UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

FACULTAD DE HOTELERÍA Y TURISMO

CARRERA DE HOTELERÍA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DEINGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS

MODALIDAD: TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

TEMA: "LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN LOS RESTAURANTES DE MARISCOS DE LA PARROQUIA SAN MATEO DEL CANTÓN MANTA"

AUTOR: PATIÑO FRANCO JOUBER ARIEL

TUTOR: LIC. AZUA VASQUEZ JOUBER VIRGILIO, MG.

MANTA-ECUADOR

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor 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 en total de 380 horas, bajo la modalidad de proyecto de investigación, cuyo tema es "La calidad de los servicios en los restaurantes de mariscos de la parroquia de San Mateo del cantón 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 y formales, suficientes para ser sometidos a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado corresponde al señor Patiño Franco Jouber Ariel, estudiante de la carrera de Hotelería, periódico académico 2019 – 2021, 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.

Manta, 19 marzo del 2021

Lo certifico

Lic. Azua Vásquez Jouber Virgilio, Mg
Docente Tutor

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi carácter de Tutor del Trabajo Investigativo presentado por el ciudadano PATIÑO FRANCO JOUBER ARIEL, 131621687-6 para optar al Grado de Ingeniero en Administración deEmpresas Hoteleras, considero que dicho Trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En la ciudad de Manta, en el mes de marzo.

_____

LIC. AZUA VASQUEZ JOUBER VIRGILIO, MG.

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación va dedicado con mucho esfuerzos, amor y dedicación a mis padres(Daniel Patino y Juana Franco), quienes gracias a ellos me han brindado una mejor oportunidad de vida y por ello que este trabajo va con mucho amor, gracias a los consejos que me han brindado,hoy estoy donde estoy dando lo mejor de mi para un mejor futuro, también a mi hermano, amigos,esposa e hija que me impulsan a seguir luchando en la vida.

A dios ya que gracias ah el hoy sigo aquí en pie de guerra por lo que es mi mejor motor espiritual porque sin el hoy no fuera lo que soy, hoy en día se cumple una nueva etapa en mi vidala cual espero superar con la ayuda de dios y mis padres que siempre me guían con sus consejos yenseñanzas.

AGRADECIMIENTO

De ante mano agradezco de todo corazón a dios ya que gracias a él puedo estar aquí luchando día a día con los obstáculos que la vida me pone ya que él es mi guía, también agradezcocon mucha gratitud a mis padres que siempre confiaron en mí y están apoyándome hasta el últimomomento, no me alcanzaría la vida para pagarles todo lo que me han brindado solo me queda darlecomo muestra de gratitud este trabajo que está desempeñado con mucho esfuerzo.

Agradezco a mis profesores por las enseñanzas impartidas que me han ayudado en la vida,ya que siempre han sido un Pilar muy importante en mi formación como profesional. También a mi tutor de tesis por el tiempo, paciencia y por estar pendiente en la corrección para poder presentarun trabajo de calidad.

RESUMEN

El turismo es considerado como una actividad socio-económica que reúne un sin número de elementos los cuales aportan al desarrollo de un país, en lo relacionado al beneficio económico, se señala las divisas que esta actividad genera, los ingresos para los propietarios, las fuentesde trabajo directa e indirectas, en lo relacionado a lo social el turismo propicia la oportunidad de la relación entre los visitantes y las personas del lugar, intercambiando y asimilando los valores culturales de cada uno, así mismo la calidad del servicio en empresas turísticas es un punto clave para satisfacer las expectativas de los clientes. La aplicación de capacitaciones brindará conocimientos a los distintos empleados de cada restaurante sobre la calidad en los servicios que garantizan el éxito de los negocios. El objetivo de la investigación es realizar un plan de capacitaciones sobre calidad en los servicios en las cabañas restaurantes de mariscos en San Mateo de la ciudad de Manta. La metodología que se aplico fue científica, deductiva, analítica a donde se emplearon técnicas como la observación, encuesta y entrevista, ha propietarios, trabajadores y profesionales vinculados a este sector del estudio de los restaurantes. Los resultados reflejaron que existe un nivel bajo de conocimiento sobre la calidad de los servicios tales como el emplatado, la francesa, la inglesa entre otras, se encontraron falencias a la hora de aplicar la evaluación al personal por falta de conocimiento sobre el tema. Finalmente se observó el estado inicial, intermedio y final de los restaurantes, donde se identificó una mejora continua en lo relacionado a las adecuaciones físicas, equipamiento y seguridad de los locales.

Palabras claves: (Turismo, Restaurantes de mariscos, calidad, servicios, San Mateo)

ABSTRACT

Tourism is considered as a socio-economic activity that brings together a number of elements which contribute to the development of a country, in relation to economic benefit we canpoint out the currencies that this activity generates, the income for the owners, the sources of income. Direct and indirect work, in relation to the social, tourism promotes the opportunity of therelationship between visitors and people of the place, exchanging and assimilating the cultural values of each one, likewise the quality of service in tourist companies is a point key to meeting customer expectations. The training application will provide knowledge to the different employeesof each restaurant about the quality of the services that guarantees the success of the business. Theobjective of the research is to apply training on quality in their services in the seafood restaurant cabins in San Mateo of the city of Manta, the methodology that was applied was scientific, deductive, analytical where techniques such as observation, survey and interview, has owners, workers and professionals linked to this sector of the study of restaurants. The results reflected thatthere is a low level of knowledge about the quality of services, shortcomings were found when applying the evaluation to staff due to lack of knowledge on the subject. Finally, the initial, intermediate and final state of the restaurants was verified, where a continuous improvement was identified in relation to the physical adaptations, equipment and security of the premises.

Keywords: (tourism, seafood restaurant, quality, service, San Mateo)

INDICE

1. INTRODUCCIÓN 13

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 14

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 15

1.3 OBJETO DE INVESTIGACIÓN 15

1.3.1 Caracterización geográfica 15

1.3.2 Relieve 16

1.3.3 Clima 16

1.3.4 Características demográficas 16

1.3.5 Atractivos turísticos de San Mateo 17

1.4 CAMPO DE ACCIÓN 17

1.5 HIPÓTESIS 17

1.6 VARIABLES DE INVESTIGACIÓN 17

1.7 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN 18

1.7.1 Objetivo General 18

1.7.2 Objetivo Especifico 18

1.8 DISEÑO METODOLÓGICO 18

2. CAPITULO I 19

2.1 MARCO TEÓRICO 19

2.2 CLASIFICACIÓN DEL TURISMO 19

2.2.1 Turismo de descanso, o simplemente de sol y playa 19

2.2.2 Turismo científico 20

2.2.3 Ecoturismo 20

2.2.4 Turismo de aventura 20

2.2.5 Turismo agrícola o agroturismo 20

2.2.6 Turismo social 20

2.2.7 Turismo cultural 20

2.2.8 Turismo histórico 20

2.2.9 Turismo religioso 21

2.2.10 Turismo gastronómico 21

2.2.11 Turismo Económico 21

2.2.12 Turismo Ambiental 21

2.3 EMPRESAS TURÍSTICAS 21

2.4 EL ECUADOR COMO DESTINO TURÍSTICO 22

2.5 IMPORTANCIA DEL TURISMO EN EL ECUADOR 22

2.6 MANABÍ TURÍSTICO 22

2.7 MANTA TURÍSTICO 23

2.8 SAN MATEO TURÍSTICO 23

2.9 EMPRESAS DE RESTAURACIÓN 24

2.10 CLASIFICACIÓN DE RESTAURANTE 24

2.10.1 Clasificación por categoría 24

2.10.2 Clasificación de restaurante por concepto 24

2.11 RESTAURANTES DE MARISCOS 25

2.12 CALIDAD 25

2.13 SERVICIO 25

2.14 CALIDAD DE SERVICIOS 25

2.15 CALIDAD DE SERVICIOS EN RESTUARNTES DE MARISCOS .. 25

2.16 NORMAS ISO 26

3. CAPITULO II 27

3.1 DISEÑO METODOLOGICO 27

3.2 MÉTODOS Y TECNICAS DE INVESTIGACIÓN 27

3.2.1 Método Científico 27

3.2.2 Método Deductivo 27

3.2.3 Método Analítico 28

3.2.4 Técnicas Encuesta 28

3.2.5 Técnicas de Entrevista 28

3.2.6 Técnica de Observación 28

3.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN 29

3.4 MÉTODOS Y TÉCNICAS 29

3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA 29

3.5.1 Población 29

3.5.2 Muestra 30

3.6 TIPO DE MUESTREO 30

3.7 INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN 31

3.8 VALIDEZ DEL INSTRUMENTO 31

4. CAPITULO III 32

4.1 RESULTADOS Y DISCUSIÓN 32

4.2 ANÁLISIS DE DATOS 33

4.2.1 Pregunta No. 1: 33

4.2.2 Pregunta No. 2: 34

4.2.3 Pregunta No. 3 35

4.2.4 Pregunta No. 4 36

4.2.5 Pregunta No. 5 37

4.2.6 Pregunta No. 6 38

4.2.7 Pregunta No. 7 39

4.2.8 Pregunta No. 8 40

4.2.9 Pregunta No. 9 41

4.2.10 Pregunta No. 10 42

5. PROPUESTA 43

5.1 Presentación 43

5.2 Objetivo general 44

5.3 Ejecución 44

5.4 Beneficiarios 44

6. CONCLUSIÓNES 52

7. RECOMENDACIONES 53

8. BIBLIOGRAFÍA 54

9. ANEXOS 58

INDICE DE IMAGENES

Ilustración 1 San Mateo Location Maps 16

Ilustración 2 Cabaña la Familia 62

Ilustración 3 Rey del Mar 62

Ilustración 4 Cabaña Emanuel 63

Ilustración 5 Cabaña el Pulpo 63

Ilustración 7 Cabaña Carmita 64

Ilustración 6 vista aérea de los restaurantes de mariscos 64

Ilustración 8 Deportes en la playa de San Mateo 65

Ilustración 9 Vista aérea de la playa San Mateo 65

Ilustración 10 Vista aérea del muelle de San Mateo 66

Ilustración 11 Vista aérea del Muelle de San mateo 66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población del cantón Manta, censo 2010 17

Tabla 2Cronograma de actividades del plan de capacitación sobre el turismo 45

Tabla 3Programa de capacitación al personal – Técnicas de servicios 46

Tabla 4 Programa de capacitación al personal – Técnicas de servicios de alimentos y bebidas 47

Tabla 5 Generalidades de la calidad 48

Tabla 6 Programa de relaciones públicas, humanas y motivación al personal 49

1. INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación es un estudio relacionado con la calidad de los servicios en los restaurantes de mariscos en la playa de San Mateo, tomando como referencia a la parroquia urbana del mismo nombre de la ciudad de Manta. La calidad de los servicios es un factor muy importante e indispensable que debe ser considerado en las empresas de restauración para lograr la satisfacción de los clientes.

