



FACULTAD DE EDUCACIÓN, TURISMO ARTE Y HUMANIDADES

CARRERA DE HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE LICENCIADAS EN EMPRESAS HOTELERAS**

TEMA:

**“IMPLEMENTACIÓN DE MODELOS DE GESTIÓN DE CALIDAD TOTAL
EN RESTAURANTES DE LIGUIQUI: DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS”**

AUTORES:

CABEZAS ZAMBRANO FIORELLA THAIS

SANTANA ALONZO WENDY EVELYN

TUTORA:

ING. ANGELA EVELINA FARFAN TIGRE

MANTA – MANABÍ – ECUADOR

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

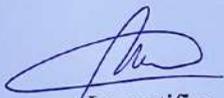
En calidad de docente tutor(a) de la facultad de Educación, Turismo, Artes y Humanidades de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante CABEZAS ZAMBRANO FIORELLA THAIS, legalmente matriculada en la carrera de HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA, período académico 2025-2026(1), cumpliendo el total de **384 horas**, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es "IMPLEMENTACIÓN DE MODELOS DE GESTIÓN DE CALIDAD TOTAL EN RESTAURANTES DE LIGUIQUI: DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS"

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad de este, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad que competente.

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

Manta, Martes, 05de agosto de 2025.



Lo certifico,

ING. ANGELA EVELINA FARFÁN TIGRE, MG.

Docente Tutor

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

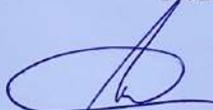
En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Educación, Turismo, Artes y Humanidades de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante SANTANA ALONZO WENDY EVELYN, legalmente matriculada en la carrera de HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA, periodo académico 2025-2026(1), cumpliendo el total de **384 horas**, cuyo tema del proyecto o núcleo problemático es "IMPLEMENTACIÓN DE MODELOS DE GESTIÓN DE CALIDAD TOTAL EN RESTAURANTES DE LIGUIQUI: DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS"

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad de este, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

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

Manta, Martes, 05 de agosto de 2025.



Lo certifico,

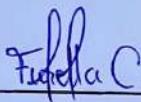
ING. ANGELA EVELINA FARFÁN TIGRE, MG.

Docente Tutor

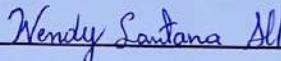
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Cabezas Zambrano Fiorella Thais y Santana Alonzo Wendy Evelyn, declaramos ser autores del siguiente proyecto de investigación **“Implementación de Modelos de Gestión de Calidad Total en Restaurantes de Liguíqui: Desafíos y Estrategias”** este es llevado a cabo como requisito previo a la obtención del título de Licenciadas en Empresas Hoteleras. Los juicios de valor expuestos en este documento son de autoría de las investigadoras, por ende, en caso de hacer uso de este contenido se exhorta a otorgar los respectivos créditos, evitando el plagio.

Manta, Martes 5 de agosto de 2025



Fiorella Thais Cabezas Zambrano



Wendy Evelyn Santana Alonzo

CERTIFICADO DE PORCENTAJE DE SIMILITUD

Tengo a bien sido nombrada, tutora de titulación, mediante la modalidad de proyecto de investigación, de las estudiantes **Cabezas Zambrano Fiorella Thais y Santana Alonzo Wendy Evelyn**, con el tema **“Implementación de Modelos de Gestión de Calidad Total en Restaurantes de Liguiki: Desafíos y Estrategias”**, ha sido orientado durante el período de ejecución, garantizando el trabajo realizado y para constancia de la originalidad en el desarrollo de la investigación se adjunta pantallazo del reporte del software anti plagio, con un reporte de coincidencias del 2%.



