, la gastronomía en la ciudad, la cual cuenta con una gran variedad de platos tradiciones locales que se han ido conservando con el pasar de las generaciones, los mismos que han superado expectativas gracia a su excelente elaboración.

Es importante destacar que la calidad del producto o servicio que se ofrecen dentro del territorio, debe de cumplir siempre con los diferentes reglamentos establecidos para garantizar la satisfacción del cliente. Por ende, esto asegura la satisfacción del consumidor y dará como ventaja la fidelidad del mismo, además estos mismos recomendaran a un grupo de personas para que en un futuro se animen a probarlo, y de esta forma se logra contribuir en el desarrollo del cantón para convertirse en un destacado destino turístico al nivel nacional e internacional.

A su vez, su llegada al cantón cuenta con varias fortalezas y debilidades que han tenido un efecto dentro del territorio. Estos aspectos pueden llegar a variar, pero los más comunes han sido el económico, social y ambiental.

El cantón ha llegado a experimentar un desarrollo significativo por esta actividad que ha garantizado el crecimiento de la oferta de los servicios turísticos. También este ha causado varios debates sobre el correcto manejo para un crecimiento sostenible, con el fin, de poder ayudar al medio ambiente, para de esta forma garantizar que la economía cuenta con los beneficios necesarios para contribuir en su ayuda como también la estabilización de la propia demanda. Por lo tanto, el arribo de cruceros ha generado la oportunidad de fomentar una economía estable, sobrepasando los desafíos que son esenciales para obtener ventajas para así minimizar lo negativo.

Y por último, este presente trabajo de investigación tiene como objetivo estudiar la calidad del servicio al cliente presente dentro de los diferentes establecimientos gastronómicos ubicados en sector Barbasquillo, esto con el propósito de conocer varios puntos importantes que se deben de encontrar presentes dentro de estos locales, como el cumplimiento de normativas en referencia a la calidad, las Buenas Prácticas de manufactura, el servicio al cliente, la comunicación, el ambiente, la seguridad, su menú, entre otros puntos que serán respondidos durante la elaboración de este proyecto de tesis utilizando las correctas herramientas que nos pueda facilitar.

De este modo, los siguientes restaurantes que serán parte de este presente estudio son: La Pata Gorda, Perderme contigo, y el Parole Napoletano.

JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo, anhela realizar un análisis para exponer los puntos fuertes y débiles que se presentan dentro de los establecimientos que están ubicados en el sector Barbasquillo, utilizando las correctas herramientas para la recopilación de datos, para así poder evaluar varios aspectos presentes actualmente como lo son los precios, los productos, la calidad, la higiene, el desempeño laboral y la seguridad. Adicionalmente a esto, la presente investigación se profundizará con la ayuda de los responsables que están a cargo ya sean los administradores, gerentes o dueños, los cuales se verían también de cierta forma beneficiados, sin embargo, se averiguará varios puntos esenciales como las buenas prácticas de manufactura, la solución de problemas notificados por los comensales, la presencia de un buen menú y dando a conocer la calidad de los alimentos.

Este trabajo de investigación es relevante debido a la importancia que se ve en el ámbito turístico, ya que Manta es una ciudad de muchos visitantes lo cual brinda oportunidades a la sociedad en poder destacar un mercado competitivo, en crear una impresión a los visitantes referente a la calidad de los restaurantes de la ciudad, así mismo, contribuyendo al desarrollo económico y de esta forma obteniendo buenas recomendaciones para una buena mejora en el turismo sostenible.

De esta forma se logrará adquirir los resultados en los cuales se manifestará la influencia que ha tenido los establecimientos gastronómicos durante esta temporada, basados principalmente en la calidad del servicio y satisfacción del cliente, para un excelente manejo dentro de estos establecimientos con el propósito de brindar experiencias enriquecedoras a los consumidores.

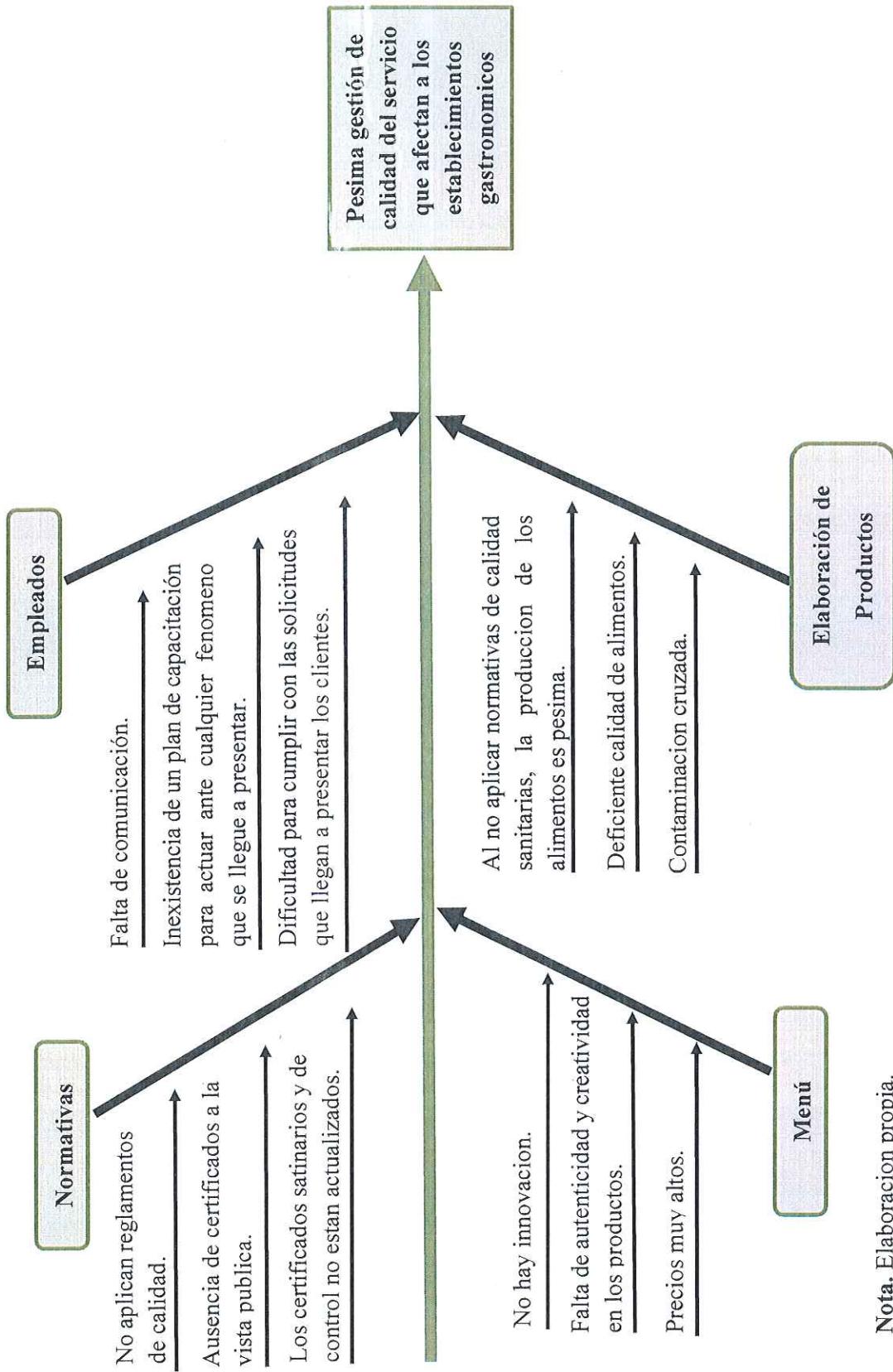
CONTEXTO DEL PROBLEMA

En los últimos años dentro de la ciudad de Manta, se ha presentado en los diferentes establecimientos gastronómicos de distintos sectores una ineficiente calidad del servicio al cliente por la falta de capacitaciones laborales en las técnicas de manipulación al alimento, en las malas prácticas de manufacturas, en atención al cliente, entre otros, debido a que todo es muy importante para la satisfacción y fidelización del cliente, la reputación del establecimiento y el incremento en las ventas, por lo tanto, la calidad del servicio es un pilar fundamental para el éxito de un restaurante, ya que no solo atrae y retiene clientes, sino que también la fortalece.

El sector de Barbasquillo ubicado en el cantón Manta, ha experimentado un desarrollo significativo en los últimos años debido a varias inversiones que se han dado, tanto locales, nacionales y extranjeras. Este crecimiento en la ciudad ha generado empleo, ingresos económicos y mayor actividad turística. Esta zona se ha convertido en un importante destino de recreación, gracias a la construcción de hoteles de lujo, plazas comerciales, centros culturales, restaurantes y sitios deportivos, entre otras áreas (Vélez, 2023).

Por ende, el siguiente estudio tiene como objetivo verificar si los establecimientos gastronómicos están aplicando correctamente la calidad del servicio, además de identificar si está influyendo satisfactoriamente. Este mismo, tiene como objeto poder diferenciarse del resto de los sectores que están presentes en la ciudad. Porque es importante, que cuente con los reglamentos requeridos para ser manejados correcta por parte de los trabajadores y administradores. De lo contrario, si no se aplican, se manifestará una pésima gestión, además, las autoridades se verán forzadas a tomar la decisión de clausurarlo debido a la falta de papeles importantes y normativas de control, sanidad, y calidad.

Figura 1 Diagrama de Ishikawa



Nota. Elaboración propia.

Problema principal.

Falta de normativas esenciales para un perfecto control de la calidad del servicio dentro de los establecimientos gastronómicos. Por ende, esto causa desventajas desfavorables como la insuficiente formación de los trabajadores, mala comunicación con los clientes, ausencia de las buenas prácticas manufaturadas, pésima elaboración de los productos, pérdidas de ingresos, y muchos más que afectan la imagen del local.

Definición del Problema.

¿La calidad del servicio al cliente se está aplicando satisfactoriamente en los establecimientos gastronómicos en el sector Barbasquillo?

Objeto de la investigación.

Análisis de las ventajas y desventajas presentes en la calidad de servicio al cliente en los restaurantes ubicados en el sector Barbasquillo del cantón Manta.

Campo de acción.

El campo de acción serán los establecimientos gastronómicos del sector Barbasquillo presente en el cantón Manta. Esta abarcara una investigación sobre la influencia que ha tenido la calidad del servicio.

Variable Independiente.

Calidad de servicio.

Variable Dependiente.

Establecimientos Gastronómicos.

Cliente.

Hipótesis

Hipótesis Empírica

La calidad del servicio al cliente que se encuentra dentro de los diferentes establecimientos gastronómicos, cuenta con las herramientas adecuadas para ofrecer una atención enriquecedora que garantiza experiencias inolvidables y satisfactorias, beneficiando así el sector turístico y hotelero del Cantón.

Hipótesis Estadística

La calidad del servicio que está presente en los diferentes restaurantes del sector, ha otorgado un buen trato a sus clientes dentro de sus instalaciones y fuera de estos, cumpliendo adecuadamente, con los requerimientos y expectativas sin ningún problema.

OBJETIVOS

Objetivo general.

- ✓ Analizar la calidad del servicio en los establecimientos gastronómicos del sector Barbasquillo, y su impacto en la satisfacción del cliente.

Objetivos específicos.

- ✓ Evaluar si se aplican reglamentos de calidad como la normas ISO en los restaurantes objeto de estudio para beneficio tanto de la oferta como la demanda.
- ✓ Realizar un análisis exhaustivo del desempeño laboral de los trabajadores presentes en los diferentes restaurantes dentro del sector Barbasquillo.
- ✓ Determinar las fortalezas y debilidades de los establecimientos gastronómicos ubicados en el área de estudio.
- ✓ Recomendar estrategias innovadoras adaptadas para la satisfacción del cliente.

CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL

El presente marco teórico contara con las cuatro principales variables que son esenciales para esta investigación.

Figura 2 Variables del estudio.



Nota. Elaboración propia.

1.1 Calidad de servicio.

La calidad del servicio al cliente se trata de una pieza importante que ha llegado a ser relevante dentro del turismo, pues esta ha otorgado un alto impacto en todas las empresas y negocios como público y privado, en las distintas áreas que esta pueda llegar a presentarse. Con el propósito de asegurar por completo la satisfacción de necesidades y exceptivas que son anunciadas por los clientes al momento de consumir un producto. Por esta razón, para ejecutarlo es necesario elaborar estrategias que lleguen a ser adecuadas para obtener resultados positivos para su progreso, la capacitación ha sido uno de estas, que han otorgado herramientas valiosas para ponerlo a prueba en diferentes puntos como la toma de decisiones, el trabajo en equipo, y encuestas virtuales u presenciales para conocer al público objetivo.

Por lo tanto, una correcta distribución dentro de un establecimiento u empresa garantiza el incremento de los clientes, fidelización de estos mismos, y demás, adicionalmente, es importante tomar en cuenta que una “organización debe de entender que la calidad se presenta hoy día como resultado de la buena gestión de la empresa y que esto tiene una importancia estratégica para su

consolidación.” (Romani, Romani, & Roque, 2023, p.74)

Por ende, la calidad del servicio dentro del sector turístico se debe de ponerse en marcha cuando arriben visitantes nacionales y extranjeros en los diferentes establecimientos, siendo esto, los restaurantes, hoteles, moteles, casa de huéspedes, entre muchos más. En consecuencia, “hay diversas herramientas disponibles para cerciorarse de la satisfacción del cliente, lo que a su vez proporciona credibilidad y calidad a dichas herramientas” (Hernandez, 2018, citado por Ramos & López, 2023, p.33)

En la siguiente figura indica los pasos que se deben de seguir para alcanzar la efectividad de un servicio de calidad.

Figura 3 Calidad de Servicio



Nota. Adaptado de La eficiencia de la calidad de servicio al cliente de las entidades financieras (p.74), por Romani, Romani, & Roque, 2023, CIDE S.A.C. a partir de Horovitz, 1990.

En la actualidad, cuando se hace referencia a la entrega de un servicio de calidad de primera, un gran número de negocios luchan entre ellos con la intención de que uno destaque con una mayor demanda para así estar por encima de los demás. A pesar de ello, se hallan un pequeño

porcentaje de negocios que no lo toman interés, por lo tanto, esto ocasiona la perdida en las ganancias, dando como resultado la decadencia de este hasta el punto de llegar a la quiebra sin ninguna posibilidad de solucionarlo. Por esta razón, se debe de tomar las decisiones correctas para conocer su situación actual en la entrega de un servicio de calidad y como este se desenvuelve dentro del negocio.

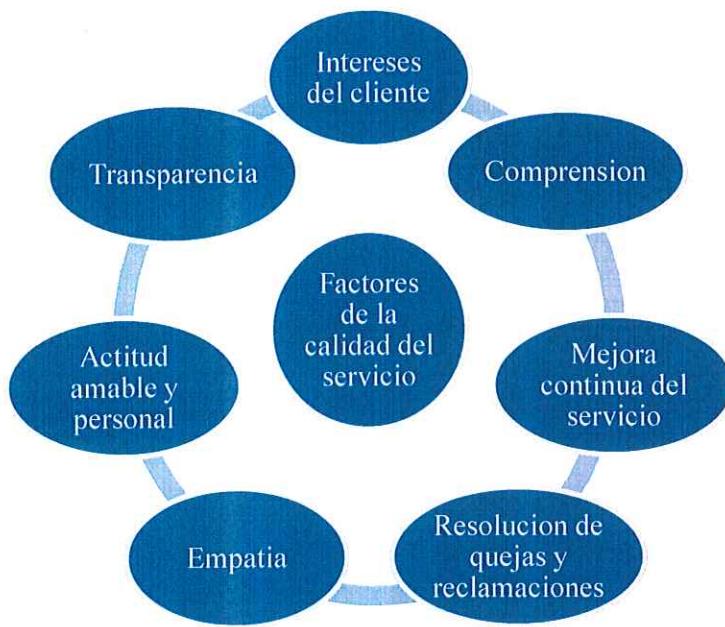
Así pues, la calidad de servicio al cliente es primordial porque "debe ser gestionado con la finalidad de asegurar la calidad de los servicios constituyéndose en una herramienta valiosa por varios motivos, por un lado, permite asegurar la calidad del producto o servicio ofrecido por la empresa" (Lino, Martínez, & Macías, 2022, p. 1399)

Esta industria ha manifestado que administrar una impecable práctica en la calidad de servicio, puede atraer ventajas siendo esto algunos como la más destacable, la propia satisfacción, donde se considera a las necesidades como un beneficio dentro de la competitividad gracias a la innovación que esta pueda llegar a realizar, como el aumento de la propia reputación e incremento de imagen para así atraer clientes.

En el sector turístico y hotelero de Ecuador, exactamente en los establecimientos de alimentos y bebidas, la oferta de un producto o servicio de calidad es un arma de doble filo que ha contribuido en adquirir una alta demanda gracias a la enriquecedora gastronomía que esta representa los ecuatorianos basados en las diferentes cuatro regiones conocidas como Costa, Sierra, Oriente e Insular. Para la elaboración de estos platos tradicionales la mayoría de locales requieren materia prima de alta calidad, esto con la finalidad de deleitar los paladares más exigentes al momento de ser degustado. Por eso, la calidad de servicio al nivel nacional es importante, ya que esta se trata de un instrumento necesario para adaptarse a las necesidades, esto

con el objetivo de alcanzar los logros que se esperan conseguir dentro del negocio.

Figura 4 Factores principales en el servicio de calidad



Nota. Adaptado de Calidad del servicio y satisfacción del cliente. El caso del mantenimiento vehicular liviano (p.3), por Bimboza, J; Cárdenas L; & Macheno M, 2023, ISSN.

1.1.1 Enfoque de calidad.

La excelencia es una aspiración que se ha seguido desde sus comienzos, aquello se trata de un conjunto de prácticas que fueron distribuidas en distintos niveles, necesarios para lograr un único objetivo. Como por ejemplo los seres humanos, estos cuentan con capacidades excepcionales que han sido necesarias para mejorar su alrededor ya sea dentro del sector o en su vida íntima. Por otra parte, cuando se hace referencia a calidad, esta cuenta con una identidad similar, esta se lo especifica como un punto trascendental en la venta de productos y servicios presentes dentro de una empresa a un precio establecido, para que de esta forma prevalezcan los

requerimientos de los clientes.

Por lo tanto, el enfoque de calidad no se trata solamente de entregar un producto o servicio de cualidades inimaginables, al contrario, esta es referente a un instrumento irremplazable que respalda diferentes estrategias para la satisfacción del cliente, con la intención de alcanzar oportunidades para destacar por encima de los demás.

Además, el autor Caita (2023) menciona que es importante recordar que un enfoque de calidad es considerado como una metodología que tiene como propósito administrar y coordinar lo necesario para un determinado proceso, ya sea el producto o servicio presente en la organización. (Caita, 2023)

Actualmente en todo el mundo se halla un sistema que detalla la presencia de buen funcionamiento dentro de una organización, está arriesgándose para alcanzar una adecuada atribución considerable para mejorar el rendimiento, utilizando las adecuadas estrategias para cumplir con los requisitos necesarios de calidad. Por ende, con respecto a este contexto, las normas ISO como la 9001 o 14001, entre muchas más, han sido de mucho ayuda para millones de locales alrededor del mundo, que han permitido adquirir ventajas como el incremento de la productividad para así reducir el costo a los bienes del servicio que se proporciona al cliente.

En conclusión, un enfoque de calidad se trata de una herramienta que ha sido creada para liderar en una empresa con la ayuda de sus miembros y colaboradores, para que esta obtenga auténticos resultados favorables basadas en los requerimientos y expectativas que se lleguen a presentar.

1.1.2 Sistemas de calidad.

Un sistema de calidad llega a ser considerado como un conjunto de pautas que están únicamente enfocados en alcanzar un progreso continuo basadas en las prácticas de una organización o empresa, con la finalidad, de adquirir por completo la máxima calidad en los productos o servicios que estos mismos tienen presentes en sus instalaciones. Además, este trabajo se enfoca en la organización de las actividades que están constituidos para mejorar su capacidad operativa. En los años recientes, este tema ha presentado una secuencia de procesos sobre el control que deben de estar presentes durante la producción y gestión para evitar posibles fallos dentro de una organización. Actualmente existen cuatro pilares fundamentales para la gestión de la calidad, siendo estos Enfoque al cliente, Gestión por procesos, Mejora continua, y Consideración de riesgos.