El turismo está constituido por espacio, bienes y valores, son elementos existentes en una región determinada ya sean tangibles e intangibles, los cuales explotándose racionalmente se puedan comercializar como un producto. Se trata de recursos que no puede dejarse a una utilizaciónincontrolada sin correr el riesgo de su degradación, incluso de su destrucción. La satisfacción de las necesidades turísticas no debe constituir una amenaza para los intereses sociales y económicosde las poblaciones de las regiones turísticas, para el medio ambiente, recursos naturales ni para losrecursos históricos-culturales. (Muñoz, 2007)

(Caiza, 2012), explican que, Ecuador es el país más diverso del mundo, y con mayor cantidad de flora y fauna por kilómetro cuadrado, sin olvidar a las nacionalidades y pueblos que habitan en el mismo que ha motivado a que la marca turística del país tome fuerza por esta diversidad y se la oferte con el slogan “Ama la vida”.

Manta es el primer puerto marítimo, pesquero y turístico del Ecuador, considerado como uno de los más importantes, pero además cuenta con significativos atractivos turísticos naturales y culturales (Ecuador Turístico, 2018).

San Mateo es una parroquia urbana del cantón Manta, en donde se puede disfrutar de una playa natural que permite la práctica de deportes acuáticos como: surf, snorket, kayak, paseos en fibras, pescas artesanales, buceo, entre otros deportes, cuenta con algunos servicios turísticos como hospedaje, alimentación, comercio, es importante destacar la comida típica.

Los Restaurantes de comida de maricos son establecimientos gastronómicos cuya especialidad es la preparación de platos elaborados en base a la diversidad de pescados, calamares, cangrejos, conchas, pulpo, almejas. Ostiones, langostinos, camarones, caracol, entre otros.

Es menester señalar que para logar el éxito en este tipo de restaurante de mariscos se requiere del conocimiento y cumplimiento de las normas de calidad, entre las que podemos destacar: ISO 9000

la norma ISO 9001 de sistema de gestión de calidad proporciona la infraestructura, procedimiento,procesos y recursos necesarios para ayudar a las organizaciones a controlar y mejorar su rendimiento y conducirles hacia la eficiencia, servicio al cliente y excelencia al producto. (iso, 2010)

El servicio en los restaurantes de mariscos se ha convertido en un requisito para competirentre organizaciones comerciales de cualquier parte del mundo, pues el impacto que tiene en los resultados (tanto en el corto como en el largo plazo), es primordial para el desarrollo y subsistenciade las organizaciones involucradas en este tipo de procesos. La necesidad de llegar a satisfacer lademanda de la sociedad, por ofrecer servicios de calidad, hace necesario la implementación de estrategias, que basadas en la opinión de los usuarios, les permitan ofrecer atención oportuna y confiable. (Dra. Norma Angelica, 2015)

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo se ha convertido en un factor importante para el desarrollo de la comunidad, el país cuenta con un sinfín de atractivos naturales y culturales para el gozo de los turistas, no solamente se basa en simplemente una sola actividad, el desarrollo y el deseo de la superación delas comunidades fueron los pilares para el impulso del turismo.

Se cuenta con una gran cantidad de destinos, desde reservas naturales con el fin de contemplar la belleza del medio ambiente algo tan simple, pero sin comparación, Manabí es una de las provincias que presenta un alto nivel de visitas turistas reflejando un 80% de ocupación en el feriado de carnaval 2018; el catón Manta presenta altas visitas al contar con 13 playas idealespara la práctica de deportes náuticos, tabla, vela, surf y pesca deportiva. Lugares magníficos para que los turistas nacionales y extranjeros se diviertan al son de las olas y la arena, además de la variedad de comida típica y artesanías.

Esto permitió ser un punto fundamental para aumentar la afluencia de turistas, resultando un incremento de los niveles de ingresos beneficiando a los restaurantes del cantón, en la actualidad en base al catastro turístico 2019 del Mintur en la ciudad de Manta ofrece un total de 169 restaurantes de diferentes categorías: lujo, primera, segunda, tercera y cuarta ofreciendo platilloselaborados con productos típicos de la zona.

En la parroquia de san mateo encontramos una variedad de restaurantes que ofrecen diversidades gastronómicas, lamentablemente se ha detectado que en la mayoría de ellos existe deficiencia y falta de conocimiento por parte del personal en lo relacionado a la calidad del servicio, a la experticia en la preparación de la comida, en lo relacionado al trato hacia el cliente lo cual incide finalmente en la satisfacción del cliente.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Es necesario la formulación y ejecución de un plan de capacitación en técnicas de servicios, preparación de los alimentos y el trato hacia los clientes,para al personal de los restaurantes de mariscos en San Mateo?
- ¿La planificación de un plan de capacitación en técnicas de calidad de servicios, preparación de los platos de comida y el trato hacia los clientes, permitirá elevar el nivelde satisfacción de los clientes que visitan los restaurantes de mariscos en San Mateo?

1.3 OBJETO DE INVESTIGACIÓN

1.3.1 Caracterización geográfica

La presente investigación se realiza específicamente en la playa de San Mateo del Cantón Manta, situada al suroeste de la provincia de Manabí a orillas del Océano Pacifico, los límites jurisdiccionales de la parroquia de San Mateo serán: Por el sur, partiendo del actual cementerio ysiguiendo el curso de la quebrada existente, hasta la bifurcación de esta, para luego seguir por la quebrada oriental más hacia el sur, hasta llegar a una distancia total de 500 metros. Lado este, siguiendo en línea recta 750 metros aproximadamente hasta llegar a la intersección de una quebrada. Por el lado norte, siguiendo el curso de la quebrada, aproximadamente de 400 metros, hasta llegar a la playa. Por el lado oeste, siguiendo por la playa hasta llegar al cementerio, en una longitud aproximada de 600 metros, con una altitud de 6 a 20msnm (Gobierno Provincial de Manabí, 2013)

San Mateo antiguamente tenía el nombre de Palo Verde, en el año de 1925 se reunieron loslugareños que ya habitaban el sitio y decidieron mandar a construir a Riobamba, una imagen con el nombre de San Mateo. Cuando ya trajeron dicha imagen hicieron una fiesta de carácter religiosoy popular, bautizando al sitio o poblado con el nombre de San Mateo.

Está ubicado aproximadamente 20 minutos de Manta; tiene una playa muy extensa y con aguas muy tranquilas; además es un puerto artesanal con pequeños botes anclados cerca de sus playas. (Manta, 2004)

Ilustración 1 San Mateo Location Maps

Fuente: www.surf-forecast.com/breaks/San-Mateo

1.3.2 Relieve

Su territorio es irregular, aunque carece de elevaciones pronunciadas, con algunas formaciones montañosas en sus alrededores, tales como las de Pacoche, San Lorenzo y El Aromo,situadas en el centro del territorio cantonal. Son elevaciones que apenas alcanzan unos 200 msnm.La costa marítima de la ciudad, y en general del cantón, tiene altos acantilados, pero además hay entradas y salientes de mar que forma pequeñas bahías, tal es el caso de Santa Rosa, Las Piñas, Liguique y San Mateo (Ministerio del Ambiente, 2014).

1.3.3 Clima

San Mateo cuenta con un clima cálido que gracias a su playa lo hace confortable, tiene unatemperatura de 23º varían dependiendo de las estaciones del año.

1.3.4 Características demográficas

Según el (Inec , 2010), en el censo de población y vivienda, Manta cuenta con 213,174, lo que enseña que la población de esta ciudad porcentualmente ocupa el 1,56% aproximadamenterespecto a los 14.483.499 habitantes que existen en Ecuador.

Área	Total	Hombres	Mujeres
Total	226.477	111.403	115.074
Urbana	213.174	101.620	106.447
Rural	13.303	9.783	8.627

Tabla 1 Población del cantón Manta, censo 2010.

1.3.5 Atractivos turísticos de San Mateo

En San Mateo se puede disfrutar de un sinnúmero de atractivos, desde el entretenimiento, así como en lo gastronómico, lo natural y también la bondad de su gente. cuenta con: playas, la tiñosa y San Mateo, mirador natural cerca del cementerio de San Mateo, diversidad de gastronomía, monumento del pescador, entre otros.

1.4 CAMPO DE ACCIÓN

El campo de acción al cual se encuentra dirigido el presente proyecto de investigación se enfoca en la propuesta de un plan de capacitación de técnicas de servicios a los empleados de los restaurantes de mariscos en la playa de San Mateo, lo cual permitirá un mejor desenvolvimiento de ellos ante la presencia de los turistas que visiten estos establecimientos.

1.5 HIPÓTESIS

La creación de un plan de capacitación en técnicas de servicios a los empleados de los restaurantes de comida de mariscos permitirá elevar el nivel de atención a los clientes en la playade San Mateo

1.6 VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

Variable Dependiente: elevar el nivel de atención a los clientes.

Variable Independiente: creación de un plan de capacitación en técnicas de servicios

1.7 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1 Objetivo General

- Realizar un plan de capacitación de técnicas de servicios al personal de losrestaurantes de mariscos en la playa de San Mateo, para lograr la satisfacción de los clientes.

1.7.2 Objetivo Especifico

- Describir los principales conceptos que sirvan de fundamento para evaluar la calidad del servicio de los empleados en los restaurantes de mariscos en la playa San Mateo.
- Realizar un diagnóstico en los restaurantes de mariscos en San Mateo enfocado a la aplicación de técnicas de servicios por parte de sus empleados.
- Conocer a través de la investigación de campo el nivel de satisfacción de los clientes aplicando una encuesta.
- Difundir antes a las autoridades del sector turístico la propuesta de un plan de capacitaciónde técnicas de servicios para los empleados de los restaurantes de mariscos de la playa SanMateo de Manta, el mismo que permitirá el mejoramiento en la atención de los clientes.

1.8 DISEÑO METODOLÓGICO

Para realizar esta investigación relacionada con la calidad de los servicios de los restaurantes de mariscos en la parroquia de San Mateo del cantón Manta se aplicó los métodos científicos, deductivo, analítico, de igual forma se utilizarán las técnicas de las encuestas, entrevistas y observación. En lo concerniente a la muestra se tomará como referencia la población del Cantón Manta lo que permitirá obtener resultados más completos para la investigación, yaque es de este cantón de donde provienen la mayor cantidad de clientes locales, nacionales y extranjeros.

La importancia de esta investigación radica en conocer la calidad de los servicios de atención, la forma de preparar los alimentos y el trato hacia los clientes en los restaurantes de mariscos de la parroquia de San Mateo, toda vez que esta playa es uno de los potenciales atractivosturístico del cantón manta, y requiere para su desarrollo que los establecimientos de servicios de alimentación cuenten con un personal capacitado.

2. CAPITULO I

2.1 MARCO TEÓRICO

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas;residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidezen el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico. (Muñoz, 2007)

La contribución del turismo al bienestar económico depende de la calidad y de las rentas que el turismo ofrezca. La OMT ayuda a los destinos a posicionarse, de forma sostenible, en unosmercados nacionales e internacionales cada vez más complejos. Como organismo de las NacionesUnidas dedicado al turismo, la OMT insiste en que los países en desarrollo pueden beneficiarse especialmente del turismo sostenible y actúa para que así sea. (Unwto, 2020)

De acuerdo con la OMT se proyectaba para el año 2020, 1.400 millones de turistas viajandoalrededor del mundo sin embargo ya en el año 2018 se alcanzó esa cifra y en el 2019 se superó dicha cantidad alcanzando los 1.500 millones de turistas.

