



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

FACULTAD DE HOTELERÍA Y TURISMO

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS**

TEMA

**“DIAGNÓSTICO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS DE SERVICIO EN RESTAURANTES:
CASO RESTAURANTE LAS VELAS DE LA CIUDAD DE MANTA”**

AUTOR

Cañarte Alvarado Jennifer Dayana

TUTOR

Lcdo. Emil Viera Manzo Mba.

MANTA, 2021

AUTORÍA

La investigación pertenece exclusivamente al autor Jennifer Dayana Cañarte Alvarado este informe se realiza como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Cañarte Alvarado Jennifer Dayana

1350258438

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Hotelería y Turismo de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de 380 horas, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, cuyo tema es **“Diagnóstico de nuevas tecnologías de servicio en restaurantes: caso restaurante Las Velas de la ciudad de Manta”**., el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado, corresponde a la señorita CAÑARTE ALVARADO JENNIFER DAYANA, estudiante de la carrera de Hotelería, período académico 2019-2020, quien se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

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

Lugar, Manta 31 de enero del 2021.

Lo certifico,

MBA. Emil Viera Manzo

Docente Tutor

Carrera Turismo

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal evaluador certifica:

Que el trabajo de fin de carrera, titulado “**Diagnóstico de nuevas tecnologías de servicios en restaurantes: Caso restaurante las Velas de la ciudad de Manta**” ha sido realizado y concluido por la señorita egresada **Jennifer Dayana Cañarte Alvarado**; el mismo que ha sido controlado y supervisado por los miembros del tribunal.

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

Para dar testimonio y autenticidad,

Firmamos:

Lic. Luis Reyes Chávez

**DECANO DE LA FACULTAD
DE HOTELERIA Y TURISMO**

Ing. Marco Duran Vasco

**DELEGADO PRESIDENTE
TRIBUNAL**

A.S. Carlos Piguave Mero, Mg.

**MIEMBRO TRIBUNAL DE
TITULACIÓN**

Ing. Emil Viera Manzo

**DOCENTE TUTOR DE
TITULACIÓN**

Ing. Manuel Velásquez

**MIEMBRO TRIBUNAL DE
TITULACIÓN**

Jennifer Dayana Cañarte Alvarado

GRADUADA

AGRADECIMIENTO

Este trabajo va dedicado a Dios por permitir cumplir un sueño y meta anhelada, a mi abuela Laura Acosta por apoyarme en todo momento, a mi abuelo Carlos Salgado, a mis padres por guiarme por el camino del bien.

A mi tutor de tesis Lcdo. Emil Viera Manzo. MBA, quien con sus enseñanzas y guianza hizo que lograra culminar con este gran trabajo.

A personas increíbles que me han acompañado con apoyo incondicional, en este proceso de aprendizaje y experiencias.

Cañarte Alvarado Jennifer Dayana

DEDICATORIA

A Dios por darme la fortaleza de perseguir mis sueños, a mis padres por darme la vida, a mis abuelos Laura y Carlos por protegerme desde pequeña y estar siempre pendiente de mí para que cumplir las metas anheladas.

Aquellas personas que han sido un gran apoyo incondicional para lograr este objetivo, llevando con ellos consejos de vida para no decaer, sin duda han sido una ayuda muy grande, y quiero manifestarlos en este escrito porque se lo merecen.

A mis profesores de la universidad por impartir sus conocimientos y enseñarme que el camino correcto es el prepararse día a día para ser mejores e ir cambiando la perspectiva de la sociedad.

A grandes amistades que conocí desde el inicio de la carrera y terminé con ellos, llevando momentos y experiencias inolvidables.

Cañarte Alvarado Jennifer Dayana

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo diagnosticar la importancia de las nuevas tecnologías para el adecuado servicio en restaurantes, específicamente en el Restaurante “Las Velas”, ubicado en la ciudad de Manta. La metodología aplicada fue de enfoque mixto, es decir, cualitativo y cuantitativo, de tipo bibliográfico, descriptivo, analítico y de diseño no experimental; la población y muestra de estudio correspondieron al personal de este establecimiento, su Gerente y comensales, quienes comprobaron el problema a través la encuesta y entrevista aplicada a los mismos, la cual reflejó como resultados la necesidad de implementar nuevas tecnologías y mejorar aún más sus servicios; pues se concluye que son importantes para su desarrollo, por tanto es necesario que consideren la aplicación de estrategias de comunicación comercial que se destinen con la finalidad de proporcionar al establecimiento gastronómico como un entorno turístico no sólo a nivel de local, haciendo de ello un elemento diferenciador, debido a que se exige el uso de las tecnologías como las redes sociales que incrementan el público objetivo y con ello, la rentabilidad y permanencia de los negocios.

Palabras claves: Nuevas tecnologías – Restaurantes - Servicios

ABSTRACT

The objective of this research is to diagnose the importance of new technologies for the adequate service in restaurants, specifically in the Restaurant "Las Velas", located in the city of Manta. The applied methodology it was a mixed approach, that is, qualitative and quantitative, bibliographic, descriptive, analytical and non-experimental in design; The population and study sample corresponded to the staff of this establishment, its Manager and diners, who verified the problem through the survey and interview applied to them, which reflected as results the need to implement new technologies and further improve their services ; It is concluded that they are important for their development, therefore it is necessary that they consider the application of commercial communication strategies that are destined in order to provide the gastronomic establishment as a tourist environment not only at the local level, making it an element differentiating, because it requires the use of technologies such as social networks that increase the target audience and with it, the profitability and permanence of business.

Keywords: New technologies - Restaurants - Services

ÍNDICE DE CONTENIDO

Planteamiento del problema	2
Formulación del problema	4
Objeto de investigación	4
Campo de acción	4
Variables de investigación	5
Variable Dependiente	5
Variable Independiente	5
Objetivos	5
Objetivo General	5
Objetivos específicos	5
Justificación	5
CAPÍTULO I	7
1. MARCO TEÓRICO	7
1.1. Tecnologías	7
2.1.1 Aplicaciones tecnológicas	9
2.2 Restaurantes	10
2.2.1 Tipos de restaurantes	11
2.2.2 Características de los restaurantes	12
2.3 El servicio	12
2.3.1 Servicio de calidad	13
2.3.2 Tipos de servicio en la restauración	14
2.3.3 Los 10 componentes básicos del buen servicio	15
2.3.4 Servicio de restaurantes en época de pandemia	16
2.4 Nuevas tecnologías para el servicio de restaurantes	17
2.4.1 Como aportan las Apps en el servicio de restaurante en la calidad	18
CAPÍTULO II	19
2. DISEÑO METODOLÓGICO	19
2.1. Enfoque de investigación	19
2.2. Tipología de investigación	19

2.2.1.	Bibliográfica	19
2.2.2.	Analítica	20
2.2.3.	Descriptiva	20
2.2.4.	No experimental	20
2.3.	Población y muestra de estudio	21
2.3.1.	Población	21
2.3.2.	Muestra	21
2.4.	Instrumento de investigación	22
2.4.1.	Encuesta	22
2.4.2.	Entrevista	22
2.5.	Procedimiento para la recolección y análisis de datos	23
CAPÍTULO III		24
3.	RESULTADOS	24
3.1.	Situación actual	24
3.2.	Restaurante “Las Velas”	25
3.3.	Resultados de la Entrevista	27
3.3.1.	Análisis de la Entrevista	28
3.4.	Resultados de las Encuestas	29
3.4.1.	Encuesta a Personal del Restaurante “Las Velas”	29
3.4.2.	Encuesta a comensales del Restaurante “Las Velas”	36
3.4.3.	Análisis de la Encuesta aplicada al personal del Restaurante “Las Velas”	40
3.4.4.	Análisis de la Encuesta aplicada a los comensales del Restaurante “Las Velas” ...	41
DISCUSIÓN		42
CONCLUSIONES		43
RECOMENDACIONES		44
Bibliografía		45
ANEXOS		51

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Población de estudio	21
Tabla 2: Rango de edades del personal encuestado	29
Tabla 3: Género.....	29
Tabla 4: Nivel de instrucción académica	30
Tabla 5: Afectación laboral por pandemia.....	31
Tabla 6: Aporte de la tecnología en la comunicación.....	31
Tabla 7: Conocimiento de tecnologías para el restaurante	32
Tabla 8: Aplicación de tecnologías.....	33
Tabla 9: Apps que se deben aplicar en el servicio de restaurante.....	34
Tabla 10: Tecnologías aplicadas	35
Tabla 11: Importancia de las tecnologías en el servicio de restaurante.....	35
Tabla 12: Conocimiento de tecnologías de servicio	36
Tabla 13: Tecnologías recomendadas	37
Tabla 14: Técnicas aplicadas para el servicio de restaurante	38
Tabla 15: Las nuevas tecnologías benefician a los restaurantes	38
Tabla 16: Necesidad de la implementación de tecnologías en el restaurante	39

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Rango de edades del personal encuestado	29
Gráfico 2: Género	30
Gráfico 3: Nivel de instrucción académica	30
Gráfico 4: Afectación laboral por pandemia.....	31
Gráfico 5: Aporte de la tecnología en la comunicación.....	32
Gráfico 6: Conocimiento de tecnologías para el restaurante	32
Gráfico 7: Aplicación de tecnologías.....	33
Gráfico 8: Apps que se deben aplicar en el servicio de restaurante.....	34
Gráfico 9: Tecnologías aplicadas.....	35
Gráfico 10: Importancia de las tecnologías en el servicio de restaurante	36
Gráfico 11: Conocimiento de tecnologías de servicio	36
Gráfico 12: Tecnologías recomendadas.....	37
Gráfico 13: Técnicas aplicadas para el servicio de restaurante	38
Gráfico 14: Las nuevas tecnologías benefician a los restaurantes	39
Gráfico 15: Necesidad de la implementación de tecnologías en el restaurante.....	39

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Planteamiento del Problema	4
Ilustración 3: Ubicación GPS.....	25
Ilustración 4: Restaurante Las Velas.....	26
Ilustración 5: Opciones como oferta gastronómica	26

INTRODUCCIÓN

Varios de los restaurantes carecen de dificultad por la falta de conocimiento en el área tecnológico esto debido a su manejo manual y el poco interés a los aparatos tecnológicos.

“Las tecnologías aplicadas en los restaurantes son una ventaja competitiva, dado a que las nuevas tecnologías tienen, hoy en día, un papel fundamental en la sociedad y en la vida de cualquier ser humano” (Castillo y otros, 2016, pág. 99); por lo cual es posible mencionar que a nivel mundial y nacional, surge la necesidad del sector de restauración de implementar estrategias que les permita obtener mayor clientela debido a los déficits económicos acarreados por la reciente crisis generada por una pandemia.

A nivel mundial los restaurantes se inclinan cada vez más al auge tecnológico de hacer pedido online, lo cual permitió desarrollar otras ideas que al menos en América Latina tomaron mayor relevancia, uno de esos ejemplos es el mercado del delivery, el Food Orders en redes sociales que es una aplicación para restaurantes que permiten a los mismos llegar a sus comensales a través de las páginas sociales y potenciar así su demanda y demás opciones que sin duda han ayudado a que estos negocios no cierren frente a la actual pandemia. (Escuela de Marketing Gastronómico, 2020)

A nivel nacional, es posible mencionar que “los restaurantes pertenecen a un sector empresarial altamente volátil, por ende, están ansiosos por orientar sus estrategias hacia el desarrollo tecnológico; donde, la tecnología se convierte en un factor significativo” (Delgado Cruz y otros, 2017, pág. 27), y algunas de las tecnologías que son posible de evidenciar en este país adicional a las mencionadas anteriormente, es el escáner del código QR con el menú de los teléfono móviles de los clientes, el pago a través de aplicaciones y el pedido con el uso de delivery desde la promoción de sus productos a través de sus páginas oficiales, sin embargo, son tecnologías básicas en relación a la necesidad actual originada por un confinamiento por emergencia sanitaria

Por lo tanto, es imprescindible que se desarrolle el presente estudio con la finalidad de diagnosticar a los restaurantes sobre el uso de las nuevas tecnologías para el servicio de los mismo, de forma que se interpreta como un elemento esencial para garantizar la sostenibilidad de estos establecimientos en el mercado; pues en una era como la de hoy en día, la tecnología es un factor relevante para mantener las relaciones entre las personas y sociedad en general.

En referencia a lo señalado, se determina que es necesario que los restaurantes consideren la aplicación e estrategias de comunicación comercial que se destinen con la finalidad de proporcionar al restaurante como un entorno turístico no sólo a nivel de local, haciendo de ello un elemento diferenciador, debido a que se exige la realización de Marketing digital y el uso de demás herramientas tecnológicas como las redes sociales que incrementar el público objetivo y con ello, la rentabilidad y permanencia de los negocios.

En consecuencia, se ha evidenciado que, del uso de la tecnología, según Donoso y Robles (2020) “los restaurantes están adquiriendo mejorías en calidad y en efectividad a la hora de ofrecer sus servicios. Gracias a las tendencias de publicidad digital las empresas están viviendo una transformación en la relación existencial entre los comensales y los restaurantes” (pág. 2). Es importante el uso de las distintas tecnologías en los servicios de los restaurantes tales como aplicaciones para realizar reservaciones, ordenar comida a través de comandas electrónicas y hacer uso de recursos digitales para la promoción gastronómica; así mismo se da a lugar diversas tecnologías para interactuar con los clientes tales el menú interactivo, sistema de reservas; que en conjunto con lo anterior, optimizan la ventaja competitiva con demás restaurantes, lo que cual aporta a la mejora de la comunicación, planeación y organización del servicio.

Planteamiento del problema

Manta es un cantón que pertenece a la provincia de Manabí, una de sus principales actividades económicas es el pesquero a la par de otras actividades como la manufactura, con grandes riquezas, tanto gastronómico, con maravillosos paisajes y sitios turísticos, es conocido como el primer puerto marítimo a nivel de todo el Ecuador; sin embargo, como es del conocimiento de todos, la pandemia generado por el Covid-19, trajo consigo inestabilidad económica sus sectores económicos se encuentran afectado.

Asimismo, los restaurantes son un gran aporte económico para el cantón, pues a que este sector se ha encontrado muy afectado por el confinamiento, muestra oportunidades de levantamiento al hacer uso de delivery y contar con opciones para seguir laborando a puertas cerradas, debido a que con el cierre mundial de todas las actividades, en la mayoría de los países, estos establecimientos no se excluyeron en su totalidad, lo que los llevó a innovarse tecnológicamente para acceder a sus comensales de manera segura a través del uso de telefonía y plataformas en donde muestran su menú. (Portilla Vaca & Romero Corral, 2018).

El restaurante “Las Velas”, se encuentra ubicado en la Ciudadela Universitaria de la Vía Barbasquillo en la ciudad de Manta; sector muy reconocido por su oferta gastronómica en su mayoría gourmet; este local de comida abrió sus puertas al público el 22 de febrero del año 2008; es de comida nacional, internacional, carnes y marisco, ofrece bebidas y piqueos además de brindar servicio a domicilio y catering para eventos. Actualmente emplea a 10 personas y sus ingresos debido a la reciente pandemia han decaído en aproximadamente un 25.05%; a lo cual se le atribuye como problema falencias en la aplicación inmediata de nuevas tecnologías para el desarrollo de todos sus procesos en las áreas del restaurante, a fin de entregar a los clientes un adecuado servicio, el mismo que ve afectado su calidad a causa de:

- El personal que labora en el restaurante no se encuentra relacionado en su totalidad con los nuevos alcances tecnológicos
- Las recetas de los platos que ofrecen las mantienen aún en informes físicos, lo cual se ha evidenciado que no se encuentra en óptimas condiciones debido a que, al ser un espacio de cocina, se manipula con las manos no totalmente limpias, pudiendo en otros casos crear las recetas de forma digital y visualizarlas en Tablet.
- El restaurante no maneja un equipo de marketing digital, por lo cual, no renuevan en sus páginas oficiales de Facebook e Instagram su oferta gastronómica.
- Actualmente, las cartas por el tema pandemia no se utilizan del todo física, para lo cual se han creado las cartas virtuales con un código que deberá ser escaneado por el cliente y el mismo podrá visualizarla desde su móvil; sin embargo, no todos los usuarios hacen uso de ello por razones como por ejemplo no poseen internet o simplemente no llevan celulares, evidenciando la falta de despóticos digitales en el restaurante como tablets para que el usuario no sienta la diferencia y se encuentre en todo momento cómodo con la atención.
- Poseen un sistema de cobro adecuado, sin embargo, el mismo no maneja comandas lo cual hace que el cliente solicite su pedido pero el mesero al desconocer su stock toma su orden sin problema y al llegar a la cocina visualiza que no dispone del mismo, aumentando la operativa y resta tiempo en la atención, pues deberá acercarse al cliente e indicar nuevas opciones y si el mismo no está de acuerdo, no se sentirá satisfecho y llevará una inadecuada impresión del restaurante.