En definitiva, estos pilares se efectúan para contribuir diversos beneficios empresariales, porque llevan al máximo la eficiencia y el control de los procesos, como la reducción de costes, fijación de direcciones, y satisfacción de necesidades. Es por este motivo que ayuda a impulsar la transmisión de confianza en las organizaciones, también, favorecer el incremento de la cantidad de los clientes y las ventas del negocio. (UNIFIKAS, 2023)

Por ende, para adquirir un impecable reconocimiento y credibilidad, es importante que se tome en cuenta esta herramienta, ya que llega a ser necesaria para comenzar hacer un seguimiento de los procesos que este mismo tiene, a fin de obtener resultados productivos que son requeridos para poder expandirse, siempre y cuando se tomen las decisiones correctas para evitar posibles problemas.

1.1.3 Procesos de calidad.

El proceso de calidad se trata de una serie de métodos que son establecidos para desarrollar las actividades requeridas para poner a prueba los estándares establecidos. Este se manifiesta cuando los colaboradores tienen el compromiso en verificar el cumplimiento de las normativas necesarias para ofrecer auténticas experiencias, y así crear relaciones exitosas entre los trabajadores, colaboradores, proveedores y clientes. Además, no basta con ofrecer un producto que cumpla con los estándares necesarios. Es esencial que los tiempos de entrega sean a tiempo, adicionalmente que estos mismos sean adecuados en cuanto al pago. Por ende, las empresas llegan a ser exitosas porque cuenta con un eficaz proceso de calidad, que se basa en una perspectiva integral que favorece al progreso de la competitividad para destacar. (Quiroa, 2021)

También esto implica establecer métodos para poder garantizar que las actividades se puedan cumplir con todos sus estándares, basándose en una cultura organizacional que fomenta el cumplimiento de las normativas y las relaciones exitosas que se pueden llegar a obtener dentro de una empresa con los que requieren de la calidad brindada, como lo son los colaboradores y los clientes, entre otros, debido también a el cumplimiento de un buen servicio posventa.

1.1.4 Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)

Las buenas prácticas de manufactura (BPM), son quienes garantizan la producción controlada de alimentos según los estándares de calidad, para así, de esta forma poder prevenir riesgos como lo es la contaminación, la adulteración o algún etiquetado incorrecto que pueda ocurrir. Además, también se puede lograr reducir perdidas y de esta forma tener cuidado de las empresas y de los consumidores (SafetyCulture, 2024).

De la misma forma, son principios que garantizan alimentos seguros mediante condiciones sanitarias correctas, minimizando riesgos en su fabricación y su distribución, debido a que estas

están desarrolladas por Codex Alimentarius, las cuales se les establece varias directrices para que las empresas alimentarias puedan cumplir leyes y normas de higiene, demostrando de esta forma el cuidado al consumidor (Intedya, s.f.).

Las BPM son normas que protege la calidad y la seguridad de todos los productos, ya que de esta forma les ayuda a prevenir riesgos. Además, también protege la salud del consumidor mientras se esté cumpliendo correctamente con todas las normativas, y de esta manera también pueden mejorar la eficiencia y la reputación empresarial para que llegue a ser una empresa exitosa.

1.1.5 Puntos críticos de control de calidad.

Un punto crítico de control es un periodo que se cumple en el proceso de producción alimentaria, en la cual donde llega a suceder una falla del equipo o algún error de cualquier persona que se vea involucrada en el momento, podría ocasionar la contaminación de los alimentos y esto afectaría gravemente, tanto para la salud de los clientes como en la reputación de la empresa. Por ello, es de mucha importancia evitar que los alimentos permanezcan en zonas que puedan ser peligrosas para el alimento durante más tiempo del establecido (Upkeep, s.f.).

Por otra parte, para poder identificar los puntos críticos de control PPC, se usa un enfoque mucho más lógico y sistemático como un árbol de decisiones, lo cual este se realiza cuando analiza algún peligro detectado; este método consiste en hacer varias preguntas para verificar si el peligro puede ser controlado. De esta forma, se asegura que los peligros sean evaluados de manera más efectiva para poder garantizar la seguridad alimentaria (GrupoACMS, s.f.).

Los PPC son etapas importantes en un proceso donde se puedan establecer las medidas adecuadas para lograr asegurar la seguridad y la calidad del producto. Así mismo, su correcta gestión empleada es muy fundamental para evitar riesgos y de esta forma cumplir con las normas

establecidas.

1.1.6 Normas ISO.

Las normas ISO son estándares internacionales los cuales están diseñados para ayudar a las empresas a obtener igualdad en las gestiones, en los servicios y en el desarrollo de los productos, para de esta forma lograr garantizar la eficiencia y la calidad en la industria, debido a que la ISO es una organización no gubernamental, teniendo sede en Ginebra, Suiza, las cuales reúne a 164 países y cuenta con 781 comités técnicos (Global Suite solutions, 2023).

Además, las normas ISO ayudan a las empresas a reducir costos y a mejorar el control mediante las normativas. Por otro lado, obtener certificaciones ISO brinda un sello de respaldo para los consumidores, ya que las ISO tienen varios beneficios como ayudar a garantizar la calidad de los productos y servicios, también mejora la reputación de la marca con los clientes y los proveedores y contribuye a lograr el proceso de mejora continua, entre otros (UNIFIKAS, 2023).

Esta norma y otras, están completamente diseñadas para poder garantizar la calidad a todos los productos que se puedan requerir, estas son también reconocidas por organizaciones de todo el mundo con un sello de excelencia, ya que debido a esto los consumidores confían cada día más en esta norma y así la vuelve cada día mejor.

1.1.7 HACCP.

HACCP es un sistema de gestión de seguridad alimentaria que puede reconocer, analizar y dominar los peligros físicos, químicos y biológicos en las materias primas, debido a que estas normas se aplican en todas las etapas de la industria alimentaria, que se realiza desde la cosecha hasta la distribución, para que de esta forma el producto llegue en un buen estado (eurofins, 2024).

Las normas HACCP son muy importantes para proteger la salud pública, también para cumplir con las regulaciones y requisitos legales, así mismo, para mejorar la calidad y la confianza del consumidor, debido a que estas normas permiten que las empresas cumplan con su enfoque y además les permite obtener una eficiencia operativa y una mejora continua (LSQA, 2023).

Estas normas garantizan la seguridad alimenticia y es de mucha utilidad para prevenir riesgos con los consumidores y asegurar que los productos alimenticios sean seguros para el consumo diario.

1.2 Establecimientos gastronómicos.

La calidad del servicio en los últimos años se ha vuelto en una poderosa herramienta que ha sido aplicada en todas las empresas, organizaciones, y establecimientos en todo el mundo. Sobre la gastronomía, este elemento no se queda atrás, pues esta práctica al ser una de las más representativas en reflejar la cultura por medio de los alimentos, esta se ocupa en aportar riquezas en la diversidad de productos que son elaborados para ser otorgados a un grupo de personas en particular.

Como resultado, Cabrera (2023) manifiesta que los establecimientos gastronómicos se tratan de un espacio público donde se lleva a cabo el servicio de la entrega de alimentos y bebidas dirigido a los clientes que ingresan al lugar, estos contando con un ambiente armonioso a diferencia de otros sitios como los bares ya que son muy ruidosos. (Cabrera, 2023)

Por esta razón, un establecimiento gastronómico se trata de una entidad dedicada a la producción de alimentos para su indispensable adquisición para su consumo por parte de un grupo de personas. Por ende, esta área es el encargado de entregar calidad en sus platos recién elaborados,

además, este mismo ha creado estrategias esenciales con la ayuda de reglamentos para cumplir con todos los estándares que son necesarios para entregar una total transparencia en la cordialidad con el cliente.

Al nivel nacional, dentro de la provincia de Manabí, en el cantón Manta la actividad turística y hotelera ha sido uno de las fortalezas que ha incremento la economía de la población, gracias al desplazamiento de turistas nacionales y extranjeros, quienes han tenido la oportunidad de consumir y pagar los productos que son representados como un arte culinario de la identidad de los propios habitantes. Por ende, estos fueron preparados con diferentes alimentos que representan el mar y la tierra que se encuentra en la primera región del Ecuador siendo esta la costa, todo esto con la finalidad de entregar manjares de calidad. Por lo tanto, los establecimientos gastronómicos se han encargado de enriquecer el territorio con fines económicos y culturales, durante las temporadas altas y bajas donde se aprovecha más en fechas significativas de la temporada.

1.2.1 Organigrama de establecimiento Gastronómico

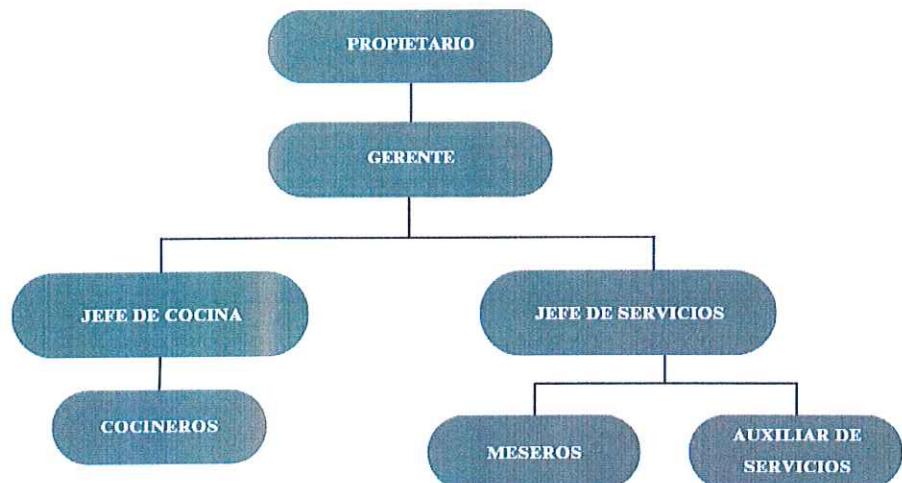
Un organigrama se trata de un instrumento que permite representar mediante un gráfico una estructura interna que está presente en una organización, donde se exponen el papel y los grupos de colaboradores que estos conforman en los distintos departamentos, esto fue diseñado para entenderlo de manera clara, precisa, y rápida. (Herrera, 2022) Así mismo, esta puede nombrar los representantes de un área con su respectiva función de una forma ordenada, esto garantizando una presentación simple pero completa y profesional.

Los establecimientos gastronómicos que fueron seleccionados para el avance de este

trabajo, necesario para identificar los puntos fuertes y débiles que describen la calidad del servicio, elaboración de platos, además de la atención, son el Parole Napoletano, La Pata Gorda, y Perderme contigo. Estos locales y otros, que están ubicados en el área de la restauración son los principales responsables en producir una mayor demanda dentro del cantón Manta para el desarrollo turístico del mismo.

La siguiente Figura, manifiesta el primer organigrama de un establecimiento gastronómico, donde se visualiza el papel que son representados por personas físicas en las diferentes áreas que estos se encuentran durante su hora laboral.

Figura 5 Organigrama de un establecimiento gastronómico



Nota. Adaptado de Modelo de negocio para la puesta en valor del turismo gastronómico en el Cantón Portoviejo-Ecuador (p.47), por Alcivar & Muñoz, 2023, a partir de Intriago, G, 2022.

El presente organigrama manifiesta las principales estructuras que cuenta un establecimiento gastronómico, siendo estos Propietario, gerente general, jefe de cocina, jefe de servicios, cocinero, meseros y auxiliar de servicios. Por ende, la siguiente tabla expondrá el rol

que cumple los miembros de un establecimiento gastronómico.

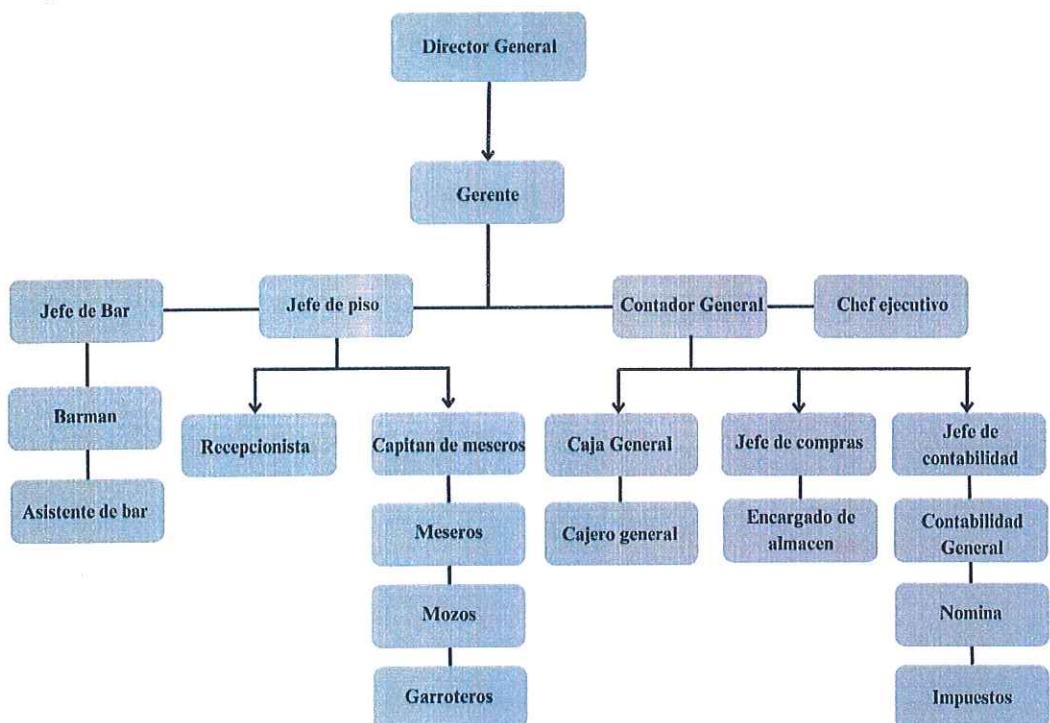
Tabla 1 Descripción de las funciones de los miembros principales de un establecimiento gastronómico.

Profesión	Descripción
Propietario	El propietario de un establecimiento gastronómico es el encargado de supervisar durante su visita como se encuentra el lugar. También su papel es recomendar y responder las solicitudes que manifiestan sus trabajadores.
Gerente general	A diferencia del propietario, el gerente general se ocupa del negocio y de toda la administración que se lleve a cabo.
Jefe de cocina	Es quien lidera todo el equipo de cocina, de igual modo está pendiente de cómo se desarrolla la elaboración de los productos que se ofrece en el establecimiento.
Cocinero	El cocinero se encarga de la preparación de los platillos que se han pedido por parte de los clientes, además de asegurar la calidad de estos, y mantener su puesto de trabajo impecable.
Jefe de servicios	Es quien se encarga de la supervisión del establecimiento, por otra parte, en el caso de los restaurantes, es quien se responsabiliza en verificar si todo funciona correctamente dentro del área de trabajo.
Meseros	Los meseros son los responsables en ofrecer un servicio de calidad, además es quien se encarga de dar la bienvenida y la toma del pedido. También, está pendiente a cualquier solicitud que se llegue a presentar en las mesas donde están presentes los consumidores.
Auxiliar de servicios	El auxiliar de servicio simplemente es quien se encarga de la limpieza y entre otros puntos importantes para mantener el orden dentro del establecimiento.

Nota. Elaboración propia por el autor.

La tabla presentada anteriormente, aclara que el organigrama enfocado a un establecimiento gastronómico, se trata un sistema estructurado que permite diferenciar las responsabilidades y funciones de cada profesional dentro de su respectiva área. Esto con el objetivo de que se presente una ejecución impecable en la organización para así asegurar la excelencia y alcanzar el éxito.

Figura 6 Organigrama administrativo de un establecimiento Gastronómico



Nota. Adaptado de (Carter, 2024)

1.3 Ofertas gastronómicas.

Para el autor Ortega (2022), dentro de su artículo web menciona que la oferta gastronómica se trata de un grupo basado en los platos gastronómicos que llegan a ser accesibles para los consumidores de un establecimiento. Por tal razón, es esencial que estos lleguen a ser representados como una propia identidad del lugar, ya que es el reflejo de la calidad, estilo y

diversidad culinaria. (Ortega, 2022)

Entonces, la oferta gastronómica aborda a un grupo derivado de establecimientos culinarios que están envueltos a la venta de alimentos en un lugar específico, presentes dentro de un sector hotelero o de la restauración contando con una mayor demanda. Es esencial, que los recursos presentes dentro del local, cumplan con un papel trascendental para que represente la oferta, a fin de cuentas, con la intención de que pueda desarrollarse como el causante de la alta calidad.

La oferta gastronómica se realiza en cualquier local dedicado solamente a la elaboración de alimentos y bebidas. Al mismo tiempo, esta se trata de una oferta que tiene como meta cumplir con los requisitos que lleguen a presentarse por parte de los clientes que tienen distintas preferencias siendo estas firmes y cambiantes, todo aquello, dependiendo de la temporalidad y cantidad de ingredientes que se tiene actualmente, para así no perder las expectativas que son necesarias para entregar experiencias de calidad. (Carvalho, 2022)

Por tanto, la oferta gastronómica ha contado con estrategias para solucionar las inquietudes que son manifestadas por los clientes, dado que, su objetivo principal es ofrecer experiencias inalcanzables, para así alcanzar el éxito en cualquier establecimiento gastronómico. Así mismo, Niquen (2022) señala que, dentro de estos lugares, la oferta cuenta con tres tipos de recursos, siendo estos, humano, físico, y económico. El primero abarca sobre la organización de los productos que son necesarios para su elaboración y su respectivo consumo, además, este mismo también se enfoca en atender las solicitudes que lleguen a presentar los clientes. La segunda se trata sobre la calidad de los materiales que deben estar presentes en un local, como utensilios, maquinaria, bodegas, frigoríficos, entre otros. Por último, el tercer recurso se basa únicamente en lo económico, esta se relaciona con la liquidez, la presencia de los socios, y las posibilidades de

adquisición de las ganancias. (López Benito, 2004, citado por Níquen, 2022)

1.3.1 El Menú.

El menú se trata de un listado totalmente detallado donde se refleja una extensa variedad de diferentes opciones que esperan ser entregados por el salonero a los comensales, cuando estos ingresen y se acomoden en el establecimiento. Esta herramienta, presenta distintas alternativas a elegir, variando el precio, por los diferentes materiales que son necesarios para su elaboración, aunque, estos pueden llegar a cambiar dependiendo de la temporada que se encontré, y de los materiales donde varia su calidad.

El presente tema, cuenta con tres categorías de menús principales, que llegan a ser esenciales para ponerlos en marcha dentro de un establecimiento gastronómico. El primer menú es referente al desayuno, el segundo se trata del almuerzo, y por último la cena. Al mismo tiempo, se enfatiza que el chef al ser quien lidera la cocina, es quien se encarga de planificar el menú, dependiendo siempre de varios elementos necesarios, como los ingredientes que están disponibles, la mano de obra, el tiempo que se requiere para la preparación de los platos. Todo esto con la intención de ayudar al establecimiento gastronómico en la adquisición de ganancias, incremento de reputación, y fidelización de clientes. (Johnson & Whiting, 2023)

Por consiguiente, el menú dentro de un establecimiento gastronómico siempre debe ser creativo y artístico visualmente, dado que no solo la elegancia y la creatividad deben presentarse dentro de este lugar, sino que también debe de estar vigente en la carta, e incluso en los mismos emplatados, debido a que este es el diamante que los simboliza como un sitio de calidad.

En Ecuador se exhibe una gran variedad de delicias culinarias que han sido reconocidos

como patrimonios culturales en las diferentes regiones del país. No obstante, la preparación de un menú es considerado complicado, puesto que se debe tomar en cuenta varios puntos, como la realización de un estudio a profundidad sobre los precio y costo de los ingredientes que llegan a ser exigidos, esto el propósito de adquirir resultados positivos.