2.2 CLASIFICACIÓN DEL TURISMO

2.2.1 Turismo de descanso, o simplemente de sol y playa

El turismo convencional, conocido también como el modelo de "sol y playa", es un producto propio de la sociedad urbana e industrial cuyas características principales son entre otras un turismo de gran escala.

2.2.2 Turismo científico

El objetivo principal del viajero que elige este tipo de turismo es abrir más sus fronteraspara la investigación en esta área, ampliar y complementar sus conocimientos.

2.2.3 Ecoturismo

El ecoturismo es un nuevo movimiento conservativo basado en la industria turística que sedefine como viajes responsables que conservan el entorno y sostienen el bienestar de la comunidad.

2.2.4 Turismo de aventura

El turismo de aventura es otra de las modalidades del turismo alternativo, algunos lo llaman turismo deportivo, otros más turismos de aventuras, otros tantos turismos de adrenalina.

2.2.5 Turismo agrícola o agroturismo

El Agroturismo ha dado como resultado los rancho-hoteles en Estados Unidos, con un éxito ascendente, pues ofrecen a los turistas, semanas completas de estadía con todos los servicios incluidos, además de enseñarles a cultivar, cosechar, operar los sistemas de riego y combatir plagas, entre otras.

2.2.6 Turismo social

El turismo social es un concepto que se basa en el derecho al turismo de todas las personas. Este derecho deriva de las vacaciones pagadas reconocidas por la Declaración Universal de los Derechos Humanos promulgada en 1948, que establece en su artículo 24 que "Toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas." (Vázquez de la Torre, 2016).

2.2.7 Turismo cultural

Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de sus identidades.

2.2.8 Turismo histórico

Es aquel que se realiza en aquellas zonas cuyo principal atractivo es la historia del lugar a visitar.

2.2.9 Turismo religioso

En Colombia, uno de los aspectos que hacen parte del arraigo es su tradición religiosa. Porello, son varias los lugares que acostumbran a visitar los turistas motivados por este motor.

2.2.10 Turismo gastronómico

Turismo gastronómico: Otra de las motivaciones al momento de desplazarse puede ser eldeleitar el paladar y conocer los platos típicos de las regiones. (Natalia, 2018)

2.2.11 Turismo Económico

Desde hace más de medio siglo, el turismo se convierte a nivel mundial en instrumento y factor del crecimiento económico. En algunos países se presenta a constituirse en el elemento central del desarrollo económico general; en otros, sólo ha logrado contribuir al crecimiento económico sectorial, ya que los beneficios no se distribuyen de manera equitativa y, por tanto, noha permitido que la sociedad mejore sus estándares en calidad de vida; como sucede en muchos países de América Latina (Alvarado & Martínez, 2013).

2.2.12 Turismo Ambiental

El turismo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege el medio ambiente y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida (UTPL, 2020)

2.3 EMPRESAS TURÍSTICAS

Grupos turísticos como Barceló y Globalia o cadenas hoteleras encabezadas por Meliá ocupan los 10 primeros lugares del ranking con facturaciones que superan los 1.000 millones de euros. Las agencias de viajes también ocupan un destacado lugar en esta clasificación con Viajes el Corte Inglés liderando el sector y una facturación de 1.565 millones (Los 27 más ricos del turismo). (Prefente.com, 2019)

2.4 EL ECUADOR COMO DESTINO TURÍSTICO

El Ecuador es uno de los países con mayor biodiversidad del planeta, y que ha mantenido durante los últimos años un incremento en la llegada de turistas debido a sus maravillas naturales.

Localizado en un lugar privilegiado del planeta, en el nor-occidente de Sudamérica y la línea equinoccial, limitando al Norte con Colombia, al sur y al este con Perú, y al oeste con el Océano Pacífico; Ecuador está divido en 4 regiones: Galápagos, Costa, Andes, Amazonía.

En sus 24 provincias se pueden encontrar 1.800 especies de orquídeas, 1.640 especies de aves, 4.500 de mariposas, 345 de reptiles, 358 anfibios y 258 de mamíferos, entre lo más sobresaliente.

De esta manera, el Ecuador se perfila como un país multiétnico y pluricultural, lo que lo convierte en una joya para los visitantes atraídos por esta diversidad de gente y sus costumbres. (Turismo, 2015)

2.5 IMPORTANCIA DEL TURISMO EN EL ECUADOR

El turismo es un importante motor de la economía de Ecuador. En el contexto internacional,el sector turístico aporta con el 9,8% del PIB, empleando a una de cada 11 personas en el planeta,lo que equivale en promedio a 277 millones de personas, según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo.

Sin embargo, existen ciertos aspectos como el arribo a Manta de los navieros (cruceros) Prinsedam, Marina y Silver Muse con 2,594 pasajeros y 1,660 tripulantes, quienes conocieron algunos de los atractivos turísticos de Manta, no obstante, y citadas las estadísticas anteriores. (Vera, 2018)

2.6 MANABÍ TURÍSTICO

Un potencial turístico de nuestro país es Manabí con sus 350 kilómetros de playa desde Ayampe hasta Cojimies, además de montañas, cascada y ríos; cuenta con 4 circuitos turísticos como son Ruta del Cacao, del Café, de la Paja Toquilla y la Ruta del Colibrí. La tradición y culturade su gente se aprecia en una variada muestra de artesanías en mimbre, cerámica, paja toquilla, cestería y su gastronomía es reconocida a nivel nacional e internacional, sus platos típicos: viche de mariscos, cebiches, seco de gallina criolla, el greñoso, los tradicionales dulces

de Rocafuerte y Calceta constituyen un verdadero atractivo turístico, lo señala la Agencia de Promoción de Inversiones en Manabí. (Aprim, 2017).

Manabí es también artesanías, tradición gastronomía, religioso, algarabía y belleza, es un polo de desarrollo de alta potencialidad. Es una provincia exportadora de camarón, banano. café, algodón, entre otros productos y las posibilidades de inversión son inmejorables. (turistico, 2019)

2.7 MANTA TURÍSTICO

La ciudad de Manta está dentro de los importantes destinos turísticos de la costa ecuatoriana debido a sus hermosas playas y demás atractivos; dentro de este sector la municipalidad de Manta junto a los diferentes gobiernos han venido desarrollando proyectos turísticos, como lo fue hace algunos años la creación del malecón; escénico en la playa Murciélago, actualmente su aspecto paisajístico es considerado de importancia nacional e internacional, debido a la entrada masiva de cruceros internacionales, propiciando la satisfacción en los turistas que visitan esta ciudad, y atrayendo más turistas.

La ciudad de Manta ofrece diversas alternativas para quienes proceden de otros lugares, por ejemplo: Playas, Centros de diversión nocturna, Áreas naturales, Bares, restaurantes, Teatros,Museos, entre Otros.

2.8 SAN MATEO TURÍSTICO

San Mateo se ubica a 20 minutos de la ciudad de Manta, provincia de Manabí. La playa comprende un largo de 3 km, de apariencia ligeramente curva formando la Bahía de Manta.

La parroquia de San Mateo cuenta con dos playas conocidas y visitadas por turistas, la tiñosa y la playa San Mateo, existe un mirador natural desde el cual se puede apreciar el perfil costanero.

En cuanto se refiere a los atractivos culturales se destaca los eventos que se realizan con motivos de la celebración de las fiestas religiosas de San Pedro y San Pablo, fiesta del pescador ala cual asisten una gran cantidad de visitantes y turistas.

San Mateo goza de un agradable clima cálido y pertenece a la zona de vida de bosque tropical. Esto hace que en la playa se pueden apreciar cocoteros y brindar al turista una combinación única de arena, mar y verde flora.

En la playa de San Mateo se puede practicar diferentes deportes como pesca deportiva, natación, buceo, surf, caminatas y otras. También en la costa se instalan, puestos de comida regional y mariscos que duran toda la temporada vacacional. (Mateo, 2015)

2.9 EMPRESAS DE RESTAURACIÓN

Una empresa de restauración es un restaurante que prepara alimentos para el consumo humano, tanto directa en el restaurante como indirecta a través del catering o servicio a domicilio.Hay empresas de restauración que son multinacionales, como Mc. Donalds, con locales en todo elmundo y restaurantes de alto standing, como can fabes o el bulli, que se han convertido en destinosturísticos por sí mismos. (turitico, 2009)

2.10 CLASIFICACIÓN DE RESTAURANTE

Tener un restaurante con una temática definida te permitirá formar una popularidad entre los consumidores del tipo de comida que ofreces, y lo más importante, te permitirá decidir qué tipode chef quieres contratar o el que necesita tu negocio. (gastronomia, 2019)

2.10.1 Clasificación por categoría

- Restaurante de lujo (5 tenedores)
- Restaurante de primera clase (4 tenedores)
- Restaurante de segunda clase (3 tenedores)
- Restaurante de tercera clase (2 tenedores)
- Restaurante de cuarta clase (1 tenedor)

2.10.2 Clasificación de restaurante por concepto

- Gourmet
- De especialidad
- Familiar
- Buffet
- De comida rápida
- Temático
- Para llevar

2.11 RESTAURANTES DE MARISCOS

Al momento no existe una información de exacta sobre restaurante de mariscos, pero puedo decir que son establecimientos de restaurantes que ofrecen variedades de exóticos platillos de calamares malucos, peces, crustáceos langostas, conchas, almejas entre otros. Dando lugar a su categoría de gastronomía marina.

2.12 CALIDAD

La calidad se refiere a la capacidad que posee un objeto para satisfacer necesidades implícitas o explícitas según un parámetro, un cumplimiento de requisitos de cualidad. (Significados, 2013)

2.13 SERVICIO

Un servicio es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y personalizado. (Galán, 2014)

2.14 CALIDAD DE SERVICIOS

la calidad en el servicio se ha convertido en un requisito para competir entre organizaciones industriales y comerciales de cualquier parte del mundo, pues el impacto que tiene en los resultados(tanto en el corto como en el largo plazo), es primordial para el desarrollo y subsistencia de las organizaciones involucradas en este tipo de procesos. La necesidad de llegar a satisfacer la demanda de la sociedad, por ofrecer servicios de calidad, hace necesario la implementación de estrategias, que basadas en la opinión de los usuarios, les permitan ofrecer atención oportuna y confiable (Dra. Norma Angelica, 2015)

Con el propósito de llegar a un mayor número de clientes se deberá conocer las percepciones de la calidad y satisfacción aspectos fundamentales para comprender la conducta delconsumidor. En base al autor (Contreras, 2011)

2.15 CALIDAD DE SERVICIOS EN RESTUARNTES DE MARISCOS

De acuerdo con (Escudero, 2012) indicó que el éxito de una organización depende fundamentalmente de sus clientes; ellos son los protagonistas y el factor más importante del negocio. Cuando la organización no satisface las necesidades y deseos de sus clientes es evidente que tendrá una existencia muy corta en el mercado. Los esfuerzos deben estar

orientados hacia elcliente, porque él es el verdadero impulsor.

2.16 NORMAS ISO

Las normas ISO son un conjunto de normas orientadas a ordenar la gestión de una empresa en sus distintos ámbitos. La alta competencia internacional acentuada por los procesos globalizadores de la economía y el mercado y el poder e importancia que ha ido tomando la figuray la opinión de los consumidores, ha propiciado que dichas normas, pese a su carácter voluntario,hayan ido ganando un gran reconocimiento y aceptación internacional.