A continuación, se muestra de manera ilustrado el problema:

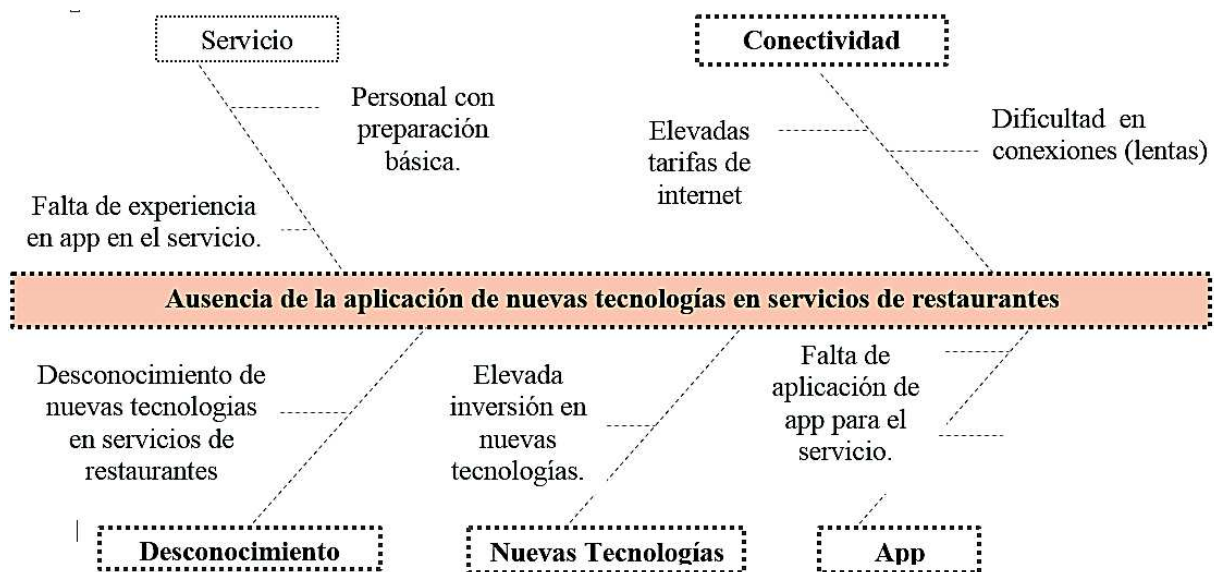


Ilustración 1: *Planteamiento del Problema*

De manera más contextualizada, se resumen el planteamiento del problema en la ausencia de la aplicación de nuevas tecnologías adecuadas para un servicio de calidad en los restaurantes, el cual surge por el desconocimiento de los mismos de las nuevas tecnologías que conlleva al personal con falta de experiencia en ello; así mismo, muchos de los restaurantes como “Las Velas”, no han implementado muchas tecnologías por el costo elevado de éstas y la falta de aplicaciones más actualizadas como el App para el servicio, puesto que de la misma forma sus precios son elevados e implica también poseer un internet de alta calidad y conectividad que no dificulte las conexiones e interacciones con sus comensales.

Formulación del problema

¿De qué manera se puede garantizar la calidad del servicio y atención al cliente en restaurantes de Manta?

Objeto de investigación

Nuevas tecnologías en restaurantes de la ciudad de Manta

Campo de acción

Restaurante Las Velas, Manta

Variables de investigación

Variable Dependiente

Nuevas Tecnologías

Variable Independiente

Servicio en restaurantes

Objetivos

Objetivo General

- Diagnosticar la aplicación de nuevas tecnologías para el adecuado servicio en el Restaurante “Las velas”, ubicado en la ciudad de Manta

Objetivos específicos

- Determinar las bases teóricas para dar sustento a las variables de estudio correspondientes a las nuevas tecnologías para el adecuado servicio en restaurantes
- Analizar la importancia de la aplicación de las nuevas tecnologías en el servicio de restaurante, caso específico Restaurante “Las Velas” de la ciudad de Manta.
- Proponer estrategias de mejora para el servicio de Restaurante “Las Velas” mediante la aplicación de nuevas tecnologías

Justificación

Se justifica el presente trabajo de investigación debido a su importancia en la actualidad, pues temas como el mantener el distanciamiento por la pandemia mundial generada por el Covid -19, ha obligado a los establecimientos de todo tipo y especialmente a los de servicios de restaurantes, a renovar sus estrategias para mantener el contacto con sus comensales sin necesidad de que la comunicación sea totalmente física, por lo cual, este estudio servirá como guía para los restaurantes que deseen diagnosticar en sus locales las posibles tecnologías a aplicar conforme sus necesidades.

Asimismo, se justifica porque al resolver los problemas mencionados, el Restaurante “Las Velas”, podrá ganar más prestigio y reconocimiento del que ya posee, pues al diagnosticar las

nuevas tecnologías aplicables, los comensales podrán degustar de toda su oferta gastronómica y aumentar la cadena de clientes fijos.

Finalmente, se justifica porque con la implementación y manejo adecuado de las nuevas tecnologías, el Restaurante “Las Velas” podrá atender a sus clientes bajo sus necesidades; esto debido a que el comensal al momento de pensar en un lugar al que puedan salir con todas las medidas de bioseguridad, sistemas digitales de pago, solicitar menú de forma virtual y entre otros servicios que involucren el mayor distanciamiento posible, tengan en primera opción mencionado restaurante.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Tecnologías

Siendo el tema de estudio las nuevas tecnologías de servicio en restaurantes se definen a la misma como los siguientes autores redactan.

“Las TIC (Tecnología de información y comunicación), son un conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro, agrupa un abanico de soluciones amplio. Incluyen las tecnologías para almacenar información y recuperarla después, enviar y recibir información de un sitio a otro, o procesar información para poder calcular resultados y elaborar informes. Las TIC se conciben como el universo de dos conjuntos, representados por las tradicionales Tecnologías de la Comunicación (TC) constituidas principalmente por la radio, la televisión y la telefonía convencional y por las Tecnologías de la Información (TI) caracterizadas por la digitalización de las tecnologías de registros de contenidos (informática, de las comunicaciones, telemática y de las interfaces)” (Cruz Chio, 2019, pág. 2)

En base a lo señalado por el autor, se considera que las TIC se han transformado en una de las herramientas más indispensables en todas las áreas de la sociedad. Obligando a las diferentes áreas a adaptarse a estas valiosas herramientas que han llegado a transformar la forma de acceso a la información de manera fácil e instantánea por medio del internet y sus distintos canales de acceso como: teléfonos, plataformas y herramientas digitales, permitiendo así un mejor trabajo y aprendizaje colaborativo, como la apropiación del conocimiento.

Por otra parte León (2020) comenta que, en pocos años el mundo ha cambiado: los avances tecnológicos, la interconexión, el IoT, el blockchain, la inteligencia artificial, la inteligencia cognitiva, la globalización de la economía, el desarrollo de los mercados, las telecomunicaciones, los dispositivos portátiles, el comercio electrónico, la era digital, la innovación de procesos y de modelos de negocio, han evolucionados de conceptos a realidades que las empresas necesariamente deben adoptar y aprovecha. Estos avances tecnológicos nos han hecho la vida más fácil y más productiva a la hora de querer hacer conocer un producto o servicio, y si se aprovecha

al adaptarlo de la mejor manera ayuda a que el negocio o servicio llegue de una manera rápida a las personas y a la sociedad ayudando a crecer los negocios y a reactivar la economía.

Coquillat (2020) en su estudio mencionó que “la tecnología es uno de los principales generadores de riqueza. Con la transformación digital han hecho acto de presencia terminales punto de venta, kioscos de auto pedido, telecomunicaciones vía web e incluso gestionadas por chatbots, campañas promocionales en redes sociales” (pág. 1). Destacando y haciendo énfasis en la importancia que tienen los avances tecnológicos en la sociedad de manera eficaz, al saber utilizarla de la manera correcta, en este caso en la publicidad del servicio hosteleros presentando y dando a conocer a sus clientes y usuarios, para que pueda llegar a más personas, muchas veces se desconoce del servicio o de las promociones y servicios que este puede brindar.

Ocaranza (2021) expone que “es un hecho que día a día las estrategias evolucionan, la implementación y uso de nuevas tecnologías ha sido pieza clave para el desarrollo de este sector. El reto es adaptarse, ser resilientes y sobresalir ofrecer propuestas de valor” (pág. 1). Es de conocimiento que la pandemia ha cambiado algunos ámbitos y entre ellos está el servicio de restaurantes, ya que este debe contar con cierto aforo de personas e incluso ha afectado al personal que laboraba en el área hostelera, y es aquí donde la tecnología tomo más fuerza en varios ámbitos y este es uno de ellos, y aunque ha disminuido su rentabilidad y demanda se busca la manera de poder surgir y adaptarse a los cambios que puedan presentarse a lo largo del tiempo.

Guaña (2017) señaló en su investigación que “apegándose y adaptándose a la evolución social y tecnológica, la buena comunicación donde se expresa los diferentes requerimientos de cada usuario, se ha vuelto indispensable, por tal motivo se han utilizado medios de comunicación tecnológicos masivos como el internet” (pág. 2). La tecnología genera el crecimiento de los consumidores aprobando de manera positiva al cambio que se ha tenido que enfrentar a nivel mundial, aumentando cada vez más de una manera veloz y fructífera, teniendo claro el conocimiento de los beneficios que se puede obtener al saber utilizar la tecnología para hacer crecer el negocio y que los clientes se puedan adaptar a los cambios que este se enfrenta.

“La economía actual se caracteriza y destaca por la importancia que tienen las industrias intensivas en indagación y de la información en sí misma resaltando la competencia de las empresas para crear valor, ya no depende únicamente de capacidades financieras y de producción, distribuir la información es fundamental para lograr mayor productividad,

demanda e innovación. La información es vital y central para la economía y la sociedad y su gestión es realizada y facilitada por las TIC” (Rodríguez Moreno, 2018, pág. 127)

Con base a los criterios señalados por estudios anteriores, es posible que al hablar de la importancia que tiene la tecnología para fortalecer la economía y que de la mano se fusionen para lograr sacar provecho de lo que tenemos, sabemos que esto implica capacitarse para poder manejar de forma adecuada las TIC, ya que abarca una generalidad que tiene como, el diseño, implementación, desarrollo, soporte y aplicación de software, ya sea páginas web, cuentas electrónicas, chat, bloc y entre otras. En definitiva, se percibe a la tecnología como una variable que cambia conforme las exigencias de la sociedad, y su impacto dependerá de las estrategias con las cuales se apliquen, así como las funcione y procedimientos que se efectúen a partir de las mismas; por tanto, se define a las tecnologías como el conjunto de herramientas que aumentan el valor del producto y generan nuevas demandas oportunidades de optimización de recursos como tiempo, dinero, entre otros.

2.1.1 Aplicaciones tecnológicas

“Una Aplicación tecnológica es un programa de computadora que se utiliza como herramienta para realizar una operación o una tarea específica, es un programa informático diseñado como una herramienta para realizar operaciones o funciones específicas. Generalmente, son diseñadas para facilitar ciertas tareas complejas y hacer más sencilla la experiencia informática de las personas y llevar un buen manejo en el ámbito donde se la utiliza” (Martínez Rosales, 2021, pág. 9)

A continuación, se mostrarán algunas opciones de aplicaciones tecnológicas que se pueden ser utilizar para mejorar el servicio hostelero y fortaleces el contacto con los clientes y poder brindar un mejor servicio que muestre de manera favorable la evolución que puede tener al saber utilizar adecuadamente una aplicación tecnológica.

“El uso de Ipads en las mesas fue el comienzo del uso de la tecnología, pero sin duda la hostelería lleva años viendo innovaciones sorprendentes en el uso de las nuevas tecnologías para restaurantes ayudando a mejorar la experiencia del usuario, los tiempos de espera, compra y servicios, y mejorar el trabajo del equipo de las personas que han

significado un aumento de ventas y de satisfacción de sus clientes que seguro has visto más de alguna vez como (Erika, 2020, pág. 2):

- Realidad virtual para ver el menú;
- Cocinas fantasmas o *dark kitchens*;
- Impresoras 3D de alimentos y bebidas;
- Robots para servir las mesas;
- Pedido online y delivery;
- Hasta la creciente popularidad del pago con el sistema contable.

Siendo el caso de estudio los restaurantes, las aplicaciones tecnológicas de los mismos van desde el uso de equipos de computación, internet, y paquetes de ofimática, así como demás herramientas que permitan mantener el control de sus actividades y gestionar de mejor manera sus servicios.

2.2 Restaurantes

Según Montoya (2020) “el termino restaurante se refiere a un sector innovador que da lugar a la exploración del sabor, arte y estilos, así mismo, estos viven la tendencia y estilo de vida nómada y ambiguo que trae consigo la actualidad en su globalización” (pág. 2).

Garzón (2019).expresa sobre los restaurantes que los mismos son “todo establecimiento cualquiera que sea su denominación que sirvan al público mediante un precio, bebidas y comidas para ser consumidas en un mismo local” (pág. 6). En definitiva, los restaurantes son ciertos lugares que son utilizados para el área de la gastronomía, ya sea comida o bebidas, necesitando contar con personal capacitado y expertos en el tema, además de cumplir con algunos parámetros para hacer posible el funcionamiento legal del mismo, rigiéndose con ciertos requisitos y normativas que este debe tener.

“Los restaurantes son un elemento imprescindible de la sociedad y del tejido empresarial mundial, cada vez más tienes una mayor influencia en la evolución de un país o una zona. Por ello, para mantener su actualidad y atraer el interés de los clientes y consumidores, a los profesionales de este sector no les queda más remedio que poner al día sus negocios con cada nueva moda o tendencia que cala entre el público y con cada innovación sectorial que transforma el modo de evolucionar de los restaurantes” (Coquillat, Diego, 2019)

En este sentido estos últimos años han traído un sin número de cambios al llegar la pandemia alterando de una manera veloz y acelerada, obligando a acoplarse al nuevo ritmo de ventas que de la misma manera los clientes puedan estar satisfechos con los nuevos hábitos de consumo sin olvidar que cada vez ira cambiando y evolucionando y por tanto impulsa a ir de la mano con la tecnología, aprendiendo y capacitando al personal que esté implicado.

2.2.1 Tipos de restaurantes

Como expresa Grazzo y Moreira (2020) “los servicios de alimentos debido al grupo poblacional donde se encuentran clasificados se dividen en comerciales y no comerciales siendo este último, autoadministrable o propio y concesionario. Por tal motivo es importante mencionar los tipos de servicios de alimentos en el sector” (pág. 28).

Entre otro caso nos dice Auqui (2012) la clasificación que se hace tomando como base el tipo de comida además de su forma de servicio:

- **Restaurante Gourmet.** - Establecimientos que se encargan de elaborar y servir a sus clientes variedad de platos gourmet;
- **Cafeterías.** - Establecimientos que ofrecen platos sencillos de preparar;
- **Grill.** - Tipo de restaurante orientado a la cocina americana donde se sirve carnes, pescados y mariscos a la plancha y a la parrilla;
- **Fast food.** - Restaurantes de comida rápida y por lo general para llevar, además tienen autoservicio;
- **Restaurante Buffet.** - A mediados de la década de los 70's apareció en los hoteles la tendencia de los restaurantes exclusivos para buffets. Estos comedores, en los hoteles de playa son de gran dimensión y para colocar las bandejas con los diferentes tipos de alimentos constan de varios calentadores y refrigeradores integrados para mantener los alimentos a la temperatura adecuada;
- **Catering.** - Establecimientos encargados de elaboración de diferentes menús, entrega y servicio de los mismos;
- **Banquetes.** - Se encargan de la producción de varios platos en un mismo menú y se sirven según el gusto del cliente;

- **Restaurantes de especialidades (temáticos).** - Son restaurantes que se especializan en un tipo de comida como los de Mariscos, Los Vegetarianos, los Steak Houses o Asaderos, cuya especialidad es la carne. Estos incluyen también los de nacionalidades, que se especializan en la cocina de un país o región determinada (pág. 22).

2.2.2 Características de los restaurantes

Los restaurantes se caracterizan principalmente, por ser parte de un sector empresarial totalmente volátil, es decir, susceptible a cualquier cambio sobre las demandas de los clientes y los recursos necesarios para su funcionamiento; por tanto, emergen siempre la necesidad de establecer estrategias hacia el desarrollo tecnológico que les permita adaptarse al entorno actual, en donde sin duda alguna, la tecnología es impredecible y se considera como un elemento significativo para el funcionamiento de este tipo de negocios.

En un artículo sobre las características que deben ser fundamentales para que los clientes regresen, se citan los siguientes:

- Comida deliciosa. - Es uno de los puntos más importantes, ya que de esta dependerá que el restaurante trascienda, además de utilizar ingredientes frescos y brindar algo de calidad y variedad para no caer en la monotonía;
- Buen servicio y trato personalizado. – Que la atención sea amable y respetuosa, eso hará sentir cómodo y tener ganas de frecuentar el lugar;
- Ambiente original. – La decoración juega también un papel importante, algo que se muestre acogedor y tranquilo;
- Wifi y cargadores de batería. – se nos ha hecho indispensable la tecnología que no podemos dejar de lado que esos puntos son importantes (Delirante Cocina, 2019, pág. 1).

2.3 El servicio

Sánchez (2016) refiere que el sector de servicios comprende gran cantidad de posibilidades en la realidad económica, abarcando la administración, el transporte, el hotelaría, gastronomía o los servicios financieros. También entran dentro de este concepto otros profesionales del ámbito de la sanidad, la educación o el personal de trabajo doméstico. Los servicios son actividades identificables, intangibles y perecederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación

del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes.

Por otra parte Láinez y Suárez (2018) añaden que el servicio “es el resultado de la interacción entre el cliente, el soporte físico y el personal de contacto que, adicionalmente, es lo que hace distintiva a la empresa que lo presta, ya que producirá la satisfacción de una necesidad y el cumplimiento de una expectativa” (pág. 16). Los servicios también pueden ser públicos y privados, y por ende cada servicio va a ser diferente, pero teniendo algo en común, que es, el satisfacer a los clientes brindando un buen resultado del trabajo que se realice y los clientes puedan volver cuantas veces lo necesiten, no hay mejor publicidad que una recomendación por brindar un buen servicio. En otras palabras, el servicio puede ser relativamente comprendido desde cada condición y ámbito en el que se lo brinda, generalmente las condiciones vienen estipuladas y definidas en cada factura o contrato que se realice, donde quede claro los costos y reglas del mismo, de esta manera los clientes quedan informado en todo momento a parte de también poder dar la información con atención personal y disponibilidad para despejar dudas sobre el servicio.