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
iMagister

“Implementación de Modelos de Gestión de Calidad Total en Restaurantes de Liguiki, Manabí: Desafíos y Estrategias”

2%
Textos sospechosos



< 1% Similitudes
0% similitudes entre comillas
0% entre las fuentes mencionadas

1% Idiomas no reconocidos

27% Textos potencialmente generados por la IA (ignorado)

<p>Nombre del documento: TESIS FINAL_Cabezas y Santana.pdf ID del documento: f6715eb7d577bba69999f07b938b7483083355cba Tamaño del documento original: 964,3 KB</p>	<p>Depositante: ANGELA EVELINA FARFAN TIGRE Fecha de depósito: 1/8/2025 Tipo de carga: interfaz fecha de fin de análisis: 1/8/2025</p>	<p>Número de palabras: 16.502 Número de caracteres: 117.728</p>
--	--	---



Lo certifico,

ING. ANGELA EVELINA FARFÁN TIGRE, MG.

Docente Tutor

ACTA DEL TRIBUNAL EVALUADOR

El tribunal evaluador certifica:

Que el trabajo de carrera titulado **“Implementación de Modelos de Gestión de Calidad Total en Restaurantes de Liguíqui: Desafíos Y Estrategias”**, ha sido realizado y concluido por las **estudiantes Cabezas Zambrano Fiorella Thais y Santana Alonzo Wendy Evelyn**; el mismo ha sido controlado y supervisado por los miembros del tribunal.

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

Para dar testimonio y autenticidad,

Firmamos:

Lic. Luis Remaldo Reyes Chávez, Mg.

Presidente de Tribunal

Lic. Pahola Natacha Díaz Rodríguez, Mg.

Miembro de Tribunal

Lic. María Rosario Álava Zambrano, Mg

Miembro de Tribunal

Ing Angela Evelina Farfán Tigre, Mg.

Tutora

Fiorella Thais Cabezas Zambrano

Estudiante

Wendy Evelyn Santana Alonzo

Estudiante

Dedicatoria

A Dios, quien ha sido el fundamento de cada uno de mis pasos en este camino. A él le elevo mi más profundo agradecimiento por haberme brindado sabiduría, paciencia y la fortaleza necesaria para culminar esta etapa. Esta meta alcanzada es reflejo de su amor constante

A mi padre Luis Cabezas, quien, aunque ya no me acompaña físicamente, ha estado presente en mi corazón y mente en cada paso de este proceso. Su memoria, enseñanzas y el amor que me dejó siguen siendo una fuente de inspiraron y fuerza para seguir adelante. Este logro también llegará al cielo.

A mi madre Lic. Negi Zambrano, por su amor incondicional, su esfuerzo incansable y su ejemplo de mujer valiente y luchadora. Gracias por forjar mi carácter y personalidad, por creer en mí, por haberme acompañado con palabras de aliento, con su entrega, fe constante, impulsando cada día a no rendirme hasta lograr esta meta. Este logro también lleva su nombre.

A mis hermanas Lizzie, Melanie y Kiara, por ser mis compañeras incondicionales, por sus palabras de ánimo y por alegrarse conmigo en cada avance. Su presencia me ha recordado que no estoy sola y que el amor de hermanas puede sostener incluso en los momentos más exigentes. Y a mis sobrinos Christopher, Pablo Amir, Ezequiel y Alessandro que son pequeñas luces en mi vida, ustedes son la esperanza y el amor puro, son una de las razones por las que vale la pena dar lo mejor de mí.

A mi pareja por ser mi apoyo constante y compañero en este proceso. Gracias por tu paciencia, tu comprensión y animo cada día. Tu apoyo discreto pero firme me ha fortalecido más de lo que las palabras pueden expresar.

Y a mi mascota, por ese amor puro y sincero que solo un ser tan noble puede brindar. Aunque tu no entiendas de tesis, ni de logros académicos, tu existencia, tu

compañía silenciosa, tu mirada atenta y tu afecto incondicional han sido bálsamo en los días de mayor estrés.

A cada uno de ustedes, gracias por ser parte esencial de mi vida, por acompañarme con amor, fe y paciencia, y por caminar a mi lado hasta alcanzar este sueño. Este logro también es de ustedes.

Fiorella Cabezas Zambrano

Dedico este trabajo, con profundo amor y gratitud, a todas aquellas personas que marcaron mi vida y contribuyeron de distintas maneras a la realización de este sueño académico.

A Dios por ser mi guía constante. Por darme la fuerza en los momentos difíciles y por iluminar cada paso de este camino.