Las normas ISO son establecidas por el Organismo Internacional de Estandarización (ISO), y se componen de estándares y guías relacionados con sistemas y herramientas específicas de gestión aplicables en cualquier tipo de organización. (Isotools, 2015)

Las normas de la serie ISO 9000 fueron establecidas para dar respuesta a una necesidad delas organizaciones, la de precisar los requisitos que debería tener un sistema de gestión de la calidad. La primera edición de estas normas se publicó en 1987. Posteriormente ha sido modificadaen 1994, 2000 y 2008, versión que está en vigor actualmente.

La familia de normas ISO 9000 que está en vigor, se compone de 3 normas:

- ISO 9000:2005 “Sistemas de gestión de la calidad. Principios y vocabulario”
- ISO 9001:2008 “Sistemas de gestión de la calidad. Requisitos”
- ISO 9004:2009 “Gestión para el éxito sostenido de una organización. Enfoque de gestión de la calidad”

De las 3 normas, la que contiene los requisitos que debe cumplir un sistema de gestión dela calidad es la ISO 9001:2008, es la norma que se utiliza para la implantación de sistemas de gestión de la calidad y que se puede utilizar para conseguir un certificado. (Qace, 2019)

3. CAPITULO II

3.1 DISEÑO METODOLOGICO

En el presente trabajo de investigación se plantea como objetivo principal la propuesta cuyo texto es "Realizar un plan de capacitación de técnicas de servicios al personal de los restaurantes de mariscos en la playa de San Mateo, para lograr la satisfacción de los clientes".

El resultado final de una buena investigación depende crucialmente del buen diseño del proyecto. Es en el momento del diseño cuando el investigador debe tomar el conjunto de decisionesmetodológicas que van a dirigir su estudio…Son estas decisiones las que configuran el 'plano' enbase al cual comenzará a 'edificarse' la investigación, (Vieytes, 2004).

En este capítulo se describen los contenidos que posibilitan la investigación y se expone elproceso o pasos metodológicos empleados en el desarrollo de este trabajo, el cual comprende los métodos científicos, deductivo, analítico; las técnicas de las encuestas, entrevistas y observación,en torno a la calidad de los servicios direccionado a los restaurantes de Mariscos en la Parroquia de San Mateo del Cantón Manta.

3.2 MÉTODOS Y TECNICAS DE INVESTIGACIÓN

La diferencia entre método y técnica es que el método es el conjunto de pasos y etapas que debe cumplir una investigación y este se aplica a varias ciencias mientras que la técnica es el conjunto de instrumentos en el cual se efectúa el método. (Lu.Ta, 2010)

3.2.1 Método Científico

La aplicación de este método me permitió adquirir conocimientos basada en las ciencias, la observación sistemática, la medición, análisis sobre los servicios que se deben brindar a los clientes de los restaurantes de la parroquia San Mateo del cantón Manta.

3.2.2 Método Deductivo

Esta opción se trata de aquella orientación que va de lo general a lo específico. Es decir, el enfoque parte de un enunciado general del que se van desentrañando partes o elementos específicos. (Castillo, 2020)

La utilización de este método me permitió analizar la totalidad de los servicios que se brindan generalmente a los clientes, y hacer énfasis en aquellos servicios en donde se observó deficiencias por partes de los empleados de los restaurantes de la parroquia de San Mateo.

3.2.3 Método Analítico

Según (Madé Serrano, 2006) “Se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede arevisar ordenadamente cada uno de ellos por separado”.

Este método en la investigación es necesario para la fase de revisión de la literatura en la interpretación de información y en el análisis de datos.

En este método, se utiliza cuando se compararan las variables entre los resultados de la propuesta, con la percepción de los empleados de los restaurantes de mariscos.

Este método me permitió analizar comparativamente cuales fueron los factores que influyeron en la deficiencia de calidad en los servicios por partes de los empleados de los restaurantes de la parroquia de San Mateo del cantón Manta.

3.2.4 Técnicas Encuesta

una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativade una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características

Mediante la encuesta, permite recopilar información de cuales ayuda a ver cuáles son sus niveles de conocimiento acerca de la calidad en sus servicios que tienen en sus establecimientos de restaurantes.

3.2.5 Técnicas de Entrevista

La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar. Es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial.

3.2.6 Técnica de Observación

Las técnicas de observación son un conjunto de técnicas y herramientas orientadas a evaluar un fenómeno, un individuo o un grupo de personas. Implican una manera de acercarse a la realidad del sujeto para conocerla. Generalmente se estudian conductas y comportamientos observables. (Ferrando, 1993)

En esta técnica se observa las falencias y las virtudes que tienen tanto en sus establecimientos como en el personal, para poder determinar las mejores opciones para el beneficio de ellos.

3.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Este estudio se apoyó en dos tipos o modalidades de investigación la primera la documentaly la segunda la descriptiva de campo. En relación con la primera se obtuvo contenidos provenientes de documentos especializados en el tema investigado, y la segunda en informaciones obtenidas a través de la investigación de campo que permitió observas y conocer la actuación de las personas involucradas en la investigación, lo cual facilito la tarea investigativa, especialmente en lo relacionado a la obtención, tabulación e interpretación de los datos

3.4 MÉTODOS Y TÉCNICAS

La aplicación de los métodos, técnicas y otros procedimientos de investigación antes mencionado permitieron la obtención de datos e informaciones para esta investigación, en el caso de las encuestas fueron elaboradas a través de un cuestionario de preguntas cerradas y abiertas, dirigidas a la población y turistas que visitaron la playa de San Mateo, las mismas que tiene relación con la calidad de los servicios por parte de los empleados de los restaurantes de mariscos, estos datos fueron muy importantes al momento de elaborar la propuesta.

Las encuestas realizadas se las aplico bajo la modalidad tanto presencial como online, considerando el problema de la pandemia del COVID 19

3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.5.1 Población

Según (Pineda, 1994) Población es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. "El universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otros".

El universo de estudio que se tomó como referencia en la investigación de la Parroquia Urbana San Mateo con una población aproximada a los 5.000 habitantes según el censo INEC 2010, en la actualidad existen 17 restaurantes en la parroquia.

Manta de acuerdo con el último censo del 2010 tuvo 226.477 habitantes según datos de INEC y con las proyecciones en el año 2020 se tendría una población aproximada de 264.281

3.5.2 Muestra

Para (Mata & Macassi, 1997) muestra Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros. La muestra es una parte representativa de la población.

El autor sabino 1995 establece que la muestra constituye, solo una parte del conjunto totalde la población y es poseedora de sus propias características. Por lo tanto, una población es homogénea en la medida que sus integrantes se parecen entre sí en cuanto a características. Con base a este criterio, la muestra constituye una porción de la población sobre la que se realiza el estudio.

En esta investigación se aplicó la formula la cual se detalla a continuación, tomando comopoblación económicamente activa la de la ciudad de Manta que es de 264.281 habitantes proyectadas al año 2020 de acuerdo con el INEC.

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

Dónde:

n: Tamaño de la muestra

z: Nivel de confianza

p: Probabilidad a favor

q: Probabilidad en contra (1-p)

e: Error de la muestra

como resultado de la aplicación de esta fórmula se llegó a establecer la cantidad de 220 encuestas que serían necesarias realizar para la investigación.

3.6 TIPO DE MUESTREO

En las investigaciones de tipo social a las cuales pertenecerían las actividades turísticas se pueden considerar los muestreo probabilísticos y no probabilísticos, en el casoparticular de esta investigación se aplicó el muestreo probabilístico.

3.7 INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Para obtener los datos se aplicó un cuestionario de preguntas abiertas y cerradas, y en algunos casos con múltiples opciones de respuestas en las encuestas, este instrumento considera aspecto cuantitativos y cualitativos, permitiendo obtener información de una población amplia.

3.8 VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

De acuerdo con la mayoría de las investigaciones en el campo social en la cual se encuentra la temática del turismo se ha llegado establecer la validez de este tipo de instrumento, para el caso en particular de las entrevistas aplicadas en esta investigación se contó con la colaboración del personal de cada restaurante de mariscos

La validez de contenido consiste en qué tan adecuado es el muestreo que hace una prueba del universo de posibles conductas, de acuerdo con lo que se pretende medir (Cohen & Swerdlik,2001), los miembros de dicho universo pueden denominarse reactivos o ítems. Para autores como Ding & Hersh berger, (2009) la validez de contenido es un componente importante de la estimación de la validez de inferencias derivadas de los puntajes de las pruebas, ya que brinda evidencia acerca de la validez de constructo y provee una base para la construcción de formas paralelas de una prueba en la evaluación a gran escala

Para validar el instrumento aplicado en este trabajo se utilizó el Juicio de expertos, el cual estuvo conformado por un panel de 5 profesionales. Esta validación en muy raras ocasiones está basada en datos empíricos Ding & Hershberger, (2009). En concordancia con esto, Utkin, (2006) plantea que el juicio de expertos en muchas áreas es una parte importante de la información cuandolas observaciones experimentales están limitadas.

4. CAPITULO III

4.1 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo del proyecto de investigación se da a conocer los resultados cuantitativos obtenidos a través de las encuestas aplicadas, también se ilustra la información considerando los objetivos planteados, resaltando en primer lugar la propuesta "Realizar un plan de capacitación de técnicas de servicios al personal de los restaurantes de mariscos en la playa de San Mateo del cantón Manta de la provincia de Manabí", con lo cual se cumple con el objetivo general, que alcanzó el 100% en la pregunta N^{O} 9.

También se detalla la información con respecto a la pregunta 10 cuyo texto es: ¿Se encuentra usted satisfecho con las técnicas de servicios aplicadas por parte del personal de los restaurantes de mariscos en la playa San Mateo?, cuyo resultado alcanzo el 90% de personas que no están satisfecho, lo cual demuestra la necesidad de implementar la propuesta. Con lo cual se dacumplimiento al tercer objetivo específico, Conocer a través de la investigación de campo el nivelde satisfacción de los clientes aplicando una encuesta.

Otro aspecto importante en este capítulo que se debe establecer dado los resultados obtenidos a través de la investigación es la necesidad de que el personal que trabaja en los restaurantes de mariscos en San Mateo conozca sobre las normas ISO referente a la calidad del servicio. Con lo cual se da cumplimiento con el primer objetivo específico, Describir los principales conceptos que sirvan de fundamento para conocer y evaluar la calidad del servicio delos empleados en los restaurantes de mariscos en la playa San Mateo.

4.2 ANÁLISIS DE DATOS

4.2.1 Pregunta No. 1:

- ¿Usted concurre frecuentemente a los restaurantes de mariscos en San Mateo?