2.3.1 Servicio de calidad

De la revisión bibliográfica de Monrroy y Urcádiz (2019), se infiere que el ámbito de los restaurantes es de mucha importancia tomar en cuenta que cuando se cita la propuesta de valoración en la calidad, existe tanto un estado tangible de atributos relacionados con un restaurante, como al mismo tiempo, una serie de factores intangibles, que se encuentran relacionados en los juicios de valor percibido y posteriormente emitido por los comensales al tomar en consideración diversas dimensiones alrededor de la oferta y que se refleja en su toma de decisión de consumo o no consumo en el futuro. Por lo anterior, resulta necesario la adaptación de los instrumentos de medición de la calidad en el servicio y la satisfacción del cliente hacia el tipo de industria y sobre todo a la identificación de las dimensiones de estudio para la industria restaurantera.

López (2018) afirma que “los clientes definen como servicio los aspectos como localización conveniente y horarios, amplitud de la gama que se ofrece a su elección, posición dominante en la categoría y rapidez en las transacciones” (pág. 10). Un servicio de calidad se puede derivar de algunos aspectos o características que lo hagan enriquecerse y obtener buenos

resultados. En conclusión, la prestación principal debe enriquecerse con un buen servicio, como la entrega de una prestación adecuada acogiéndose a algunos aspectos, herramientas o instrumentos que nos sirva y ayude a brindar esa calidad del servicio que el cliente busca y necesita.

El servicio se mide desde una perspectiva entre funcionalidad y caducidad que dentro de una población se puede caracterizar en aglomeraciones de diferentes subgrupos en el que se obtenga un beneficio entre ambas partes; las habilidades de negociación se intercambia una comunicación asertiva, siendo esto una creación de valor que proporciona beneficios entre la oferta y demanda de servicios en tiempos y lugares específicos, que involucra un algo deseado y recibido. (Montoya, 2020, pág. 17) Finalmente, la calidad del servicio debe tener algunas características como, la atención oportuna, la higiene, el respeto, la empatía, entre otros, que lo hagan ser diferente de otros establecimientos, donde se garantice eficiencia y eficacia con la atención y cada vez buscar mejoras tanto para el cliente como para el personal que labora en el mismo ya que los colaboradores juegan un importante papel en esa área y de esto depende también ver resultados fructíferos.

2.3.2 Tipos de servicio en la restauración

Antes de comenzar a explicar los cuatro tipos de servicios en restaurante hay varios detalles de gran importancia que hay que tomar en cuenta entre ellos según lo menciona Cástulos (2020)

- Concepto y público al que va dirigido;
- Es posible que para ciertos tipos de servicios se necesite un mayor espacio en el local, ya que como veremos a continuación algunos emplatajes requieren de mesas auxiliares;
- Para aprovechar más el espacio se deberán colocar las mesas en fila y en oblicuo;
- Colocar las mesas alternándose entre los aparadores y la mesa auxiliar; y
- El servicio de exposición al cliente, dentro de lo posible, debería situarse a la vista de la clientela (pág. 23).

Partiendo de lo anterior, es posible entonces referir que los tipos de servicio independientemente de su fin, deben cumplir con similitud de características a fin de garantizar una entrega de calidad del mismo, pudiendo de tal manera distinguir los siguientes tipos

- **Servicio Americano.** - La característica que distingue este servicio americano inmediatamente es su rapidez. La comida se sirve en la cocina y un mesero la lleva a la mesa de los comensales.
- **Servicio Ruso.** - Es el tipo de servicio más elegante; los alimentos se terminan de preparar o se proporcionan frente al comensal; se utiliza en eventos de muy pocos comensales ya que el proceso es muy tardado. A la hora de que los clientes se sientan a la mesa, se les tiene ya colocado un plato vacío, llamado el plato de servicio, en el cual se le sitúa una servilleta y la cubertería que se necesite, excluyendo los cubiertos para el postre.
- **Servicio inglés.** - es parecido al servicio a la francesa, aunque en el servicio a la inglesa, es el mesero el que sirve al comensal directamente desde la bandeja hasta el propio plato, utilizando para ello unas pinzas u otros utensilios como cucharas soperas.
- **Servicio francés.** - conocido también como servicio «a la francesa», es un estilo de servir varios platos al mismo tiempo en la mesa al comenzar la cena.

En resumen y según lo señalado por Cástulos, los diferentes tipos de servicio es la manera que podemos determinar la forma en que podemos hacer llegar la degustación, ya sea el cliente de un restaurante, o cualquier miembro familiar que se sienta en la mesa para comer y como ya se mostró los cuatro principales tipos de servicios, reflejándose la característica que cada uno de ellos cuenta, para poder analizar qué tipo de servicio es, haciéndolo único y distinguible al momento de querer diferenciarlos

2.3.3 Los 10 componentes básicos del buen servicio

Los componentes básicos que son considerados necesarios para dar un buen servicio y estos son los siguientes según Naula (2017):

- **Credibilidad:** Hay que demostrar seguridad, sinceridad y ser modestos para crear un ambiente de confianza.
- **Comunicación:** Se debe mantener buena información para el cliente utilizando un lenguaje oral y corporal, que se pueda entender y mantener una comunicación asertiva.
- **Comprensión del cliente:** Esto se logra con una buena comunicación, que permita saber que desea, cuando lo desea y como lo desea en un caso sería por orientarnos en su lugar.

- **Accesibilidad:** Para dar un excelente servicio debemos tomar en cuenta la opinión de los clientes con buzones de sugerencias, quejas y reclamos.
- **Cortesía:** Tensión, simpatía, respecto y amabilidad del personal, como dicen por ahí, la educación y las buenas maneras no pelean con nadie.
- **Profesionalismo:** Tener un buen conocimiento y destreza de la ejecución del servicio, de parte de todos los miembros de la organización.
- **Capacidad de respuesta:** Disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y oportuno.
- **Fiabilidad:** Es la capacidad de nuestra organización de ejecutar el servicio de forma fiable, sin contraer problemas.
- **Elementos tangibles:** Se trata de mantener en buenas condiciones las instalaciones físicas, los equipos, contar con el personal adecuada y los materiales de comunicación que permitan acércanos al cliente.

2.3.4 Servicio de restaurantes en época de pandemia

En la opinión de Gavilanes (2020) la pandemia llegó e inmediatamente miles de ecuatorianos idearon nuevas estrategias para mantener activos sus negocios aun cuando el país se encontraba en semáforo rojo. En esa lista están los dueños de restaurantes: unos salieron de su zona de confort e implementaron el servicio a domicilio, mientras que otros fortalecieron sus promociones para estrechar lazos con sus clientes. En semáforo rojo también se creó la plataforma somoscomunidadec.com, una iniciativa enfocada en el desarrollo colectivo de la gastronomía local, la producción nacional y el intercambio de conocimiento. Se unieron alrededor de 43 restaurantes, cafeterías y chocolaterías de diferentes ciudades del país.

Tal cual nos dice Ortiz (2021) adaptarse o cerrar, describiendo la situación que atraviesan los restaurantes y locales de comida del país. Impulsados por la pandemia y las restricciones de movilidad, estos negocios han tenido que subirse al tren de las ‘apps’ de comida a domicilio.

A través del *delivery* buscan responder a las nuevas necesidades de los clientes, quienes ya no son solo los que se sientan en una mesa del restaurante. Ahora, y más con los horarios de toques de queda y el confinamiento, son aquellos que miran la carta a través de una pantalla y disfrutan

de la comida en su casa. Para los dueños de restaurantes se trata de un reto el conquistar el mercado de los envíos a domicilio. Sin embargo, los costos del servicio de aplicaciones son altos.

“Los resultados de las investigaciones permiten deducir la importancia que tiene el servicio delivery en el sector gastronómico, ya que, desde el punto de vista empresarial, la emergencia sanitaria adoptada, para enfrentar el Covid-19, se convierten en un reto para la creatividad e innovación y producir un cambio radical en los hábitos de consumo de las personas, por lo tanto, las microempresas gastronómicas deben de adaptarse a estrategias ágiles” (Prado-Macias, 2021, pág. 2).

Al llegar la pandemia, también llegaron los cambios drásticos al que se tenía que buscar solución al problema que se presentaba y tomar buenas decisiones, donde no se perjudicara al negocio o al personal, y en este caso algunos tomaron la decisión por hacer entregas a domicilio enfrentándose a una experiencia distinta a la que se estaba acostumbrado y es ahí donde la tecnología toma más fuerza e impulsa a los negocios a adaptarse a ella.

2.4 Nuevas tecnologías para el servicio de restaurantes

“Gracias a las nuevas tecnologías los restaurantes tienen la posibilidad de optar por una solución a la medida que permita la gestión interna del proceso o modelo de negocio que manejan para prestar el servicio, como se puede evidenciar varios de las franquicias de comida rápida ofertan sus servicios de manera digital” (Mesias Valencia, 2020, pág. 7).

Y es que, en definitiva, la llegada de nuevas tecnologías es sinónimo de cambios no solo a nivel local sino también mundial, pues las situaciones actuales exigen transformaciones inevitables en los estilos de vida de las personas, obligando a las mismas a vivir en un ambiente de constantes variaciones para las cuales debemos estar preparados con capacitaciones y actualizaciones.

Tunja (2018) menciona que por lo general “los clientes y los servidores se comunican entre sí a través de una red, pero también pueden residir ambos en un mismo sistema como el intercambio de emails, el acceso a webs, a bases de datos, y otros protocolos de internet” (pág. 8) Se ha evidenciado a lo largo de la pandemia por Covid 19 que, los restaurantes han innovado sus servicios con el uso de tecnologías que reducen el contacto directo con el cliente, esto con la finalidad de minimizar riesgos de contraer este virus que ha cobrado la vida de muchas personas y ha alertado a toda la población mundial, haciendo que éstos sea más exigentes en sus

requerimientos. Algunos de estos avances tecnológicos son por ejemplo el menú digital, que al escanear con la cámara del móvil el código facilitado por los restaurantes, arroja el servicio gastronómico que ofrece el establecimiento; asimismo, las redes sociales y plataformas de delivery son otras de las tecnologías que han aportado a la continuidad de estos negocios.

2.4.1 Como aportan las Apps en el servicio de restaurante en la calidad

“Para entender un poco mejor el concepto, podemos decir que las aplicaciones son para los móviles lo que los programas son para los ordenadores de escritorio. Actualmente encontramos aplicaciones de todo tipo, forma y color, pero en los primeros teléfonos, estaban enfocadas en mejorar la productividad personal: se trataba de alarmas, calendarios, calculadoras y clientes de correo. Hubo un cambio grande con el ingreso de iPhone al mercado, ya que con él se generaron nuevos modelos de negocio que hicieron de las aplicaciones algo rentable, tanto para desarrolladores como para los mercados de aplicaciones, como App Store, Google Play y Windows Phone Store” (Muñoz Torrealva, 2017, pág. 25).

La cantidad de Apps de esta categoría junto con la situación que vive el país y el resto del mundo ha cambiado la forma de relacionarnos y realizar actividades cotidianas, puesto que como consideran (San Martín & Prodanova, 2014) la facilidad y la inmediatez son dos de los atractivos por las que un usuario accede a la compra de productos y servicios a través de un Smartphone. A esto se añade el proceso de transformación digital en casi todos los sectores a causa de la pandemia. (Romero Campuzano, 2021, pág. 6)

Las Apps han surgido de la mano de la tecnología, sabiendo que antes los teléfonos no tenían mayor capacidad para tener aplicaciones como las de ahora en los que se pueda descargar y manejar una aplicación que nos facilite muchas cosas dependiendo de lo que se necesita y entre las más solicitadas de los delivery son: Domicilios.com, UberEats, Glovo, Rappi, Picker.

CAPÍTULO II

2. DISEÑO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque de investigación

La investigación posee un enfoque mixto, es decir, es cualitativa y cuantitativa, que para Fernández y Baptista (2017) la primera “utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación.” (pág.7); por lo cual aplica técnicas de recolección de datos como la observación y la entrevista; mientras que la segunda según refieren Alan y Cortez (2018) “es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes, lo que implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas y matemáticas para obtener resultados; cuantifica el problema” (pág. 69), es decir, es posible obtener información mediante las encuestas objetivas.

Estos enfoques aportan significativamente en el desarrollo de la investigación porque al analizar las interrogantes de estudio, se elaboran preguntas que sirven para obtener información sobre la situación actual de la aplicación de las nuevas tecnologías y su incidencia en la calidad del servicios de los restaurantes, siendo posible ello mediante el despliegue de técnicas como la encuesta y entrevista dirigidas al personal que labora en el establecimiento objeto de estudio, de esta forma se pretende obtener datos e información real.

2.2. Tipología de investigación

2.2.1. Bibliográfica

Martín y Lafuente (2017) en su estudio refieren claramente que con la aplicación de la investigación de tipo bibliográfica es posible “la revisión como trabajo sistemático y ordenado de búsqueda de información bibliográfica implica la detección y selección materiales significativos para el investigador en función de las interrogantes que se plantea” (pág.152); a su vez Martín y Lafuente (2017) indican que “la revisión bibliográfica constituye una etapa esencial en el desarrollo de un trabajo científico y académico” (2017, pág. 2)

En concordancia con lo anterior, aplicar el tipo bibliográfico en la presente investigación permitió sustentar los criterios desarrollados en los apartados anteriores, pues se documenta

científicamente los resultados de otros estudios y se comparecen con los presentes a fin de comprobar la problemática y de esta manera, garantizar el adecuado desglose de la información mediante la confiabilidad de las fuentes de información tales como revistas científicas, libros, informes académicos y demás aportes.

2.2.2. Analítica

Ibáñez (2015) relaciona que este tipo de investigación consiste en analizar lo cual “significa desintegrar, descomponer un todo en sus partes para estudiar en forma intensiva cada uno de sus elementos, así como las relaciones entre sí y con el todo.” (pág. 102). Mediante el tipo analítico, se pretendió obtener información partiendo de un análisis previo de los resultados que se generaron tras la revisión bibliográfica de fuentes confiables, los cuales se analizaron efectivizándose la determinación del punto de vista actual de los restaurantes y sus necesidades tecnológicas frente a situaciones como la pandemia que impliquen medidas de bioseguridad para la salud.

2.2.3. Descriptiva

Guevara y Verdezoto (2020) mencionan que la investigación descriptiva permite al investigador “describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio” (pág. 163). Por otra parte, Navarro y Moyano (2017) señalan se “utilizan técnicas específicas en la recolección de información desde las fuentes bibliográficas y en la web con los que se pretende identificar, cuantificar y caracterizar dichos artículos.” (pág. 140). El tipo descriptivo dentro de la metodología aplicada, permitió determinar la incidencia de las nuevas tecnologías en los servicios de los restaurantes, así mismo se identificaron los requerimientos actuales de los comensales, considerando que se vive un estado de emergencia el cual implica prevenir una enfermedad a través del contacto directo.

2.2.4. No experimental

El presente estudio es una investigación de tipo no experimental, ha sido de esta manera porque la objetividad de este trabajo es analizar y describir las variables de estudio tal cual se suscitan, es decir, no se manipulan, por tanto, se mostrarán los resultados obtenidos tras la revisión bibliográfica, y aplicación de instrumentos de investigación tal cual se han recolectado.

2.3. Población y muestra de estudio

2.3.1. Población

Arrias, Villacís y Miranda (2016) afirman que: “La población de estudio es un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra que cumple con una serie de criterios predeterminados” (pág. 202). Está representado por cualquier conjunto bien definido de persona u objeto.

De tal manera que, la población son todos los restaurantes de la ciudad de Manta que se encuentran registrados como tal en el catastro efectuado como parte de la investigación, datando un total de 210 establecimientos clasificados según su categoría de la siguiente manera:

Tabla 1: *Población de estudio*

Categoría	Total de Restaurantes
Primera	10
Segunda	52
Tercera	81
Cuarta	67
Total 210 restaurantes	

Elaborado por: Elaboración propia

2.3.2. Muestra

Hernández (2016) indica: “Es el conjunto de elementos seleccionados que pertenecen a una población determinada, o sea, que es una parte de la población o universo” (pág. 15). El tipo de muestreo a aplicar en la presente investigación será no probabilístico, debido a que “el procedimiento no es mecánico ni se basa en fórmulas de probabilidad; depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de investigación” (Hernández-Sampieri, 2017, pág. 89).

Por tanto, la muestra de esta investigación es de tipo aleatorio simple, que para Porras (2018) hace referencia a que “cada elemento de la población tiene una oportunidad igual e independiente de ser seleccionado, para lo cual se le asigna un número. La muestra se determina con tablas de números aleatorios” (pág. 4); en otras palabras, este tipo de muestreo permite elegir

al azar una parte de la población objetivo y de pura casualidad, pues brinda a todos los sujetos en general la misma probabilidad de responder al problema; por tanto, la muestra será relativa a 10 colaboradores del restaurante “Las Velas” más el propietario de la misma; y de esta forma, se tomará una encuesta sencilla a un grupo determinado de comensales que se determinó según la cantidad de aforo permitido por COE Nacional al restaurante, el mismo que señaló es de 20 personas, de los cuales se obtuvo la participación voluntaria de apenas 10 de ellos.