A mis amados padres, por ser el pilar inquebrantable de mi vida, por enseñarme con su ejemplo el valor del esfuerzo, la honestidad y la perseverancia. Gracias por cada sacrificio silencioso, por cada palabra de aliento cuando dude, y por creer en mi incluso en los momentos en que yo no lo hacía. Esta meta alcanzada también es suya.

A mis hermanos, compañeros de vida, testigos de mis caídas y mis logros. Gracias por su cariño incondicional, por su apoyo constante y por brindarme siempre un motivo para continuar. En ustedes encontré fuerza, consuelo y la inspiración necesaria para no rendirme. Esta tesis es una muestra del amor y el compromiso que sembraron en mí.

A mi hijo, mi motor y mi razón más grande. Cada desvelo, cada esfuerzo y cada paso en este camino ha tenido tu nombre como impulso. Este logro es también tuyo, que este ejemplo te inspire a soñar en grande y nunca rendirte.

Al padre de mi hijo, porque a través de él recibí el regalo más grande de mi vida. Gracias por ser parte del origen de la fuerza que me impulsa cada día: nuestro hijo. Sin importar las circunstancias, su existencia ha sido mi mayor motivación para alcanzar este logro.

A mis docentes de la carrera de hospitalidad y hotelería por compartir su conocimiento, motivarnos a superarnos cada día y sus valiosos esfuerzos por desarrollar y formar profesionales con bases sólidas, con ética y valores que presenten la misión y visión de la facultad en todos los ámbitos.

A mis amigos, compañeros de risas, desvelos y conversaciones interminables. Gracias por su apoyo y recordarme que en el camino hacia los sueños no todo es sacrificio, que también hay espacio para la alegría, la complicidad y el aliento mutuo.

Esta tesis es reflejo de esfuerzo, perseverancia y amor. A todos ustedes, gracias por ser parte de mi historia.

Wendy Santana Alonzo

Agradecimiento

Quisiera comenzar expresando mi más sincero agradecimiento a mi tutora de tesis, la Ing. Angela Evelina Farfán Tigre, quien siempre estuvo dispuesta a resolver cada una de mis dudas en este proceso; su experiencia, paciencia y apoyo constante fueron impulso en la realización de esta investigación. Su guía fue muy importante en este momento no solamente para aclarar temas educativos, sino también su confianza en mí y en mis capacidades fueron motivación para superar los desafíos que se presentarán.

A mi familia, especialmente a mis padres que siempre confiaron en mí, su fe y apoyo incondicional fueron un pilar fundamental para permitirme terminar mis objetivos personales y académicos en esta etapa; ellos me han brindado soporte material y económico para concentrarme en los estudios y no abandonarlos. A mis hermanas y pareja por ser mi soporte en momentos difíciles.

Sin ustedes, este logro no hubiera sido posible.

A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí por brindarme la oportunidad de lograr mis objetivos, creciendo académica y profesionalmente. También a cada uno de los docentes que conocí en el camino, por su dedicación y paciencia al enseñar; que nunca dudaron en brindar sus conocimientos; y muchos de ellos convirtiéndose en amigos.

A mis amigos que forme a lo largo de este camino Israel, Dariany, Javier, Ricardo, Edder, Solange y Liliana; gracias por las horas compartidas, momentos de estrés y alegría, trabajos en conjunto y las historias que nos llevamos. En especial a mi compañera de tesis Wendy que juntas hemos sido un gran equipo, confiando en las capacidades de cada una y brindándonos apoyo en cada momento.

Gracias a todos por ser parte de este viaje.

Fiorella Cabezas Zambrano

Agradezco profundamente a Dios, por darme la fortaleza, salud y la sabiduría necesaria para culminar esta etapa tan importante de mi vida.

A mi familia, mi mayor pilar de vida: a mis padres Sigifredo y Enma por su amor incondicional, sus enseñanzas y el apoyo constante en cada etapa de mi formación. A mis hermanos Kathiuska y Neixer, por su compañía, palabras de aliento y por estar siempre presentes cuando más los necesitaba. Al padre de mi hijo, por su paciencia, apoyo y comprensión. Y a mi hijo Milan David Delgado Santana, quien ha sido mi mayor inspiración y motivo para seguir adelante cada día. Este logro también es tuyo.