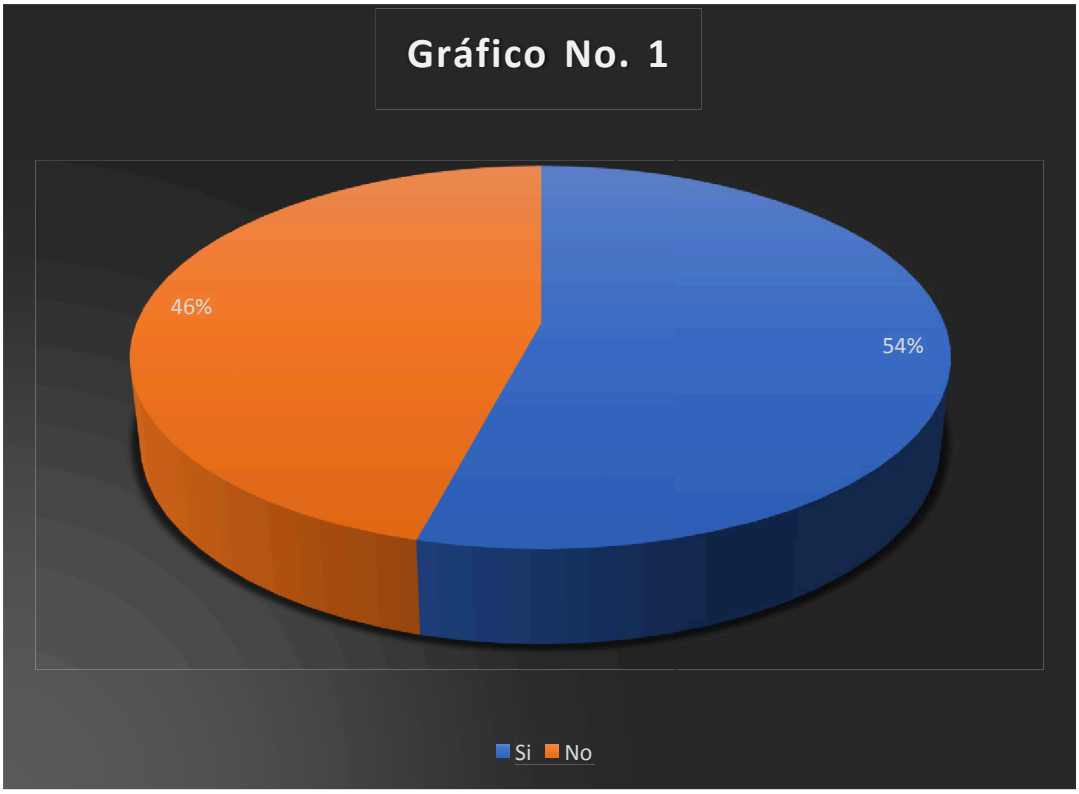

Gráfico1 de la encuesta

Resumen del gráfico

Referente a la pegunta No. 1 elaborada la encuesta tomando como muestra 220 personas, del 100% de la muestra, el 54% (119 personas) ha dicho que, SI concurre frecuentemente a los restaurantes de mariscos por su sabor y su variedad, mientras que el 46% (101 personas) de la muestra ha dicho que NO por motivosde viajar de cantón a cantón, por motivos de trabajo, entre otros.

4.2.2 Pregunta No. 2:

- ¿Piensa usted que la ubicación es un aspecto fundamental al momento de seleccionar losrestaurantes de mariscos en San Mateo?

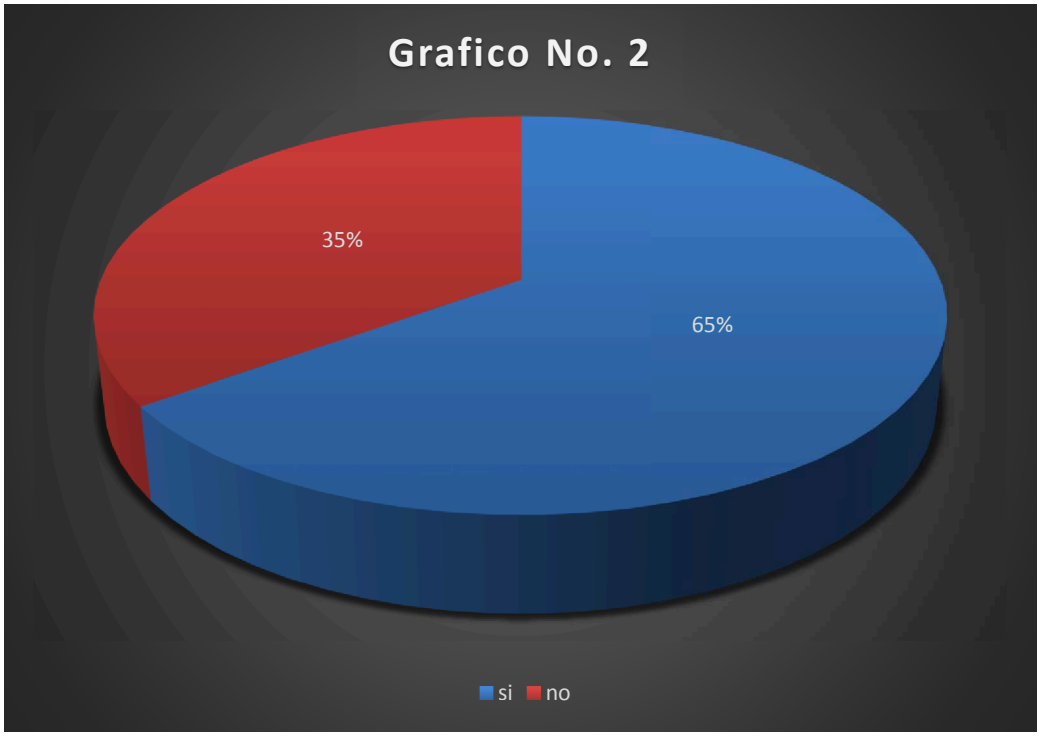

Gráfico 2 de la encuesta

Resumen del gráfico.

Mediante la pregunta 2 de la encuesta se obtuvo un resultado, expresando que el SI alcanzóel 65% (143 personas) definiendo que para muchas personas la ubicación de un establecimiento gastronómico influye mucho a la hora de seleccionar uno de estos establecimientos, mientras que el 35 % (77 personas) de las entrevistadas expresaron que NO es necesario tomar en cuenta la ubicación mientras quela comida a servir sea de buena calidad y de buen sabor la ubicación no influye.

4.2.3 Pregunta No. 3

- ¿Considera usted importante la calidad de los insumos o materias primas en la preparaciónde los platos de mariscos en los restaurantes de san Mateo?

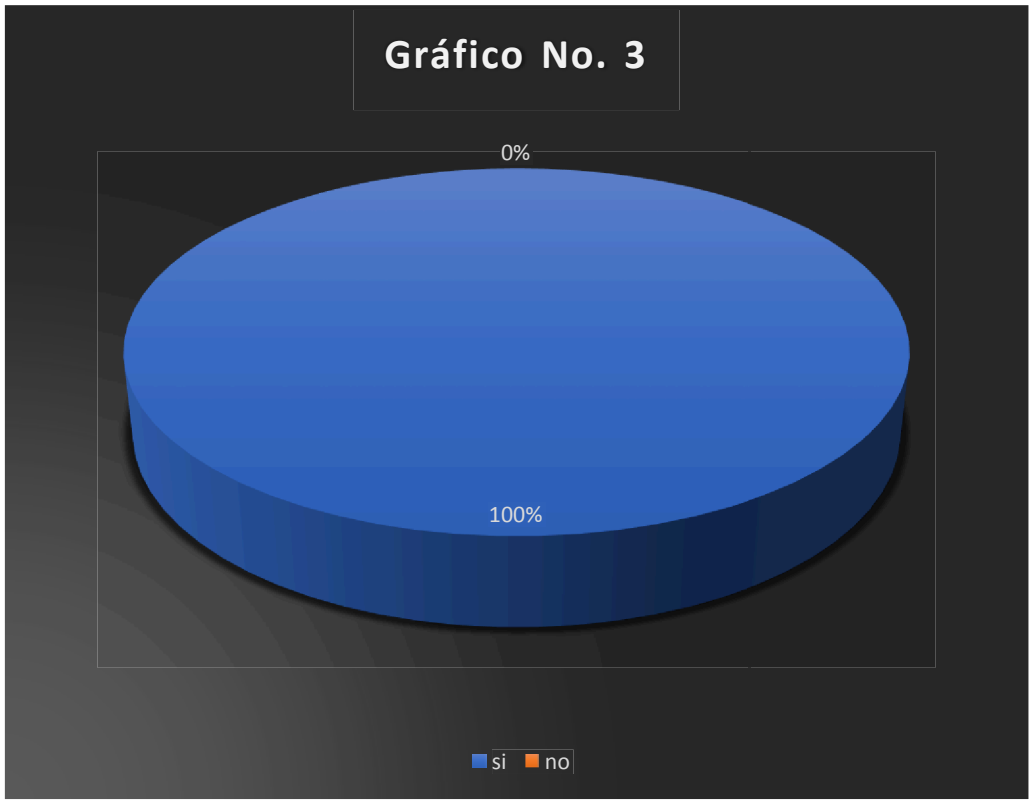

Gráfico 3 de la encuesta

Resumen del gráfico.

En este grafico expresa que se ha obtenido el 100% (220 personas) de la aceptación en esta pregunta, la cual detalla que todas las personas encuestada selecciones que, SI es importante la calidad en los insumos o la materia prima a utilizar en la elaboración de la comida, es por eso que se toma cuan-importante es la calidad en un restaurante.

4.2.4 Pregunta No. 4

- ¿Cree usted que, en los restaurantes de mariscos de la parroquia de San Mateo, se estábrindando un servicio de calidad a los clientes?

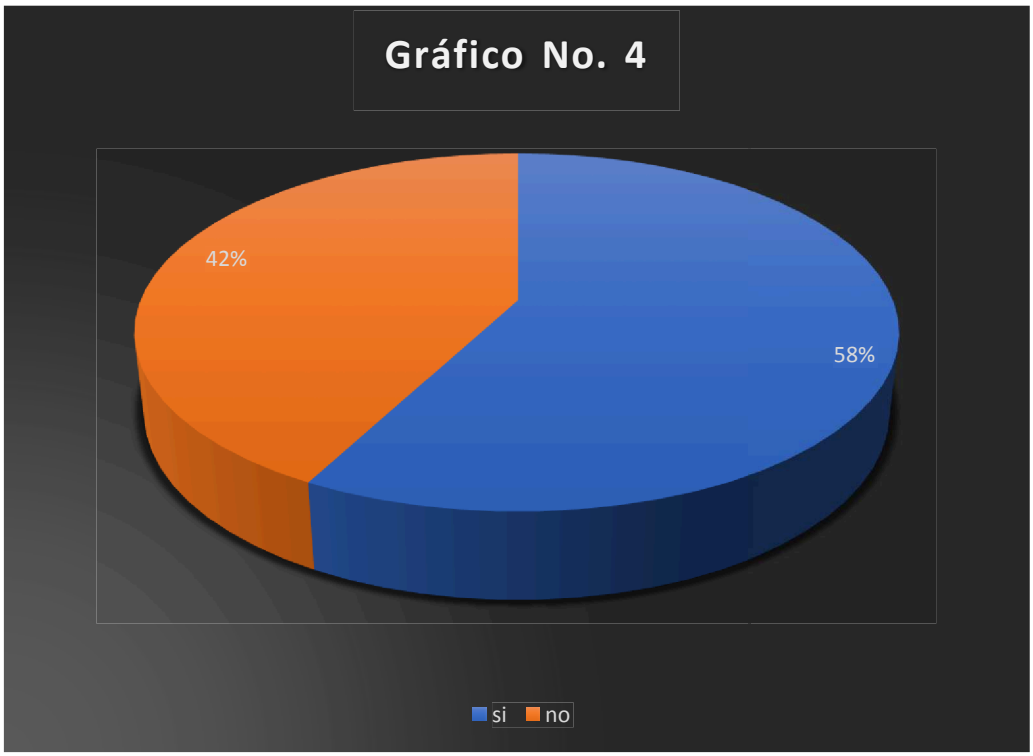

Gráfico 4 de la encuesta

Resumen del gráfico.