Cabe mencionar que, se selecciona al restaurante “Las Velas”, principalmente por la disponibilidad que mostró para el desarrollo de la investigación en este establecimiento, asimismo, porque es del reconocimiento local que es uno de los centros de gastronomía de mayor prestigio por la variedad de platos que ofrecen, como la combinación de mar y tierra, sus servicios son de calidad y los productos son del total agrado y satisfacción por parte de los comensales; lo cual ha contribuido a que consideren la innovación tecnológica como una estrategia que les permite mejorar constantemente su servicio y con ello, garantizar su permanencia en este sector atrayente del turismo.

2.4. Instrumento de investigación

2.4.1. Encuesta

Según López y Fachelli (2016) la encuesta se considera como “una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida” (pág. 8). El cuestionario se elaboró a base de preguntas objetivas que pretendieron el cumplimiento de los objetivos, así como la comprobación de la problemática identificada desde el inicio de la investigación. Para el cálculo de la muestra se utilizó el muestreo aleatorio, y al encontrarnos aun manteniendo la distancia, se optó únicamente a aplicar la encuesta de manera individual al total de 10 colaboradores entre meseros, cocineros y cajeros.

2.4.2. Entrevista

La entrevista, para Troncoso y Antonio (2017) “es una de las herramientas para la recolección de datos más utilizadas en la investigación cualitativa, permite la obtención de datos o información del sujeto de estudio mediante la interacción oral con el investigador” (pág. 330). En consecuencia, la entrevista será aplicada únicamente al Gerente - Propietario del restaurante

“Las Velas”, considerando que es el mismo quien decide la necesidad o no de implementar nuevas tecnologías a fin de que sus comensales se sientan más cómodos y seguros con sus servicios.

2.5. Procedimiento para la recolección y análisis de datos

“Consiste en el orden de la información recopilada, de manera que facilite al investigador generar nuevos criterios de manera sistematizada, asegurando de tal manera que no se filtre o pierda datos relevantes para el estudio” (Escudero & Cortez, 2017, pág. 1). Tras la aplicación de la búsqueda bibliográfica y documentada, se han respaldado los criterios base sobre las variables de estudio que corresponden a las nuevas tecnologías en los servicios de restaurantes, específicamente aplicado al Restaurante “Las Velas”; de la misma manera según los objetivos de estudio y el problema identificado, se diseñaron cuestionarios de preguntas a manera de encuestas y entrevistas aplicados al personal que labora en mencionado establecimiento, su gerente y propietario y a un grupo definido de comensales; estas preguntas tuvieron la finalidad de diagnosticar las nuevas tecnologías en los servicios de restaurantes, identificando su importancia en la actualidad.

Luego de haberse diseñado el modelo de encuesta y entrevistas, se asistió al lugar de los hechos y objeto de estudio, el Restaurante “Las velas”, en donde de manera cordial se solicitó a la muestra establecida su colaboración, para luego proceder a tabular las respuestas en el programa de Excel, y posterior a esto migrar las tablas y gráficos al presente documento.

CAPÍTULO III

3. RESULTADOS

3.1. Situación actual

Actualmente en la ciudad de Manta, existen constituidos formalmente, 214 restaurantes a nivel local, de los cuales los de mayor renombre se encuentran en la zona Barbasquillo del mismo cantón.

Estos restaurantes tras el inicio de la gran amenaza económica generada por el confinamiento y distanciamiento obligatorio que surgió en el año 2019 en Wuhan y para el 2020 en el resto del mundo como Ecuador como consecuencia del Coronavirus, fueron los que decidieron reinventarse y activarse poco a poco, con un aforo reducido pero al menos con la oportunidad de seguir laborando, para ello, se vieron en la necesidad de implementar nuevas tecnologías que garanticen el cumplimiento de las normas de bioseguridad y a su vez, dé paso a los clientes de disfrutar de una experiencia gastronómica con medios tecnológicos.

Algunos de estos restaurantes que cuentan con financiamiento y liquidez, destinaron recursos a sus locales tales como el diseño de una App que les permita dar a conocer su oferta gastronómica, como el uso del datafast para el pago de sus cuentas; sistemas de comandas, menú digital, entre otros.

Para dar sustento a lo anterior, se presenta el siguiente catastro de los restaurantes constituidos formalmente en la ciudad de Manta y que, pese a la reciente y aún crisis económica, han abierto sus puertas nuevamente:

3.2. Restaurante “Las Velas”

Siendo el objeto y campo de estudio el Restaurante “Las Velas” se cita la importancia de dar conocer información relevante sobre la misma;

Nombre Comercial:	Restaurante Las Velas Marinas Gourmet
Razón Social:	Felipe Bernal Dianeysi Ester
RUC:	1313450239001
Representante Legal:	Felipe Bernal Dianeysi Ester
Categoría:	Tercera
Capacidad	64
Número de empleados:	11
Dirección:	Cdla. Universitaria, vía Barbasquillo

Ilustración 2: *Ubicación GPS*



Fuente: Google Maps

Ilustración 3: *Restaurante Las Velas*



Fuente: Restaurante Las Velas

Ilustración 4: *Opciones como oferta gastronómica*



Fuente: Restaurante Las Velas

3.3. Resultados de la Entrevista

1. *¿Qué consecuencias generó la llegada del Covid 19 en su restaurante?*

Las consecuencias con la llegada de la pandemia fueron grandes, entre ellas inestabilidad laboral, se redujo personal llegando a mantener solo un cocinero y un motorizado para las entregas a domicilio, esto también a causa del déficit económico y la poca afluencia de pedidos.

2. *¿Qué acciones ejecutó para mantener en funcionamiento su restaurante pese a la pandemia?*

Para que el restaurante siguiera en el sector alimenticio tuvo que idear diversas formas entre las principales cumplir con el ordenamiento legal, sacando permisos y regímenes al protocolo de bioseguridad solicitado por el Ministerio de Salud, los costos de los platos se redujeron y se efectuaban vía redes sociales promociones en gastronomía y oferta de combos, o simplemente se efectuaban días de entrega a domicilio sin recargos, lo cual llamó mucha la atención de los clientes.

3. *¿Qué medios utilizó para hacer conocer a su clientela las estrategias comerciales implementadas post- pandemia?*

Las redes sociales fueron nuestra herramienta personal, de ahí la página web.

4. *¿Considera que su restaurante se encuentra actualizado en lo que refiere a la implementación de tecnologías para mejorar sus servicios? Mencione los recursos tecnológicos que emplea*

En lo básico considero que el restaurante si se encuentra actualizado, sin embargo, hay muchas fallas porque no damos soporte a estas nuevas tecnologías, y es que son muy costosas estas plataformas y podríamos decir que es ahora recién que se está reactivando nuevamente el sector gastronómico. Algunos de los recursos tecnológicos empleados son el Internet mediante la red Wifi; el menú a través del Código QR, el mismo que falla porque pide actualizaciones constantes; las facturas son electrónicas, se posee de Datáfono para facilidades de pago.

5. *¿Qué tan importante cree Ud. que son las tecnologías en el desarrollo del sector de los restaurantes no solo en la ciudad de Manta sino a nivel internacional?*

En definitiva, las tecnologías son muy importantes, pese a que solo hemos implementado cosas básicas, esto ha sido de gran aporte a la reactivación del local, sin embargo, consideramos que si se realizaran mayores inversiones fueron mejores los resultados, estamos considerando ello, pero aún no es un hecho debido a los costos que emergen y la estabilidad ahora es promedio, por lo cual debemos ajustar nuestro presupuesto.

3.3.1. Análisis de la Entrevista

De los resultados obtenidos tras la aplicación de la entrevista a la Gerente – Propietaria del Restaurante “Las Velas” la señora Felipe Bernal Dianeyssi Ester, se logró comprobar el problema presentado, el mismo que resume a que el restaurante aplica tecnologías, pero estas mismas son muy básicas, por ejemplo, manejan redes sociales y ofertan el menú digital, así como el datafast con el cual realizan cobros con tarjetas para no manipular el dinero.

Lo anterior según el entrevistado, se debe a que el restaurante ha enfrentado fuertes crisis económicas como consecuencia del confinamiento y distanciamiento generado por la pandemia a nivel mundial, lo cual no ha permitido reunir todos los recursos económicos para invertir en tecnologías de punta, sin embargo, procuran ofrecer siempre un servicio de calidad.

Asimismo, la Gerente comparte que la necesidad de implementar tecnologías nuevas a los restaurantes, aseguran a éstos mejores resultados, pues son capaces de cumplir con las expectativas de los clientes, quienes día a día se vuelven aún más exigentes; permitiendo de esta forma diagnosticar que actualmente, el restaurante “Las Velas” ubicado en la ciudad de Manta, no hace uso de nuevas tecnologías de punta, la única variación que han poseído es el escaneo del menú a través de un móvil del cliente, mientras que el datafast, y redes sociales han sido sus herramientas principales; evidenciando la necesidad de implementar nuevas estrategias tecnológicas que le den seguridad tanto a ellos como a sus comensales.

3.4. Resultados de las Encuestas

3.4.1. Encuesta a Personal del Restaurante “Las Velas”

1. Rango de edades

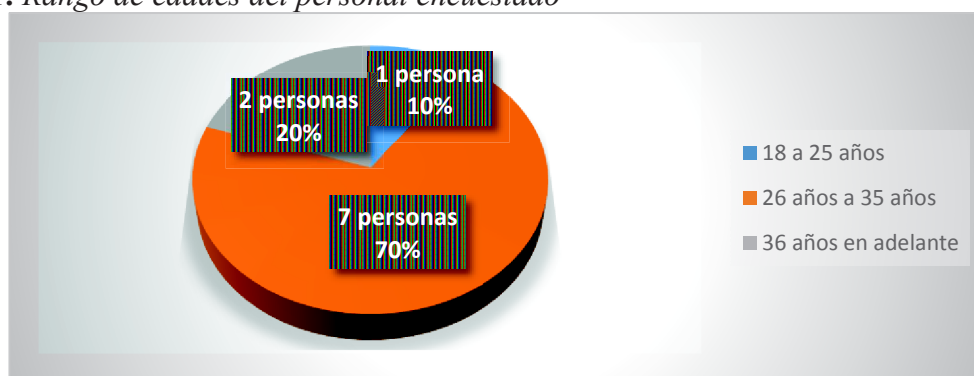
Tabla 2: *Rango de edades del personal encuestado*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25 años	1	10%
26 años a 35 años	7	70%
36 años en adelante	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Empleados del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico 1: *Rango de edades del personal encuestado*



Fuente: Empleados del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

Del total del personal encuestado, se determinó que el 70% poseen una edad comprendida en un rango de 26 a 35 años; el 20% de 36 años en adelante y el 10% tienen entre 18 y 25 años de edad.

2. Género

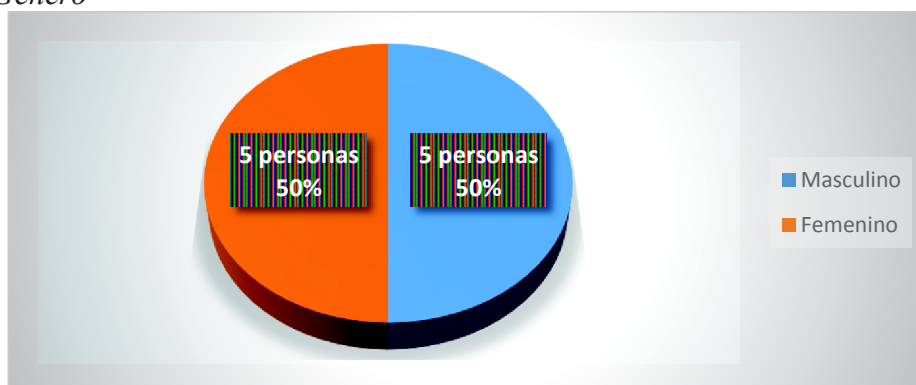
Tabla 3: *Género*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	5	50%
Femenino	5	50%
Total	10	100%

Fuente: Empleados del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico 2: *Género*



Fuente: Empleados del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

El 50% de los empleados del Restaurante “Las Velas” son mujeres, y la diferencia son hombres

3. Nivel académico

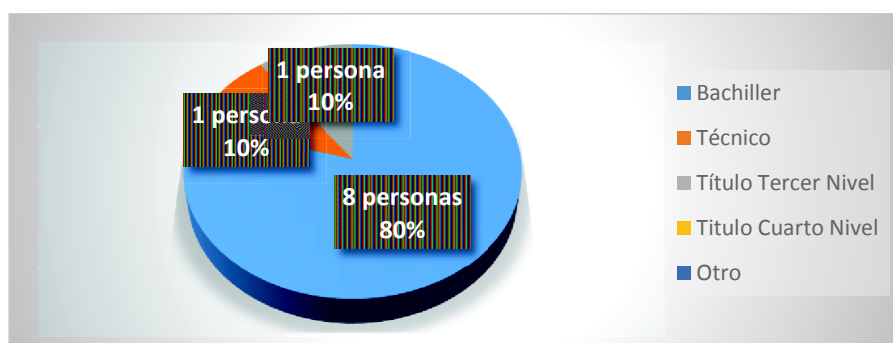
Tabla 4: *Nivel de instrucción académica*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Bachiller	8	80%
Técnico	1	10%
Título Tercer Nivel	1	10%
Titulo Cuarto Nivel		
Otro		
Total	10	100%

Fuente: Empleados del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico 3: *Nivel de instrucción académica*



Fuente: Empleados del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

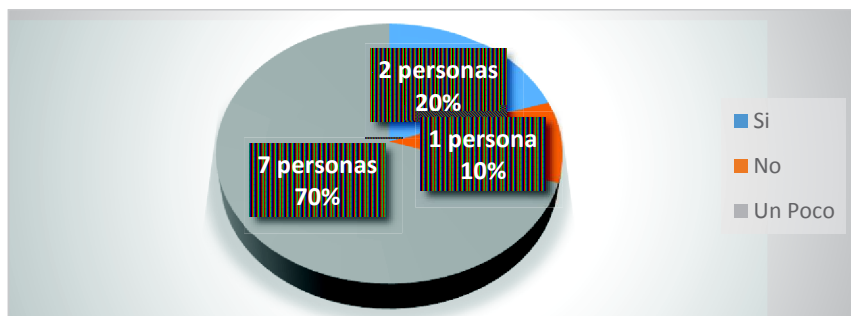
Del 80% de los encuestados poseen una instrucción académica de bachiller, el 10% son técnicos y los 10% restantes poseen título de tercer nivel.

4. ¿Considera Ud. que la pandemia ha afectado su situación laboral?**Tabla 5:** *Afectación laboral por pandemia*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	20%
No	1	10%
Un Poco	7	70%
Total	10	100%

Fuente: Empleados del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico 4: *Afectación laboral por pandemia*

Fuente: Empleados del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

El 70% de los empleados consideraron que la pandemia generó solo un poco de afectación en su ámbito laboral; el 20% confirmó su inestabilidad a raíz de ello mientras que el 10% restante no sintieron repercusión en aquello.

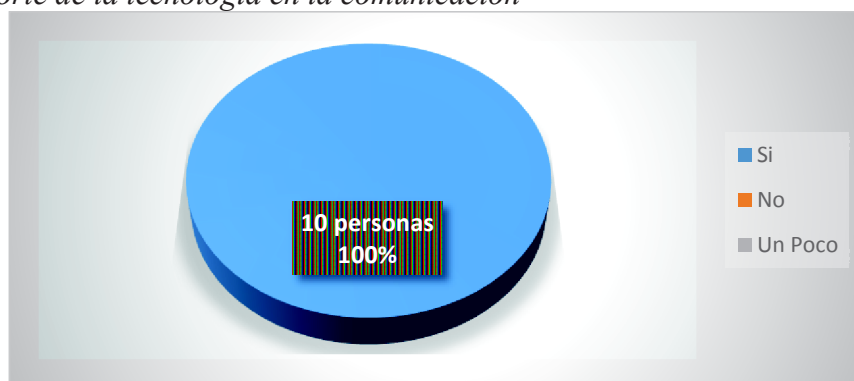
5. ¿Considera Ud. que las tecnologías le han ayudado para comunicarse con su compañeros y dueños de la empresa?**Tabla 6:** *Aporte de la tecnología en la comunicación*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	100%
No		
Un Poco		
Total	10	100%

Fuente: Empleados del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico 5: *Aporte de la tecnología en la comunicación*



Fuente: Empleados del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

Del total de los encuestados, el 100% coincidió en que las nuevas tecnologías, sí aportan en los procesos de comunicación, por tanto, son relevantes en el establecimiento.

6. ¿Conoce Ud. sobre las nuevas tecnologías de servicio para restaurantes?

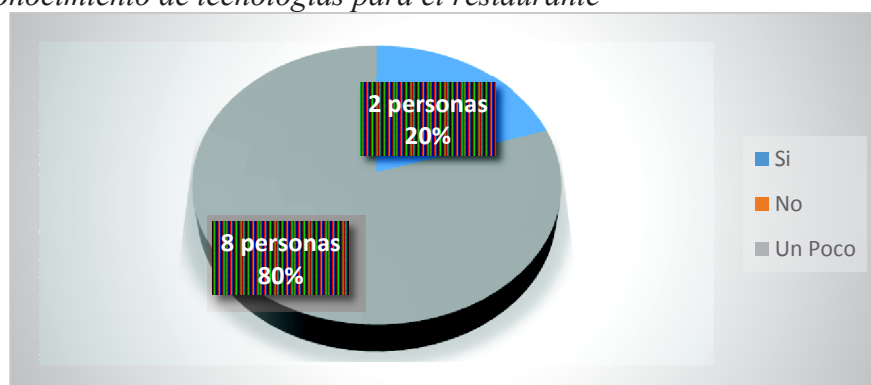
Tabla 7: *Conocimiento de tecnologías para el restaurante*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	20%
No		
Un Poco	8	80%
Total	10	100%

Fuente: Empleados del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico 6: *Conocimiento de tecnologías para el restaurante*



Fuente: Empleados del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

El 80% de los empleados que respondieron a la presente encuesta, coinciden en conocer solo un poco sobre el tema de las nuevas tecnologías para el servicio de restaurantes; mientras que el 20% restante si conocen en amplitud sobre ello.