Expreso también mi sincero agradecimiento a mi tutora de tesis la Ing. Angela Farfán Tigre, cuyo acompañamiento, guía y exigencia académica fueron fundamentales para la culminación de este trabajo. Su orientación fue clave para alcanzar este objetivo.

A mis amigos Dariany, Israel, Ricardo, Javier, Edder, Solange y Erika, gracias por su amistad, apoyo incondicional y por los momentos de ánimo compartidos que hicieron este camino más llevadero. A mi compañera de tesis, Fiorella, gracias por tu compromiso, esfuerzo y compañerismo. Tu dedicación fue esencial para alcanzar esta meta en conjunto.

A todos ustedes, gracias por caminar conmigo con amor, fe y confianza. Sin su respaldo, este sueño no habría sido posible.

Wendy Santana Alonzo

ÍNDICE

Dedicatoria.....	VII
Agradecimiento.....	XI
Resumen	XIX
Abstract.....	XX
Introducción	1
Justificación	4
Justificación Practica	5
Justificación Teórica	6
Justificación Metodológica.....	6
Planteamiento del Problema	6
Formulación de Problema.....	7
Objeto de la Investigación	7
Campo de Acción.....	7
Variable Independiente	7
Variable Dependiente.....	8
Objetivo General.....	8
Objetivos Específicos	8
Resultados y Relevancia	8
Capítulo I	9
1. Marco Teórico.....	9
1.1 Definición y Principios de TQM	9
1.1.1 Enfoque en el Cliente.....	10

1.1.2 Liderazgo, Medición y Control de la Calidad	10
1.1.3 Mejora Continua, Trabajo en Equipo y Empoderamiento del Personal	11
1.2 Conceptualización de la Calidad Total en la Industria Gastronómica.	12
1.3 Modelos de Gestión de Calidad Total Aplicables al Sector Gastronómico .	13
1.3.1 Relevancia del Ciclo de Deming en la Mejora Continua de Procesos en Restaurantes	15
1.3.2 Otras Herramientas de Gestión de Calidad.....	20
1.4 Satisfacción del Cliente en la Industria de la Hospitalidad.	22
1.4.1 Factores que Afectan la Satisfacción del Cliente en Restaurantes	22
1.4.2 La Lealtad del Cliente y La Repetición de la Visita	24
1.5 Desafíos en la Implementación de TQM en Restaurantes.....	24
1.6 Estrategias de Calidad Total para Restaurantes en Contextos Rurales	27
1.6.1 Adaptación de Modelos de TQM a Pequeñas Empresas Gastronómicas.	27
1.6.2 Capacitación y Desarrollo del Personal.....	28
1.6.3 Implementación de Estrategias de Mejora Continua	28
1.7 Importancia de la Gestión de Calidad Total para el Desarrollo Turístico Local.	29
1.7.1 El Turismo Gastronómico como Potencial de Desarrollo	29
1.7.2 Impacto Económico de la Calidad en el Sector Restaurantero Local...	30
Capitulo II.....	32
2. Marco Metodológico	32
2.1 Enfoque Metodológico	32
2.2 Tipo de Investigación.....	32

2.3	Métodos y Técnicas de Investigación.....	33
2.4	Técnicas de Recolección de Datos.	33
2.5	Instrumentos de Investigación.....	33
2.6	Población y Muestra.....	34
2.7	Procedimiento de Recolección de Datos.....	34
2.8	Análisis de Datos.....	34
Capítulo III.....		36
3	Resultados y Discusión.....	36
3.1	Análisis e Interpretación de los Resultados.....	36
3.2	Propuesta.....	53
3.3	Matriz del Plan de Acción.....	54
Conclusiones.....		1
Recomendaciones.....		3
Referencias.....		5
Anexos.....		8