En esta pregunta No. 4 de la encuesta nos detalla que el SI obtuvo un 58% (127 personas) de aceptación la cual especifica que las personas si han obtenido un servicio de calidad en los restaurantes de mariscos de la parroquia San Mateo del cantón Manta, mientras que la respuesta NO adquirió el 42% (93 personas) expresando que esta parte de la muestra no se siente satisfecho, aunque la respuesta positivahaya obtenido mayor aceptación es evidente que aún existe falencia acerca de cómo brindar un servicio de calidad.

4.2.5 Pregunta No. 5

- ¿Está de acuerdo que el personal de los restaurantes de mariscos en San Mateo tengaconocimiento sobre las normas ISO 9001?

Gráfico 5 de la encuesta

Resumen del gráfico.

En la pregunta No. 5 se adquirido la mayor aceptación acerca de la pregunta ya cuenta con el 100% de las encuestas, por tanto, las personas encuestadas están de acuerdo que el personal delos restaurantes de mariscos en la parroquia de San Mateo tenga conocimiento acerca de estas normas ya que es indispensable el conocimiento personal.

4.2.6 Pregunta No. 6

- ¿La vestimenta del personal de los restaurantes de mariscos en SanMateo es indispensable para brindar un servicio de calidad?

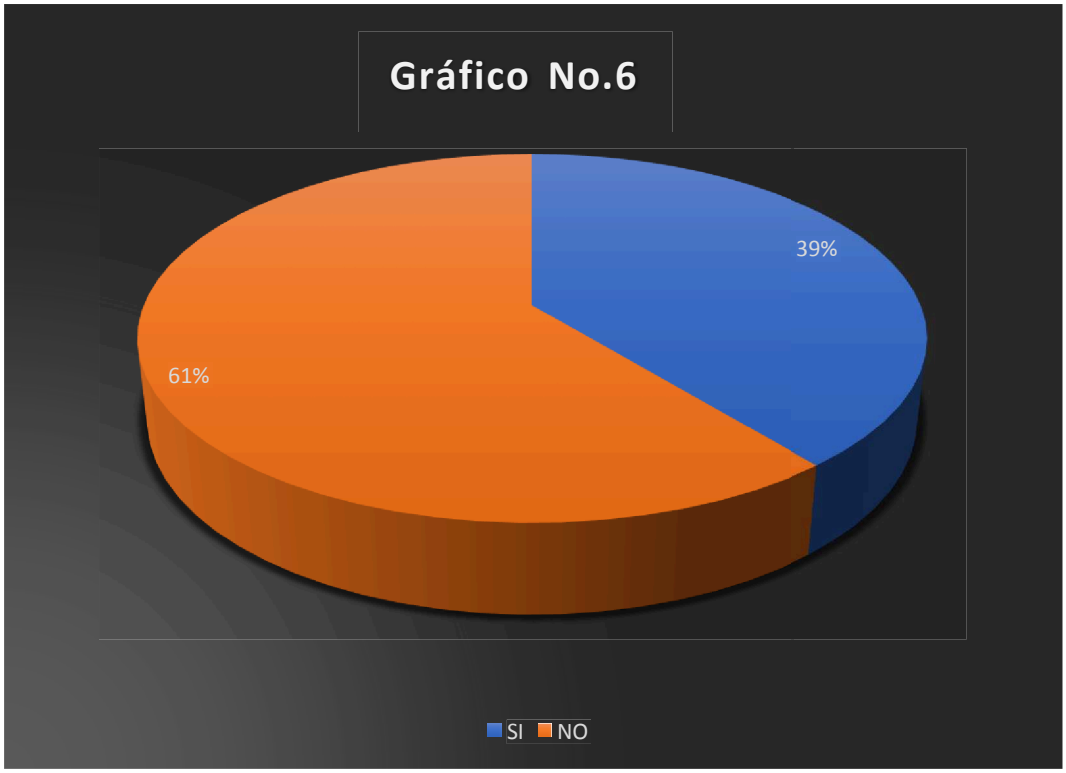

Gráfico 6 de la encuesta

Resumen del gráfico.

La respuesta de mayor aceptación en esta pregunta fue el NO con un 61% (134 personas) la cual para estas no es importante las vestimentas de los empleados en estos restaurantes ya que para elloslo importante es el sabor y el buen trato, mientras que el SI cuenta con el 39% (86 personas) ya que para ellos es fundamental la identificación del personal con las demás personas.

4.2.7 Pregunta No. 7

- ¿Está de acuerdo que en los restaurantes de mariscos en San Mateo se oferten otrasvariedades de gastronomía?

Gráfico 7 de la encuesta

Resumen del gráfico.

En esta pregunta el NO obtuvo el 55% (122 personas) de aceptación ya que, para estas personas les gustasalir de lo rutinario y probar algo diferente, mientras que el SI adquirió el 45 % (98 personas) ya que para algunas personas no les gusta la comida marina, otras causas.

4.2.8 Pregunta No. 8

- ¿considera que el aseo del personal del restaurante de mariscos en San Mateo es muy importante para brindar un servicio de calidad?

Gráfico 8 de la encuesta

Resumen del gráfico.

En esta pregunta el SI se obtuvo el 100% de aceptación la cual detalla que el aseo en muy importante para todas las personas y les gusta que el lugar a visitar tenga buena presencia tanto con la infraestructura como el personal.

4.2.9 Pregunta No. 9

- ¿Está usted de acuerdo que al personal de los restaurantes de mariscos en la parroquia de San Mateo se losdebe instruir a través de un plan de capacitación de técnicas de servicios?

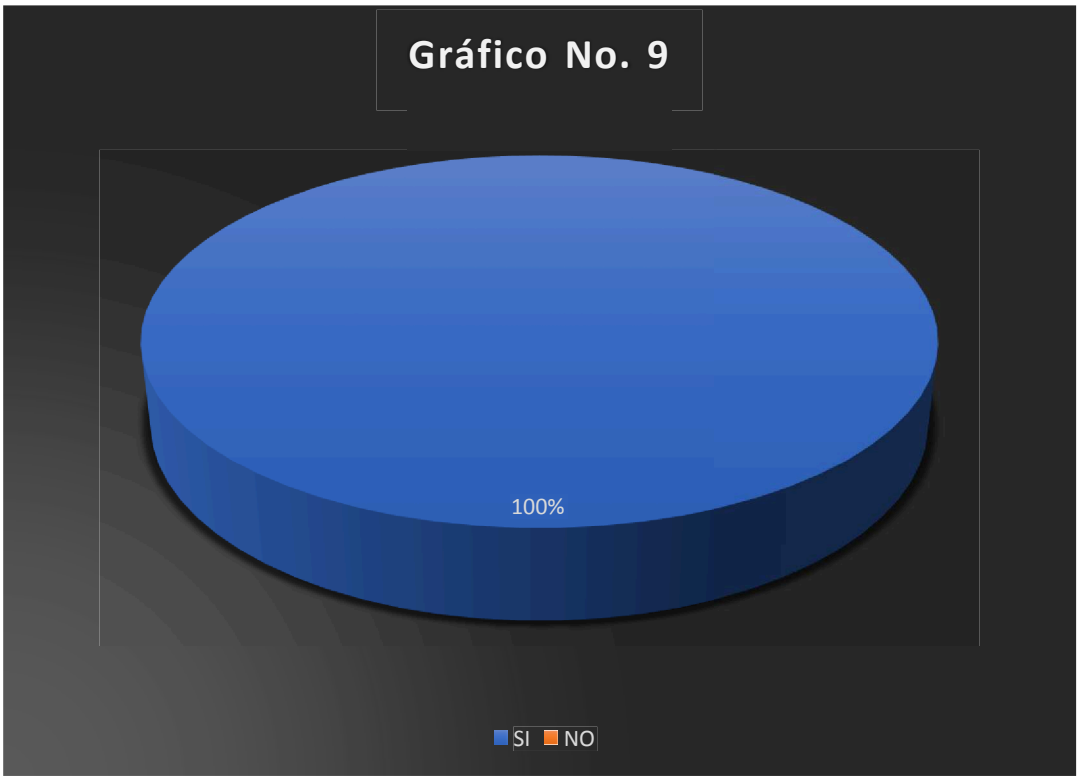

Gráfico 9 de la encuesta

Resumen del gráfico.

En la pregunta No. 9, el SI obtuvo el 100 % de aceptación ya que es fundamental que el personal de estos restaurantes de mariscos se los capacite siempre para que estos lugares brinden un servicio de excelencia.

4.2.10 Pregunta No. 10

- ¿Se encuentra usted satisfecho con las técnicas de servicios aplicadas por parte delpersonal de los restaurantes de mariscos en la playa San Mateo?

Gráfico 10 de la encuesta

Resumen del gráfico.

En esta pregunta No. 10, el NO adquirió el 90% (198 personas) la cual detalla estas personas que es importante que los personales de estos restaurantes de mariscos tengan conocimiento acerca de lastécnicas de servicios y las apliquen en sus labores, mientras que el SI obtuvo el 10 % (22 personas) de aceptaciónpor motivos que le gusta el buen trato.

5. PROPUESTA

REALIZAR UN PLAN DE CAPACITACIÓN DE TÉCNICAS DE SERVICIOS AL PERSONAL DE LOSRESTAURANTES DE MARISCOS ENLA PLAYA DE SAN MATEO DEL CANTÓN MANTA DE LAPROVINCIA DE MANABÍ

5.1 Presentación

La Provincia de Manabí es uno de los centros productivos más importantes del país, en loadministrativos, económicos, financieros y comercial. Sus principales actividades están relacionadas con la agricultura, la ganadería, el turismo, la pesca y el comercio. (turístico, 2019)

Manta, también conocida como San Pablo de Manta, Es llamada "La Puerta del Pacífico" por ser el principal puerto marítimo del Ecuador, Las actividades principales de la ciudad son el comercio, las industrias en especial aquellas empresas dedicadas a la pesca del atún, por lo cual tiene un reconocimiento a nivel mundial, el turismo es otra actividad muy importante ya que recibeflujos de turistas nacionales e internacionales que arriban a la ciudad a través de los cruceros, poseela mayor planta turística de la provincia, y fue nombrada como el primer municipio turístico del Ecuador.

San Mateo es una parroquia urbana del cantón Manta, posee dos playas con característicasúnicas que permiten la recreación, descanso y deportes de los turistas nacionales e internacionalesque las visitan, en sus aguas se pueden practicar una diversidad de deportes acuáticos y en sus playas se pueden disfrutar de paisajes únicos, dignos de admirarse. Se puede disfrutar de una gastronomía típica de mariscos que satisfacen los paladares de los clientes que visitan los distintos restaurantes, elaborados en base a una variedad de peces, mariscos, crustáceos, camarones, conchas, moluscos, caracoles, entre otros. (Mateo, 2015)

Lamentablemente en la mayoría de estos establecimientos gastronómicos no existe un personal altamente capacitado en materia de técnicas profesionales de servicios, que carecen de laexperticia en la preparación de los platos de comida y además demuestran falencia en el servicio y en el trato adecuado hacia el cliente.