El autor Jaramillo (2022) señala que es importante identificar los precios altos y bajos dentro de un menú, dado que estos pueden ser diseñados para una combinación única en los costos, para que estos mismos, al estar unidos, puedan desarrollarse. Estas al momento de adquirir resultados, obtienen la posibilidad de que puedan ser analizados, para así ser usados en la ingeniería de menús, siendo esta una estrategia que consiste en estudiar el balance que está presente en los productos de valor alto y bajo, así mismo, la presencia de este elemento ha sido favorable para el desarrollo de los establecimientos. (Jaramillo, 2022)

Por otra parte, la ingeniera de menús es esencial para el desarrollo de un establecimiento gastronómico, dado que este “ayudará a elegir los platos en la carta de pedidos del modo más rentable posible, si se detecta que uno de los platos no es rentable, se analiza el por qué y si interesa o no mantener esa circunstancia” (Garcia, 2023, p.11)

1.3.2 Estudio de oferta gastronómica.

El autor Blasco (2022), manifiesta que el cumplimiento de una intachable oferta gastronómica se ha vuelto una primordial clave dentro de un negocio, esto con el objeto de llamar la atención a los distintos clientes que se encuentran alrededor. Por otra parte, esta debe preservar una calidad y atención impecable en el servicio que se ofrece, todo esto, con el fin de diseñar una perspectiva innovadora, esto con el objetivo de que cuando los comensales abandonen el local, tengan el interés de querer volver a consumir nuevamente en un futuro cercano. (Blasco, 2022)

Los autores Villafuerte, Cordero, Alvear & Álvarez (2022), dentro de su trabajo afirman que la innovación se trata de un punto fuerte que ha llegado ser fundamental para competir dentro del mercado internacional, debido a que los clientes han transmitido, en los últimos años, necesidades rigurosas que han puesto a prueba la calidad a millones de empresas alrededor del mundo.

En el caso de los establecimientos gastronómicos estos no fueron la excepción, gradualmente se está perdiendo el interés en saber las tradiciones locales, dejando así en peligro, la huella de los antepasados y la raíz de sus orígenes. A pesar de aquello, se señala que la oferta gastronómica ha llegado a un punto de ser considerado como importante, para preservar los productos y técnicas culinarias tradicionales en el área que se ubica, esto con la finalidad de que se conserve un recuerdo de las tradiciones, para que este mismo, pase de generaciones y no se pierda con el pasar del tiempo. (Villafuerte, Cordero, Alvear, & Álvarez, 2022)

Por otra parte, las autoras Cusmes & Cusmes (2022) declaran dentro de su proyecto de investigación, que la oferta gastronómica se trata de una potente herramienta, que llega a ser relevante dentro de los diferentes establecimientos gastronómicos, con la intención de que este mismo pueda beneficiar los diferentes productos y servicios que esperan ser consumidos por los propios comensales, con el propósito de que estos individuos puedan sentirse satisfechos. Además, dentro del presente apartado, también es necesario tomar en cuenta la importancia de mantener verificado ciertos aspectos como la seguridad dentro de las instalaciones, ambiente, la elaboración de los alimentos como su tacto, sabor, y por supuesto, los precios de estos mismos. (Cusme & Cusme, 2022).

La oferta gastronómica en Ecuador se debe de apreciar al nivel turístico y hotelero, dado

que este tiene la oportunidad de desarrollarse con la ayuda de aquellas riquezas que se encuentran dentro del territorio, siendo esto varios elementos favorables como culturales, naturales, y muchos más.

1.4 Cliente.

La expresión conocida como cliente viene desde el latín “Cliens”. Desde sus inicios, este ha sido denominado como un sujeto que cuando le llama la atención un producto o servicio, pide adquirirlo a cambio de un precio determinado. Este mismo, se basa en que los individuos antes mencionados, quienes le piden a otros para que estos tengan el papel de cumplir con sus necesidades bajo sus diferentes requisitos, en los múltiples servicios como la seguridad, transporte, respaldo en todo momento. (Martínez, 2023).

En la actualidad, el cliente es considerado como una persona que busca conseguir un producto con los diferentes bienes y servicios que el mismo negocio llega a brindar. Este mismo, es importante para el progreso de cualquier empresa, dado que este se encarga de cumplir con los requerimientos que se lleguen a presentar. De no contar con aquello, adquirir un futuro exitoso es improbable, dado que, la propia competencia aprovecharía los puntos débiles que se lleguen a presentar para así destacar por encima de la organización.

Por ello, el cliente es importante, dado que este mismo establece lo necesario, a través de sus requisitos que llegan a manifestar, así pues, las organizaciones toman cartas en el asunto para la elaboración de productos y servicios que son necesarios para diseñar ideas innovadoras que llegan a ser indispensables. Esto con la finalidad, de lograr alcanzar una satisfacción inalcanzable con el fin de obtener una impecable calidad y precio aceptables, también donde se evidencie otros puntos como los valores que deben estar presentes en la compañía, necesarios para pronunciarse

en el mercado. Entonces, si una compañía acierta en estos elementos, no solo demuestra su lugar, si no que, esta se desarrollara de manera organizada con el transcurso del tiempo. (IFEDES, 2022).

1.4.1 Perfil del cliente.

En los diferentes establecimientos de la restauración, como los restaurantes, se ha presentado una inexplicable perdida de los ingresos gracias a la falta de clientes. En algunos casos, se ha llegado a la conclusión, de que se trata solamente de un inconveniente externo en ser el principal responsable de provocarlo, como la escasez de publicidad, falta de diseño llamativo, o también podría ser causado por algo más interno como el producto que no es del agrado para los clientes, o el ambiente no es el mejor, por lo cual, para solucionarlo llega a ser primordial tomar las decisiones correctas para innovar, pero en algunos casos no es suficiente para generar las ganancias requeridas por que la empresa supera los daños.

Entonces, resulta que la mayoría de los negocios no ponen en práctica el perfil del cliente, este se trata de una estructura que tiene como fin presentar varios elementos que relevan por completo el perfil del consumidor ideal. Los autores Escalante, Mackay, Escalante & Mackay (2023) expresan que las principales propiedades que cuentan cada cliente pueden llegar a ser muy diferentes, como su clase social, forma de vida diaria, experiencia, entre otros. Así mismo, es importante identificar las correspondientes necesidades y características de estos individuos, ya que son esenciales para que un establecimiento elabore correctamente los productos a base de lo estudiado para que el consumidor al momento de adquirirlo, este mismo, pueda sentirse satisfecho ya que cumplen con todos sus requisitos. (Ramos & Sarmiento, 2021, citado por Escalante, Mackay, Escalante, & Mackay, 2023).

Entonces, el perfil del cliente es importante implementarlo dentro de todos los

establecimientos, especialmente los gastronomicos, ya que este mismo se trata de un instrumento que permite el desarrollo de “la construcción de buenas relaciones y un ambiente positivo, servicial y amigable, que garantice a los clientes salir con una buena impresión” (Cardozo, 2021, citado por Peña, Sánchez, & Sancan, 2022, p.125).

1.4.2 Satisfacción del cliente.

En los últimos años, muchos investigadores han tratado darle un significado lógico a la satisfacción del cliente, varios artículos hacen referencia a que esto se tratan principalmente en enriquecer la experiencia de los usuarios, personalizando los productos para así superar expectativas y destacar en el mercado ya sea físico o virtual. Cuando se hace referencia a los establecimientos en el sector hotelero y de la restauración, estos cuentan con un gran parecido al tema porque como instalaciones públicas tienen como objetivo proporcionar una formidable experiencia a los consumidores, antes, durante y después de la compra y venta de algún producto o servicio.

Entonces, la satisfacción del cliente, se trata de un término que se basa “a qué tan satisfecho se siente un cliente respecto al producto o servicio que ha consumido. Del nivel de satisfacción de los clientes, depende en gran medida el éxito y la permanencia de una empresa en el mercado” (Chedraui & Demarquet, 2022, p.96) Siendo así, este tema requiere de varias estrategias y toma de decisión para que estas tengan la posibilidad de adquirir una mayor fidelización, siempre y cuando estos sean del agrado.

El autor Suárez (2023), declara que la satisfacción del cliente siempre se debe de estudiar varios elementos que llegan a manifestar estos individuos para tenerlos en cuenta, a fin de mantener dentro del negocio un gozo estable; Siendo estos las emociones, los placeres, las preferencias del

producto o servicio, el tiempo de entrega, la conducta, y por supuesto, el agradecimiento que estos sujetos le concede a los trabajadores. Por tanto, la satisfacción es esencial, porque garantiza un mayor beneficio para el establecimiento o empresa, como fidelidad, rentabilidad, adquisiciones de alta demanda, y muchos más. (Suárez, 2023),

Debido a lo cual es importante entender que la satisfacción del cliente ha logrado adquirir una influencia inquebrantable dentro de las empresas, gracias al seguimiento que estas han tenido durante múltiples puntos que se han ido presentando, con el propósito de garantizar que estos estén en tendencia, tomando en cuenta elementos que llegan a ser indispensables como la lealtad, y por supuesto las recomendaciones.

CAPITULO II MARCO METODOLOGICO

El presente capítulo de este trabajo afrontará los siguientes temas correspondientes a un enfoque metodológico, donde se planteará al pie de la letra los métodos y técnicas que son requeridos para la obtención de información importante, pues esta anhela adquirir resultados clave para el estudio. También se dará a conocer temas como el tipo de investigación que será utilizado, como también métodos, muestreo, la población destinada, y área de estudio. Pero antes, se debe dar contexto de que trata la metodología de la investigación.

La autora Castro (2023), asegura que la metodología de la investigación se trata de una serie de métodos y técnicas esenciales en el ámbito académico, dado que estos, deben ser manejados sin ninguna deficiencia para llevar a cabo un impecable estudio científico de forma eficaz. Esta misma, desde hace un tiempo ha sido adaptado en trabajos científicos en las diferentes áreas profesionales que estos correspondan, siendo estos la medicina, psicología, sociología, la educación, entre muchos más, esto con la finalidad de adquirir información destacable para encontrar una respuesta a las preguntas que se han ido presentando durante el estudio. (Castro, 2023) Es importante demostrar que, para garantizar las cualidades de un trabajo científico, llega a ser necesario que este mismo sea detallado y creíble, de lo contrario, si no se llega a tener en cuenta una impecable metodología, los descubrimientos que se han obtenido dentro de un estudio, estos pueden llegar a perder fiabilidad y valor. (Manglareeditores, 2023).

Por lo tanto, es importante que, dentro de este estudio, la metodología cumpla con todos los requisitos que se le proporcionan, esto con la finalidad de garantizar la adquisición de resultados confiables e impecables del tema que se espera tener respuestas, sin la presencia de sesgos que pongan en duda la credibilidad de los datos obtenidos.

2.1 Enfoques Metodológico.

El presente trabajo investigativo decide tomar un enfoque mixto, con el fin de que este proyecte los métodos cuantitativo y cualitativo imprescindible, respaldado en el paradigma positivista con el objetivo de darle profundidad al momento de analizar los datos obtenidos con la ayuda de estadísticas y datos no numéricos que explicaran múltiples aspectos con el propósito de establecer un intachable diagnóstico basado en la calidad del servicio al cliente presente y como esta ha influido en los establecimientos gastronómicos del sector Barbasquillo en el cantón Manta.

El método cuantitativo es considerado como una potente herramienta que contribuye en la adquisición de resultados y objetivos necesarios, para así ser analizados con la ayuda de técnicas accesibles siendo esta información numérica, gráficos estadísticos, y matemáticas avanzadas, que contribuirán para tener una respuesta clara del problema principal que se llega a manifestar. Por ende, este método es necesario para obtener datos de calidad, que ayuden en la obtención de un conocimiento exhaustivo de la situación actual, con la ayuda de un cuestionario que en la mayoría de los casos son de preguntas cerradas. Por ende, este tiene como finalidad de poner a prueba una hipótesis que fue diseñada para confirmar si es correcto o no una teoría sobre el fenómeno que se está investigando. (Jain, 2023).

En el caso del método cualitativo, esta llega a ser todo lo contrario, porque esta se trata de un único procedimiento donde se colecta información con la ayuda de los sujetos de estudio que están presentes en el lugar donde se encuentran los investigadores, para así recolectar datos no numérica y no cuantificables. Además, esta técnica es primordial, porque permite estudiar a profundidad aquellos sucesos vinculados a las experiencias humanas. En resumen, la investigación cualitativa se trata de la recopilación de datos utilizando herramientas como entrevistas, registro o la observación de hechos. (Arellano, 2024).

Tras exponer los principales enfoques metodológicos necesarios para profundizar esta investigación con la ayuda de estas herramientas esenciales para el análisis datos, es importante tener una respuesta clara del fenómeno que está presente dentro de los establecimientos gastronómicos. Por lo tanto, al momento de fusionar estos dos métodos surgen el enfoque mixto, que según los autores Reinoso & Vázquez (2022) aclaran que este tema se trata de un proceso enriquecedor que tiene como objetivo transmitir diferentes visiones que permitirán la obtención de resultados necesarios para responder las aspiraciones acordes al trabajo científico, dependiendo de las definiciones que este le corresponda. (Reinoso & Vazquez, 2022)

Por esta razón, el presente trabajo se enfoca principalmente en utilizar el método mixto, porque garantiza la obtención una gran variedad de información, con las adecuadas herramientas que son facilitadas para la obtención de muestras, esto con la finalidad de que se llegue a visualizar a través de gráficos estadísticos y entrevistas, información detallada que es necesario para dar una respuesta clara del fenómeno que está presente dentro del área de estudio, en este caso, está ubicado en el sector Barbasquillo, donde se encuentra la clave principal siendo estos los clientes, trabajadores, y encargados o administradores.

2.2 Métodos metodológicos.

2.2.1 Método Inductivo – Deductivo.

Los métodos inductivo y deductivo llegan hacer referencia a dos diferentes procesos que están presentes dentro de una investigación, donde se expone características, ventajas y desventajas. Para empezar, el método inductivo se enfoca más en la observación, aquello se basa únicamente de hechos representativos por el propio investigador, que se apoya por la experiencia que tiene con el tema y los datos recopilados, para así finalmente solucionar un problema y responder una hipótesis. En cuanto al método deductivo, esta se enfoca en la lógica,

la demostración, y el razonamiento de una teoría, ligado a varias reglas definidas para tomar decisiones que son necesarias para llegar a una conclusión. (Suárez, 2024).

Como resultado, dentro de este trabajo investigativo se usará este método deductivo que es considerado como una efectiva herramienta que es utilizada para la recolección de información precisa, enfocado al estudio de un grupo de personas que están presentes dentro del área que se está trabajando, esto con el fin de presentar los hechos, para así tener una respuesta clara de cualquier fenómeno que se llegue a manifestar en el futuro, pero ante todo aquello, es necesario tomar las decisiones correctas con la ayuda de la lógica y el razonamiento para llegar a una conclusión referente al tema de la calidad del servicio al cliente dentro de los establecimientos gastronómicos. Y sobre el método inductivo, esta se aplicará para obtener la información requerida para responder y verificar las hipótesis que se han ido presentado antes, durante, y después del proceso del estudio.

2.2.2 Método descriptivo.

El método descriptivo es considerado como un procedimiento de investigación versátil que abarca la adquisición de descripciones específicas de fenómenos actuales que han sido reales, y acontecen en una expandida naturaleza. Además, dentro de un trabajo investigativo, esta se ha revelado durante la recopilación y el análisis de información legítima que brindan un conocimiento coherente al tema que se está investigando, todo aquello con el objeto de entender la situación actual. Por tanto, es esencial utilizar varios instrumentos de investigación como las encuestas y entrevistas que son esenciales para conocer la credibilidad del escenario por parte de los individuos que son los sujetos de estudio que abarcan en un trabajo científico. (Stewart, 2024).

De esta manera, el presente trabajo hará uso del método descriptivo, para estudiar el

comportamiento que presentan los consumidores que visitan los diferentes establecimientos gastronómicos que se encuentran ubicados dentro del área de estudio, con la ayuda del administrador o gerente, y trabajadores, quienes colaboraran para dar autorización a la recolección de información, utilizando las herramientas que permitirán evaluar la satisfacción del cliente, la calidad del producto, aplicación de reglamentos de control y sanidad, el desempeño laboral, los precios, y el servicio que se ofrece. Todo aquello con el fin de obtener auténticos datos del fenómeno.

2.2.3 Método exploratorio.

Al momento de desarrollar un proyecto de investigación dentro de la educación superior o al nivel general, esta puede llegar a presentar durante en algunos casos varios inconvenientes al momento de buscar información que se necesite, siendo estos varios artículos, revistas, tesis, libros, entre otros trabajos que tengan relación. Esto ocurre, porque sucesos que se han presentado no se han investigado a profundidad o en ciertos casos no se ha realizado aun, llegando así a tal punto de que no se obtienen datos específicos que se necesiten.

Los autores Cedeño, Vizcaíno & Maldonado (2023), manifiestan que el método exploratorio se trata de la clave para entender los hechos que se presentan con un pleno conocimiento al tema, con el apoyo de algunas herramientas para la compilación de datos. Por consiguiente, con la ayuda de pequeñas muestras, esta garantizara una conclusión de los acontecimientos a través del análisis de datos cualitativos y cuantitativos. Para que de este modo se elabore teorías e hipótesis que van a ser contestados antes, durante, y después del trabajo investigativo, además, esta favorecerá a otros autores que buscan una respuesta clara al mismo fenómeno que llegue a surgir en un futuro. (Cedeño, Vizcaíno, & Maldonado, 2023)

Después de manifestar de que trata el método exploratorio, en definitiva, será adaptado

en el presente trabajo, para la elaboración de análisis cualitativos y cuantitativos que auxiliaran a entender la influencia que ha tenido la satisfacción del cliente en la calidad del servicio, presente en los establecimientos gastronómicos actualmente. Esto con la voluntad para que este material en un futuro lejano o cercano, sea de apoyo para aquellos autores que buscan actualizar este tema con ideas novedosas.

2.3 Procesamiento de investigación.

La tabla que se presenta a continuación, muestra una secuencia de actividades metodológicas que serán elaboradas dentro del trabajo investigativo correspondiente. En esta misma, se visualiza las actividades que tuvo el estudio en diferentes puntos, con su respectiva función, y que resultado tuvo esta.

Tabla 2 Secuencia de actividades metodológicas

Pasos	Actividad	Resultados
1. Revisión y análisis de la literatura actual.	Dentro de Google académico, entre otros apartados, se utilizaron las siguientes herramientas: <ul style="list-style-type: none"> • Tesis de licenciatura. • Artículos web. • Artículos de Revistas. • Registros oficiales. 	Se hará una revisión de documentos, como tesis de licenciatura, artículos web, libros, y revistas que fueron realizados durante los años previos enfocados al tema de investigación.
2. Cálculo del tamaño de la muestra.	El presente trabajo utilizará varias aplicaciones virtuales presentes en la internet para calcular el tamaño de la muestra.	Se adquirirá la cantidad requerida de la muestra, esto con el objetivo para comenzar a desarrollar los cuestionarios.

3. Elaboración de instrumentos de investigación.	Elaboración de un cuestionario para las entrevistas y encuestas.	Un experto en el área revisó los instrumentos de investigación, y dio autorización para dar comienzo la recolección de datos.
4. Recolección de datos.	La recolección de datos se realizará de manera presencial, y virtual.	Se recolectarán muestras para el estudio, mediante entrevistas y encuestas presenciales y virtuales. Utilizando las herramientas que se encuentran al alcance, para así, facilitar la adquisición de resultados.
5. Procesamiento de datos.	En la presente plataforma de encuesta online Microsoft Forms se presentarán los datos por medio de gráficos estadísticos.	Se elaboran gráficos circulares y de barras para presentar los porcentajes obtenidos.
6. Diseño de las estadísticas, y redactar los resultados.	Se realizará un análisis de la información adquirida para manifestar los resultados, utilizando el software de hoja de cálculo Excel. Para luego pasarlo a Word.	Se formularán los resultados mediante varios análisis, y se elaborarán las respectivas conclusiones.

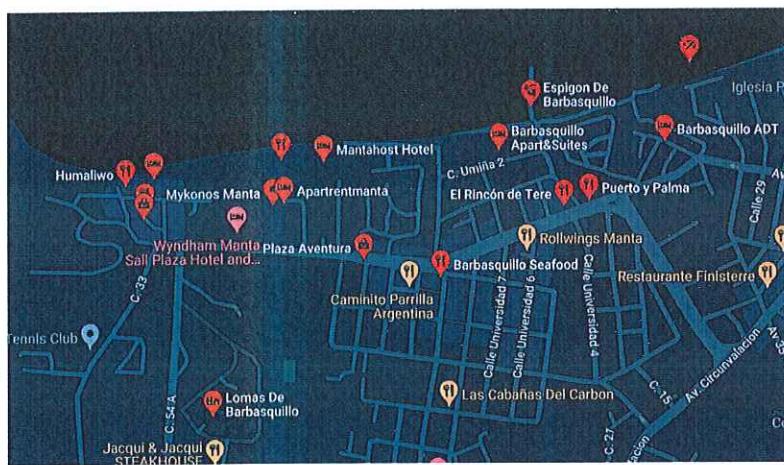
Nota. Elaboración propia del autor.