Índice de tablas

Tabla 1	Resultados de encuesta, Nombres de Restaurante.....	36
Tabla 2	Resultados de encuestas, Rol en el restaurante.....	37
Tabla 3	Resultados de encuesta, Números de empleados.....	38
Tabla 4	Resultado de encuesta, Antigüedad del restaurante.....	39
Tabla 5	Resultado de encuesta, Concepto de gestión de calidad total.....	40
Tabla 6	Resultado de encuesta, TQM es relevante para la mejora de la calidad del servicio.....	41

Tabla 7 Resultado de encuesta, nivel de conocimiento de los principios de TQM.	42
Tabla 8 Resultados de encuesta, frecuencia con la que evalúa al cliente.....	43
Tabla 9 Resultado de encuesta, aplicación de política formal de calidad en su restaurante.....	44
Tabla 10 Resultados de encuesta, implementación de procesos para la mejora continua en el servicio y la atención al cliente	45
Tabla 11 Resultados de encuesta, nivel de importancia que le dan a la calidad de la preparación de alimentos.	46
Tabla 12 Resultados de encuesta, cuáles son los principales obstáculos para implementar TQM en su restaurante.	47
Tabla 13 Resultados de la encuesta, implementación de TQM incrementaría los costos operativos de su restaurante.....	48
Tabla 14 Resultados de la encuesta, cual área considera que necesita mejora en su restaurante.....	49
Tabla 15 Resultados de encuesta, interesados en participar en capacitación gratuita.....	50
Tabla 16 Resultados de encuesta, consideran que la implementación de TQM podría mejorar la competitividad de su restaurante.....	51
Tabla 17 Resultados de encuesta, disposición al asignar un presupuesto para implementar un sistema de calidad en su restaurante.....	52

Índice de Figuras

Figura 1: Resultado de encuesta, Rol de restaurante.....	37
Figura 2 Resultados de encuesta, Numero de empleados.....	38

Figura 3 Resultado de encuesta, Antigüedad del restaurante	39
Figura 4 Resultados de encuesta, Concepto de Gestión de Calidad Total (TQM).	40
Figura 5 Resultados de encuesta, relevancia de TQM para mejorar la calidad del servicio en su restaurante.....	41
Figura 6 Resultados de encuesta, nivel de conocimiento sobre los principios de TQM.....	42
Figura 7 Resultados de encuesta, frecuencia con la que evalúa al cliente.....	43
Figura 8 Resultado de encuesta, aplicación de política formal de calidad en su restaurante.....	44
Figura 9 Resultados de encuesta, implementación de procesos para la mejora continua en el servicio y la atención al cliente	45
Figura 10 Resultado de encuesta, nivel de importancia que le dan a la calidad de la preparación de alimentos	46
Figura 11 Resultados de encuesta, cuáles son los principales obstáculos para implementar TQM en su restaurante.	47
Figura 12 Resultados de la encuesta, implementación de TQM incrementaría los costos operativos de su restaurante.....	48
Figura 13 Resultados de la encuesta, cual área considera que necesita mejora en su restaurante.	49
Figura 14 Resultados de encuesta, interesados en participar en capacitación gratuita.....	50
Figura 15 Resultados de encuesta, consideran que la implementación de TQM podría mejorar la competitividad de su restaurante.....	51

Figura 16 Resultados de encuesta, disposición al asignar un presupuesto para implementar un sistema de calidad en su restaurante	52
--	----

Resumen

La presente investigación se centra en la implementación de Modelos de Gestión de Calidad Total (TQM) en los restaurantes de la parroquia Liguíqui, ubicada en el cantón Manta, provincia de Manabí. El estudio tuvo como objetivo general evaluar el impacto de la implementación de TQM en la calidad del servicio ofrecido por estos establecimientos, identificando los principales desafíos y proponiendo estrategias de mejora adaptadas a la realidad local.

A través de un enfoque cualitativo con apoyo cuantitativo, se realizaron encuestas y entrevistas a los propietarios de 19 restaurantes, así como también a sus clientes. Los resultados evidenciaron que actualmente ninguno de los establecimientos aplica formalmente modelos de gestión de calidad; sin embargo, existe una alta disposición a recibir capacitaciones y adoptar prácticas que mejoren el servicio. Se identificaron obstáculos por parte de los emprendedores, como el desconocimiento técnico del modelo TQM, limitaciones económicas y la falta de acompañamiento institucional.