7. ¿En la empresa donde Ud. labora aplican nuevas tecnologías de servicio para restaurantes?

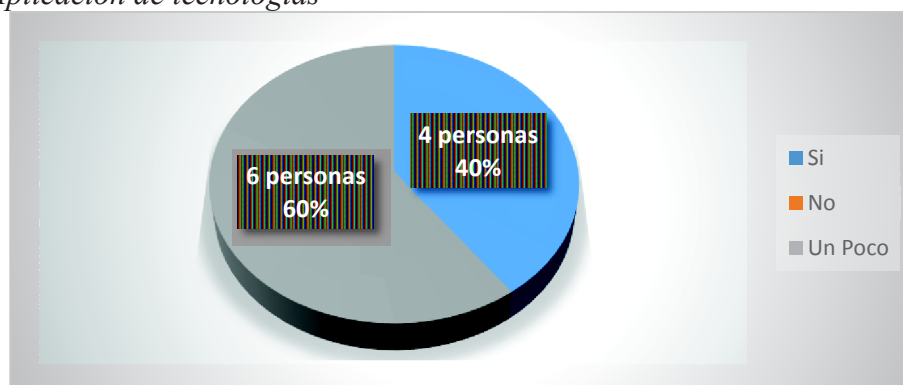
Tabla 8: *Aplicación de tecnologías*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	40%
No		
Un Poco	6	60%
Total	10	100%

Fuente: Empleados del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico 7: *Aplicación de tecnologías*



Fuente: Empleados del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

El 60% de los colaboradores del restaurante “Las Velas” afirmaron en la encuesta que este establecimiento solo aplica un poco las tecnologías para su servicio, no obstante, el 40% menciona que si lo realizan a menudo y de manera eficaz.

8. *¿De las siguientes Apps cual considera que se deben aplicar en el servicio de restaurante?*

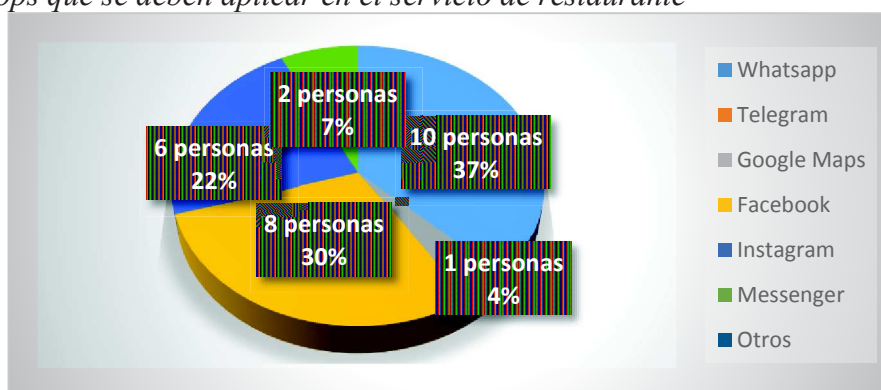
Tabla 9: Apps que se deben aplicar en el servicio de restaurante

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Whatsapp	10	37%
Telegram		
Google Maps	1	4%
Facebook	8	30%
Instagram	6	22%
Messenger	2	7%
Otros		
Total	27	100%

Fuente: Empleados del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico 8: Apps que se deben aplicar en el servicio de restaurante



Fuente: Empleados del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

Sobre las Apps que el personal encuestado considera que se deben aplicar dentro del restaurante a fin de mejorar sus servicios se resumen a que el 37% opina que Whatsapp es ideal para ello, el 30% cree que es Facebook; el 22% Instagram; el 4% Google Maps y finalmente el 4% utiliza el Messenger como extensión de Facebook.

9. ¿Qué tipo de nuevas tecnologías aplican en el restaurante para brindar sus servicios?

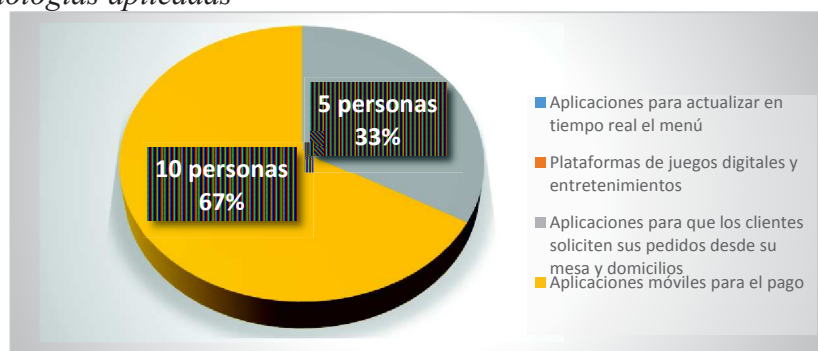
Tabla 10: Tecnologías aplicadas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Aplicaciones para actualizar en tiempo real el menú		
Plataformas de juegos digitales y entretenimientos		
Aplicaciones para que los clientes soliciten sus pedidos desde su mesa y domicilios	5	33%
Aplicaciones móviles para el pago	10	67%
Aplicaciones para clientes fijos con las cuales puedan recibir ofertas		
Otros		
Total	15	100%

Fuente: Empleados del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico 9: Tecnologías aplicadas



Fuente: Empleados del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

Sobre las tecnologías que actualmente aplica el restaurante, el 67% señaló que son las aplicaciones para el pago de los comensales y el 33% restante que son aplicaciones para que los clientes soliciten pedidos desde sus domicilios.

10. ¿Qué tan importantes considera Ud. el uso de las nuevas tecnologías para el servicio de restaurantes?

Tabla 11: Importancia de las tecnologías en el servicio de restaurante

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	10	100%
Importante		
Poco importante		
Nada importante		
Total	10	100%

Fuente: Empleados del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico 10: *Importancia de las tecnologías en el servicio de restaurante*



Fuente: Empleados del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

Finalmente, el 100% del personal del restaurante “Las Velas” encuestado señalaron que consideran muy importantes el implementar nuevas tecnologías en el restaurante, pues consideran que su aporte es significativo para su rentabilidad y permanencia en el negocio.

3.4.2. Encuesta a comensales del Restaurante “Las Velas”

1. ¿Conoce Ud. sobre las nuevas tecnologías de servicio para restaurantes?

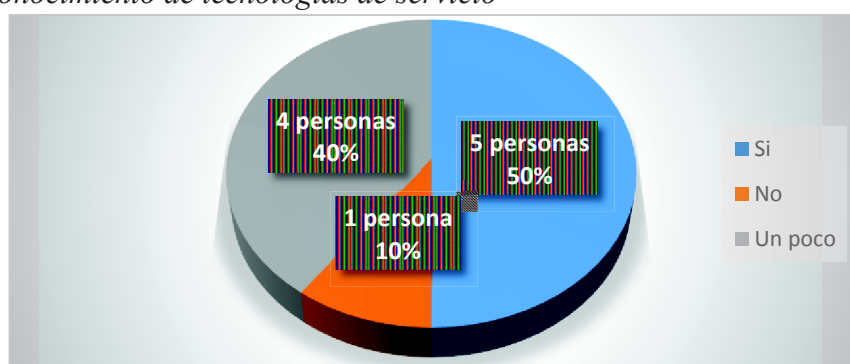
Tabla 12: *Conocimiento de tecnologías de servicio*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	50%
No	1	10%
Un poco	4	40%
Total	10	100%

Fuente: Comensales del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico 11: *Conocimiento de tecnologías de servicio*



Fuente: Comensales del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

Sobre los clientes denominados comensales del restaurante “Las Velas”, el 50% indicaron conocer sobre las nuevas tecnologías que estos establecimientos están aplicando para brindar sus servicios; el 40% indica conocer solo un poco, mientras que el 10% total no tiene información sobre ello.

2. ¿Qué tipo de nuevas tecnologías le gustaría a Ud. como comensal que implementen en el restaurante para brindar sus servicios?

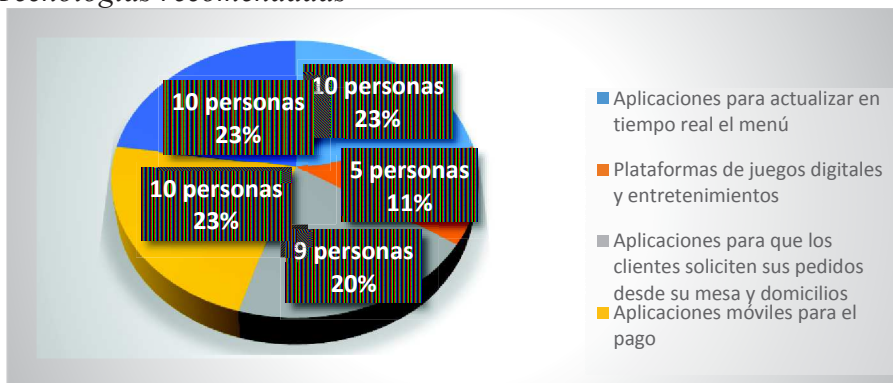
Tabla 13: *Tecnologías recomendadas*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Aplicaciones para actualizar en tiempo real el menú	10	23%
Plataformas de juegos digitales y entretenimientos	5	11%
Aplicaciones para que los clientes soliciten sus pedidos desde su mesa y domicilios	9	20%
Aplicaciones móviles para el pago	10	23%
Aplicaciones para clientes fijos con las cuales puedan recibir ofertas	10	23%
Otros		
Total	44	100%

Fuente: Comensales del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico 12: *Tecnologías recomendadas*



Fuente: Comensales del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

El 23% de los comensales recomiendan al restaurante implementar aplicaciones para actualizar en tiempo real el menú; el 23% señaló que la necesidad de aplicaciones móviles para el pago; el 23% refieren a las aplicaciones para sus comensales fijos, a los cuales puedan emitir

alarmas sobre ofertas; el 20% sugiere el uso de aplicaciones para que los clientes soliciten sus pedidos desde la mesa; y el 11% prefiere las plataformas de juegos y entretenimientos.

3. ¿Cuál de las siguientes formas preferiría Ud. que se aplicara más en el servicio del restaurante?

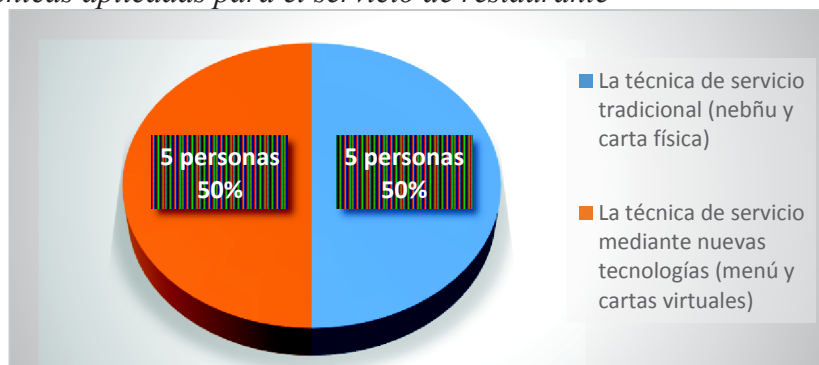
Tabla 14: Técnicas aplicadas para el servicio de restaurante

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
La técnica de servicio tradicional (menú y carta física)	5	50%
La técnica de servicio mediante nuevas tecnologías (menú y cartas virtuales)	5	50%
Total	10	100%

Fuente: Comensales del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico 13: Técnicas aplicadas para el servicio de restaurante



Fuente: Comensales del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

De la misma manera, los comensales por igualdad de opinión, prefieren que se mantenga la tradición de que el mesero se acerque a tomar la orden a la mesa con una carta de presentación gastronómica física, mientras que la otra mitad la desea digital totalmente.

4. ¿Considera Ud. como comensal que, el uso de las nuevas tecnologías beneficia a los restaurantes más ahora en tiempos de pandemia?

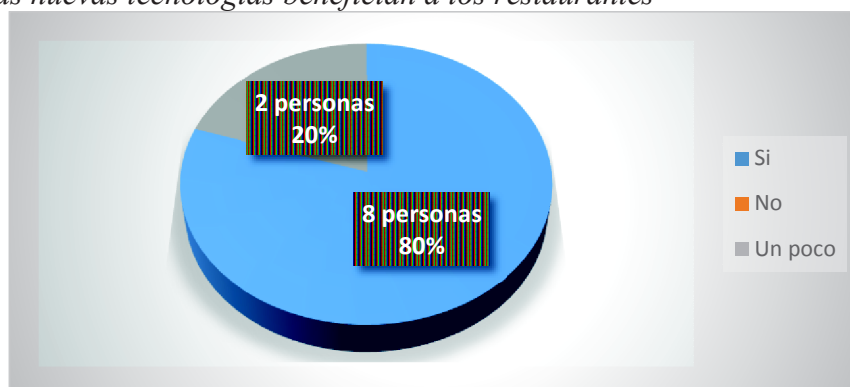
Tabla 15: Las nuevas tecnologías benefician a los restaurantes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	80%
No		
Un poco	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Comensales del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico 14: *Las nuevas tecnologías benefician a los restaurantes*



Fuente: Comensales del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

El 80% de los comensales encuestados señalaron que si consideran que el uso de las nuevas tecnologías beneficia a los restaurantes más ahora en tiempos de pandemia; mientras que el 20% restante indicaron lo contrario debido a que no todas las personas se encuentran en armonía con la tecnología.

5. ¿Según su criterio aprecia la necesidad de que los restaurantes deberían considerar importante el implementar tecnologías para ofertar sus servicios?

Tabla 16: *Necesidad de la implementación de tecnologías en el restaurante*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	100%
No		
Un poco		
Total	10	100%

Fuente: Comensales del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico 15: *Necesidad de la implementación de tecnologías en el restaurante*



Fuente: Comensales del Restaurante “Las Velas”

Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

Finalmente, el 100% de los comensales que se encontraban en el restaurante “Las Velas”, coincidieron que, si existe la necesidad de que los restaurantes apliquen tecnologías que brinden seguridad y factibilidad en los procesos del restaurante, tanto para ellos como clientes como para los empleados y propietarios.

3.4.3. Análisis de la Encuesta aplicada al personal del Restaurante “Las Velas”

De la encuesta aplicada a los empleados del restaurante “Las Velas”, se determinó que la pandemia ha afectado su situación laboral, asimismo, consideran que la tecnología les ha permitido abrir nuevas fuentes laborales y mantener contacto y comunicación activa con los dueños y equipo de trabajo. Por otra parte, se concretó que los encuestados si conocen sobre las nuevas tecnologías de servicio, no obstante, no poseen información fundamental sobre las mismas, lo cual conlleva a un problema, pues si los meseros, cocinero y cajeros no tienen relación con estas innovaciones, lo más probable es que se susciten inconvenientes con los clientes, pues al no ser atendidos como lo exigen estos dan a entender un inadecuado servicio, lo que perjudicaría notablemente a la empresa.

Se evidenció que, el restaurante “Las Velas” si hace uso de tecnologías como aplicaciones para mostrar el menú de forma digital, sin embargo, no todo el personal tiene conocimiento sobre el adecuado manejo de ello, y por tanto, consideran que las tecnologías que poseen son tan bien básicas y no se ha implementado otras como las cabinas digitales en las que el cliente mismo hace su pedido y solo el mesero llega a la entrega a la mesa, esto si ocurre en otros restaurantes del país, especialmente no lo han observado en la ciudad de Quito y Guayaquil. En base al criterio de los empleados del restaurante, se define que las Apps que aplican en el mismo para ofertar sus servicios es *WhatsApp, Facebook e Instagram* en su mayoría; así como recomiendan emplear aplicaciones para actuar en tiempo real el menú del restaurante, así como plataformas para entretenimiento y el pago a través de los móviles.

Finalmente, todos los encuestados coincidieron en la importancia del uso y aplicación de las nuevas tecnologías para el servicio de restaurantes, más ahora que nos encontramos en una situación mundial en la que debemos procurar evitar el contacto y se debe mantener en lo posible el distanciamiento, y a la misma vez continuar con nuestras actividades normales, lo que implica entonces diseñar estrategias con las tecnologías y a través de ellas crear fuentes de relación e interacción.

3.4.4. Análisis de la Encuesta aplicada a los comensales del Restaurante “Las Velas”

De la encuesta dirigida a los comensales del Restaurante “Las Velas”, se determinó como resultado que mucho de ellos si conocen sobre las nuevas tecnologías de servicio para este sector, sin embargo, no lo saben del todo debido a que muy poco salen para evitar el contagio. Por otra parte, quienes conocen al menos un poco sobre el tema señalan que como comensal les gustaría que implementen aplicaciones para actualizar en tiempo real el menú, así como aplicaciones móviles para el pago y compra de productos, de forma que consideran también se desarrollen apps para los clientes fijos y de esta manera sean ellos los primeros en recibir ofertas.

Del mismo modo, se evidenció que si bien es cierto la aplicación de nuevas tecnologías en el servicio de restaurantes es novedoso, muchos de los comensales optan o prefieren la técnica del servicio tradicional, ese que es más personalizado; sin embargo, si están de acuerdo en que si no hubiera sido por la tecnología, muchos de los negocios gastronómicos hubieran cerrado, pues no es fácil llegar a sus clientes en tiempo de pandemia; por ello, si existe la necesidad de que los restaurantes implementen estas nuevas tecnologías y con ello garanticen la calidad en sus servicios.