2.4 Descripción del área de estudio.

2.4.1 Ubicación.

El área de estudio se encuentra en el sector Barbasquillo dentro de los diferentes establecimientos gastronómicos ubicados en la provincia de Manabí, Cantón de Manta, en la avenida Flavio reyes, con una altitud aproximada de 100 metros.

Figura 7 Ubicación del área de estudio, Sector Barbasquillo.



Nota. Fuente de Google Maps.

2.5 Técnicas de recopilación de datos.

2.5.1 Entrevista.

La entrevista hace referencia a una conversación donde está presente el uso de algunas técnicas de comunicación como las palabras claves. Porque estos, son fundamentales para la ejecución de un dialogo seguro entre el receptor (entrevistado) y emisor (entrevistador). Entonces, cuando este instrumento está enfocada a una investigación científica, el mismo se encarga de cosechar información beneficiosa con la finalidad de ser analizado, tomando en cuenta varios componentes detalladamente. Por otra parte, esta es considerada como un trabajo no tan complicado, porque solamente necesita tiempo para conseguir datos concretos.

La autora Pedraza (2023), expone que las entrevistas se tratan de un instrumento que tiene como objeto la recopilación de información necesaria con referencia al tema presente con la colaboración de autoridades que se encuentran dentro del área de estudio, este mismo, servirá para adquirir lo necesario, para así, obtener resultados indispensables y detallados para la investigación, con la ayuda de un cuestionario de preguntas abiertas que requieren respuestas donde se expliquen todos los detalles requeridos. (Pedraza, 2023).

Las entrevistas que se ejecutarán en el presente trabajo investigativo, serán de un total de tres, siendo estos los propietarios, administradores o gerentes de los establecimientos gastronómicos quienes colaboraran, esto con el fin, de adquirir un contexto a profundidad sobre el tema, basado en los conocimientos que tienen estos sujetos sobre cómo se están manejando la calidad de servicio dentro del establecimiento.

2.5.2 Encuesta.

El autor Fernández (2023), expresa que las encuestas se tratan solamente de una herramienta para la recolección de datos primordiales para una investigación, de este modo, recolecta toda la información necesaria mediante una conversación informal con la ayuda de un cuestionario de preguntas cerradas sobre el tema que se está investigando, para así ser respondidos en unos pocos minutos, dirigido a un grupo de personas que se encuentren ubicados dentro del área de estudio. Además, tiene como propósito de adquirir datos fundamentales como las experiencias, hábitos, actitudes, y puntos de vista en general. (Fernández, 2023).

Las encuestas no necesariamente requieren de un gran conocimiento para ser ejecutados dentro de una investigación. Hoy en día, este enfoque cuenta con grandes herramientas tecnológicas que han facilitado la obtención de información necesaria para un tema, garantizando fácilmente la adquisición de respuestas, con la ayuda de aplicaciones avanzadas

y accesibles, que permiten una mejor visualización de los gráficos estadísticos donde están presentes las respuestas de la población.

Por tanto, las encuestas del presente estudio serán ejecutadas a través de un cuestionario de preguntas cerradas, utilizando la aplicación digital Microsoft Forms, dirigida a los sujetos de estudio que se encuentran alrededor de todo el sector Barbasquillo, y también dentro de los establecimientos gastronómicos, siendo estos los consumidores de este servicio de una edad mínima de diecisiete años y de cualquier género. Además, físicamente y virtualmente serán encuestados con el debido respeto por medio del anonimato. Esto con la finalidad de se presente un enfoque claro de los resultados que se esperan obtener, para así evitar posibles sesgos que puedan atrasar la investigación. Y sobre el número de encuestados, esta surgirá a partir del cálculo del tamaño de la muestra, utilizando la fórmula que se necesite, en base varios elementos para adquirirlo fácilmente, como el nivel de confianza, las probabilidades del éxito o fracaso, y el margen de error.

2.5.3 Ficha de observación.

Cuando se hace referencia a una ficha de observación, esta se trata de un documento que está diseñado adecuadamente para que este llegue a ser utilizado dentro de un estudio. Adicionalmente esta se trata de una guía que tiene como propósito en conocer el comportamiento de un grupo de personas o en ciertos casos, las funciones que se encuentran dentro de una empresa o establecimiento. Esta misma, es representada como una estructura que cuenta con varias preguntas de distintas categorías que pondrán a prueba el área de estudio. Por lo tanto, para utilizar correctamente este poderoso pertrecho es necesario pedir autorización a los propietarios para que los mismos autores llenen la ficha desde una distancia aceptable, para así registrar información detallada como fecha, hora, desempeño laboral, presencia de seguridad, zonas de evacuación, entre muchos más, que son indispensables para realizar un

profundo análisis gracias a los datos adquiridos. (Medina, y otros, 2023).

Las presentes fichas de observación que abarcará dentro del estudio contarán con varios puntos estructurados en diferentes categorías donde serán evaluados desde un puntaje siendo este el más alto calificado como satisfactorio y el más bajo como deficiente. Tomando en cuenta varios elementos siendo éstos la presencia de seguridad, menú, ambiente del establecimiento, atención del personal, entre otros factores. Asimismo, las fichas serán llenadas correctamente con la ayuda de los trabajadores y administradores de los restaurantes durante las visitas al establecimiento.

2.6 Población y muestra.

La presente tesis está diseñada para identificar como está influyendo en la actualidad la satisfacción del cliente, y como esta presenta una atención de calidad, entre otros puntos que son importantes ser evaluados dentro de los diferentes establecimientos gastronómicos y también fuera de estos mismos, ubicados en el sector Barbasquillo en el cantón Manta, Ecuador. Por ende, es importante recapitular que estos lugares se dedican a la venta de productos alimenticios que son dirigidos únicamente a turistas nacionales, internacionales, y visitantes, ya sean residentes locales o cercanos del territorio, este mismo cuenta con todo lo necesario para satisfacer todos los gustos, requerimientos, y exigencias que presenten los consumidores.

En lo que respecta al tema de la población, esta se identifica como “la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común, la cual se estudia y da origen a los datos de investigación.” (Tamayo & Tamayo, 1994, citado por Reyes, 2021, p.44) Por ende, el gobierno municipal del cantón Manta, señala que cuentan con un total de 271.145 habitantes, por tanto, este es la cantidad de la población necesaria para la obtención de datos significativos que responderán el problema principal de la investigación.

En el caso del muestreo, en el presente trabajo se utilizará la técnica sistemática, donde se seleccionará aleatoriamente los sujetos de estudio que se encuentran dentro del área siendo estos los habitantes y turistas que llegan a ser jóvenes, adultos y personas mayores de edad, del sexo masculino y femenino, con un límite de edad de 17 a 65 años como máximo. Por otro lado, para la recolección de datos más avanzados se utilizarán entrevistas y fichas de observación que serán los trabajadores y encargados de estas instalaciones quienes cooperarán.

En el caso de la selección de los establecimientos gastronómicos, se visitaron estos lugares para observar cómo se encuentran actualmente, esto con la finalidad, de elegir el perfecto campo de estudio para la investigación. También se desarrollaron solicitudes para que los trabajadores permitan la adquisición del contacto del gerente, para así pedir su colaboración, además, se hizo la entrega del oficio que respaldara el proceso de este trabajo durante la recopilación de información.

Para calcular el tamaño de la muestra, es necesario utilizar la siguiente fórmula que brindara el resultado de la cantidad de personas necesarias para aplicar las encuestas.

La fórmula y los datos correspondientes son los siguientes:

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

Los siguientes datos son necesarios para sacar el tamaño de la muestra:

Datos:

N= Tamaño de la población universal. – 271.145

Z= Nivel de confianza. - 1,96 (95,00%)

p= probabilidad para alcanzar el éxito de la investigación. - 50,00%

q= probabilidad del fracaso de la investigación. - 50,00%

E= margen de error. - 0,07

n= Tamaño de la muestra.

Con los siguientes valores se realiza el siguiente ejercicio:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 271.145}{0,07^2(271.145 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,5 * 271.145}{0,0049(271.144) + 3,8416 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{260.407,658}{1328,6056 + 0,9604}$$

$$n = \frac{260.407,658}{1329,566}$$

$n = 195,859$ Redondeando a 196.

En conclusión, la cantidad necesaria de encuestados es de un total de 196, sin embargo, solamente se escogerá una cifra de 120.

2.7 Recopilación de información.

Para la recopilación de información se procederá hacer de manera presencial cuando se haga la debida visita a la semana para escribir los datos necesarios dentro de la ficha de observación, así mismo, se elabora entrevistas a profundidad para adquirir valiosa información por parte de los expertos, en el caso de las encuestas se utilizara un código QR diseñado desde

microsft forms para que los encuestados puedan ingresar al enlace fácilmente, esta modalidad se creó para entusiasmar a los sujetos para así evitar el posible sesgo que pueda presentarse. Además, las entrevistas también llegarán a ser de manera virtual siempre y cuando se presente un problema de fuerza mayor que haga imposible movilizarse hasta la ubicación. Y finalmente, para una mejor presentación de gráficos estadísticos se utilizará las aplicaciones para su diseño, siendo Microsoft Excel y Word, esto con la intención de tener una mejor interpretación de los resultados adquiridos.

2.8 Operación de variables.

Tabla 3 Variables presentes en el estudio.

Variable	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Herramienta
Establecimiento gastronómico	-Instrumento de Evaluación (IE)	-Ficha de evaluación para el establecimiento.	-Ficha de observación	-Ítems de observación para evaluar el Menú, la calidad de estos y su presentación.
	-Dedicación (D)	-Desempeño Laboral de los trabajadores		-Ítems para identificar los procesos de ubicación y seguridad presentes.
		-Gestión de compra y venta de los productos -Calidad del producto.		
Cliente	- Eficacia (E)	-Presencia de higiene. -Precios. -Experiencias.	-Encuesta	-Encuesta aplicado a clientes de establecimientos gastronómicos para medir la satisfacción y verificar como esta influye.
	-Atención de calidad (AC)	-Nivel de satisfacción de los consumidores. -Buenas prácticas Manufactura.		
Oferta gastronómica	-Identidad (I)	-Innovación. -Atención de calidad.		
Calidad de servicio	-Desempeño laboral (DL)	-Presencia de trabajadores capacitados. -Higiene -Elaboración de los productos.	-Entrevista	-Cuestionario de entrevista al responsable del establecimiento gastronómico.
	-Calidad (D)			-Cuestionario de preguntas abiertas a administradores u gerentes.

Nota. Elaboración propia.

CAPITULO III RESULTADOS Y DISCUSION

El presente capítulo de este trabajo investigativo enfocado a una modalidad mixta (Cuantitativa y Cualitativa) tiene como raíz en expresar los resultados que han sido recolectados dentro del campo de estudio ya mencionado con anterioridad, gracias por la colaboración de los diferentes visitantes y turistas que transcurren en el lugar. Estos mismos, han otorgado una gran variedad de información en referencia al tema de la influencia de la calidad del servicio al cliente en el sector Barbasquillo dentro del cantón Manta. Utilizando aquellos instrumentos que han sido necesarios para su recopilación, como las encuestas, entrevistas, y fichas de observación.

En el caso de las encuestas, estas fueron aplicados a una cantidad máxima de ciento veinte personas claves como turistas, trabajadores, habitantes locales, entre otros individuos de diferentes edades y géneros; Quienes otorgaron información valiosa en los diferentes ítems presentes en los cuestionarios. Y con relación a las entrevistas, en los diferentes establecimientos concurridos se pidió con anticipación una cita, donde el gerente o administrador, manifestó varios puntos de suma importancia que deben ser tomados en cuenta dentro de esta área de trabajo.

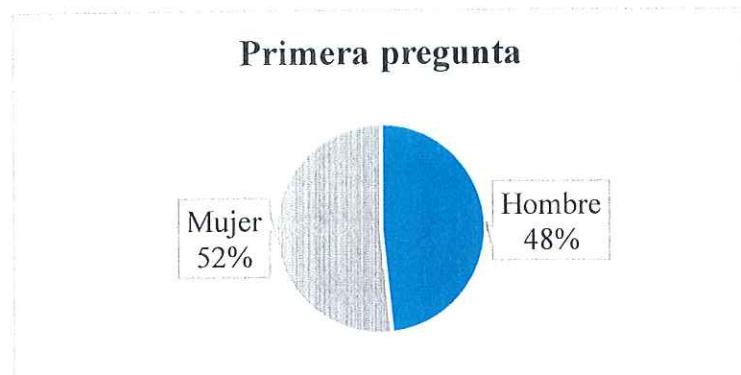
A su vez, se ejecutó durante la visita de estos restaurantes, una ficha de observación que servirá para evaluar la situación actual del local, como la aplicación de normativas, higiene, presencia de seguridad, calidad. Es así entonces, que se desarrollara un breve análisis de las respuestas obtenidas, para finalmente llegar a una conclusión y ver si esta cumple o no con la hipótesis.

3.1 Encuesta: Análisis e interpretación de resultados.

1. Genero de los Encuestados.

- a) Si
- b) No

Figura 8 Genero de los encuestados realizados de forma virtual y presencial.



Nota. Elaboración propia

La presente pregunta denominada como “Genero”, se realizó con el propósito de conocer el sexo de los sujetos de estudios, ya que, en algún punto, por razones de seguridad, se tuvieron que realizar las encuestas de forma virtual. Sin embargo, esto no detuvo su ejecución de manera presencial alrededor del campo de estudio y dentro de los diferentes establecimientos gastronómicos, que fueron autorizados por los trabajadores y encargados.

Con relación a la figura presente, esta se basa en las ciento veinte personas que fueron encuestadas en total, donde las mujeres alcanzaron un total de 52% (62) y los Hombres un 48% (58). De los siguientes resultados podemos señalar que se encuestaron más mujeres que hombres.

2. ¿Considera usted que el coste del producto, precio es acorde a su preferencia?

- a) Si
- b) No

Figura 9 Resultados de los encuestados sobre la preferencia del coste de los productos y precios que se ofrecen dentro del establecimiento.



Nota. Elaboración propia

La siguiente figura señalada como “¿Considera usted que el coste del producto, precio es acorde a su preferencia?” tuvo como resultado en las encuestas de la siguiente manera. El primero siendo “Si” obtuvo una cantidad total de 93%, mientras que el “No” alcanzo solamente una cifra de 7%. Por lo tanto, de los siguientes resultados se llega a la conclusión, de que los clientes que visitan los diferentes restaurantes del sector Barbasquillo están de acuerdo con el coste de los productos, y de los precios que estos presentan en sus productos, ya que están acorde a sus preferencias quienes cumplen con sus necesidades.

3. ¿El personal se ha mostrado comunicativo y amable al momento de atender alguna solicitud que usted ha llegado a realizar?
- a) Si
 - b) No

Figura 10 Resultados sobre la presencia de la comunicación por parte del personal dentro de los establecimientos gastronómicos en Barbasquillo.



Nota. Elaboración propia

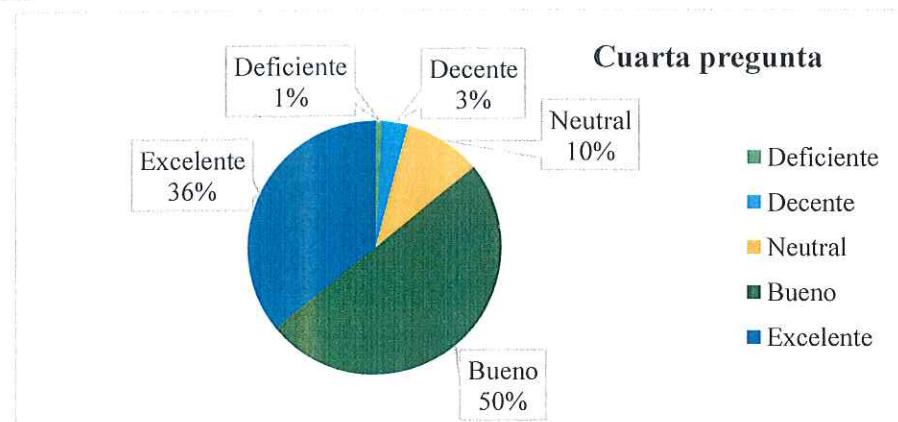
La siguiente tercera pregunta señalada como “¿El personal se ha mostrado comunicativo y amable al momento de atender alguna solicitud que usted ha llegado a realizar?” tuvo como resultado en las encuestas de la siguiente manera. La primera opción como “Si” tuvo un porcentaje del 98%, por otra parte, la segunda opción denominada como “No” solamente tuvo una cifra del 2%.

De los siguientes resultados se deduce que, durante la estancia de los sujetos de estudio dentro de estos restaurantes, el personal se ha encontrado capacitado para atender los requisitos que han llegado a presentar, sin importar la dificultad de esto, demostrando así la calidad que estos pueden llegar a ofrecer en sus horas laborables.

4. ¿Como calificaría la atención del personal que labura dentro de estos locales?

- a) Deficiente
- b) Decente
- c) Neutral
- d) Bueno
- e) Excelente

Figura 11 Evaluación total de la atención al cliente de los trabajadores de los restaurantes.



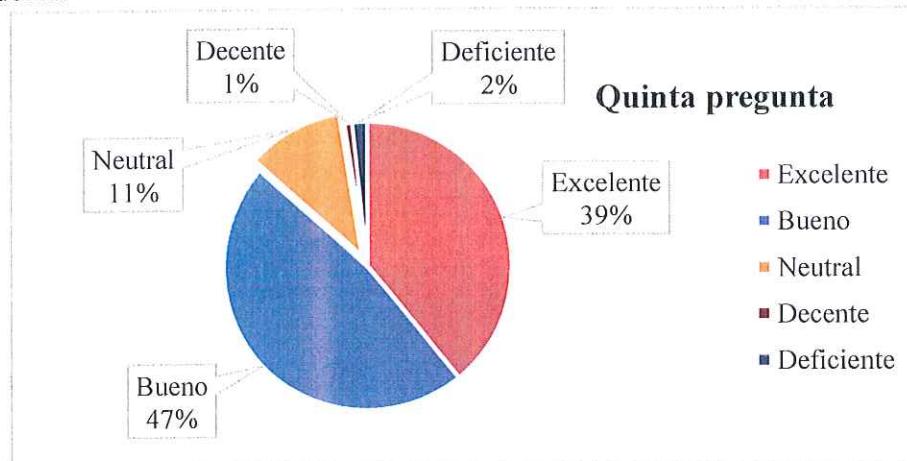
Nota. Elaboración propia

La cuarta pregunta señalada como “¿Como calificaría la atención del personal que labura dentro de estos locales?” tuvo como resultado de la siguiente manera. La primera opción como “Deficiente” tuvo solamente una cantidad de 1%, la siguiente opción como “Decente” tuvo un porcentaje de 3%, la tercera opción nombrada como “Neutral” tuvo un 10%, la cuarta opción como “Bueno” alcanzo un porcentaje de 50%, y por último “Excelente” obtuvo un porcentaje del 36%. En resumen, se confirma por medio de la experiencia de los encuestados, que la atención que tuvieron por algunos de los trabajadores que se encuentran dentro de estos establecimientos, tuvo sus puntos fuertes, pero también débiles, pero en su totalidad se ha visualizado que estos son buenos, pero tratan de mejorar.

5. Evalúe su experiencia en calidad como consumidor.

- a) Deficiente
- b) Decente
- c) Neutral
- d) Bueno
- e) Excelente

Figura 12 Total, de resultados sobre la experiencia en calidad que tuvieron los consumidores.