Como estrategia clave, se propone establecer alianzas con instituciones académicas, especialmente con la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para el desarrollo de talleres, charlas y programas de vinculación que permitan introducir progresivamente prácticas del modelo TQM adaptadas al contexto local.

Se concluye que la implementación del TQM en los restaurantes de Liguíqui es una oportunidad viable y necesaria para mejorar la calidad del servicio, fortalecer el emprendimiento gastronómico y contribuir al desarrollo económico y turístico de la comunidad.

Palabras clave: Calidad, Restaurantes, Liguíqui, Capacitación, Emprendedores, Desarrollo, Economía, (TQM) Gestión de Calidad Total

Abstract

This research focuses on the implementation of Total Quality Management (TQM) models in the restaurants of the Liguíqui parish, located in the Manta canton, Manabí province. The main objective was to evaluate the impact of TQM implementation on the quality of service offered by these establishments, identifying key challenges and proposing improvement strategies adapted to the local context.

Using a qualitative approach supported by quantitative data, surveys and interviews were conducted with the owners of 19 restaurants, as well as with their customers. The results revealed that none of the establishments currently apply formal quality management models; however, there is a high willingness to receive training and adopt practices that enhance service quality. Several obstacles were identified among entrepreneurs, such as a lack of technical knowledge about the TQM model, economic limitations, and insufficient institutional support.

As a key strategy, it is proposed to establish partnerships with academic institutions, particularly with the Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, to develop workshops, seminars, and outreach programs that progressively introduce TQM practices adapted to the local setting.

It is concluded that implementing TQM in the restaurants of Liguíqui is a viable and necessary opportunity to improve service quality, strengthen gastronomic entrepreneurship, and contribute to the economic and tourism development of the community.

Keywords: Quality, Restaurants, Liguíqui, Training, Entrepreneurs, Development, Economy., (TQM) Totality Quality Management.

Introducción

Hoy la calidad de servicio ofrecido a los turistas se ha consolidado como uno de los pilares fundamentales para un desarrollo competitivo en la industria turística y gastronómica a nivel global. Según la Organización Mundial del Turismo (2022), los turistas se enfocan en experiencias auténticas y valiosas, siendo que hoy la gastronomía es un factor decisivo para elegir destinos turísticos.

Por tanto, los Modelos de Gestión de Calidad Total (TQM) son relevantes como una herramienta general que permite optimizar los procesos y satisfacer a los clientes generando un valor sostenible.

En el Ecuador se ha reconocido el potencial del turismo gastronómico como un punto clave el cual dinamiza la economía local y fortalece la identidad cultural. En la provincia de Manabí, la cual cuenta con una rica herencia culinaria, siendo este identificada como un territorio con una gran proyección en este ámbito, no solo por su diversidad en platos típicos sino también por su creciente interés en poder posicionarse como un destino turístico gastronómico. En este contexto se menciona que la mejora de la calidad del servicio que se ofrece en los restaurantes es fundamental para lograr un reconocimiento no solo por parte de visitantes nacionales sino también extranjeros.

Dentro de este mismo contexto la parroquia rural de Liguíqui, la cual se encuentra ubicada en el cantón Manta representa un gran caso emblemático ya que debido a su cercanía con zonas turísticas del gran auge y el contar con restaurantes de fuerte arraigo familiar. Suele enfrentar grandes retos los cuales se relacionan con la prestación del servicio gastronómico; informalidad que existe en los procesos como la escasa capacitación del personal sumado a la ausencia de una cultura organizacional las cuales se orientan a la calidad suelen limitar el potencial de todos estos establecimientos al momento de atraer y fidelizar clientes. Es por tanto que esta situación logra evidenciar la gran necesidad que

existe en aplicar enfoques estructurados sobre gestión de calidad que puedan adaptarse al contexto rural permitiendo así que la profesionalización del sector y su gran consolidación formen un motor de desarrollo no solo turístico sino también económico.