DISCUSIÓN

Frente a lo expuesto por Castillo y otros autores (2016), las nuevas tecnologías “son una ventaja competitiva, dado a que las nuevas tecnologías tienen, hoy en día, un papel fundamental en la sociedad y en la vida de cualquier ser humano y también ha puesto una revolución para el comercio de productos y servicios”. En lo que refiere a lo señalado, evidentemente vivimos una realidad en la que los avances tecnológicos van de la mano con las exigencias de la sociedad, y más ahora cuando enfrentamos una pandemia que implica continuar con las mismas labores pero de manera diferente, lo que nos ha obligado a hacer uso de la tecnología para comunicarnos y mantener relaciones comerciales, por ello, concuerdo con el pensamiento de los autores, pues las sin las tecnologías resultaría difícil continuar con las actividades y se vería afectado muchos sectores entre ellos el turismo, el cual comprende establecimientos como los restaurantes.

Por otra parte, comparto el pensar de Delgado, Vargas y Rodríguez (2017), quienes mencionaron que el sector de la restauración es volátil, por lo cual siempre se encuentran expuestos a sufrir variaciones en su oferta y demanda, por esta razón se debe introducir la tecnología; y es que, las nuevas tecnologías al ser tan variantes y avanzar a pasos agigantados, exigen nuevas formas de manejarlas y adaptarlas a los negocios como los restaurantes con la finalidad de ganar competitividad en un mercado creciente y de alta demanda; por tanto, el Restaurante “Las Velas”, tendrá siempre presente estas variaciones y poseer la disponibilidad de aceptar los cambios e idear estrategias basadas en las tecnologías de servicio que les permitan mantener su crecimiento.

Los restaurantes mediante la aplicación de las tecnologías de servicios, están adquiriendo mejorías en calidad y en efectividad a la hora de ofrecer sus servicios; pues la publicidad digital como tecnología de servicio da paso a estos establecimientos a generar una transformación en la relación existencial con sus comensales, ello como criterio de Donoso y Robles (2020). Desde mi perspectiva y luego de fundamentar las variables de estudio, coincido con la opinión de estos autores, pues en la actualidad, el restaurante objeto de investigación, deberá buscar la manera de ganar la atención de los clientes, y es donde el uso de las distintas herramientas digitales es la principal arma para lograr una conexión directa con el cliente a través de canales digitales, a ello sumar el uso de más aplicaciones tecnológicas que se encuentren dentro del presupuesto del propietario.

CONCLUSIONES

En función al objetivo tanto general como a los objetivos específicos de la presente investigación, se obtienen las siguientes conclusiones, quedando comprobado el cumplimiento de los mismos:

- Se fundamentó teóricamente las variables de estudio correspondientes a las nuevas tecnologías para el servicio de restaurantes, siendo el caso del Restaurante “Las Velas”, en donde además se pudo evidenciar la importancia de su implementación y los diversos tipos y alcances de servicios que se pueden ofertar aún en tiempos de pandemia, en donde la sociedad busca el contacto, pero no de forma directa, sino a través de la tecnología como plataformas digitales.
- Se concluye que la aplicación de tecnologías en el servicio de restaurante, es muy importante para este establecimiento, pues con la misma ha sido posible reapertura su local y atraer diversos grupos de comensales, manteniendo siempre la calidad; debido a que se conoce la crisis generada por el distanciamiento obligatorio a causa del Covid-19, y por la cual muchos de los clientes han optado por consumir alimentos en sus domicilios, servicios que ofertan como estrategia de reactivación económica.
- Se propone como propuesta de mejora, estrategias de mejora del servicio a través de la aplicación de nuevas tecnologías, considerando que son necesarias para dar a conocer el restaurante, tales como el uso de redes sociales, sitios web, entre otros que, son las principales herramientas tecnológicas para están en contacto permanente con los comensales y el medio necesario para informar a los mismos sobre su oferta como mecanismo de recordación.

RECOMENDACIONES

Luego de las conclusiones presentadas, se desarrollan las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda hacer uso de esta investigación como base teórica para futuros estudios, de manera que se realce la necesidad de aplicar las nuevas tecnologías en los negocios, específicamente en los restaurantes, que se representan como un sector volátil, es decir, que no posee un nivel fijo o de constante crecimiento en la demanda, y como estrategia para garantizar su permanencia en el mercado, deberán hacer uso de las tecnologías a fin de mantener el contacto con sus clientes fijos y futuros.
- En base a la importancia denotada de las nuevas tecnologías para el servicio de los restaurantes, se recomienda invertir en las mismas de manera adecuada y oportuna, con el propósito de obtener resultados positivos a corto y mediano plazo.
- Se recomienda finalmente la aplicación estrategias con la finalidad de que el Restaurante “Las velas” se posicione como parte del entorno turísticos de la ciudad de Manta, haciendo de ello un factor diferenciador de la competencia que en el sector de Barbasquillo es alta; por tanto, es fiable que apliquen tecnologías para brindar sus servicios y a la vez fomentar el turismo de este cantón; algunas de estas propuestas son:
 - La adquisición de un sistema de emisión de comandas desde la aplicación de informática para disminuir desplazamientos e interacciones innecesarias con el cliente.
 - Realizar cambios periódicos en la oferta de la carta digital, de manera que se mantenga atractiva ante el cliente fidelizado.
 - Diseñar a través de su página web, un espacio para la gestión de quejas, con la finalidad de identificar el nivel de satisfacción de los comensales; este sistema vale realzar que servirá como una herramienta de control que permitirá determinar las falencias del restaurante en todos sus aspectos y mejorarlas.
 - Innovar sus promociones destinando una aplicación para la fidelización de los clientes, la misma que deberá consistir en una recompensa por su lealtad.
 - Mejorar la presencia en Internet a través de una página web oficial que incluya opciones de menú, rincón de quejas, reservas online, pedidos a domicilio, entre otros.

Bibliografía

- Alan Neill, D., & Cortez Suárez, L. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Machala: UTMACH.
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigación%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>
- Arias, J., Villasís, M. A., & Miranda, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *RAM. Revista Alergia México*, 63(2), 201-206.
<https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Auqui Armas, N. A. (2012). *Diagnóstico y Propuesta de Mejoramiento en el Restaurante-Cevichería “el Señor camarón y la Señora Parrillada ubicado en el Sur de Quito”*. Quito: FACULTAD DE TURISMO Y Preservación AMBIENTAL, DE EMPRESAS HOTELERAS. http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/2154/1/48679_1.pdf
- Auqui Armas, N. A. (2012). *Diagnóstico y Propuesta de Mejoramiento en el Restaurante-Cevichería “el Señor camarón y la Señora Parrillada ubicado en el Sur de Quito”*. Quito: FACULTAD DE TURISMO Y Preservación AMBIENTAL, DE EMPRESAS HOTELERAS. http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/2154/1/48679_1.pdf
- Castillo, L., López, O., Montaña, C., Vásquez, O., & Carlos, F. (2016). Diagnóstico sobre el uso del comercio electrónico en el sector de restaurantes de comida internacional del Distrito de Barranquilla. *Revistas UNISIMON*, 93 - 101.
<https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/liderazgo/article/view/3230/3970>
- Cástulos Martínez, M. d. (10 de Septiembre de 2020). *Servicio de restaurante*.
https://huelladigital.cbachilleres.edu.mx/secciones/docs/guias/laboral/5to-semester/ServicioRestaurante_20B.pdf
- Coquillat, D. (21 de Enero de 2020). Estudio sobre la influencia de la tecnología en los restaurantes en 2020. <https://www.diegocoquillat.com/estudio-sobre-la-influencia-de-la-tecnologia-en-los-restaurantes-en-2020/>
- Coquillat, Diego. (23 de Diciembre de 2019). 25 tendencias para restaurantes que dominarán en 2020. *Revista Diego Coquillat: El periódico de los restaurantes*, 1.

<https://www.diegocoquillat.com/25-tendencias-para-restaurantes-que-dominaran-en-2020/>

Cruz Chio, A. (21 de Octubre de 2019). *Distintas definiciones de TIC segun diversos autores*. <https://aprendeticsfaceam.blogspot.com/2019/10/distintas-definiciones-de-tics-segun.html>

Delgado Cruz, A., Vargas Martínez, E., Rodríguez Torres, F., & Montes Hincapié, J. M. (2017). Gestión tecnológica en restaurantes: desarrollo y validación de un instrumento de medición. *GEOCONTEC: Revista Internacional de Gestión del Conocimiento y la Tecnología*, 22 - 40. https://www.researchgate.net/publication/320607023_Gestion_tecnologica_en_restaurantes_Desarrollo_y_validacion_de_un_instrumento_de_medicion

Delirante Cocina. (10 de Marzo de 2019). 5 características que delatan a un buen restaurante. *Dinero en imagen*. <https://www.dineroenimagen.com/management/5-caracteristicas-que-delatan-un-buen-restaurante/101478>

Donoso Gurumendi, J. J., & Robles Velasco, H. A. (2020). *Estudio de factibilidad para la implementación de un ecosistema comercial digital dirigido a restaurantes y cafeterías de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/15313/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES-637.pdf>

Erika. (9 de Junio de 2020). Escuela online de marketing gastronómico. *Marketing Gastronómico*, 1. <https://escuelamarketinggastronomico.net/tendencias-en-nuevas-tecnologias-para-restaurantes/>

Escudero, C. L., & Cortez, L. A. (2017). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*. Machala, Ecuador: Editorial UTMACH.

Escuela de Marketing Gastronómico. (2020). *Tendencias en nuevas tecnologías para restaurantes*.

Fernández, C., & Baptista, P. (2017). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: MCGRAW - HILL / Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Garzón Patiño, X. G. (2019). *DISEÑO DE UN PLAN PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA ECUATORIANA EN EL CENTRO HISTÓRICO DE*

- QUITO. Quito: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL.
http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/2105/1/46435_1.pdf
- Gavilanes, P. (Julio de 2020). Los restaurantes se sostienen con el servicio a domicilio. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/tendencias/entretenimiento/restaurantes-servicio-domicilio-pandemia-emergencia.html>
- Grazzo Zamora, S. G., & Moreira Arias, X. A. (2020). *ánalisis de la competitividad de MiPyMEs de servicios de alimentos en Guayaquil, desarrollo digital y COVID-19, año 2020*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/15616/1/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-321.pdf>
- Guaña Moya, E. J. (Junio de 2017). *Tendencias del uso de las tecnologías y conducta del consumidor*. Cuba: Ciencias Holguín .
<https://www.redalyc.org/pdf/1815/181550959002.pdf>
- Guevara Alban, G. P. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 4(3), 163-173.
- Hernández, G. (2016). *Elementos básicos de estadística descriptiva para el análisis de datos*. Medellín, Antioquía, Colombia: Fundacion Universitaria Luis Amigó.
- Hernández-Sampieri, R. F.-C.-L. (2017). Alcance de la Investigación. *Espacio de Formación Multimodal*, 89-101.
- Ibañez, J. (2015). *Metodos, tecnicas e instrumentos de la investigacion criminologica*. España: Dikynson.
https://books.google.es/books?id=ggTdBAQAQBAJ&dq=metodo+descriptivo+inductivo+analitico+y+bibliografico&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Láinez Figueroa, R. F., & Suárez Floril, T. E. (2018). *Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante especializado en comida en vivo en la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/36079/1/TESIS%20LAINEZ%20-%20SUAREZ.pdf>

- León, D. (29 de Septiembre de 2020). Tendencias tecnológicas de mayor impacto en Ecuador para el año 2020. <https://datta.com.ec/articulo/tendencias-tecnologicas-de-mayor-impacto-en-ecuador-para-el-ano-2020>
- López Mosquera, D. (15 de Febrero de 2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago De Jesús. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- López, P., & Fachelli, S. (2016). *Métodología de Investigación Social Cuantitativa*. Barcelona: CampUs de la UAB.
- Martín, S., & Lafuente, V. (2017). Investigación Bibliográfica. *Bibliotelógica*, 31(71), 151-180. <http://www.scielo.org.mx/pdf/ib/v31n71/2448-8321-ib-31-71-00151.pdf>
- Martín, S., & Lafuente, V. (2017). Referencias Bibliográficas: indicadores para su evaluación en trabajos científicos. *Revista de Investigación Bibliotecológica*, 31(71), 151-180.
- Martínez Rosales, V. (Febrero de 2021). *Seminario de Graduación para optar al título de Técnico Superior de Pedagogía con mención en Administración de la Educación*. Managua: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua. <https://repositorio.unan.edu.ni/14821/1/14821.pdf>
- Mesías Valencia, J. J. (2020). *Aplicación para la gestión de ordenes en restaurantes de la ciudad de Ambato utilizando tecnología móvil*. Ambato: UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31306/1/t1710si.pdf>
- Monrroy, M. A., & Urcádiz, F. J. (Junio de 2019). Investigación administrativa. *Scielo*. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782019000100006
- Montoya, S. (2020). *Percepción de la calidad del servicio en los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Cali*. Santiago de Cali: Universidad ICESI .
- Muñoz Torrealva, M. A. (2017). *Desarrollo de una aplicación móvil para la realización de reservas y toma de órdenes en el restaurante LongHorn*. Lima: Universidad Inca Garcilaso de la Vega.

- http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1726/TESIS_%20MARCO%20ANTONIO%20MU%C3%91OZ%20TORREALVA.pdf?sequence=2
- Naula Chilpe, D. (2017). *Plan de mejora de servicios en el restaurante "El Buen Sazón"*. Guayaquil: Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología. <https://repositorio.itb.edu.ec/bitstream/123456789/111/1/PROYECTO%20DE%20GRADO%20DE%20NAULA%20CHILPE.pdf>
- Navarro, J., & Moyano, E. (2017). Metodología, temas y disciplinas en la Investigación actual sobre migración internacional. *Revista Sociedade e Cultura*, 20(2), 138-153.
- Ocaranza, C. (04 de Enero de 2021). Tendencias en restaurantes 2021: la tecnología da un paso adelante. *Conexiones* 365. <https://www.conexiones365.com/nota/abastur/restaurantes/tendencias-restaurantes-2021-tecnologia>
- Ortiz, S. (21 de Mayo de 2021). El confinamiento impulsa otra vez al ‘delivery’ en Ecuador. <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/confinamiento-impulsa-delivery-ecuador-pandemia.html>
- Porras Velázquez, A. (2018). *Tipos de muestreo*. México: Centrogeo.
- Portilla Vaca, D., & Romero Corral, J. F. (2018). Impactos generados por la innovación tecnológica gastronómica en Quito. *Revista Qualitas*, 100 - 127. https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2019/03/06_20180129_Salud-Integral_Portilla_INNOVACN-GASTRONOM_OK.pdf
- Prado-Macias, B. A. (2021). *El servicio delivery y su impacto socio-económico en microempresas gastronómicas frente a la emergencia sanitaria, ciudad de jipijapa*. “UNESUM”. <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2968/1/BRYAN%20PRADO%20tesis.pdf>
- Rodriguez Moreno, D. C. (Junio de 2018). Tecnología de información y comunicación para el turismo inclusivo. *Redalyc*. <https://www.redalyc.org/pdf/909/90953767007.pdf>
- Romero Campuzano, A. V. (2021). *Aplicaciones digitales de delivery: Incidencia en el consumo de comidas rápidas durante el primer semestre del año 2020 en Guayaquil*. Guayaquil:

Universidad

Politécnica

Saleciana.

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20087/1/UPS-GT003165.pdf>

Sánchez Galán, J. (2016). Servicio. *Economipedia*.

<https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>

Troncoso Pantoja, C., & Amaya Placencia, A. (2017). Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud. *Scielo*, 329 - 333.

<http://www.scielo.org.co/pdf/rfmun/v65n2/0120-0011-rfmun-65-02-329.pdf>

Tunja Castro, J. P. (2018). *Desarrollo de una tienda virtual para la venta de repuestos automotrices en la empresa mega repuesto*. Ambato: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA.