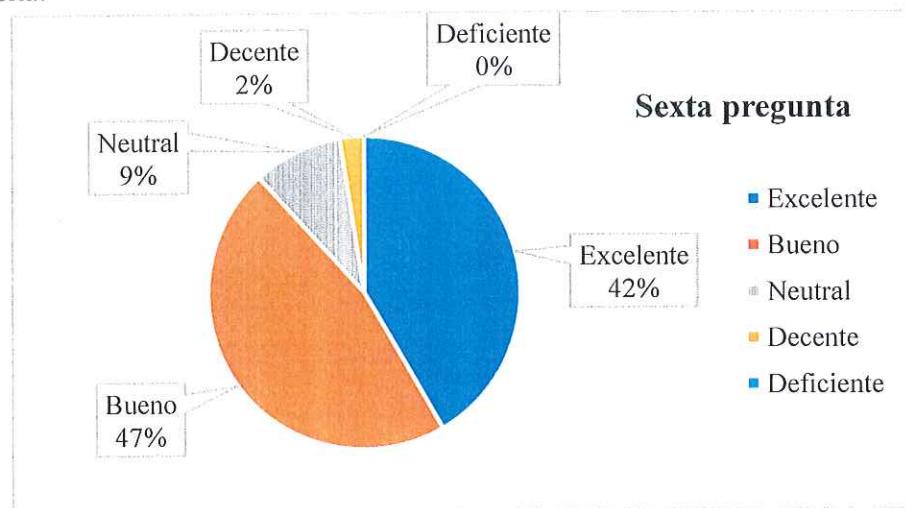
Nota. Elaboración propia

La presente quinta pregunta señalada como “Evalué su experiencia como consumidor” tuvo como resultados las siguientes cantidades. La primera opción como “Deficiente” tuvo un porcentaje de 2%, la siguiente como “Decente” tuvo un porcentaje de 1%, la tercera opción como “Neutral” tuvo un porcentaje de 11%, la otra opción nombrada como “Bueno” un 47%, y “Excelente” obtuvo un 39%. Entonces, se llega a la conclusión que las personas que consumían dentro de los distintos establecimientos gastronómicos ubicados en el sector Barbasquillo en la ciudad de Manta, adquirieron experiencias inolvidables gracias a la calidad que tienen estos lugares para ofrecer como música en vivo, la gran variedad de alimentos atractivos, atención.

6. Desde su última visita, ¿cómo evaluaría en su totalidad la limpieza del restaurante?

- a) Deficiente
- b) Decente
- c) Neutral
- d) Bueno
- e) Excelente

Figura 13 Repuestas de los encuestados sobre la higiene del establecimiento desde su última visita.



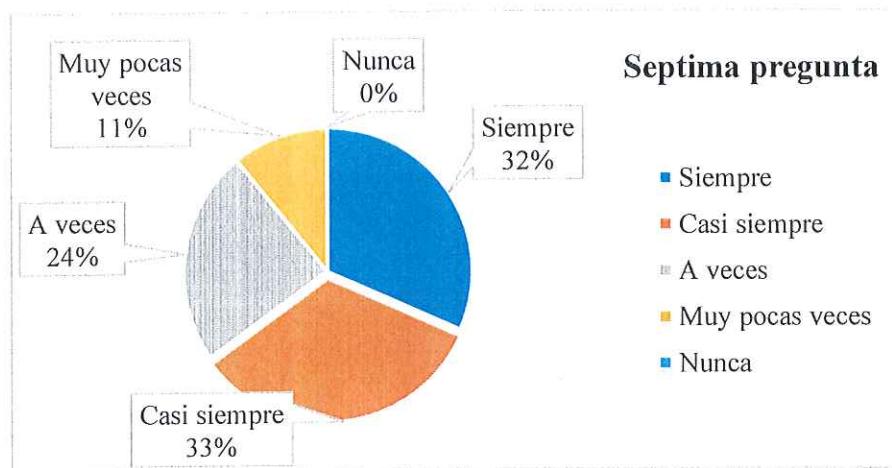
Nota. Elaboración propia

La presente sexta pregunta señalada como “Desde su última visita, ¿cómo evaluaría en su totalidad la limpieza del restaurante?” tuvo como resultado las siguientes cantidades. La opción como “Excelente” adquirió como porcentaje un total de 42%, por otra parte “Bueno” un 47%, mientras que “Neutral” un 9%, “Decente” obtuvo un porcentaje de 2%, y “Deficiente” solamente un 0%. Finalmente, se confirma que, en base a los datos obtenidos, se manifiesta que las personas en su última visita en los diferentes establecimientos gastronómicos del sector estos se encontraban en buenas condiciones de limpieza, dándole así una buena imagen.

7. ¿Usted piensa que una higiene adecuada y organización impecable dentro un restaurante son las razones principales que garantizan una imagen en la calidad de los platos que se sirven?

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

Figura 14 Resultados sobre las diferentes opiniones de los clientes en base a que la higiene es la imagen principal en la calidad de los productos que se ofrecen en los restaurantes.



Nota. Elaboración propia

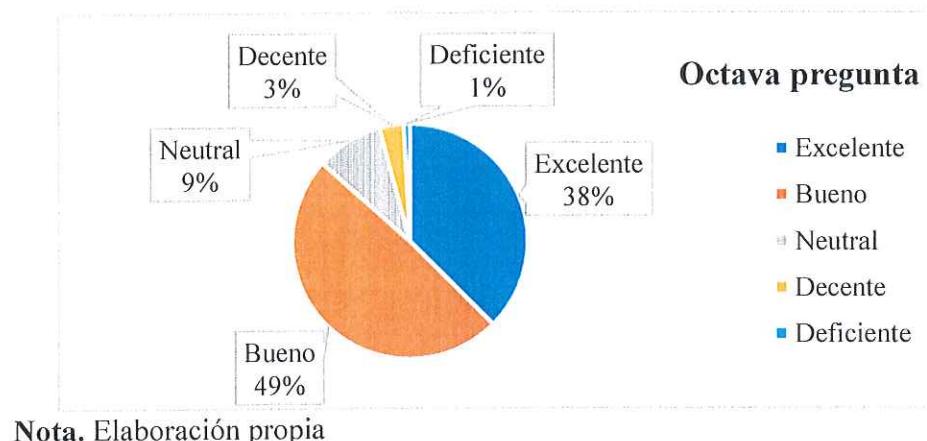
La presente séptima pregunta señalada como “¿Usted piensa que una higiene adecuada y organización impecable dentro un restaurante son las razones principales que garantizan una imagen en la calidad de los platos que se sirven?” tuvo como resultado las siguientes cantidades. La primera opción definida como “Siempre” obtuvo un porcentaje de 32%, “Casi siempre” obtuvo un 33%, “A veces” un 24%, “Muy pocas veces” un 11%, y “Nunca” no adquirió una cifra, por lo tanto, fue de 0%. De los resultados obtenidos, declara que actualmente la población está de acuerdo de que una correcta higiene es el motivo principal de impulsar la

imagen de la calidad de los productos que se espera consumir dentro de los restaurantes, esto por el motivo de evitar las Malas prácticas de Manufactura presentes en un pequeño porcentaje de lugares que afectan principalmente los alimentos.

8. ¿Qué tal le pareció la calidad de los alimentos del último platillo que usted ha consumió en su última visita?

- a) Deficiente
- b) Decente
- c) Neutral
- d) Bueno
- e) Excelente

Figura 15 Resultados basándose en el último platillo que consumieron los encuestados en su última visita en el establecimiento gastronómico.



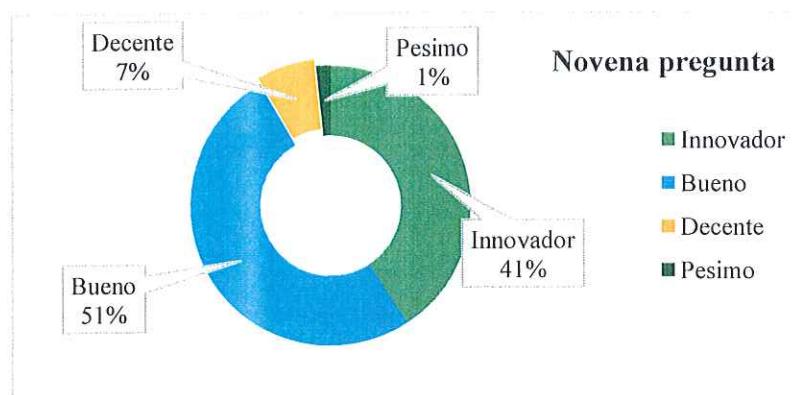
La octava pregunta señalada como “¿Qué tal le pareció la calidad de los alimentos del último platillo que usted ha consumió en su última visita?” tuvo como resultado las siguientes cantidades. “Excelente” alcanzo un porcentaje de 38%, “Bueno” alcanzo un porcentaje de 49%, con respecto a “Neutral” obtuvo un porcentaje de 9%, en cuanto a “Decente” un 3%, y “Deficiente” un 1%. En resumen, los encuestados manifiestan que una su última visita, el

alimento que consumieron fue de una calidad satisfactoria para sus exigentes paladares, gracias a la fresca materia prima de alta calidad que estos tienen.

9. ¿Usted cómo evaluaría el menú del establecimiento?

- a) Innovador
- b) Bueno
- c) Decente
- d) Pésimo

Figura 16 Resultados sobre en como los encuestados evaluaron el menú del restaurante.



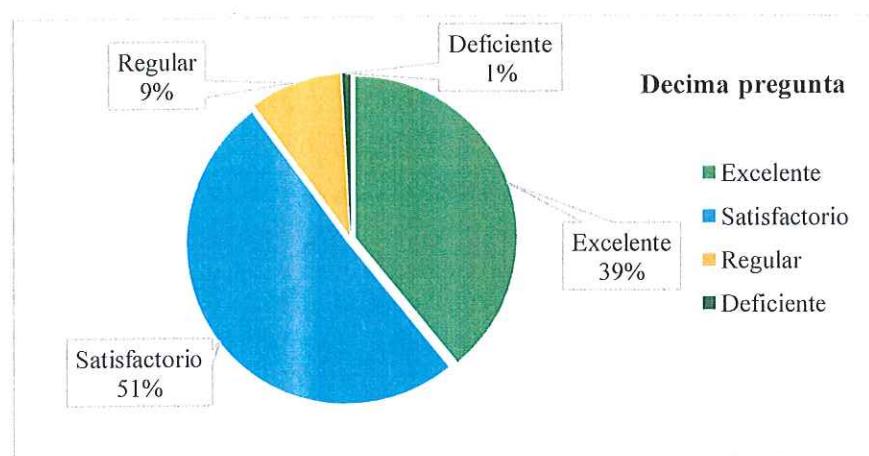
Nota. Elaboración propia

La novena pregunta señalada como “¿Usted cómo evaluaría el menú del establecimiento?” tuvo como resultado las siguientes cantidades. La primera opción como “Innovador” obtuvo un porcentaje de 41%, mientras que “Bueno” obtuvo un porcentaje de 51%, en cuanto a “Decente” se obtuvo un 7%, y “Pésimo” 1%. En definitiva, con la ayuda de estas cantidades se llega a la conclusión que los menús de los establecimientos gastronómicos del sector cuentan con una gran variedad de buenas opciones a elegir, además la mayoría llegan a ser innovadoras para el ojo de los comensales más exigentes quienes buscan algo diferente.

10. ¿En qué escala usted calificaría la decoración e interior?

- a) Deficiente
- b) Regular
- c) Satisfactorio
- d) Excelente

Figura 17 Resultados basándose en la calificación por parte de los encuestados sobre la decoración e interior de los restaurantes.



Nota. Elaboración propia

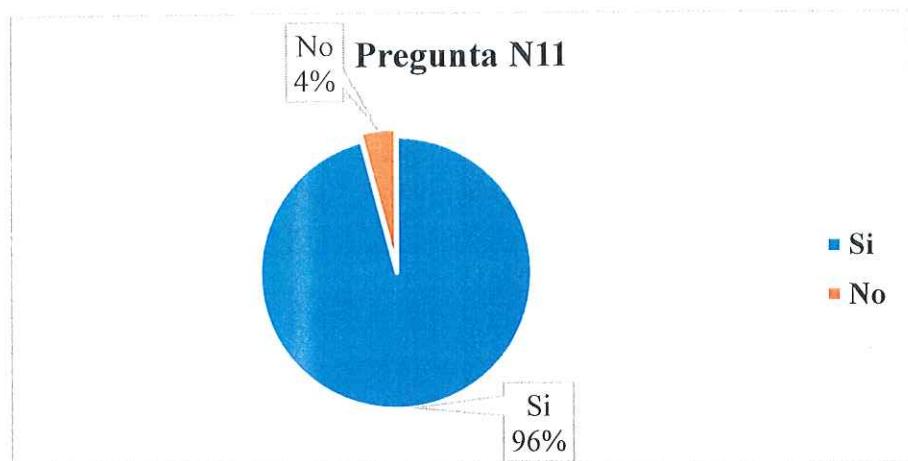
La décima pregunta señalada como “¿En qué escala usted calificaría la decoración e interior?” tuvo como resultado las siguientes cantidades. Primero “Excelente” obtuvo un 39%, luego “Satisfactorio” un 51%, después “Regular” con un 9%, y finalmente “Deficiente” con 1%.

Entonces, se llega a la conclusión con la ayuda de los encuestados, que estos consideran el ambiente, los muebles, la iluminación, entre otros elementos, como un punto muy satisfactorio, que los impulsan a crear momentos memorables, además, esto por otra parte, llega a convertirse en una poderosa herramienta, porque enseña la importancia en crear un lugar atractivo para así llamar la atención de futuros clientes recurrentes y fieles.

11. ¿Recomendaría usted el servicio de este restaurante?

- a) Si
- b) No

Figura 18 Resultados de los encuestados sobre si ellos recomendarían el servicio del restaurante



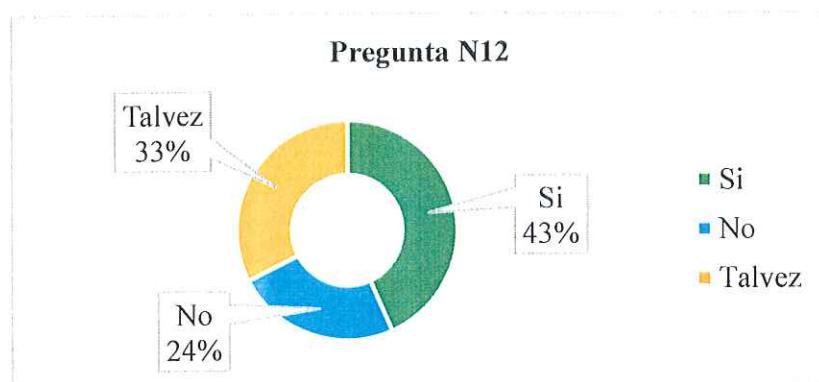
Nota. Elaboración propia

La undécima pregunta señalada como “¿Recomendaría usted el servicio de este restaurante?” tuvo como resultado las siguientes cantidades. La primera opción cuyo texto es “Si” obtuvo un porcentaje de 96%, mientras que “No” solamente un porcentaje de 4%. Con estas cantidades, se manifiesta que los sujetos de estudio en base a todas sus experiencias como consumidores, ellos sin lugar a dudas recomendarían el servicio del establecimiento a familiares, amigos, entre otros individuos cercanos. Todo esto gracias a las buenas prácticas de comunicación que han tenido con los propios trabajadores, además del precio que es muy cómodo para ellos, el ambiente es acogedor, y por supuesto, no puede faltar la estrella, que son los propios productos que ofrecen en el propio menú.

12. ¿Usted opina que los alimentos y bebidas ofrecidos dentro del menú actual debería de contar con un apartado para personas con preferencias de comida vegana o vegetariana?

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez

Figura 19 Total, de respuestas sobre las opiniones de los clientes de los restaurantes del sector de Barbasquillo sobre si dentro del menú actual se debería de implementar un apartado solamente para preferencias veganas o vegetarianas.



Nota. Elaboración propia

La Duodécima pregunta señalada como “¿Usted opina que los alimentos y bebidas ofrecidos dentro del menú actual debería de contar con un apartado para personas con preferencias de comida vegana o vegetariana?” tuvo como resultado las siguientes cantidades. La primera opción como “Si” obtuvo un porcentaje de 43%, la segunda opción titulado como “No” obtuvo un porcentaje de 24%, y “Talvez” obtuvo un porcentaje de 33%.

En definitiva, analizando las respuestas de los sujetos de estudio, se llega a la conclusión, que, aunque exista una posición neutral, ellos están de acuerdo en que dentro de los menús de los establecimientos gastronómicos de Barbasquillo cuenten con un apartado para personas con preferencias veganas y vegetarianas.

3.1.1 Análisis de las encuestas.

De acuerdo con los resultados obtenidos con la ayuda de la herramienta para la recolección de información conocida como Encuesta, dentro de los establecimientos gastronómicos, y fuera de estos, se obtuvo datos relevantes que se anunciaran a continuación por medio de un análisis, siendo esta importante para conocer el estado actual de la calidad de servicio dentro del sector Barbasquillo a un nivel general con el objetivo de llegar a ser una imagen representativa clara del cantón.

Los datos obtenidos revelan que los turistas, visitantes, entre otros grupos de individuos, cuenta con los recursos necesarios para adquirir los diferentes productos que se ofrecen dentro de estos establecimientos. Ya que estos han adquirido con el paso del tiempo una gran demanda por ser una representación clara en cuanto se refiere a la calidad por medio de los alimentos, también de demostrar en ser excepcional que ha llegado a satisfacer las necesidades de los clientes con paladares más refinados que visitan las diferentes instalaciones que se encuentran dentro del sector. Por ende, durante el proceso de esta investigación se confirma que la calidad de los alimentos presentes en el menú, ha demostrado contar con una importante función en ser uno de los principales motivos que causa al cliente volver a recurrir nuevamente al establecimiento, con el fin de volver a consumir el producto. Además del que el precio ha sido adaptado acorde a las necesidades actuales que se presentan.

En cuanto al personal que labura ha llegado a ser un completo debate, ya que las respuestas han llegado ser variadas, porque la atención por experiencia de los sujetos de estudio ha llegado a ser buena, es decir, no ha sido tan mala pero tampoco excelente, dado que en raras ocasiones los nuevos trabajadores no han contado con la mejor actitud y motivación para atender, y cumplir expectativas. Al contrario de los empleados que llevan más tiempo en su desempeño laboral.

Por otro lado, la higiene cumple con un rol importante dentro de los restaurantes, porque ha demostrado en ser uno de las principales causas en llamar la atención a los clientes, debido a que estos mismos, garantizan la extraordinaria calidad de los platos y su correspondiente elaboración. Por otra parte, estos cumplen con los reglamentos sanitarios de la propia ARCSA y del municipio del cantón Manta, pues es muy importantes que se siga al pie de la letra estas normativas ya que una excelente preparación de los platos, satisface las necesidades más exigentes.

En cuanto al menú, se identifica que esta ofrece una gran variedad de opciones a elegir, para todos los gustos, como los cortes de carne, ensalada, comida rápida, opciones para los más pequeños. Esto dando como resultado en ser muy bueno, hasta el punto de ser considerado por una cantidad aceptada de clientes como innovador.

También cada restaurante cuenta con su propio atractivo artístico, como la presentación de los platos, la música en vivo, la iluminación, ambiente, entre otros elementos que fueron puntos claves en demostrar como algo autentico, creativo, dinámico, y por supuesto agradable para todas las personas de diferentes edades, y nacionalidad.

Por lo tanto, gracias a la colaboración de los sujetos de estudio dentro de la investigación, se confirma que, aunque se halla presentado en raras ocasiones un servicio no tan bueno por parte de un pequeño porcentaje de empleados, ellos aun así recomendarían el establecimiento gastronómico a familiares, amigos y conocidos por las bonitas experiencias que se le han ofrecido por parte del resto de los trabajadores durante su estancia. Además de la buena comida que son preparados con ingredientes frescos de alta calidad para todos los gustos con un precio que fue adaptado mediante las necesidades de los consumidores.

Y, por último, existe una posición neutral para la implementación de un apartado para las personas con preferencias veganas y vegetarianas, esto por el motivo que la mayoría no

están de acuerdo, porque afectaría los precios de los productos que cuentan con la materia prima necesaria para su elaboración, en cuanto al resto, opinan que es una excelente oportunidad para aquellos grupos que les cuesta encontrar lugares específicos que puedan satisfacer sus necesidades. En base a los resultados, se considera que la toma de decisiones correctas llegaría a ser una gran ventaja para que estos restaurantes, dando la posibilidad de adquirir un público más amplio, para así lograr en un futuro convertirse en un ejemplo a seguir fuera del sector gracias a sus logros.

3.2 Entrevista: Análisis e interpretación.

En el presente apartado se da a conocer la realización de las entrevistas en el sector de Barbasquillo, debido a que a través de estas entrevistas se espera capturar los desafíos que enfrentan y los aspectos que comparten los diferentes establecimientos a los que acudimos. Esto no solo permite la recopilación de datos importantes para el trabajo, sino que también, enseña a reforzar valores con la comunidad y de esta forma obtener una visión más realista a la que se vive comúnmente.

Primera Entrevista.

Tabla 4 Datos de la entrevista realizada dentro del establecimiento gastronómico.
“Perderme Contigo”

Datos.		
Entrevistado	Mauricio Román. (Administrador)	
Ubicación	Plaza La Quadra, vía barbasquillo.	
#	Ítems	Respuesta
1	¿El establecimiento cumple con las normativas de calidad?	Si cumple, debido a que también han tenido alguna queja de algún cliente con respecto a la calidad del establecimiento. Sin embargo, aplican reglamentos de control de calidad y sanidad.