Todos estos motivos son razones suficientes que justifican la necesidad de crear urgentemente la propuesta de un plan de capacitación de técnicas de servicios al personal de los restaurantes de mariscos en la playa de San Mateo del cantón Manta de la provincia de Manabí

El plan de capacitación es un proceso que va desde la detección de necesidades de capacitación a través de un diagnóstico para lo cual solicitaremos la colaboración de los estudiantesde la facultad de hotelería y turismo y luego a envase a sus resultados diseñaremos dicho plan.

5.2 Objetivo general

Lograr a través de esta capacitación de técnicas de servicio que el personal de los restaurantes de mariscos de la playa de San Mateo del cantón Manta adquieran nuevos conocimientos y destrezas que les permitan desempeñarse con mayor eficiencia, eficacia, destrezas, responsabilidad, logrando así un mejor servicio en los establecimientos.

5.3 Ejecución

La realización de este plan de capacitación de técnicas de servicios estará bajo la responsabilidad del GAD de Manta, particularmente por la comisión municipal de turismo. que coordinará la misma con otras instituciones vinculadas al sector turístico, entre ellas la facultad dehotelería y turismo de la ULEAM, Ministerio de turismo, Cámara de turismo.

El costo de este plan de capacitación de técnicas de servicios será cubierto económicamenteen su totalidad por el GAD MUNICIPAL de Manta.

5.4 Beneficiarios

La implementación de este plan de capacitación de técnicas de servicios beneficiara directamente a los propietarios, administradores, empleados de los restaurantes de mariscos de laplaya San Mateo del cantón Manta e indirectamente a la comunidad y por ende a los clientes quienes se sentirán más satisfechos por el servicio brindado

Tabla 2 Cronograma de actividades del plan de capacitación sobre el turismo

Modulo #1	**Contenidos**	**Fecha y Hora**	**Instructores**	**Recursos**	**logística**
Generalidades del turismo	Generalidades del turismo	21/9/2021 16:00pm a 18:00pm	GAD Municipal	Proyector	Bocaditos
	Importancia del turismo			Computadora	refrigerios
	Clasificación del turismo			Parlante	Transporte GAD municipal
	Turismos gastronómicos			Pizarra	
	Turismo Local			Sillas	
				Mesas	
				Cabaña la familia	

Tabla 3 Generalidades de la calidad de los servicios

Modulo #2	Contenidos	Fecha y Hora	Instructores	Recursos	logística
Generalidades de la calidad de los servicios	Concepto de calidad	22/09/2021 16:00pm a 18:00pm	GAD Municipal	Proyector	Bocaditos
	Normas ISO 9000, 9001			Computadora	refrigerios
	importancia de la calidad			Parlante	Transporte GAD municipal
	calidad en la materia prima			Pizarra	
	calidad relacionada a los servicios en los restaurantes			Sillas	
				Mesas	
				Cabaña la familia	

Tabla 4 Programa de capacitación al personal – Técnicas de servicios en restaurantes

Modulo #3	Contenidos	Fecha y Hora	Instructores	Recursos	logística
Técnicas de servicios en restaurantes	concepto de servicio	23/09/2021 16:00pm a 18:00pm	profesores de la facultad de hotelería y turismo de la ULEAM	Proyector	Bocaditos
	concepto de restaurante			Computadora	refrigerios
	Servicio a la mesa			Parlante	Transporte GAD municipal
	aseos de cocina			Pizarra	
	importancia de la calidad en sus servicios			Sillas	
				Mesas	
				Cabaña la familia	

Tabla 5 Programa de capacitación al personal – Técnicas de servicios en restaurantes

Modulo #4	Contenidos	Fecha y Hora	Instructores	Recursos	logística
Técnicas de servicios en restaurantes	concepto de mise en place	24/09/2021 16:00pm a 18:00pm	profesores de la facultad de hotelería y turismo de la ULEAM	Proyector	Bocaditos
	técnicas en la preparación de alimentos			Computadora	refrigerios
	técnicas de cortes			Parlante	Transporte GAD municipal
	Fifo y Lifo			Pizarra	
	supervisión de utensilios y los beneficios de ellos			Sillas	
				Mesas	
				Cabaña la familia	

Tabla 6 Motivación al personal

Modulo #5	Contenidos	Fecha y Hora	Instructores	Recursos	logística
Motivación al personal	Relaciones públicas y su comunicación	28/09/2021 16:00pm a 18:00pm	GAD Municipal	Proyector	Bocaditos
	importancia de las relaciones públicas y humanas			Computadora	refrigerios
	motivación al personal y sus beneficios			Parlante	Transporte GAD municipal
	métodos de motivación al personal			Pizarra	
				Sillas	
				Mesas	
				Cabaña la familia	

Clausura. – La clausura de este plan de capacitación de técnicas de servicios dirigido al personal de los restaurantes de mariscosde la playa de San Mateo del cantón Manta, estará a cargo del alcalde del GAD de Manta, en este acto también participará la autoridadde la junta parroquial, y como agradecimiento de parte de los asistentes lo ara un miembro de la asociación de restaurantes de mariscosde San Mateo.

6. CONCLUSIÓNES

Como conclusión de este proyecto de investigación se puede establecer que es necesario implementar la propuesta "realizar un plan de capacitación de técnicas de servicios al personal de los restaurantes de mariscos de la parroquia de San Mateo del cantón Manta de la provincia de Manabí", cuya realización permitirá elevar el nivel de conocimiento de las técnicas de servicios en los empleados de los restaurante de mariscos en San Mateo, y por ende conseguir la satisfacción de los clientes, esto se justifica en las respuestas de las personas encuestadas en las preguntas No 9 que alcanzo el 100% de aceptación a esta propuesta, la preguntaNo 10 que alcanzo el 90% en cuanto a la insatisfacción de los clientes por los servicios brindados, la pregunta No 5 alcanzo el 100% de aceptación con respecto al conocimiento de las Normas ISO por parte de los empleados.

La ejecución de la propuesta permitirá también a los empleados de estos restaurantes de mariscos en la parroquia de San Mateo tener nuevos conocimientos relacionados con las normas ISO lo cual garantizará la calidad y la certificación de los servicios, adquirir nuevas destrezas en la seguridadalimentaria, en la recepción y atención a los clientes que visiten los restaurantes, nuevas técnicas de servicios de platos en las mesas entre otro.

Con la implementación de esta propuesta la playa de San Mateo como destino turístico delcantón Manta va a tener la oportunidad de lograr una mayor jerarquía como atractivo turístico natural, con seguridad estos establecimientos gastronómicos de comida de mariscos van a recibir una mayor afluencia de clientes sean estos locales, nacionales e internacionales.

Con toda certeza puedo señalar que los beneficios económicos se van a incrementar tanto para los propietarios de los restaurantes de comida de mariscos, para los empleados que trabajan en estos establecimientos y para las personas que directa e indirectamente se encuentran vinculadoscon estos negocios.

Finalmente puedo concluir indicando que la realización de esta propuesta permitirá aportar significativamente al desarrollo sostenible del turismo en San Mateo.

Puedo decir que se cumplió con todos los objetivos planteados en esta investigación.

7. RECOMENDACIONES

- Es importante que tanto los propietarios, administradores y el personal de empleados de los restaurantes de mariscos de la playa de San Mateo estén conscientes de la necesidad deasistir a este plan de capacitación el mismo que les permitirá mejorar sus conocimientos ydestrezas por lo cual se recomienda su participación.

- Se recomienda a los organizadores de este plan de capacitación que tomen en cuenta los horarios adecuados para que puedan asistir todas las personas vinculadas a los restaurantesde mariscos de la playa de San Mateo.

- En el caso de que los propietarios de estos restaurantes de mariscos no pudiesen asistir, serecomienda que les den los permisos necesarios a sus empleados para que concurran a este evento de capacitación.

- Para lograr la tranquilidad y seguridad de los clientes en los restaurantes de mariscos de laplaya de San Mateo del cantón Manta se recomienda tomar todas las medidas y protocolode bioseguridad necesarias, para evitar contagios y problemas en su salud.

- Finalmente considero importante y urgente recomendar a las autoridades vinculadas al sector turístico como el GAD MUNICIPAL de Manta, ministerio de turismo, facultad de hotelería y turismo de la ULEAM y la cámara de turismo de Manta impulsen el proyecto de ejecución de este plan de capacitación de técnicas de servicios al personal de los restaurantes de mariscos en la playa de San Mateo del cantón Manta de la provincia de Manabí, con lo cual se lograría mejorar sustancialmente la atención por parte de los empleados de estos restaurantes y consecuentemente alcanzar un desarrollo turístico sostenible en esta playa.

8. BIBLIOGRAFÍA

Alvarado, J. O., & Martínez, P. N. (2013). Las teorías del desarrollo. En el análisis del turismo sustentable. *InterSedes: Revista de las Sedes Regionales*, 27.

APRIM. (28 de JULIO de 2017). *Gobierno de Manabí desarrollo y equidad*. Obtenido dehttp://www.manabi.gob.ec/entidades/aprim.

Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. Á., & Miranda Novales, M. G. (2016). *El protocolo de investigación III: la.* Mexico: Colegio Mexicano de Inmunología Clínica y Alergia, A.C.

Balestrini, A. M. (2006). *Como se elabora el proyecto de investigación.* Venezuela: BL Asociados.Broche, Y., & Ramos, R. (2014). Procedimiento para la gestión de los residuos sólidos generados. Caiza, R. &. (2012). Análisis histórico de la evolución del turismo en territorio ecuatoriano. RICIT

Obtenido de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-AnalisisHistoricoDeLaEvolucionDelTurismo. *Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, 19 Obt.

Cantoni, N. (2009). Técnicas de muestreo y determinación del tamaño de la muestra en investigacióncuantitativa. *Revista Argentina de Humanidades y Ciencias Sociales*.

Castillo, B. (14 de octubre de 2020). *Guía Universitaria*. Obtenido de 6 tipos de métodos deinvestigación: https://guiauniversitaria.mx/6-tipos-de-metodos-de-investigacion/

Castro, F. (2013). *El proyecto de investigación y su esquema de elaboración.* Caracas: Uyapar.

Cohen, R., & Swerdlik, M. (2001). *Pruebas y evaluación psicológicas: Introducción a las pruebas y a lamedición.* México: Mc Graw Hill.

Contreras, C. E. (2011). LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR.

Revista Brasileira de Marketing, 146 - 162.

Dra. Norma Angelica, M. I. (2015). Quality of Service: Case UMF. *Conciencia Tecnológica,* 39 - 43.Ecuador Turístico. (2018). *Turismo Playa y Aventura en Manta*. Obtenido

Ecuador, E. (2018). *ciudad de Manta*. Obtenido de Explore Ecuador: http://www.ecuadorexplorer.com/es/html/la-ciudad-de-manta.html

Escudero, M. (2012). *Gestión comercial y servicio de atención al cliente Madrid, España: Paraninfo.*

Madrid, España: Paraninfo.