<http://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/742/1/Proyecto%20de%20Tesis%20TIENDA%20VIRTUAL.pdf>

ANEXOS

Catastro de Restaurantes ubicados en la Ciudad de Manta

N.º	RESTAURANTES	RAZÓN SOCIAL	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCIÓN	CATEGORÍA	CAPACIDAD
1	Comedor El Chamo	Chávez Santana Juan Servio	Chávez Santana Juan Servio	Playita Mia	Cuarta	24
2	El Gran Jefe	Cedeño Quijije Marlene Elizabeth	Cedeño Quijije Marlene Elizabeth	Calle 101 Malecon De Tarqui Playita Mia	Cuarta	36
3	"Restaurant Camila Y Mateo"	Mora Montesdeoca Arturo Florentino	Mora Montesdeoca Arturo Florentino	Santa Marianita Por La Gasolinera	Cuarta	40
4	Akai Sushi Express	Imperelite S.A.	Ramírez Julia	Paseo Shopping Av. 4 De noviembre	Tercera	80
5	Alcatraz	León Baquero Wilson Bolívar Patricio	León Baquero Wilson Bolívar Patricio	Malecon Escénico Local # 13	Segunda	64
6	Am Pm Ecuador Comercial Tamimi	Hashim Tamimi Amer Hisham	Hashim Tamimi Amer Hisham	Av. 20 Y Av, Flavio Reyes	Cuarta	25
7	Amarena Bar Restaurant	Loor Urdanigo Mariuxi Deidamia	Loor Urdanigo Mariuxi Deidamia	Av. 16 Y Calle 14 Frente A Unidad Médica De Especialidades Unimanta	Cuarta	28
8	Apo's Restaurant	Toro Castillo Luis Guillermo	Toro Castillo Luis Guillermo	Malecon Escénico Local#1	Tercera	60
9	Bar Restaurant "Tuna-Bar"	Olives Delgado Virginia Noemi	Olives Delgado Virginia Noemi	Calle 118 Y Avda. 104	Tercera	52
10	Bar Restaurant El Barril	Vera Guevara Edison Paul	Vera Guevara Edison Paul	Barbasquillo Km2 A Lado Del Hotel Barbasquillo	Cuarta	80
11	Bar Restaurant El Rincón De Marina	Cuadros Cantos Luis Gustavo	Cuadros Cantos Luis Gustavo	Av. 24 Calle 16	Cuarta	52
12	Bar Restaurant Turístico Galipán 2 P	Veliz Flores Pablo Exequiel	Veliz Flores Pablo Exequiel	San Lorenzo/Via Al Aromo	Cuarta	20
13	Bar Restaurante Atk	Carofilis García Karla Verónica	Carofilis García Karla Verónica	Calle 15 Y Av. 16	Cuarta	24
14	Bar Restaurante El Rincón Criollo 2	Mendoza Gonzales Martha Cecilia	Mendoza Gonzales Martha Cecilia	Via Manta Montecristi Frente Diagonal Al Nuevo Hospital Del Seguro	Tercera	60
15	Bar Restaurante Lo Nuestro	Navarrete Mendoza Jenny Damaris	Navarrete Mendoza Jenny Damaris	Barrio San Agustín Calle Oliva Miranda	Tercera	80
16	Bar-Restaurant La Roca	Espinal Espinal Rosa Demia	Espinal Rosa Demia	Piedra Larga, Via San Mateo	Cuarta	36
17	Beachcomber	Bilbao Ruperti Jorge Eduardo	Bilbao Ruperti Jorge Eduardo	Av. 20 Y Flavio Reyes	Cuarta	60
18	Botelos	Cevallos Alarcón Jose Verdi	Cevallos Alarcón Jose Verdi	Barbasquillo Plaza Comercial La Quadra	Primera	104
19	Brisas Del Mar	Sánchez Cedeño María Auxiliadora	Sánchez Cedeño María Auxiliadora	Av Puerto Aeropuerto Playita Mia	Cuarta	20

20	Cabaña Diosa Del Mar	Gruzatty Romero Gloria Armandina	Gruzatty Romero Gloria Armandina	Playita Mia	Cuarta	44
21	Cabaña Picantería La Madrina	Álava Letty Marlene	Álava Letty Marlene	Playa De Tarqui, Playita Mia	Cuarta	28
22	Cabaña Restaurant La Corvina	Sabando Moreira Zoveida Bertha	Sabando Moreira Zoveida Bertha	Parque Del Marisco	Cuarta	72
23	Cabaña Restaurant La Ola	Chávez Bravo Vicenta Antonia	Chávez Bravo Vicenta Antonia	Calle 101 Malecon De Tarqui	Cuarta	24
24	Cabaña Restaurante Evenezer	Chávez Santana Lucciola Margarita	Chávez Santana Lucciola Margarita	Playita Mia	Cuarta	20
25	Cabaña Restaurante Playita Mia	Cabanilla Sinecio Rafael	Cabanilla Sinecio Rafael	Playita Mia / Malecon Escénico De Tarqui	Cuarta	44
26	Cabañas Restaurant Aeropuerto	Briones Rivera Augusta Marianita	Briones Rivera Augusta Marianita	Via Al Aeropuerto Diagonal Al Transdelfin	Tercera	36
27	Cabañas Belen	Aveiga Carmen Irene	Aveiga Carmen Irene	Playita Mia / Malecon Escénico De Tarqui	Cuarta	20
28	Cabañas El Descanso Del Rey	Lucas Pico Jose Sigifredo	Lucas Pico Jose Sigifredo	Malecon De San Lorenzo, Junto A Pacifictel	Cuarta	56
29	Cajun Exotic Cuisine	Shemlon S.A.	Leiva Venicio	Mall Del Pacifico	Segunda	80
30	Capperi Ristorante	Camacho Villaseñor Carlos Rafael	Camacho Villaseñor Carlos Rafael	Via Barbasquillo Ciudadela Universitaria #7	Tercera	40
31	Casa Res	Shemlon S.A.	Leiva Jaime	Mall Del Pacifico	Segunda	120
32	Casa Rosada	Restaurantes Lounge Casa rosada S.A.	Fernández Avellaneda Lucia	Av. 1 Y Calle 11 Casa Patrimonial	Lujo	58
33	Ch Pizza	Pinela Chavarría Luis David	Pinela Chavarría Luis David	Interbarrial Av. 307 Entre Calles 307 Y 308 Cerca De La Farmacia San Gregorio	Cuarta	16
34	Chamaco Restaurant	Celi Dueñas Sandra Lorena	Celi Dueñas Sandra Lorena	Cía. Uleam Mz-Ae Lotes 7y8/Via Barbasquillo	Segunda	80
35	Chanton Chanton	Paanes.A.	Palau Farina Luis	Mall Del Pacifico Frente Al Hotel Oro Verde	Segunda	96
36	Chau Lao	Chancay Bermúdez Holanda Esperanza	Chancay Bermúdez Holanda Esperanza	Av Flavio Reyes Y Calle 20 A Lado De La Escuela De Conducción Sportmancar	Tercera	56
37	Chau Lao	Chancay Bermúdez Holanda Esperanza	Chancay Bermúdez Holanda Esperanza	Nuevo Terminal Terrestre	Segunda	40
38	Chavecito	Chávez Mero Luis Fabrizio	Chávez Mero Luis Fabrizio	Barrio Córdova, Av. 12 Calle 17 Y 18	Segunda	80
39	Ch-Farina	Citymaxis S.A.	Cueva Sono Clemencia Elizabeth	Paseo Shopping	Segunda	80

40	Ch-Farina	Citymaxis S.A.	Cueva Sono Clemencia Elizabeth	C.C Mall Del Pacifico Planta 2 - 072	Tercera	80
41	Chifa Charlie	Huy Chuheng	Huy Chuheng	Av. 4 De noviembre Frente A La Policía	Tercera	60
42	Chifa Fu Hua La 26 N 2	Delgado Zambrano María Alexandra	Delgado Zambrano María Alexandra	Barrio María Auxiliadora Av. 215 Y Calle 397	Cuarta	28
43	Chifa Internacional	Yu Jianhua	Yu Jianhua	Barrio La Paz Calle 119 Junto A La Panadería Mas Pan	Cuarta	40
44	Chifa Jacinto	Cevallos Sánchez Juan Jacinto	Cevallos Sánchez Juan Jacinto	Cuid/La Aurora Mz -H Lt.14 Calle Rio	Tercera	60
45	Chifa Kilian	Pico López Betsy Monserrate	Pico López Betsy Monserrate	Las Acacias Frente A Mini Market Monserrate	Cuarta	24
46	Chifa La Rosa	Li Lu Gud Ying	Li Lu Gud Ying	C. J-10 Y J-5 N.º 403 Jocay	Tercera	100
47	Chifa Lai	Gutiérrez Santana Vicente Alejandro	Gutiérrez Santana Vicente Alejandro	Calle J 10 Y J 5 Barrio Jocay	Cuarta	50
48	Chifa Lai	Gutiérrez Santana Freddy Gustavo	Gutiérrez Santana Freddy Gustavo	Av. Flavio Reyes Frente A Bar Budo	Tercera	41
49	Chifa Lai N.º 2	Gutiérrez Santana Juan Enrique	Gutiérrez Santana Juan Enrique	Calle 121 S/N Av. 103 Y 104 Los Esteros	Tercera	60
50	Chifa Lai #3	Gutiérrez Santana Freddy Gustavo	Gutiérrez Santana Freddy Gustavo	Via Circunvalación Diagonal A La Gasolinera Primax Caballo De Troya	Segunda	68
51	Chifa Lili	Guo Zhenqu	Guo Zhenqu	Ave 14 Entre Calles 13 Y 14	Cuarta	40
52	Chifa Macao	Dai Siliu	Dai Siliu	Calle 13 Av 15 Y 16	Cuarta	32
53	Chifa Popular	Chi Sang Chan Chio	Chi Sang Chan Chio	Av. 105 Calles 101 Y 102	Cuarta	40
54	Chopigrill & Bar	Chopitea Cantos Antonio Imanol	Chopitea Cantos Antonio Imanol	Plaza Comercial La Quadra Local 24	Segunda	48
55	Comedor Maritza	García María Marisol	García María Marisol	Playita Mia / Malecon Escénico De Tarqui	Cuarta	24
56	Comidas De Víctor	Michelssa S.A.	Villareal Moreira Víctor Andrés	C.C. Paseo Shopping, Avda. 4 De noviembre	Segunda	80
57	Comidas Yanga	Delgado Sánchez Gabriela Elizabeth	Delgado Sánchez Gabriela Elizabeth	Av. 21 Y Calle 2 Diagonal A Discoteca Miami	Tercera	60
58	D Mau	Arteaga Alcívar Pablo Enrique	Arteaga Alcívar Pablo Enrique	Cdla Universitaria Calle U6 Lote 5 Via A Roll Wings	Segunda	32
59	D Rico Perú	Molocho Maldonado Luis Alberto	Molocho Maldonado Luis Alberto	Av. Flavio Reyes Y Calle 21	Cuarta	20
60	D Roja Grill	Guaranda Calderón Roberto Andrés	Guaranda Calderón Roberto Andrés	Av. M2 S/N Y Calle 24 Barrio El Murciélago	Tercera	50
61	Deli Internacional S.A.	American Deli	Franklin Tello	Paseo Cocco Manta	Segunda	136

62	Delly Pizza	Plua Quimis Annabel Eugenia	Plua Quimis Annabel Eugenia	Av Malecon Entre Calle 14 Y15	Tercera	40
63	Donde Cecilia	Silva Sánchez Soledad Cecilia	Silva Sánchez Soledad Cecilia	Malecon Escénico #12	Tercera	48
64	Dorado Restaurant	Álava Mendoza Ciro	Álava Mendoza Ciro	Malecon Escénico Local#4	Tercera	84
65	El Bonito Atún	Zambrano Talledo Erlinda María	Zambrano Talledo Erlinda María	Parque Del Marisco	Cuarta	44
66	El Camotillo # 1	Castro Moreira Jose Cristóbal	Castro Moreira Jose Cristóbal	Malecon De La Playa De Tarqui- Parque Del Marisco	Tercera	60
67	El Camotillo #2	Quijije Neidis María	Quijije Neidis María	Parque Del Marisco	Cuarta	28
68	El Caracol	Vélez Vera Santana Marianita	Vélez Vera Santana Marianita	Parque Del Marisco	Cuarta	52
69	El Colorado	Balladares Sabando Carlos Bolívar	Balladares Sabando Carlos Bolívar	Parque Del Marisco	Cuarta	68
70	El Coral	Sabando Vélez Gustavo Alberto	Sabando Vélez Gustavo Alberto	Parque Del Marisco	Cuarta	28
71	El Descanso Del Surfista	Macías Zabalu Lorena Estefanía	Macías Zabalu Lorena Estefanía	Malecon Escénico # 5	Tercera	64
72	El Dorado Restaurant	Sánchez Arcentales Mónica Patricia	Sánchez Arcentales Mónica Patricia	Via Circunvalación Cerca Del Motel Minotauro	Tercera	44
73	El Dorado Sport Bar- Restaurante	Álava Rosario Freddy Gustavo	Álava Rosario Freddy Gustavo	Malecon Escénico Local 4	Tercera	48
74	El Galeón	Rojas Salazar Aida Fabiola	Rojas Salazar Aida Fabiola	Malecon Escénico Local #17	Tercera	36
75	El Langostino	Alvarado Franco Jimmy Torres	Alvarado Franco Jimmy Torres	Parque Del Marisco	Tercera	40
76	El Lenguado	Macías Vélez Carla Monserrate	Macià Vélez Carla Monserrate	Parque Del Marisco	Cuarta	40
77	El Pargo	Pastora Roldan Barberán	Pastora Roldan Barberán	Parque Del Marisco	Tercera	40
78	El Perla Negra	Mendoza García María Gabriela	Mendoza García María Gabriela	Condominios Barbasquillo Via San Mateo - Frente A La Urbanización Manta 2000	Segunda	40
79	El Pez Espada	Ortega Toala Merly Mercedes	Ortega Toala Merly Mercedes	Parque Del Marisco	Cuarta	80
80	El Resero Rincón Argentino	Espinoza Moscoso Cristhian David	Espinoza Moscoso Cristhian David	Via San Mateo Sector Barbasquillo	Primera	140
81	El Rincón De Tere	Pablo Naranjo María Teresa	Pablo Naranjo María Teresa	Via Barbasquillo	Tercera	70
82	El Rincón Marino	Jorge Roberto Espinoza Tituaña	Jorge Roberto Espinoza Tituaña	Parque Del Marisco A Los Lados De La Corvina	Cuarta	56
83	El Santo	Alvamenrest S.A.	Nabor Álvarez	Via San Mateo Cdla. Barbasquillo	Segunda	120

84	El Señor Camarón	Quijije Nieve Mariana	Quijije Nieve Mariana	Parque Del Marisco	Cuarta	40
85	El Sol Restaurante	Dumenigo Navarro Jorge Enrique	Dumenigo Navarro Jorge Enrique	Ciud. Uleam Mz - Ac - Lt.07	Segunda	28
86	Eleven Anclas	Zambrano Loor Rafael Leonardo	Zambrano Loor Rafael Leonardo	Calle 8 Av. 22 A Una Cuadra De La Iglesia La Dolorosa	Segunda	40
87	Entre Tenedores Y Sabores	Kuffo Founes Norma Monserratt	Kuffo Founes Norma Monserratt	Via Manta Montecristi Frente Diagonal Al Nuevo Hospital Del Seguro	Tercera	16
88	Finisterre	Palacios Moreira Betty Elizabeth	Palacios Moreira Betty Elizabeth	Lot. Umiña Av. 35 Calle 27 M-K Lt. 3	Segunda	100
89	Fish Cevichería	Narea Falcones John Andrés	Narea Falcones John Andrés	Calle 17 Av 6	Tercera	80
90	Fratelli Pizza Al Taglio	Alcívar Roben Gustavo Enrique	Alcívar Roben Gustavo Enrique	Via Barbasquillo Frente Al Teatro La Trinchera	Tercera	28
91	Frutos Del Mar	Sánchez Collazos Bethi	Sánchez Collazos Bethi	Malecon Escénico Loca 8 - 9	Tercera	100
92	Fu Hua La 26	Delgado Botines Ángel Ignacio	Delgado Botines Ángel Ignacio	Calle 12 Av. 26	Tercera	28
93	Gaviota Azul	Quijije Delia Dalita	Quijije Delia Dalita	Parque Del Marisco	Cuarta	52
94	Gino Jacqui Grill-Steakhouse Restaurant	Loor Macías María Jacqueline	Loor Macías María Jacqueline	Cdla Lomas De Barbasquillo, Diagonal A La Escuela De Tenis	Primera	40
95	Girapa	Zambrano Montes Paola Natasha	Zambrano Montes Paola Natasha	Cdla Universitaria A La Vuelta Del Gym Olimpus	Cuarta	26
96	Gnomo Bar Restaurant	Hidalgo Ferrin David Andrés	Hidalgo Ferrin David Andrés	Parroquia Sta. Marianita	Tercera	40
97	Habacuc	Muñoz Bello Edder Antonio	Muñoz Bello Edder Antonio	Av. 35 Y Calle 21 Frente Al Colegio 4 De noviembre	Tercera	40
98	Hawaii Bar Restaurant	Calderón Alcívar Ronnie Jesús	Calderón Alcívar Ronnie Jesús	Parque Del Marisco	Segunda	150
99	Hollywood Pizza	León Rivadeneira Jose Adrián	León Rivadeneira Jose Adrián	Barrio María Auxiliadora	Cuarta	12
100	Iguana Restaurante	Moreira López Paulette Katherine	Moreira López Paulette Katherine	Piedra Larga, Via San Mateo	Segunda	60
101	Ite Cocina Manabita	Ice Comida Manabita S.A.	Castillo Zurita Liseth	Plaza Comercial La Quadra Local 40-41	Segunda	80
102	Jailbreak Pub Rock Restaurant	Mendoza Cedeño Juan Carlos	Mendoza Cedeño Juan Carlos	Cdla Uleam Mz-Ac-Lt 07	Tercera	40
103	Jaimito Gringo Pizzería	Moury Janes Daniel	Moury Janes Daniel	Av. U2 S/N Y Calle U8	Segunda	40
104	Jireh	Estrada Cantos Enma Auxiliadora	Estrada Cantos Enma Auxiliadora	Malecon Escénico Local # 11	Segunda	68
105	Jossy Restaurant	Rodríguez Piloso Licia Adelaida	Rodríguez Piloso Lucia Adelaida	Calle 9 Entre Av. 5 Y 6	Cuarta	28