2	¿El personal se encuentra capacitado para actuar ante una emergencia que ponga en peligro a ellos mismos y sus comensales?	Si, los trabajadores se encuentran capacitados para actuar ante una emergencia.
3	¿El establecimiento cumple con las normativas de salud e higiene?	Si, cuentan con todos los permisos correspondientes.
4	Los productos que utilizan en la preparación de los platos, ¿son frescos de alta calidad?	Si, así es, son de compra y venta diaria.
5	¿Cómo garantizan la calidad del servicio en su restaurante?	Es muy bueno, además, se confirma por las opiniones y comentarios de los clientes en sus canales de comunicados, y también al momento cuando se sirve un pedido.

Nota. Elaboración propia

Análisis.

El establecimiento perderme contigo cumple con todas las normas de calidad y también cuenta con todos los permisos que les corresponde para poder trabajar de una manera correcta. Además, el personal también demuestra que está totalmente capacitado para dar una buena atención a los clientes y para actuar ante cualquier emergencia.

Segunda entrevista.

Tabla 5 Datos de la entrevista realizada dentro del establecimiento gastronómico. “La Pata Gorda”

Datos.		
Entrevistado	Tania Gorgona. (Administradora)	
Ubicación	Plaza La Quadra, vía barbasquillo.	
#	Ítems	Respuesta
1	¿El establecimiento cumple con las normativas de calidad?	Si, porque como cadena, siempre han seguido los procesos de presentación y estandarización debido a que son un establecimiento gastronómico de primera clase (cuatro tenedores).

2	¿El personal se encuentra capacitado para actuar ante una emergencia que ponga en peligro a ellos mismos y sus comensales?	Si, en cada veda aprovechan en capacitarse en diferentes áreas como primeros auxilios, servicios al cliente, técnicas, manipulación de alimentos, entre otros. En ciertas ocasiones, viajan a guayaquil, o de lo contrario, solamente se capacitan en Manta.
3	¿El establecimiento cumple con las normativas de salud e higiene?	Si, se confirma que hacen seguimiento al ARCSA y del Municipio del Cantón, y también cuentan con los recursos para cualquier emergencia. (Como el botiquín)
4	Los productos que utilizan en la preparación de los platos, ¿son frescos de alta calidad?	Si, porque algunos productos son adquiridos directamente de la distribuidora que están presentes cerca del mar, esto con la finalidad de que se mantengan refrigerados, para así, darles un uso. En otras ocasiones, estos ya son envíados para ser utilizados en el momento que se entregan.
5	¿Cómo garantizan la calidad del servicio en su restaurante?	Se considera bueno, porque siempre tratan de que el personal este a la par con el cliente, que estén motivados y que realicen su trabajo como debe de ser, sin afectar a nadie, dándole así al cliente lo que se merece.

Nota. Elaboración propia.

Análisis.

El establecimiento gastronómico la pata gorda, cumple con todas las normativas de calidad, debido a que estos son evaluados por el ARCSA, porque como son una cadena de mucha importancia, siguen los procesos de estandarización ya que es un restaurante de primera clase, no solo nacional, si no internacional. Además, todo el personal se encuentra muy bien capacitado (a excepción de nuevos trabajadores) para actuar cualquier inconveniente o

emergencia y así mismo, en brindar una muy buena atención a todos los clientes, ofreciéndoles los productos frescos y lo que el cliente merece.

Tercera entrevista.

Tabla 6 Datos de la entrevista realizada dentro del establecimiento gastronómico.

“Parole Napoletano”

Datos.			
Entrevistado		Carlos Amaiquema. (Administrador)	
Ubicación		Plaza La Quadra, vía barbasquillo.	
#	Ítems		Respuesta
1	¿El establecimiento cumple con las normativas de calidad?		Si, porque es una exigencia de la empresa, ya que como política es conveniente para atender correctamente al cliente.
2	¿El personal se encuentra capacitado para actuar ante una emergencia que ponga en peligro a ellos mismos y sus comensales?		Si, han tenido simulaciones y cursos que han impartido el cuerpo de bomberos, por ende, se encuentran capacitados para cualquier emergencia.
3	¿El establecimiento cumple con las normativas de salud e higiene?		Si. Efectivamente, el establecimiento cumple con las normativas requeridas para trabajar.
4	Los productos que utilizan en la preparación de los platos, ¿son frescos de alta calidad?		Si, por supuesto.
5	¿Cómo garantizan la calidad del servicio en su restaurante?		Excelente, pero con respecto al servicio es muy difícil de saberlo, ya que el cliente siempre es quien tiene la última palabra, pero realmente todos los trabajadores están capacitados para brindar una atención muy buena.

Nota. Elaboración propia.

Análisis.

El establecimiento perderme contigo cumple con todas las normas de calidad y también cuenta con todos los permisos que les corresponde para poder trabajar de una manera correcta. Además, el personal también demuestra que está totalmente capacitado para dar una buena atención a los clientes y para actuar ante cualquier emergencia.

3.2.1 Análisis de las entrevistas.

Los diferentes establecimientos gastronómicos mencionados anteriormente, se destacan por cumplir con las normas de calidad y así mismo, por contar con todos los permisos necesarios que se les exige como política de empresa para que se pueda trabajar de una manera correcta. Por tanto, cuentan también con un personal que se encuentra totalmente capacitado para ofrecer un buen servicio a los clientes y para responder ante cualquier emergencia.

3.3 Ficha de observación: Análisis e interpretación.

En estas presentes fichas se evidenciará varios puntos como la seguridad, la ubicación, el menú, y otros ítems, los cuales fueron tomados en cuenta a simple vista durante la investigación a los establecimientos, por lo tanto, se evaluó por puntaje cada pregunta dada, con la finalidad de ver que industria gastronómica cumple con todos los requisitos, demostrando su mayor puntaje.

Primera Ficha de observación.

Tabla 7 Ficha de Observación de Perderme Contigo.

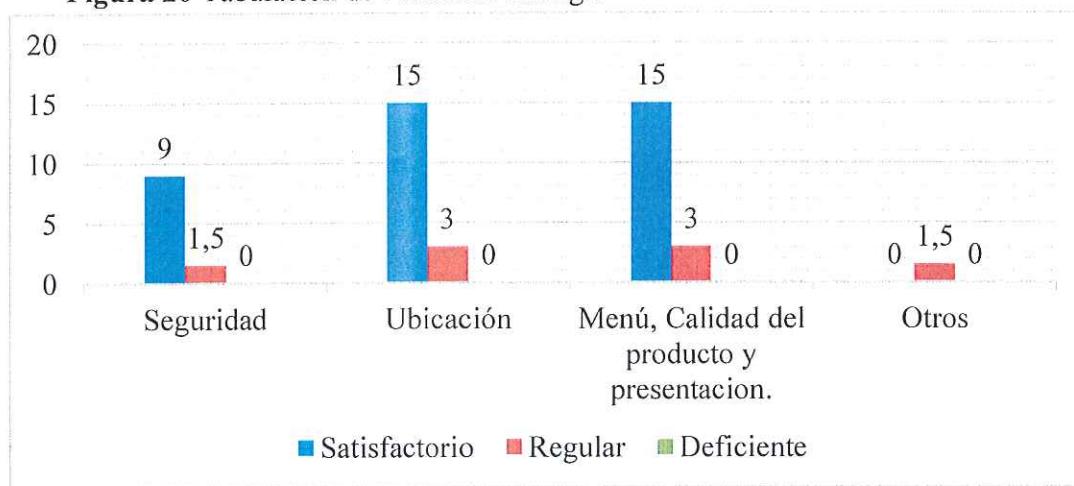
Datos				
Nombre del local	Perderme Contigo.			
Dirección	Plaza La Quadra, vía Barbasquillo, Manta 130227			
Fecha	25/10/2024			
ITEMS		SI (Satisfactorio) 3	Talvez (Regular) 1,5	NO (Deficiente) 0,5
Seguridad				
¿El local goza de un guardia de seguridad que monitorea la entrada?		X		
¿El local cuenta con los permisos necesarios para operar?	X			
¿Cuenta con salida de emergencia?	X			
¿Está equipada para la detención y extinción de incendios?	X			
Ubicación				
¿La zona donde está ubicado el restaurante es segura?	X			
¿Está cerca de lugares residenciales que lo favorezca más?	X			
¿Cuenta con parqueadero propio?		X		
¿La iluminación y ventilación es buena?	X			
¿Tienen wifi de alta velocidad accesibles para los clientes?		X		

¿La infraestructura del local esta impecable?	X		
¿Cuenta con personal de limpieza diario con la finalidad de adquirir condiciones impecables en la propia higiene?	X		
Menú, calidad del producto y presentación.			
¿El menú es atractivo para el cliente?	X		
¿El menú ofrece una gran variedad de opciones a elegir para todos los gustos?	X		
¿El menú es innovador?		X	
¿Los precios visualizados en el menú son cómodos?	X		
¿La toma del pedido es inmediata?	X		
¿Los productos son de una calidad aceptable?		X	
¿El mesero es amable y paciente con el cliente?	X		
Otros			
¿El ambiente y los muebles son los adecuados para estar cómodos durante la estancia?		X	
TOTAL: 48	39	9	0

Nota. Elaboración propia.

Por lo tanto, la ficha de observación expuesta anteriormente adquirido los siguientes resultados desde un punto de vista cuantitativo.

Figura 20 Tabulación de Perderme contigo.

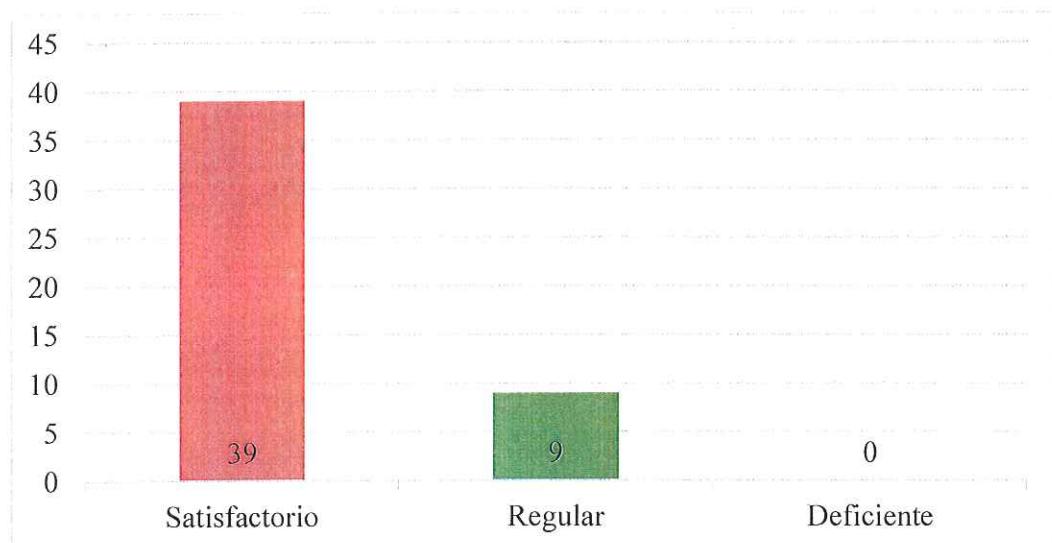


Nota. Elaboración propia.

La primera ficha de observación realizada en el restaurante denominado como “Perderme contigo” obtuvo las siguientes cantidades. El ítem titulado como “seguridad” obtuvo en “Satisfactorio” una cifra de 9, luego “Regular” adquirió un total de 1,5, y Deficiente no adquirió una cantidad numérica, por ende, solamente fue un 0. El siguiente apartado como “Ubicación” alcanzo en “Satisfactorio” una suma de 15, mientras que “Regular” un valor de 3, y “Deficiente” un 0. Por otra parte, “Menú, calidad del producto y presentación” consiguió en “Satisfactorio” una cifra de 15, “Regular” una cantidad de 3, y “Deficiente” ninguno. Por último, adicionalmente “Otros”, solamente en “Regular” adquirió una cantidad de 1,5, mientras que “Satisfactorio” y “Deficiente” un 0.

A continuación, la siguiente figura expondrá las cantidades antes mencionadas desde un punto en general.

Figura 21 Total de la primera ficha de observación.



Nota. Elaboración propia.

En conclusión, al realizar la suma de cada uno de los ítems, “Satisfactorio” alcanzo un valor de 39, “Regular” un 9, y “Deficiente” un 0. Finalmente, entre estos tres dio como resultado que el restaurante Perderme contigo alcanzo un total de 48.

Segunda Ficha de Observación

Tabla 8 Ficha de observación del Parole Napoletano

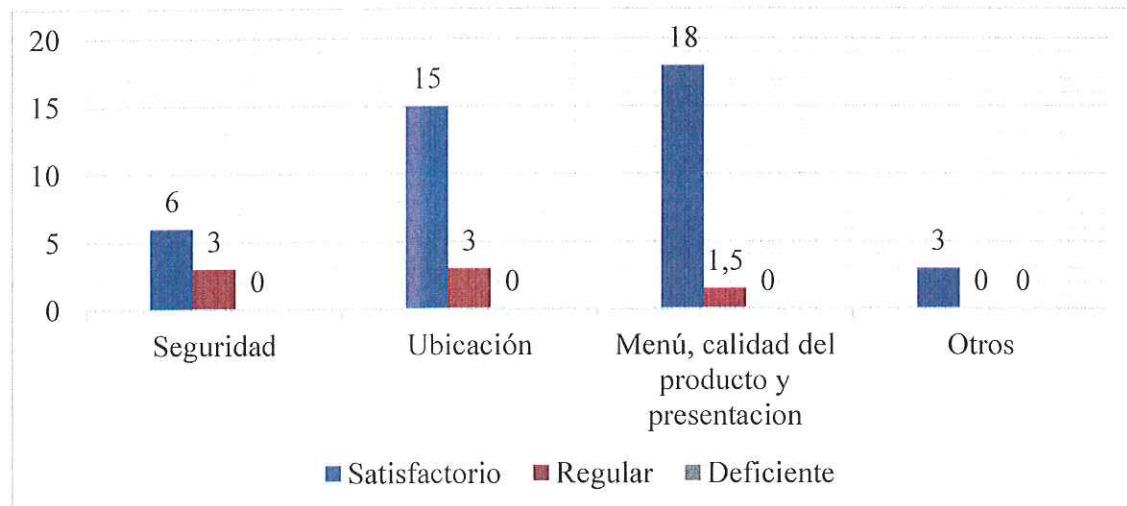
DATOS				
Nombre del local	Parole Napoletano			
Dirección	Plaza La Quadra, vía Barbasquillo, Manta 130227.			
Fecha	25/10/2024			
ITEMS		SI (Satisfactorio) 3	Talvez (Regular) 1,5	NO (Deficiente) 0,5
Seguridad				
¿El local goza de un guardia de seguridad que monitorea la entrada?			X	
¿El local cuenta con los permisos necesarios para operar?		X		
¿Cuenta con salida de emergencia?			X	
¿Está equipada para la detención y extinción de incendios?	X			
Ubicación				
¿La zona donde está ubicado el restaurante es segura?	X			
¿Está cerca de lugares residenciales que lo favorezca más?	X			
¿Cuenta con parqueadero propio?			X	
¿La iluminación y ventilación es buena?	X			
¿Tienen wifi de alta velocidad accesibles para los clientes?			X	
¿La infraestructura del local esta impecable?	X			
¿Cuenta con personal de limpieza diario con la finalidad de adquirir condiciones impecables en la propia higiene?	X			
Menú, calidad del producto y presentación.				
¿El menú es atractivo para el cliente?	X			
¿El menú ofrece una gran variedad de opciones a elegir para todos los gustos?	X			

¿El menú es innovador?	X		
¿Los precios visualizados en el menú son cómodos?	X		
¿La toma del pedido es inmediata?		X	
¿Los productos son de una calidad aceptable?	X		
¿El mesero es amable y paciente con el cliente?	X		
Otros			
¿El ambiente y los muebles son los adecuados para estar cómodos durante la estancia?	X		
TOTAL: 49,5	42	7,5	0

Nota. Elaboración propia.

La ficha de observación presentada anteriormente obtuvo los siguientes resultados desde un punto de vista cuantitativo.

Figura 22 Tabulación de Parole Napoletano.



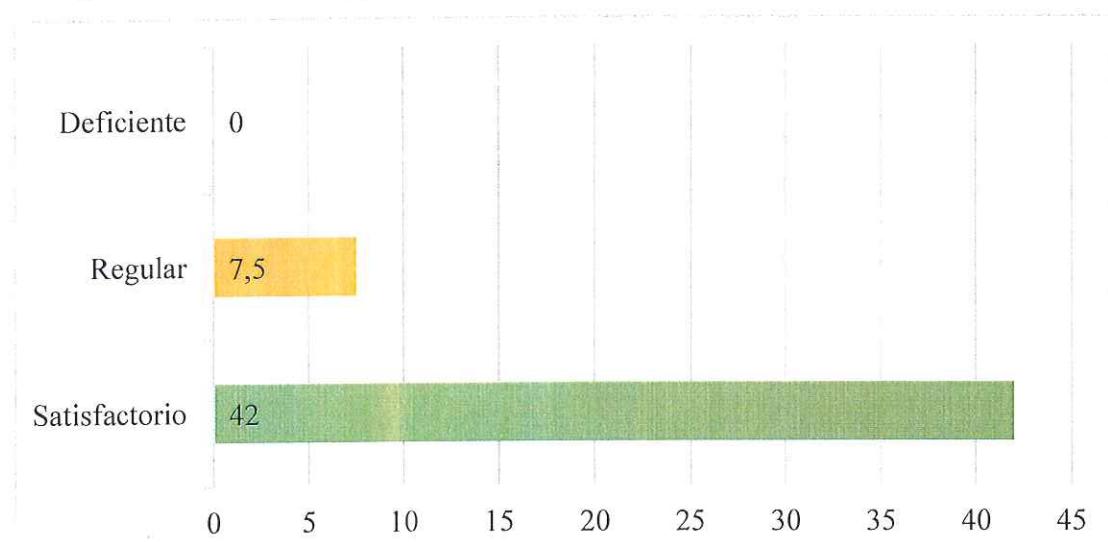
Nota. Elaboración Propia.

La segunda ficha de observación que fue ejecutado en el establecimiento conocido como “Parole Napoletano” sacó las siguientes cantidades. El primer ítem titulado como “seguridad” logro conseguir en “Satisfactorio” un valor de 6, luego “Regular” adquirió un 3, y “Deficiente” no consiguió ningún total. El siguiente elemento como “Ubicación” extrajo en

“Satisfactorio” una suma de 15, mientras que “Regular” un valor de 3, y “Deficiente” un 0. El ítem nombrado como “Menú, calidad del producto y presentación” obtuvo en “Satisfactorio” una cifra de 18, “Regular” una cantidad de 1,5, y “Deficiente” solamente un 0. Por último, en “Otros”, solamente “Satisfactoria” alcanzo un 3, mientras que “Regular” y “Deficiente” un 0.

Posteriormente, la siguiente figura manifestara las cantidades antes mencionadas desde un punto en general.

Figura 23 Total de la segunda ficha de observación.



Nota. Elaboración propia.

En definitiva, al realizar la suma de cada uno de los ítems, “Satisfactorio” alcanzo un valor de 42, “Regular” un 7,5, y “Deficiente” un 0. Finalmente, dio como resultado entre estos tres que el restaurante Parole Napoletano alcanzo un total de 49,5.

Tercera Ficha de Observación

Tabla 9 Ficha de Observación de La Para Gorda.