Frente a esta realidad surge una pregunta que orienta esta investigación: ¿Cómo influye la implementación de modelos de gestión de calidad total en la mejora del servicio en los restaurantes de Liguíqui y cuáles son los principales desafíos que enfrentan estos establecimientos para su aplicación efectiva? Es por ende que a partir de este cuestionamiento se plantea un objetivo general que es el de valor el impacto de los modelos TQM en la calidad de servicio de los restaurantes del Liguíqui, donde se identificaran todos aquellos obstáculos actuales y además se proponen estrategias que logran promover su adopción.

Para ello es importante mencionar que también se establecieron tres objetivos específicos donde se identificara a los principales desafíos que enfrentan los restaurantes de Liguíqui en la adopción de modelos TQM; analizar las estrategias efectivas para implementar estos modelos en contextos rurales del sector gastronómico y por último diseñar una propuesta de mejora que promueva la formación de TQM mediante una alianza estratégica con la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí con miras de poder posicionar a Liguíqui y por extensión a Manabí como un gran referente de turismo gastronómico hacia el año 2030.

Según lo mencionado en función de estos objetivos, se plantea una hipótesis en la que la implementación de estos modelos de gestión de calidad total indicará positivamente en la mejora del servicio ofrecido por estos restaurantes, si se logran superar los obstáculos asociados en la formación del personal, la estandarización de procesos y la resistencia al cambio organizacional. Esta transformación podrá ser posible con un acompañamiento

técnico, de civilización y una capacitación continua que liderará instituciones de educación superior y actores territoriales comprometidos con el desarrollo local.

El presente estudio se justifica de forma práctica debido a que brinda múltiples soluciones concretas a problemas reales que enfrentan los restaurantes de Liguíqui de forma que proponen herramientas para poder mejorar su calidad de servicio, a su vez atraer mayor flujo turístico y por último dinamizar la economía local; de forma teórica porque aporta gran evidencia empírica sobre la aplicabilidad de los modelos TQM en contextos rurales poco estudiados en el país además de que amplía de cierta manera el debate académico sobre la calidad en el sector de servicios y por último de forma metodológica ya que por su enfoque mixto integra no solo la recolección de datos cuantitativos y cualitativos sino que genera una gran visión general sobre las prácticas y las percepciones que generan necesidad en las mejoras en los establecimientos estudiados.

El alcance de la indagación realizada se centra de forma exclusiva en los restaurantes de la parroquia Liguíqui considerando sus propietarios, administradores y trabajadores operativos, los cuales conforman un universo de análisis. Por tanto, esta investigación toma como referencia a 19 establecimientos registrados, garantizando así la representatividad del estudio. Sin embargo, hay limitaciones que limita a la implementación de cambios organizacionales por parte de algunos actores, y la escasez de recursos económicos y tecnológicos en algunos de estos establecimientos, lo que entorpece el proceso de implementación de las estrategias sugeridas.

Justificación

La implementación de modelos de Gestión de Calidad Total (TQM) en los restaurantes de Liguíqui es de vital importancia en un contexto donde la competitividad y la satisfacción del cliente son factores determinantes para el éxito empresarial. Según la Organización Mundial del Turismo (2022), la calidad del servicio se ha convertido en un elemento esencial en la industria gastronómica, impactando directamente en la elección del turista al seleccionar un lugar para comer. En este sentido, los restaurantes de Liguíqui, ubicados en el cantón Manta, Ecuador, enfrentan el reto de mejorar su oferta de servicios para atraer a un público cada vez más exigente.