Fernández, J. (2008). Turismo y Desarrollo Económico. *Revista de Estudios Empresariales*, 1. Ferrando, G. (1993). *El análisis de la realidad social, métodos y técnicas de investigación.* Madrid:

Alianza Universidad Textos.

Galán, J. S. (2014). *economipedia*. Obtenido de servicio: https://economipedia.com/definiciones/servicio.html

gastronomía, C. (12 de enero de 2019). Obtenido de Tipos de Restaurantes: https://www.cursosgastronomia.com.mx/blog/consejos/tipos-de-restaurante/

Gobierno Provincial de Manabí. (2013). *Cantón Manta*. Obtenido de Cantones: http://www.manabi.gob.ec/cantones/manta

González, E. L. (2016). *El Método Científico*. Obtenido de https://www.ucm.es/data/cont/docs/107-2016- 02-17-El%20M%C3%A9todo%20Cient%C3%ADfico.pdf

Hernández, R. H. (2002). Del método científico al clínico: Consideraciones teóricas. *Revista Cubana de Medicina General Integral*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252002000200011&lng=es&tlng=es.

INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censo.* Obtenido de población y demografía:https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/

INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadística y Censo*. Obtenido de Obtenido de Población y demografía: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-población-y-vivienda/

ISO, O. I. (2010). Progresar rápidamente. pags. 11 - 85.

Isotools. (19 de marzo de 2015). Obtenido de ¿Qué son las normas ISO y cuál es su finalidad?: https://www.isotools.org/2015/03/19/que-son-las-normas-iso-y-cual-es-su-finalidad/#:~:text=Las%20normas%20ISO%20son%20establecidas,en%20cualquier%20tipo

Madé Serrano, N. (2006). *Metodología de la investigación.* México: Mac Graw Hill.

Manta. (2004). *Parroquias de Manta*. Obtenido de San Mateo: https://manta360.com/verguia.php?id=140&gid=46

MATA, M. C., & MACASSI, S. (1997). *Cómo elaborar muestras para los sondeos de audiencias.* Quito: Cuaderno de investigación No 5.

Mateo, S. (2015). *Info. ecuador*. Obtenido de https://info-ecuador.com/es/san-mateo/

Ministerio del Ambiente. (2014). *Estudio de Impacto Ambiental zona Costera.* Obtenido de Ministerio delAmbiente: http://www.ambiente.gob.ec/programas-y-servicios/

MUÑOZ, R. A. (2007). *El turismo como motor de crecimiento.* Real Centro Universitario.Namakforoosh, M. (2005). *Metodología de la investigación.* México: Limusa.

Natalia, T. (2018). *monografias*. Obtenido de Clasificación del turismo según el motivo: https://www.monografias.com/trabajos34/clasificacion-turismo/clasificacion-turismo.shtml

Ordóñez, M. (2001). *turismo en la economía ecuatoriana: la situación laboral.* Chile: cepal, ecac.

Pineda, B. A. (1994). - *PINEDA, Beatriz; DE* ALVARAD Metodología *de la investigación, manual para eldesarrollo de person al de salud.* washington: Segunda edición. Organización Panamericana de la Salud. .

Prefente.com. (1 de abril de 2019). Obtenido de Ranking: las 40 empresas turísticas que más facturan: https://www.preferente.com/noticias-de-turismo/ranking-las-40-empresas-turisticas-que-mas-facturan-286970.html

QACE. (2019). Obtenido de Normas ISO 9000: https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/normas-iso-9000

Ramos, C. A. (2015). Los paradigmas de la investigación científica. *Avances en psicología*, 23. Significados. (2013). Obtenido de significado de calidad: https://www.significados.com/calidad/ Turismo, M. d. (2015). PROYECTO ECUADOR POTENCIA TURÍSTICA. 6 - 7.

turismo, M. d. (2019). Obtenido de Turismo aportó con más de 2.300 millones a la economía ecuatorianaen 2018: https://www.turismo.gob.ec/turismo-aporto-con-mas-de-2-300-millones-a-la-economia- ecuatoriana-en-2018/#:~:text=07.02.2019).,del%20Banco%20Central%20del%20Ecuador.

turístico, M. (2019). *Manabí, cultura, montaña mar y gastronomía.* Obtenido de https://www.manabi.gob.ec/turismo-manabi/manabi-cultura-montana-mar-y-gastronomia

turístico, G. d. (5 de mayo de 2009). Obtenido de Empresas de Restauración: http://cloudtourism.pbworks.com/w/page/16041452/7-3-7%20Empresas%20de%20Restauraci%C3%B3n

UNWTO. (2020). *World Tourism Organization*. Obtenido de El turismo: un fenómeno económico ysocial: https://www.unwto.org/es/turismo

UTPL. (5 de febrero de 2020). Obtenido de El turismo aporta a la conservación del medioambiente: https://noticias.utpl.edu.ec/el-turismo-aporta-a-la-conservacion-del-medioambiente

Vázquez de la Torre, G. P. (2016). VázqueFactores que determinan el crecimiento del turismo en destinos religiosos. *Revista de Ciencias Sociales*, vol 22, No. 1.

Vera, I. A. (28 de febrero de 2018). *Entorno turístico*. Obtenido de Turismo en la economía de Ecuador: https://www.entornoturistico.com/turismo-en-la-economia-de-ecuador/#:~:text=El%20turismo%20es%20un%20importante,Mundial%20de%20Viajes%20y%2 0Turismo.

Vieytes, R. (2004). *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad.* Buenosaires: Editorial de la Ciencias.

Vladimirovna, O. (2005). *Vladimirovna, O. (2Fundamentos de Probabilidad y Estadística. México:Universidad autónoma de México.*

9. ANEXOS

Modelo de encuestas y entrevista

Encuesta

Esta encuesta está elaborada para conocer las opiniones y preferencias del público hacia los niveles de la calidad de los servicios que brindan los restaurantes de mariscos en la parroquia de san mateo del cantón Manta.

1. ¿usted concurre frecuentemente a los restaurantes de mariscos en san mateo?
    - Si
    - No
2. ¿Piensa usted que la ubicación es un aspecto fundamental al momento de seleccionar losrestaurantes de mariscos en San Mateo?
    - Si.
    - No.
3. ¿Considera usted importante la calidad de los insumos o materias primas en la preparaciónde los platos de mariscos en los restaurantes de san Mateo?
    - Si
    - No
4. ¿Cree usted que, en los restaurantes de mariscos de la parroquia de san mateo, se estábrindando un servicio de calidad a los clientes?
    - Si.
    - No.
5. ¿Está de acuerdo que el personal de los restaurantes de mariscos en San Mateo tengaconocimiento sobre las normas ISO 9001?
    - Si.
    - No.
6. ¿considera usted que la vestimenta del personal de los restaurantes de mariscos en SanMateo es indispensable para brindar un servicio de calidad?
    - Si.
    - No.

7. ¿Está de acuerdo que en los restaurantes de mariscos en San Mateo se oferten otrasvariedades de gastronomía?
    - Si.
    - No.
8. ¿considera usted que el aseo del personal del restaurante de mariscos en San Mateo es muyimportante para brindar un servicio de calidad?
    - Si.
    - No.
9. ¿Está usted de acuerdo que al personal de los restaurantes de mariscos en san mateo se losdebe instruir a través de un plan de capacitación de técnicas de servicios?
    - Si
    - No
10. ¿Se encuentra usted satisfecho con las técnicas de servicios aplicadas por parte del personalde los restaurantes de mariscos en la playa San Mateo?
    - Si
    - No

Entrevista.

La siguiente entrevista tiene como fin recolectar información que será considerada de manera importante en el estudio de la CALIDAD DE LOS SERVICIOSEN LOS RESTUARNTES DE MARISCOS EN LA PARROQUIA SAN MATEO DELCANTON MANTA, la misma será aplicada a un número determinado de personas con experiencia laboral en relación con el tema ya sea de un propietario o encargado del restaurante. Para el desarrollo de la entrevista debe responder de manera abierta cada una de las preguntas ya planteadas.

NOMBRE DEL ENTREVISTADO	
OCUPACIÓN	

1. **¿ha visitado los restaurantes de mariscos en san mateo?**

2. **aspecto a la atención al cliente en estos restaurantes de mariscos en san mateo es satisfactoria?**

3. **¿Considerando su experiencia el personal de estos restaurantes tienen conocimientosde las normas ISO 9001 en la relación con la calidad de los servicios?**

4. **esta usted de acuerdo que en los restaurantes de Mariscos en San Mateo se preparan los platos de comida con insumos o materias primas de calidad?**

---

5. **¿considera usted que los precios de los restaurantes de mariscos en san mateo tienentarifas económicas?**

Ilustración 2 Cabaña la Familia

Ilustración 3 Rey del Mar

Ilustración 4 Cabaña Emanuel

Ilustración 5 Cabaña el Pulpo

Ilustración 7 Cabaña Carmita

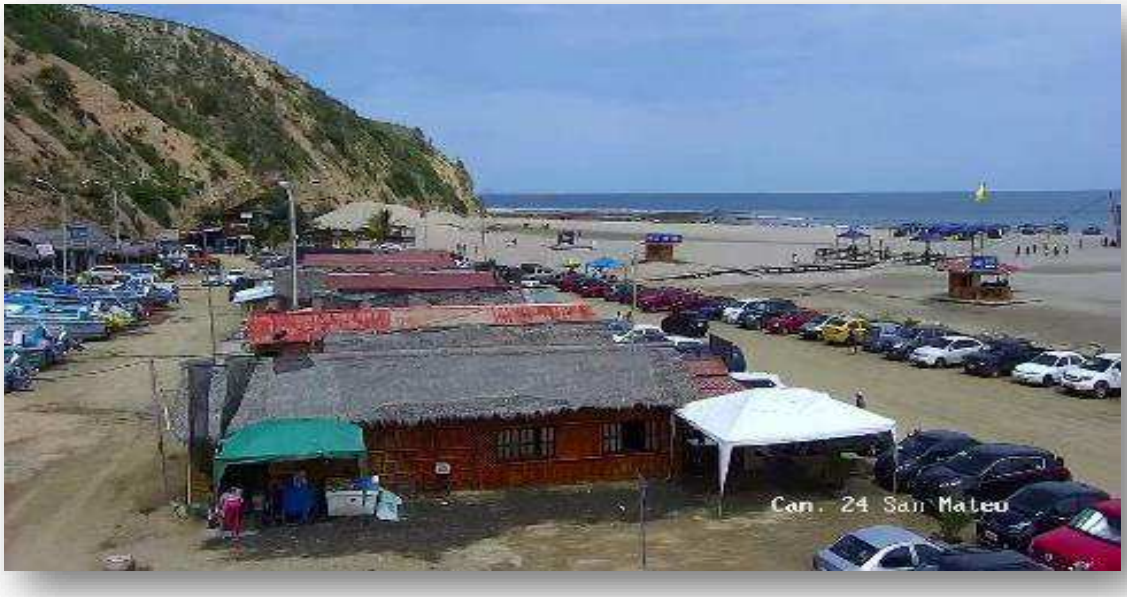

Ilustración 6 vista aérea de los restaurantes de mariscos

Ilustración 9 Vista aérea de la playa San Mateo

Ilustración 8 Deportes en la playa de San Mateo

Ilustración 11 Vista aérea del Muelle de San mateo

Ilustración 10 Vista aérea del muelle de San Mateo