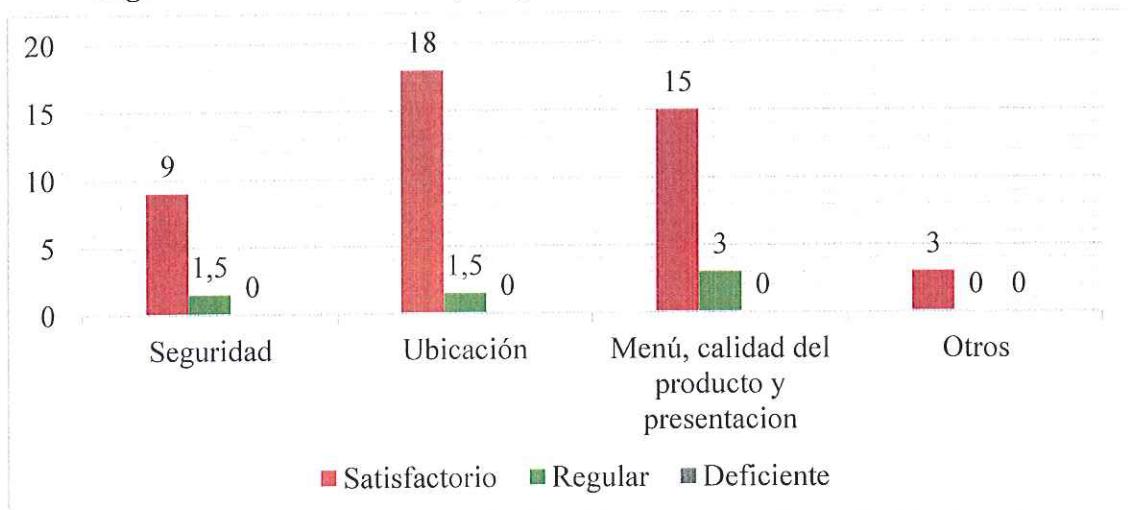
Datos				
Nombre del local	La pata Gorda			
Dirección	Plaza La Quadra, vía Barbasquillo.			
Fecha	17/10/2024			
ITEMS		SI (Satisfactorio) 3	Talvez (Regular) 1,5	NO (Deficiente) 0,5
Seguridad				
¿El local goza de un guardia de seguridad que monitorea la entrada?		X		
¿El local cuenta con los permisos necesarios para operar?	X			
¿Cuenta con salida de emergencia?	X			
¿Está equipada para la detención y extinción de incendios?	X			
Ubicación				
¿La zona donde está ubicado el restaurante es segura?	X			
¿Está cerca de lugares residenciales que lo favorezca más?	X			
¿Cuenta con parqueadero propio?		X		
¿La iluminación y ventilación es buena?	X			
¿Tienen wifi de alta velocidad accesibles para los clientes?	X			
¿La infraestructura del local esta impecable?	X			
¿Cuenta con personal de limpieza diario con la finalidad de adquirir condiciones impecables en la propia higiene?	X			
Menú, calidad del producto y presentación.				
¿El menú es atractivo para el cliente?	X			
¿El menú ofrece una gran variedad de opciones a elegir para todos los gustos?		X		
¿El menú es innovador?		X		

¿Los precios visualizados en el menú son cómodos?	X		
¿La toma del pedido es inmediata?	X		
¿Los productos son de una calidad aceptable?	X		
¿El mesero es amable y paciente con el cliente?	X		
Otros			
¿El ambiente y los muebles son los adecuados para estar cómodos durante la estancia?	X		
TOTAL: 51	45	6	0

Nota. Elaboración Propia.

En consecuencia, la ficha de observación presentada previamente extrajo los siguientes resultados que serán expuestos más adelante desde un punto de vista cuantitativo.

Figura 24 Tabulación de La pata gorda



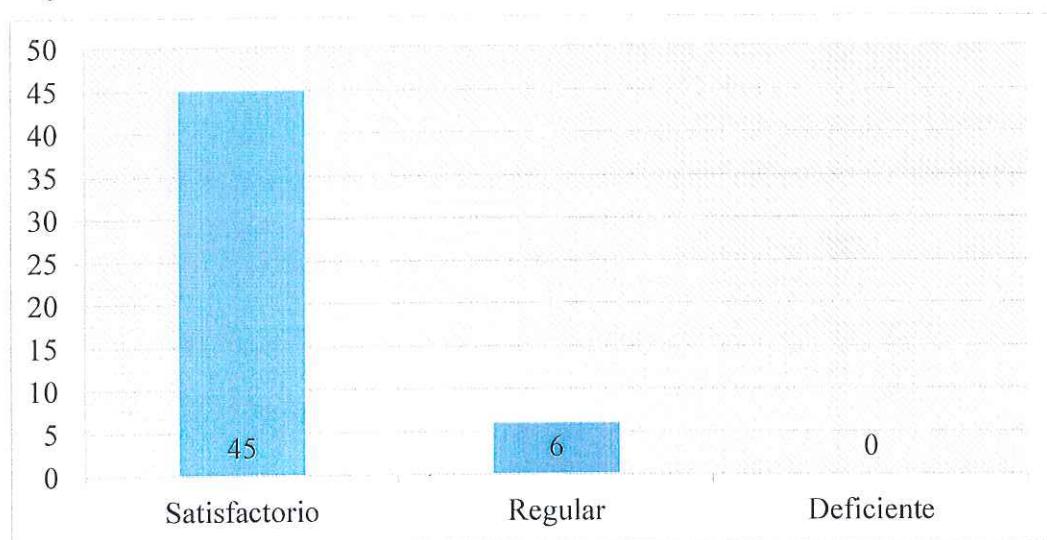
Nota. Elaboración propia.

La tercera ficha de observación que se llevó a cabo en el establecimiento conocido como “La pata gorda” se consiguió las cantidades. El primer ítem titulado como “Seguridad” obtuvo en “Satisfactorio” un valor de 9, después “Regular” adquirió una cantidad de 1,5, y “Deficiente” no consiguió obtener ninguno, por lo tanto, fue de 0. A continuación, “Ubicación” obtuvo en “Satisfactorio” una suma de 18, mientras que “Regular” solamente un valor de 1,5,

y “Deficiente” un 0. Mientras tanto “Menú, calidad del producto y presentación” consiguió en “Satisfactorio” una total de 15, “Regular” un valor de 3, y “Deficiente” un 0. Para finalizar, en “Otros” solamente “Satisfactorio” alcanzo una cantidad de 3, mientras que “Regular” y “Deficiente” ninguno.

Posteriormente, la siguiente figura manifestara la sumatoria de las cantidades antes mencionadas desde un punto en general.

Figura 25 Total de la tercera ficha de observación.

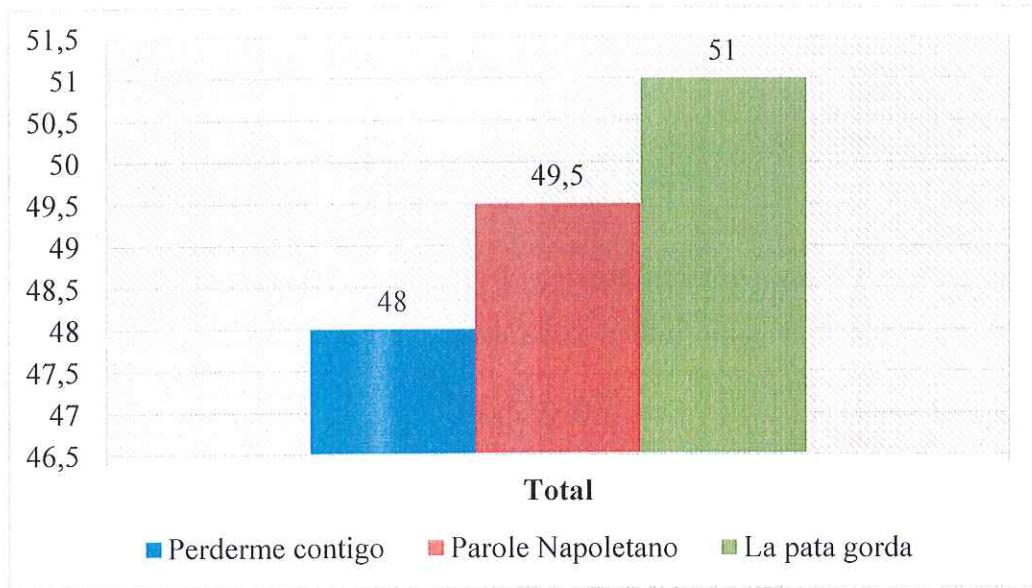


Nota. Elaboración propia

En conclusión, al llevar a cabo la sumatoria de cada uno de los ítems presentados en la figura, dio como resultado que “Satisfactorio” alcanzo un valor de 45, “Regular” un 6, y “Deficiente” solamente un 0. Y finalmente, se manifiesta que la pata gorda alcanzo un total de 51.

Por otra parte, a continuación, se manifestará mediante un gráfico estadístico lineal una comparación entre los tres diferentes puntajes que obtuvieron en total los distintos establecimientos gastronómicos cuando estos fueron evaluados, esto a fin visualizar si estos tres sitios cuentan con lo esenciales para influir satisfactoriamente en la calidad del servicio al cliente sin ningún problema y si estos lo están aplicando correctamente, para beneficio de la imagen del sector Barbasquillo y del cantón, tomando en cuenta varios ítems, siendo estos, la presencia de seguridad, ubicación, menú, calidad del producto y presentación del mismo, entre otros más.

Figura 26 Comparación de resultados.



Nota. Elaboración propia.

En conclusión, La pata gorda, Parole Napoletano, y Perderme contigo, al obtener un puntaje alto, estos establecimientos gastronómicos han cumplido con lo necesario para ofrecer un servicio de calidad a sus clientes, porque las autoridades y los trabajadores cuentan con las indispensables para influir de una forma apropiada, además de alcanzar el éxito con el apoyo de sus clientes, sin inconvenientes que puedan llegar a afectarlos gravemente.

3.3.1 Análisis de las fichas de observación.

Estas fichas son basadas en la observación de cada entrevistador que podía realizarla en el momento, por lo tanto, se vieron varias similitudes debido a que los tres establecimientos trabajados en esta investigación, se encuentran ubicados en el mismo sector y por ende cumplen con varios requisitos por igual, como, por ejemplo, la seguridad de la zona es en base a todos los establecimientos ubicados en la plaza La Quadra, Barbasquillo. Además, se tomaron en cuenta varios ítems como la seguridad, la ubicación y el menú, calidad alimenticia y presentación del lugar; así mismo, dándole la respectiva calificación a cada una de las preguntas establecidas en la ficha, basándose en si es satisfactorio, regular o deficiente para los consumidores y para el restaurante, ya que esto también puede servir como beneficio para la empresa, porque de cierta forma la opinión del público es muy importante para una buena mejora y lograr ser una empresa exitosa; y así mismo, para los clientes, dependiendo de su interés en el lugar.

3.4 Puntos Fuertes y Débiles

Tabla 10 Comparación de los puntos fuertes y débiles presentes en la investigación.

Ítems	
Puntos fuertes	Puntos débiles
<ul style="list-style-type: none"> - Los establecimientos gastronómicos cuentan con una higiene impecable, esencial para evitar riesgos que perjudiquen la producción del producto. - Se garantiza la adquisición de experiencias inolvidables para los consumidores. - Personal veterano capacitado para actuar ante cualquier fenómeno que se presente. Se presenta un Menú que cuenta con una gran variedad de opciones innovadoras. - Aplican reglamentos de calidad. Excelente trabajo en equipo y coordinación. - Precios cómodos basados en las necesidades. 	<ul style="list-style-type: none"> - Empleados con poca experiencia. - Ausencia de reglamentos de calidad de alto estándar de nivel internacional para una mejor gestión. - Falta de transparencia de certificados de funcionamiento y calificación sanitaria al ojo público.

Nota. Elaboración propia.

3.5 FODA

Tabla 11 Matriz FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> Menú con una gran variedad de opciones que cumplen con todos los estándares para satisfacer necesidades. Buena reputación e imagen. Trabajadores veteranos capacitados. Precios cómodos. Productos de alta calidad, y frescos. Buen servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> No existe un seguimiento de reglamentos de calidad de estándares de alto rango como la ISO. Los nuevos empleados como los meseros cuentan con poca experiencia o no, causando problemas leves. Tiempo de espera larga para la entrega de un producto.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Incremento de clientes durante las temporadas altas. Adquisición de ingresos gracias a los productos de calidad. Mejorar más las experiencias de los clientes. Mayor innovación. 	<ul style="list-style-type: none"> Apertura de nuevos competidores potenciales fuera de barbasquillo. Falta de comunicación entre los nuevos trabajadores con los clientes. Possible contaminación cruzada.

Nota. Elaboración propia.

3.6 Tabla de estrategias innovadoras.

Tabla 12 Cuadro de estrategias para aumentar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en Barbasquillo.

#	Estrategias	Objetivo	Ventaja	Recomendación	Roles
1	Promociones especiales	-Crear un calendario de fechas significativas para aumentar la demanda, adquirir ventajas competitivas, e innovar la calidad del servicio al cliente.	-Fortalece lazos. -Mejorar experiencias. -Aumento de ventas. -Incremento de clientes.	-Trabajar en equipo para obtener mejores resultados, para así evitar posibles riesgos.	-Administrador. -Gerente. -Jefes de área.
2	Aumentar el impacto del servicio al cliente.	-Implementar tecnologías más avanzadas como la inteligencia artificial para mejorar la atención al cliente y la calidad en los establecimientos gastronómicos.	-Mejor atención al cliente. -Comunicación efectiva. -Servicio Innovador.	-Instruir a los meseros o cocineros los puntos clave que serán necesarios para una excelente gestión.	-Administrador -Gerente.
3	Fomentar la comunicación efectiva.	-Definir los estándares esenciales para garantizar un servicio de primera calidad.	-Mejorar habilidades y comunicación. -Adquisición de un servicio de primera.	-Capacitar más a los trabajadores para mejorar aún más sus personalidad y habilidades.	-Administrador -Cocinero. -Meseros. -jefe de cocina.
4	Programa de fidelización	-Establecer un sistema que ayude atraer y retener clientes a los establecimientos gastronómicos de barbasquillo.	-Aumento de fidelidad. -Mejora la imagen. -Amplia constantemente la llegada de nuevos clientes.	-Ofrecer descuentos y recompensas a clientes frecuentes y nuevos.	-Administrador. -Gerente.

Nota. Elaboración propia.

CAPITULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones.

- Con relación a lo investigado, se identificó que los establecimientos gastronómicos cumplen con las normativas de calidad necesarias para un decente rendimiento laboral. Sin embargo, estos no aplican reglamentos internacionales como las ISO, que son importantes para establecer niveles de calidad, y un control en la elaboración de los productos presentes en el menú que son ofrecidos para su consumo.
- De acuerdo a lo investigado, se realizó un análisis exhaustivo donde se pudo confirmar con la ayuda de los administradores y dueño, que existe un pequeño porcentaje donde se han presentado situaciones de nuevos trabajadores que no han cumplido con su rol en atender satisfactoriamente al cliente, por otra parte, el resto se han encontrado capacitados para actuar ante cualquier situación que llegue a presentarse, dando así una buena atención de calidad, y de esta manera beneficiando la imagen del establecimiento gastronómico.
- En efecto, se logró encontrar realmente más fortalezas que debilidades dentro de los establecimientos, debido a que la influencia que ha tenido la calidad del servicio en base a la satisfacción dentro de estos lugares gastronómicos ha sido del grato agrado para los consumidores, porque estos mismos cumplen con los apartados que son necesarios para ofrecer una impecable gestión satisfactoria siendo estos varios, como la buena práctica manufactura, la presencia de un buen menú, excelente atención por parte de los trabajadores, higiene impecable. Por lo tanto, también se cumplió con cada una de las hipótesis planteadas de una manera correcta, las cuales fueron confirmadas durante el trabajo.
- Finalmente, con relación a los objetivos que abarca el presente trabajo, siendo

estos, el general y los específicos, estos se han cumplido exitosamente, a fin de presentar una inquisición con resultados de un nivel acorde a una institución de enseñanza superior.

4.2 Recomendaciones.

- Se recomienda a los administradores y trabajadores de los establecimientos gastronómicos, aplicar estrategias para mejorar aún más su calidad de servicio como, por ejemplo, ejecutar programas de fidelización, donde el cliente al consumir ganara puntos para ser canjeado por recompensas como un descuento, platillos gratuitos, participar en concursos, entre otros.
- También se sugiere que los encargados de los establecimientos gastronómicos, en el futuro elaboren una guía de capacitación para nuevos trabajadores quienes serán instruidos por un veterano durante su primera semana laboral, esto con el fin de evitar inconvenientes que pongan en riesgo la fidelidad de clientes e imagen del local y así mismo, para los futuros trabajos mantener un plan de seguimiento en si se cumple o no con aquellas normativas o si se han aplicado más.
- Además, se propone crear canales para que los clientes puedan compartir sus opiniones, tomándose en cuenta de diferentes maneras, como, por ejemplo, en encuestas digitales o también por códigos QR en las mesas, haciéndole saber al cliente que es muy importante para los diferentes establecimientos gastronómicos la opinión de los consumidores.
- Por último, se invita a los futuros estudiantes de titulación que este proyecto sea utilizado para profundizar más el tema de estudio y enriquecer la academia con nueva información recolectada

BIBLIOGRAFÍA.

Alcivar, E., & Muñoz, J. (2023). Modelo de negocio para la puesta en valor del turismo gastronómico en el Cantón Portoviejo-Ecuador [Tesis de licenciatura, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria De Manabí Manuel Félix López]. Repositorio Digital. Obtenido de https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/2172/1/TIC_T36D.pdf

Arellano, F. (7 de agosto de 2024). Método cualitativo. Recuperado el 13 de noviembre de 2024, de Enciclopedia Significados: <https://www.significados.com/metodo-cualitativo/>

Bimboza, J., Cárdenas, L., & Mancheno, J. (2023). Calidad del servicio y satisfacción del cliente. El caso del mantenimiento vehicular liviano. Religación: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, 8(35).

Blasco, J. (2022). ¿Cómo desarrollar una buena oferta gastronómica? Recuperado el 15 de Julio de 2024, de Chef Ejecutivo: <https://chefejecutivo.com/como-desarrollar-una-buena-oferta-gastronomica/>

Cabrera, J. (2023). Estudio de Factibilidad para la Implementación de un Restobar en la Ciudad de Loja. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Loja]. Repositorio Digital. Obtenido de https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/26727/1/JeffersonDavid_CabreraMosquera.pdf

Caita, O. (2023). ¿Qué son los enfoques de la calidad? Recuperado el 25 de Junio de 2024, de <https://www.oscarcaita.com/enfoques-de-la-calidad/>

Carter, M. (24 de septiembre de 2024). Organigrama de un restaurante: Descubra la receta del éxito. Recuperado el 14 de Octubre de 2024, de Boardmix: <https://boardmix.com/es/knowledge/restaurant-organizational-chart/>

Carvalho, R. (2022). ¿Qué es la oferta gastronómica de un restaurante? Recuperado el 11 de Julio de 2024, de <https://rogercarvalho.com/asesoria-bares-restaurantes>

Castro, Y. (10 de Mayo de 2023). La importancia de la metodología en la investigación en educación. Recuperado el 17 de Julio de 2024, de Fundación Prodis: <https://prodis360.org/la-importancia-de-la-metodologia-en-la-investigacion-en-educacion/>

Cedeño, R., Vizcaíno, P., & Maldonado, I. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 7(4), 9723-9762. Obtenido de <https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7658/11619>

Chedraui , L., & Demarquet, M. (2022). Percepción de la calidad de servicio y satisfacción del consumidor en la cámara de comercio de Guayaquil. Res Non Verba: Revista Científica, 12(1), 90-106. Obtenido de <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/rnv/article/view/677/418>

Cusme, G., & Cusme, G. (2022). Dimensiones de la gastronomía local en la segmentación del turismo cultural gastronómico del Cantón Portoviejo- Ecuador [Tesis de licenciatura, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí]. Repositorio Digital. Obtenido de https://repositorio.espm.edu.ec/bitstream/42000/1737/1/TIC_T04D.pdf

Escalante, T., Mackay, C., Escalante, T., & Mackay, R. (2023). El perfil del consumidor en época postpandemia. Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa, 6(11), 32-48. Obtenido de <https://www.reicomunicar.org/index.php/reicomunicar/article/view/110/194>

eurofins. (10 de febrero de 2024). ¿Qué es el sistema HACCP? Recuperado el 29 de Junio de 2024, de <https://www.eurofins-environment.es/es/que-es-el-sistema-haccp/>

Fernández, I. (2023). ¿Qué es una encuesta? Recuperado el 26 de Julio de 2024, de We are testers: <https://www.wearetesters.com/investigacion-de-mercados/que-es-una-encuesta/>

Garcia, Z. (2023). Implementación de una carta de pedidos basada en el modelo de la ingeniería del menú para apoyar el proceso de ventas en el restaurante La Farola [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo]. Repositorio digital. Obtenido

de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/6571/1/TL_GarciaRamosZayra.pdf

Global Suite solutions. (2023). ¿Qué son las normas ISO? Recuperado el 28 de Junio de 2024, de <https://www.globalsuitesolutions.com/es/que-son-normas-iso/>

GrupoACMS. (s.f.). ¿Qué es un punto crítico de control y cómo se localiza? Recuperado el 28 de Junio de 2024, de <https://www.grupoacms.com/consultora/que-es-un-punto-de-control-critico>

Herrera, L. (2 de Mayo de 2022). ¿Qué es un organigrama y cuál es su importancia? Recuperado el 4 de Julio de 2024, de Rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-un-organigrama/>

IFEDES. (2022). La importancia de los clientes ahora y mañana. Recuperado el 17 de Julio de 2024, de <https://www.ifedes.com/empresa-del-futuro-la-importancia-de-los-clientes-ahora-y-mañana/>

Intedya. (s.f.). Buenas Prácticas de Manufactura (BPM). Recuperado el 27 de Junio de 2024, de <https://www.intedya.com/internacional/103/consultoria-buenas-practicas-de-manufactura-bpm.html>

Jain, N. (17 de mayo de 2023). ¿Qué es la investigación cuantitativa? Definición, ejemplos, principales ventajas, métodos y buenas prácticas. Recuperado el 24 de Julio de 2024, de IDEASCALE: <https://ideascle.com/es/blogs/que-es-la-investigacion-cuantitativa/>

Jaramillo, K. (2022). Determinacion del costo de un menú semanal para la empresa restaurante Gualanday [Tesis de licenciatura, Universidad Antonio Nariño. Repositorio Digital. Obtenido de <https://repositorio.uan.edu.co/server/api/core/bitstreams/44be7496-ecc2-4a11-a88e-abb2a10e8df0/content>

Johnson, S., & Whiting, B. (11 de noviembre de 2023). Menu Planning - Definition, Considerations & Importance. Recuperado el 13 de Julio de 2024, de Study: <https://study.com/learn/lesson/menu-planning-overview-importance-food-service.html>

Lino, H., Martínez, G., & Macías, T. (2022). La calidad en el servicio y satisfacción del cliente en el sector ferretero Ecuador. Polo del conocimiento: Revista científico - profesional, 7(3), 1395-1411.