106	Juan Camarón	Vagafisol S.A.	Rommel Bucheli	Lomas De Barbasquillo Frente Apartamentos Condominios Ro Suites	Primera	150
107	Kfc	Inf Food Services Corp	Franklin Tello Nuñez	Mall Del Pacifico	Tercera	80
108	Kfc	Shemlon S.A.	Franklin Tello Nuñez	Nuevo Terminal Terrestre	Segunda	80
109	Kfc 1	Intfood Servicios Corp.	Tello Nuñez Franklin Alberto	Paseo Shopping	Tercera	80
110	Kfc 2	Intfood Servicios Corp.	Tello Nuñez Franklin Alberto	Paseo Cocco Manta	Tercera	140
111	Kobe Sushi Express	Sushicorp S.A.	Florentino Cevallos Jose Miguel	Mall Del Pacifico	Segunda	80
112	Krug Restaurante	Martínez De La Vega Haro Santiago Eduardo	Martínez De La Vega Haro Santiago Eduardo	Umiña Ii Mz F L-05 Av Barbasquillo	Segunda	60
113	La Barca Del Pescador	Villareal Ganchozo Migdonia Rosario	Villareal Ganchozo Migdonia Rosario	Lot. Imuña Ii Via A Barbasquillo	Segunda	90
114	La Bistecca Sports Bar Grill	Belmonte Viteri Guillermo	Belmonte Viteri Guillermo	Cdla Universitaria Av. U-2 Y U-3	Primera	120
115	La Caída Del Sol	Ganchozo Domínguez Jacinto Sabulon	Ganchozo Domínguez Jacinto Sabulon	El Habra/San Lorenzo	Cuarta	20
116	La Catrina	Paane S.A.	Palau Farina Luis Evangelista	Plaza Comercial La Quadra Local 44-45	Segunda	100
117	La Chama	Chávez Rodríguez Santa Jesús	Chávez Rodríguez Santa Jesús	Playita Mia	Cuarta	35
118	La Cote D' Azur	Cedeño Quiroz Alba Celeste	Cedeño Quiroz Ingrid Celeste	Malecon Escénico #20	Tercera	40
119	La Dolce Vita	Vega Delgado Ingrid Yesenia	Vega Delgado Ingrid Yesenia	Malecon Escénico Local # 16	Tercera	80
120	La Dolce Vita Italiana	Iorio Giovanni	Iorio Giovanni	Cdla Los Tamarindos Lote 4 Via A San Mateo	Segunda	60
121	La Esmeralda	Márquez Llorente Ricardo Euserio	Marquez Llorente Ricardo Euserio	Paseo María Egas	Tercera	40
122	La Fogata Dorada	López Chancay Fredy Alberto	López Chancay Fredy Alberto	Calle 16 Y Av. 15 Cerca De Univisa	Cuarta	25
123	La Huequita Del Jocay	Guim Mora Gino Pail	Guim Mora Gino Paul	Parroquia Tarqui Calle J3 Y J12 Diagonal Al Parque Miraflores	Cuarta	20
124	La Jaiba	Gaon García Adita Magdalena	Gaon García Adita Magdalena	Parque Del Marisco, Local#4	Tercera	48
125	La Madrina Ii	Álava Sacido Hilda Margarita	Álava Sacido Hilda Margarita	Playita Mia, Local -#3	Cuarta	49
126	La Ola 2	Bonilla Aray Reinaldo Oswaldo	Bonilla Aray Reinaldo Oswaldo	Playita Mia	Cuarta	24
127	La Pata Gorda	Apovesagroup S.A.	Camposano Vaca Glenda Marjorie	Plaza Comercial La Quadra Local 28	Primera	104

128	La Sazón De La Abuela	Cornejo Coello Alex Mantuano	Cornejo Coello Alex Mantuano	Calle 20 Y Av. 20 Entre La Lavandería Espuma Y Patio De Comida Parce-Burger	Tercera	36
129	La Tablita Del tártaro	La Tablita Del Tártaro Cía. Ltda.	Olivos Diego	Ave 4 noviembre Paseo Shopping Patio De Comidas	Segunda	80
130	La Tablita Del tártaro	La Tablita Del Tártaro Cía. Ltda.	Haro Jenny	Mall Del Pacifico	Segunda	80
131	Las Cabañas El Carbón	Severio Zambrano Leydi Alexandra	Saverio Zambrano Leydi Alexandra	Cdla Universitaria U.9 Primera Etapa	Tercera	40
132	Las Costillas De Nico	Just Resources Ecuador J.R.E. S.A.	Pincay Marcillo Lucila María	Paseo Shopping. Av. 4 De noviembre	Tercera	80
133	Las Palmeras	Párraga Mantuano Jessica Alexandra	Párraga Mantuano Jessica Alexandra	Calle 23 Barrio Perpetuo Socorro	Cuarta	60
134	Las Velas Marinas Gourmet	Felipe Bernal Dianeyssi Ester	Felipe Bernal Dianeyssi Ester	Malecon Escénico #18	Tercera	64
135	Lavacanisima	Ávila Sánchez Camilo Alfonso	Ávila Sánchez Camilo Alfonso	Malecon Escénico Local 10	Segunda	80
136	Le Petit Paradis	García Christian Pierre Emanuelle	García Christian Pierre Emanuelle	Paseo Jose María Egas, Avda. 3 E/Calles 10 Y 11	Cuarta	32
137	Los Cebiches De La Rumiñahui	Urdesmar Restaurantes Cía. Ltda.	Castro Rivera Marcelo	Mall Del Pacifico	Segunda	80
138	Maído Japanese Restaurant	Del Castillo Carrillo David Fernando	Del Castillo Carrillo David Fernando	Via Barbasquillo Ciudadela Universitaria	Segunda	80
139	Manta Y Ole	Montalvo Iglesia Guillermo Arturo	Montalvo Iglesia Guillermo Arturo	Av. 24 Entre Calle Flavio Reyes Y Av 20	Cuarta	20
140	Mar Hambu	Voelcker Chávez Pilar Lourdes	Voelcker Chávez Pilar Lourdes	Av. 12 Entre Calle 18 Y 19	Segunda	36
141	Martinica	Corporación De Eventos Y Catering Martinica Cía. Ltda.	Omar Rivadeneira	Cdla. Umiña 2 Mz I Villa 1	Primera	124
142	Mayflower	Mb. Mayflower Buffalos S.A.	Arata Maldonado Mauricio Germán	Av. 4 De noviembre Paseo Shopping	Segunda	80
143	Megaflipper	Megaflipper S.A.	Alonzo Rodríguez Mariana	Av. Flavio Reyes Y Calle 23 Frente Al Comisariato Jr.	Tercera	93
144	Menestras Del Negro	Shemlon S.A.	Franklin Tello Nuñez	Paseo Shopping Patio De Comidas	Segunda	80
145	Menestras Del Negro	Shemlon S.A.	Vinicio Leiva	Mall Del Pacifico	Tercera	80
146	Mi Kasa	Álava Loor Jennifer Nicole	Álava Loor Jennifer Nicole	Via San Mateo Y Calle 12	Segunda	60
147	Motes De La Magdalena	Ortega Pillajo Luz María	Ortega Pillajo Luz María	Mall Del Pacifico	Tercera	80

148	Muya Cocina Gourmet	Compañía De Eventos Y Restaurantes Muya Cocina Gourmet S.A.	Cedeño Palacios Maria Cecilia	Cdla. Universitaria Calle U8 Y Peatonal U3	Primera	37
149	Ocean Delight	Córdova Leiva Aurora Yolanda	Córdoba Leiva Aurora Yolanda	Malecon Escénico Local # 15	Tercera	40
150	Palmetto Cevichería Restaurant	Vélez Pereira Víctor Alfonso	Vélez Pereira Víctor Alfonso	Malecon Escénico Local # 6	Tercera	68
151	Pamplonica	Espinoza Bravo Marcos Roberto	Espinoza Bravo Marcos Roberto	C.C. Plaza Del Sol Local ·B-03	Tercera	40
152	Papa Johns	Papizzec S.A.	Mario Cordovez	Ciudadela Uleam Lote 7 Y 8	Primera	50
153	Paradero "El Re-Encuentro"	Intriago Risco Rosa Judith	Intriago Risco Rosa Judith	Sitio El Aromo-Pacocha	Tercera	60
154	Parrilladas La Aurora	Bailón Domínguez Matilde Leonor	Bailón Domínguez Matilde Leonor	Cuid/La Aurora Villa 4	Tercera	80
155	Parrilladas La Aurora 2	Bailón Domínguez Matilde Leonor	Bailón Domínguez Matilde Leonor	Barrio Cristo Rey A Lado Del Parque	Segunda	80
156	Parrilladas Palmeiras	Hidalgo Lucero Gladys Gerardina	Hidalgo Lucero Gladys Gerardina	Av. 29 Y Circunvalación Diagonal Almacenes Boyacá Ciudadela Los Cactus Lado De	Segunda	60
157	Patriarchi	Mejía Párraga Kenis adrián	Mejía Párraga Kenis adrián	Autorespuestos El Chino	Cuarta	28
158	Peppiadas	Yepes Macías Michely Alejandra	Yepes Macías Michely Alejandra	Av. 2 Entre Flavio Reyes Y Calle 20	Cuarta	16
159	Picantería El Marino	Rivero Mero Mercedes Marita	Rivero Mero Mercedes Marita	Malecon De Tarqui Y Calle 110	Segunda	60
160	Picantería Restaurant Tsunami	Ferrin Yagual Suly Amelia	Ferrin Yagual Suly Amelia	Calle 16 Y Av. 25 Esquina.	Tercera	60
161	Piedra Larga Lounge Bar	Mera Cruzate Cristhian Mauricio	Mera Cruzate Cristhian Mauricio	Piedra Larga, Via San Mateo	Segunda	48
162	Piedra Larga Sunset	Briones Alcívar Maria Lorena	Briones Alcívar Maria Lorena	Piedra Larga, Via San Mateo	Tercera	72
163	Pizza Del Arte	Mosquera López Bryan Steeven	Mosquera López Bryan Steeven	Calle 16 Y 17 S/N Y Av 24	Cuarta	20
164	Pizza House Manta	Vernaza Cedeño Marjorie Dayanne	Vernaza Cedeño Marjorie Dayanne	Calle 17 Av. 24 A Lados De Antojitos Manabitas	Segunda	32
165	Pizza Hut	Costa Hut S.A.	Hernández Gisbert Jesús	C.C. Mall Del Pacifico - Av. Malecon	Segunda	108
166	Pizza Super Express	Borja Rodríguez Jessica Auxiliadora	Borja Rodríguez Jessica Auxiliadora	Cdla El Palmar Mz-D10 Villa 4	Segunda	25
167	Pizzería Italiana Il Faro	Acevedo González Belkys	Acevedo González Belkys	Calle 31 Y Av Flavio Reyes A Lado Del Condominio Puerto Sol	Cuarta	20

168	Real Madrid	Santiana Ávila Honorio Emiliano	Santiana Ávila Honorio Emiliano	Via Manta San Mateo/Edif. Mar Azul	Cuarta	32
169	Restaurant 100 % Chonera	Rodríguez Cobeña Maribel Auxiliadora	Rodríguez Cobeña Maribel Auxiliadora	Playita Mia / Malecon Escénico De Tarqui	Cuarta	40
170	Restaurant El Arrecife	Víctor Mario Santana García	Víctor Mario Santana García	Flavio Reyes Y Av. 27	Tercera	56
171	Restaurant Goodfellas	Lee Robert Wayne	Lee Robert Wayne	C.C Plaza Del Sol	Tercera	40
172	Restaurant La Miga	Zambrano Tello Beatriz Adriana	Zambrano Tello Beatriz Adriana	Barrio Centenario Calle Las Orquídeas Y Av. Las Acacias A Lado Del Taller El Carpintero	Tercera	40
173	Restaurant Los Delfines	Rodríguez Aranea Lisbeth Beatriz	Rodríguez Aranea Lisbeth Beatriz	Malecon Escénico Local # 3	Tercera	56
174	Restaurant Mar Y Sol	Peñarrieta Tuarez Jorge Alberto	Peñarrieta Tuarez Jorge Alberto	Calle 121 Los Esteros Principal De La Via Puerto Aeropuerto	Tercera	40
175	Restaurant Pizzería Mamma Rosa	Chávez Gómez Laura Ana	Chávez Gómez Laura Ana	Av. Flavio Reyes, Calle 26	Segunda	75
176	Restaurant Playa Bonita	Bravo Zambrano Yadira Betzabel	Bravo Zambrano Yadira Betzabel	Santa Marianita	Tercera	50
177	Restaurant Trovador	Román Valencia William Aquilino	Román Valencia William Aquilino	Paseo Jose Maria Egas, Calles 11 Y 12 Avda. 3	Tercera	48
178	Restaurante Amigo Coco	Andrade Menéndez Hugo Alfredo	Andrade Menéndez Hugo Alfredo	Malecon Escénico #07	Tercera	50
179	Restaurant Bar Karaoke BBQ-Ribs	Alcívar Barre Erwin Alfredo Comercializadora De Alimentos Y Abarrotes Fiopol S.A.	Alcívar Barre Erwin Alfredo	Cdla Villamarina Lote 17 Mz'-C	Tercera	68
180	Restaurante Caminito	Alimentos Y Abarrotes Fiopol S.A.	Ruiz Camila	Via Barbasquillo Calle U 10 Y Cdla Universitaria	Segunda	80
181	Restaurante Cantón	Chen Qincong	Chen Qincong	Av.113 Frente A Cedepa	Tercera	72
182	Restaurante Chifa J.J.	Párraga Pinargote Jose Antonio	Párraga Pinargote Jose Antonio	Ciudadela La Aurora Villa 54	Cuarta	28
183	Restaurante Chifa Yu	Xinggui Chen	Xinggui Chen	Av 24y Calle 17 Santa Mónica Sitio La Travesía Santa Marianita	Cuarta	32
184	Restaurante Don Willy Ii	Sánchez William Osvaldo	Sánchez William Osvaldo	Marianita	Tercera	144
185	Restaurante La Rambla Taska Steak House	Narváez Taranto Ronie Yahir	Narváez Taranto Ronie Yahir	Urb. Uleam 1 Etapa Al Frente Del Instituto De Idiomas	Segunda	56
186	Restaurante Las Velas	Las Velas Cía. Ltda.	Vásquez Rodríguez Ariel	Vía Barbasquillo	Primera	55
187	Restaurante Mi Rancho	Moreira Acosta Jose Rodrigo	Moreira Acosta Jose Rodrigo	Parroquia San Lorenzo	Tercera	70
188	Restaurante Montubio Delicias Any	Prado Macías Editá Monserrate	Prado Macías Editá Monserrate	Av. 210 Y Calle 307 Sitio Masato A Los Lados De La Farmacia San Miguel	Cuarta	40

189	Restaurante Muralla China	Qiang Lu	Qiang Lu	Calle 13 Entre Av. 15 Y 16	Tercera	40
190	Restaurante Oh Mar	Vélez Pereira Víctor Alfonso	Vélez Pereira Víctor Alfonso	Malecon Escénico Local # 19	Tercera	64
191	Restaurante El Delfin Azul 2	López Delgado Josefa Emilda	López Delgado Josefa Emilda	P. San Lorenzo Frente A La Playa Diagonal A Cnt	Cuarta	40
192	Rey Del Marisco	Palma Zambrano Carlos Antonio	Palma Zambrano Carlos Antonio	Parque Del Marisco	Cuarta	60
193	Rey Neptuno	Balladares Zamora Carlos Jacinto	Balladares Zamora Carlos Jacinto	Parque Del Marisco	Cuarta	80
194	Rica Pizza Lounge	Mejía García Yadira Isabel	Mejía García Yadira Isabel	Calle 14 Av.15	Tercera	36
195	Ride House	Bonilla Samuel	Bonilla Samuel	Via Barbasquillo A Lado Del Restaurante Tacu	Segunda	60
196	Rincón Criollo	Briones Juan Benito	Briones Juan Benito	Flavio Reyes Y Calle 20	Tercera	75
197	Rincón Marinero 1	Salto Rodríguez Isacio Rimberto	Salto Rodríguez Isacio Rimberto	Malecon Escénico, Locales 14	Tercera	56
198	Rincón Marinero 2	Salto Rodríguez Isacio Rimberto	Salto Rodríguez Isacio Rimberto	Malecon Escénico, Locales 02	Tercera	40
199	Ristorante Giulinos	Pico Montes Nick Fernando	Pico Montes Nick Fernando	Flavio Reyes Y Calle 22 Atrás De Megaflipper	Tercera	24
200	Roll Wings Restaurant	Delgado Cedeño Rezvin Yosenko	Delgado Cedeño Rezvin Yosenko	Km. 1,1/2 Via Barbasquillo Diagonal A Martinica	Segunda	190
201	Romana Pizza	Cárdenas Baque Karen Yesenia	Cárdenas Baque Karen Yesenia	Calle 20 Entre Av. 22 Y 23	Tercera	32
202	Saporit	Almeida Vélez Pabla Agapita	Almeida Vélez Pabla Agapita	Calle Oliva Miranda San Agustín	Cuarta	32
203	Sappari	Belduma Marcos Livio	Belduma Marcos Livio	Via San Mateo - Junto Al Semáforo De Manta 2000	Tercera	50
204	Sirena Del Mar	García Murillo Elvia Consuelo	García Murillo Elvia Consuelo	Parque Del Marisco	Cuarta	60
205	Sr. Ají	Delgado Chávez Joseline Sulay	Delgado Chávez Joseline Sulay	Av. 30 Y Calle 15 A Lado De Coco Café	Tercera	36
206	Stromboli Pizzeria	Zambrano Cantos Sandra Rosaida	Zambrano Cantos Sandra Rosaida	Av. 1 Via San Mateo Frente A Ferretería El Amigo	Cuarta	20
207	Sturgis	Cobo García Maria Lorena	Cobo García Maria Lorena	Plaza Del Sol Local B-04	Segunda	48
208	Tongas Y Bollos	Rivas Salavarría Carlos Miguel	Rivas Salavarría Carlos Miguel	Via San Lorenzo, Pacoche	Tercera	24
209	Topy Tu Pizza	Topytupizza Cía. Ltda.	Vinces Barcia Antonio	Avda. Malecon Y Calle 15	Segunda	100
210	Vaka Grill	Alimentos Cedeños S.A.	Cedeño Magdalena	Terminal Terrestre Local 07	Tercera	80