LSQA. (15 de junio de 2023). ¿Qué es HACCP y por qué es importante certificarse? Recuperado el 30 de Junio de 2024, de <https://lsqa.ec/que-es-haccp-y-por-que-es-importante-certificarse/>

Manglareditores. (2023). La Importancia de la Metodología. Recuperado el 24 de julio de 2024, de <https://www.manglareditores.com/post/la-importancia-de-la-metodologia>

Martínez, A. (27 de Julio de 2023). Cliente. Recuperado el 17 de Julio de 2024, de Concepto Definición: https://conceptodefinicion.de/cliente/#google_vignette

Medina, M., Bustamento, W., Castillo, R., Martel, C., Rojas, R., & Loaiza, R. (2023). Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C. Obtenido de <https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/download/90/133/157?inline=1>

Niquen, B. (2022). Análisis de la oferta gastronómica en el distrito de Túcume, Chiclayo 2018 [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo]. Repositorio Digital. Obtenido de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/5356/8/TL_NiquenOrtizBrenda.pdf

Ortega, F. (2022). ¿Qué es una oferta gastronómica? Tipos, creación y diseño de propuestas gastronómicas. Recuperado el 11 de Julio de 2024, de Ingenieriademenu: <https://ingenieriademenu.com/oferta-gastronomica-tipos-creacion-y-diseno/>

Pedraza, Y. (2023). Gastronomía ancestral manabita y el uso de ingredientes locales para la preservación ambiental en la parroquia urbana de Flavio Alfaro, año 2022 [Tesis de licenciatura, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí]. Repositorio Digital. Obtenido de <https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/4518/1/ULEAM-HT-0179.pdf>

Peña, D., Sánchez, M., & Sancan, L. (2022). Gestión administrativa y su impacto en la calidad del servicio. RECIMUNDO, Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento, 6(Extra 1), 120-131. Obtenido de <https://www.recimundo.com/index.php/es/article/view/1626/2085>

Quiroa, M. (1 de agosto de 2021). Proceso de calidad. Recuperado el 27 de Junio de 2024, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/proceso-de-calidad.html>

Ramos, A., & López, J. (2023). Análisis de la calidad de servicio en un restaurante manabita. Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa REICOMUNICAR, 6(12), 32-43. Obtenido de <https://www.reicomunicar.org/index.php/reicomunicar/article/view/164/298>

Reinoso, C., & Vazquez, P. (2022). Fortalecimiento de las identidades y memoria a través de una planificación por experiencia de aprendizaje, proyecto con niños del subnivel 2^a de educación inicial [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de la Educación UNAM]. Repositorio Digital. Obtenido de <http://repositorio.unae.edu.ec/handle/56000/2372>

Reyes, C. (2021). Analisis de la calidad de servicio y la satisfaccion de los usuarios del sindicato de choferes de Tarqui de la ciudad de Manta [Tesis de licenciatura, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabi]. Repositorio Digital. Obtenido de <https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/3307/1/ULEAM-ADM-0081.pdf>

Romani, G., Romani, N., & Roque, N. (2023). La Eficiencia de la calidad de servicio al cliente de las entidades financieras. Proyecto CIDE S.A.C. Obtenido de https://repositorio.cidecuador.org/bitstream/123456789/2392/1/2Libro%20La%20Eficiencia.VF_24_5_2023pdf.pdf

SafetyCulture. (15 de Enero de 2024). Buenas Prácticas de Manufactura (BPM). Recuperado el 27 de Junio de 2024, de <https://safetyculture.com/es/temas/bpm-buenas-practicas-de-manufactura/>

Salazar, D., & Diaz, G. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. Revista PODIUM, 19-36. Obtenido de <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/podium/n39/2588-0969-podium-39-19.pdf>

Stewart, L. (2024). ¿Qué es la investigación descriptiva y cómo se utiliza? Recuperado el 25 de Julio de 2024, de Atlas.ti: <https://atlasti.com/es/research-hub/investigacion-descriptiva>

Suárez, E. (2023). Calidad Del Servicio Y Satisfacción Del Cliente De Los Restaurantes de Ballenita, Provincia de Santa Elena, año 2022.[Tesis de licenciatura, Universidad estatal península de Santa Elena]. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/9289/1/UPSE-TAE-2023-0024.pdf>

Suàrez, E. (9 de Febrero de 2024). Método inductivo y deductivo. Recuperado el 26 de julio de 2024, de Experto Universitario: https://expertouniversitario.es/blog/metodo-inductivo-y-deductivo/#toc_Inductivo_o_deductivo_cual_es_mejor

UNIFIKAS. (2023). ¿Qué es un sistema de Gestión de calidad? Recuperado el 25 de Junio de 2024, de <https://www.unifikas.com/es/noticias/que-es-un-sistema-de-gestion-de-calidad>

UNIFIKAS. (6 de Febrero de 2023). ¿Qué son las Normas ISO? (2024). Recuperado el 29 de Junio de 2024, de <https://www.unifikas.com/es/noticias/que-son-las-normas-iso>

Upkeep. (s.f.). Punto Crítico de Control (PCC). Recuperado el 27 de Junio de 2024, de <https://upkeep.com/es/learning/critical-control-point-ccp/>

Vélez, M. (2023). Evolución de la contaminación acústica en la zona regenerada de Barbasquillo - Cdla Universitaria del cantón Manta y su impacto en la población del sector. [Tesis de licenciatura, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí]. Repositorio Digital. Obtenido de <https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/4777/1/ULEAM-POSG-ING.IND-007.pdf>

Villafuerte, Á., Cordero, P., Alvear, X., & Álvarez, I. (2022). Gastronomía tradicional en el Barrio las Herrerías del cantón Cuenca, como mecanismo para su salvaguardia cultural. *Alfa Revista de Investigación en Ciencias Agronómicas y Veterinaria*, 6(18), 477–490.

Obtenido de <http://www.scielo.org.bo/pdf/arca/v6n18/a10-477-490.pdf>

ANEXOS

Anexo 1 Formato de la encuesta



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI

Indicación:

Formato de encuesta dirigida a los comensales que acuden a los establecimientos gastronómicos ubicados en sector Barbasquillo, cantón Manta.

Banco de preguntas:

1. ¿Considera usted que el coste del producto, precio es acorde a su preferencia?

Si

No

2. ¿El personal se ha mostrado comunicativo y amable al momento de atender alguna solicitud que usted a llega a realizar?

Si

No

3. ¿Como calificaría la atención del personal que labura dentro de estos locales?

Deficiente	Decente	Neutral	Bueno	Excelente
1	2	3	4	5

4. Evalué su experiencia en calidad como consumidor

Deficiente	Decente	Neutral	Bueno	Excelente
1	2	3	4	5

5. Desde su última visita, ¿Cómo evaluaría en su totalidad la limpieza del restaurante?

Deficiente	Decente	Neutral	Bueno	Excelente
1	2	3	4	5

6. ¿Usted piensa que una higiene adecuada y organización impecable dentro un restaurante son las razones principales que garantizan una imagen en la calidad de los platos que se sirven?

- Siempre ()
- Casi Siempre ()
- A veces ()
- Muy pocas veces ()
- Nunca ()

7. ¿Qué tal le pareció la calidad de los alimentos del último platillo que usted ha consumió en su última visita?

Deficiente	Decente	Neutral	Bueno	Excelente
1	2	3	4	5

8. ¿Usted cómo evaluaría el menú del establecimiento?

- Innovador ()
- Bueno ()
- Decente ()
- Pésimo ()

9. ¿En qué escala usted calificaría la decoración e interior?

Deficiente	Regular	Satisfactorio	Excelente
1	2	3	4

10. ¿Recomendaría usted el servicio de este restaurante?

- Si ()
- No ()

11. ¿Usted opina que los alimentos y bebidas ofrecidos dentro del menú actual debería de contar con un apartado para personas con preferencias de comida vegana o vegetariana?

- Si ()
- No ()

Anexo 2 Formato de entrevista



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI

Indicación:

Formato de entrevista dirigida a los administradores o gerentes que se encuentran a cargo dentro de los establecimientos Gastronómicos Ubicados en el sector Barbasquillo, Cantón Manta.

Banco de preguntas:

1. ¿El establecimiento cumple con las normativas de calidad?
Si
No, ¿por qué?
2. ¿El personal se encuentra capacitado para actuar ante una emergencia que ponga en peligro a ellos mismos y sus comensales?
Si
No, ¿por qué?
3. ¿El establecimiento cumple con las normativas de salud e higiene?
Si
No, ¿por qué?
4. Los productos que utilizan en la preparación de los platos, ¿son frescos de alta calidad?
Si
No, ¿por qué?
5. ¿Cómo garantizan la calidad del servicio en su restaurante?
Buena, ¿Por qué?
Muy buena, ¿Por qué?
Excelente, ¿Por qué?
No agradable, ¿Por qué?

Anexo 3 Formato ficha de observación

FICHAS DE OBSERVACIÓN

Checklist de Ubicación

Datos			
Nombre del local			
Seguridad			
¿El local goza de un guardia de seguridad que monitorea la entrada?			
¿El local cuenta con los permisos necesarios para operar?			
¿Cuenta con salida de emergencia?			
¿Está equipada para la detención y extinción de incendios?			
Ubicación			
¿La zona donde está ubicado el restaurante es segura?			
¿Está cerca de lugares residenciales que lo favorezca más?			
¿Cuenta con parqueadero propio?			
¿La iluminación y ventilación es buena?			
¿Tienen wifi de alta velocidad accesibles para los clientes?			
¿La infraestructura del local esta impecable?			
¿Cuenta con personal de limpieza diario con la finalidad de adquirir condiciones impecables en la propia higiene?			
Menú, calidad del producto y presentación.			
¿El menú es atractivo para el cliente?			
¿El menú ofrece una gran variedad de opciones a elegir para todos los gustos?			

¿El menú es innovador?			
¿Los precios visualizados en el menú son cómodos?			
¿La toma del pedido es inmediata?			
¿Los productos son de una calidad aceptable?			
¿El mesero es amable y paciente con el cliente?			
Otros			
¿El ambiente y los muebles son los adecuados para estar cómodos durante la estancia?			
TOTAL:			

Observación:

.....

.....

.....

.....

Anexo 4 Validación del instrumento de investigación.



ANCHUNDIA PAZMIÑO
JULIANA CAROLINA

juliana.anchundia@uleam.edu.ec

...

To: You e1314856467@live.uleam.edu.ec

Monday, 21 October, 4:31PM



Propuesta_Instrumento_de_Medición_Toala...
DOCX - 56 KB

Estimada Gema,

Adjunto formulario de entrevista y encuesta con sus observaciones. En cuanto a la ficha de observación, de mi parte está acorde a la investigación y lista para proceder a su aplicación.

Saludos cordiales,



Ing. Carolina Anchundia Pazmiño
DOCENTE ULEAM
0988888133

Anexo 5 Sugerencias del experto, para la validación del instrumento de investigación

BANCO DE PREGUNTAS					
ENTREVISTA					
		Relevante	Neutral	No relevante	Observaciones
Gerente o Administrador	¿El establecimiento cumple con las normativas de calidad? Si () No, ¿por qué? ()	O	O	O	Ninguna.
	¿El personal se encuentra capacitado para actuar ante una emergencia que ponga en peligro a ellos mismos y sus comensales? Si () No, ¿por qué? ()	O	O	O	Ninguna.
	¿El establecimiento cumple con las normativas de salud e higiene? Si () No, ¿por qué? ()	O	O	O	Ninguna.
	¿Los alimentos que utilizan en los platos son frescos de la alta calidad? Si () No, ¿por qué? ()	O	O	O	Podría mejorar la redacción, utilizar productos en lugar de alimentos, preparación de platos en lugar de solo platos.
	¿Cómo garantizan la calidad del servicio en su restaurante? Buena () Muy buena () Excelente () No agradable ()	O	O	O	Además, debe dar su opinión el entrevistado.

ENCUESTA					
		Relevante	Medianamente	No relevante	Observaciones
Clientes	¿Considera usted que el coste del producto, precio es acorde a su preferencia en este Restaurante? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Podría mejorar la redacción.
	¿El personal se ha mostrado comunicativo y amable al momento de atender alguna solicitud que usted a llega a presentar? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Podría mejorar la redacción.
	¿Como calificaría la atención del personal que labura dentro de estos locales? Deficiente <input type="checkbox"/> Decente <input type="checkbox"/> Neutral <input type="checkbox"/> Aceptable <input type="checkbox"/> Excelente <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ninguna
	Evalúe su experiencia en calidad como consumidor. Deficiente <input type="checkbox"/> Decente <input type="checkbox"/> Neutral <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Excelente <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ninguna.
	Desde su última visita, ¿cómo evaluaría en su totalidad la limpieza del restaurante? Deficiente <input type="checkbox"/> Decente <input type="checkbox"/> Neutral <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ninguna.

	Bueno () Excelente ()				
	¿Usted piensa que una higiene adecuada y organización impecable dentro un restaurante son las razones principales que garantizan una imagen en la calidad de los platos que se sirven? Siempre () Casi siempre () A veces () Muy pocas veces () Nunca ()	O	O	O	Ninguna.
	¿Qué tal le pareció la calidad de los alimentos del último platillo que usted ha consumió en su última visita? Deficiente () Decente () Neutral () Bueno () Excelente ()	O	O	O	Ninguna.
	¿Usted cómo evaluaría el menú del establecimiento? Innovador () Bueno () Decente () Pésimo ()	O	O	O	Ninguna.
	¿En qué escala usted calificaría la decoración e interior? Deficiente () Regular () Satisfactorio () Excelente ()	O	O	O	Ninguna.

	<p>¿Recomendaría usted el servicio de este restaurante?</p> <p>Si ()</p> <p>No ()</p>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ninguna.
	<p>¿Usted opina que los alimentos y bebidas ofrecidos dentro del menú actual debería de contar con un apartado para personas con preferencias de comida vegana o vegetariana?</p> <p>Si ()</p> <p>No ()</p>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ninguna.

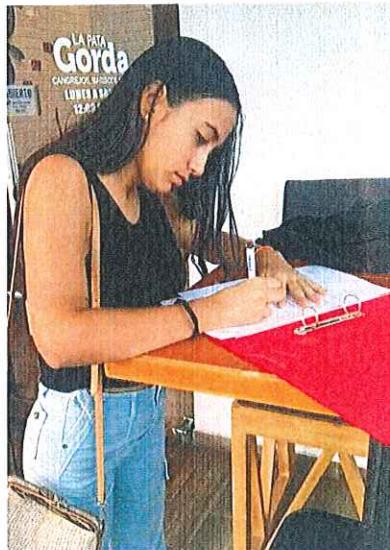
Anexo 6 Foto con la administradora de la Pata gorda Tania Gorgona



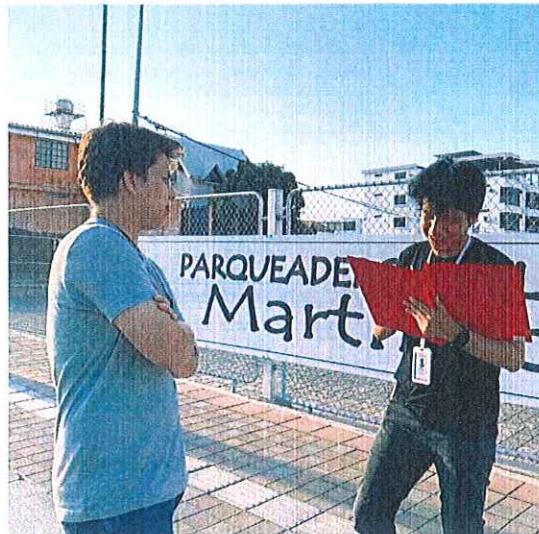
Anexo 7 Foto con el administrador de perderme contigo Mauricio Román



Anexo 8 Aplicación de ficha de observación



Anexo 9 Aplicación de encuesta



Anexo 10 Aplicación de encuesta





TESIS DUAL JOSÉ

3%

Textos sospechosos

0 2% Similitudes

< 1% similitudes entre comillas

< 1% entre las fuentes mencionadas

Δ 2% Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: TESIS DUAL JOSÉ.docx

ID del documento: c79f2aa260db651aa0e1eceeb98328ec16355a5
Tamaño del documento original: 2.18 MB
Autores: []

Depositante: MARIA ALAVA ZAMBRANO

Fecha de depósito: 27/12/2024
Tipo de carga: Interface
fecha de fin de análisis: 27/12/2024

Número de palabras: 22.498

Número de caracteres: 148.564

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	reicomunicar.org https://reicomunicar.org/index.php/reicomunicar/article/download/1642987/46 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)
2	Valentina Cedeño - María Palma - Estudio de viabilidad en creación de re... #14521 https://reicomunicar.org/index.php/reicomunicar/article/view/14521 El documento proviene de mi grupo 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (27 palabras)
3	repositorio.unae.edu.ec UNIDAD DE APRENDIZAJE EN LÍNEA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DEL ECUADOR http://repositorio.unae.edu.ec/Matricula/56900/2172	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (24 palabras)
4	dspace.uvcuenca.edu.ec http://dspace.uvcuenca.edu.ec/bitstream/123456789/43540/1/Trabajo-de-Titulacion.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (24 palabras)
5	repositorio.ulean.edu.ec UNIVERSIDAD LIACA - ELIJU ALFARO DE MANABÍ Gastro... http://repositorio.ulean.edu.ec/familia/123456789/416 3 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (22 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Documento de otro usuario El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (2 palabras)
2	repositorio.ulean.edu.ec http://repositorio.ulean.edu.ec/familia/123456789/3372 Fortalecimiento de las identidades y me...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (27 palabras)
3	www.reicomunicar.journalstar.org https://www.reicomunicar.journalstar.org/index.php/reicomunicar/article/view/110	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (20 palabras)
4	repositorio.unae.edu.ec http://repositorio.unae.edu.ec/bitstream/56900/2372/1/Fortalecimiento_de_las_identidades_y_me...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (24 palabras)
5	coggle.it TIPOS DE INVESTIGACIÓN, BIBLIOGRAFÍA, Vizcarra Zúñiga , P. J., Cedeño... http://coggle.it/magam/Zhi-42CYi8X6iBLU/tipos-de-investigacion	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (15 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- https://repository.espan.edu.ec/bitstream/42000/2172/1/TIC_T36D.pdf
- <https://www.significados.com/metodo-cualitativo/>
- <https://chefejecutivo.com/como-desarrollar-una-buena-oferta-gastronomica/>
- <https://www.oscarcaita.com/enfoques-de-la-calidad/>
- <https://boardmix.com/es/knowledge/restaurant-organizational-chart/>