La teoría del TQM, postulada por autores como Deming (1986) y Juran (1999), establece que la calidad debe ser un esfuerzo colectivo que involucre a todos los niveles de la organización, desde la alta dirección hasta el personal operativo. En este marco, la aplicación de estos modelos en los restaurantes de Liguíqui no solo busca optimizar los procesos internos y la capacitación del personal, sino también incrementar la satisfacción del cliente, aspecto crucial para la fidelización y el desarrollo del sector turístico local. (C., 2006 Madrid)

Desde el punto de vista práctico, la falta de estándares claros y la carencia de formación adecuada del personal representan barreras significativas en la implementación de estrategias de calidad. Un estudio del ministerio de turismo de Ecuador (2023) revela que el 65 % de los restaurantes no cuentan como sistema de gestión de calidad implementado, lo que repercute negativamente en la experiencia del cliente. Ante esta realidad, es fundamental desarrollar un modelo adaptado a las particularidades del contexto local, que aborde los desafíos específicos que enfrentan estos establecimientos. (Ambato, 2022)

En términos metodológicos, esta investigación empleara un enfoque mixto que combinara métodos cuantitativos y cualitativos para promocionar una visión integral sobre la situación actual de la calidad del servicio en los restaurantes Liguiki. Esta metodología permitirá la recolección de datos significativos que, junto con la revisión teórica, sustentará la formulación de estrategias efectivas para la mejora de calidad en el sector gastronómico (John W. Creswell, 2018)

En conclusión, la justificación de esta investigación radica en la necesidad de elevar los estándares de calidad en los restaurantes de Liguiki, contribuyendo no solo al crecimiento económico local, sino también a la creación de experiencias satisfactorias para los clientes, la adopción de modelos de TQM se presenta como una estrategia viable para enfrentar los desafíos del sector, garantizando así un desarrollo sostenible y competitivo en la industria gastronómica de la región.

Justificación Practica

La implementación de modelos de gestión de calidad total (TQM) en los restaurantes de Liguiki resulta fundamental para elevar la competitividad del sector gastronómico en un entorno marcado por el crecimiento del turismo en la región. Según datos del Ministerio de Turismo de Ecuador (2023), un alto porcentaje de turistas evalúa la calidad del servicio como uno de los factores determinantes en su elección de restaurantes, lo que subraya la necesidad de adoptar enfoques sistemáticos hacia la calidad. Esta investigación busca ofrecer herramientas prácticas y estrategias que permiten a los restaurantes mejorar la calidad de sus servicios, contribuyendo así al desarrollo económico local y al aumento de la satisfacción del cliente.

Justificación Teórica

Desde el punto de vista teórico, el TQM se fundamenta en conceptos como la mejora continua, la satisfacción del cliente y la participación de todos los miembros de la organización (Juran, 1999). Estas teorías destacan que la calidad no es un objetivo final, sino un proceso continuo que involucra a todos los colaboradores en la búsqueda de la excelencia. En el contexto de Liguíqui, es crucial explorar como estas teorías pueden aplicarse para abordar las particularidades del sector restaurantero local, donde la cultura organizacional y el compromiso del personal juegan un papel determinante en la implementación efectiva de TQM.

Justificación Metodológica

La investigación adoptará un enfoque metodológico mixto, que combina métodos cuantitativos y cualitativos. Esta metodología permitiría la compilación de datos relevantes sobre la percepción de los clientes y la situación actual de los restaurantes en cuanto a su gestión de calidad. La combinación de encuestas y entrevistas semiestructuradas facilitará una comprensión profunda de los desafíos y oportunidades que enfrentan los establecimientos en la implementación de modelos de TQM, esta aproximación es esencial para obtener resultados que sean tanto representativos como relevantes para la comunidad local (John W. Creswell, 2018)

Planteamiento del Problema

La parroquia Liguíqui, ubicada en el cantón Manta, enfrenta una serie de retos significativos en su sector gastronómico. A pesar de contar con un potencial turístico considerable, muchos de sus restaurantes carecen de un enfoque sistemático hacia la calidad del servicio, lo que resulta en experiencias inconsistentes para los clientes. Esto se traduce en que, según encuestas preliminares, un 60% de los visitantes consideran que la

calidad del servicio es deficiente (Instituto Nacional de estadísticas y Censos, 2023). La falta de capacitación del personal, la ausencia de estándares claros y la limitada inversión en infraestructura son factores que contribuyen a esta problemática. En consecuencia, surge la pregunta central: ¿Cómo puede la implementación de modelos de gestión de calidad total transformar la calidad del servicio en los restaurantes de Liguíqui, y que estrategias pueden aplicarse para superar los actuales?

Formulación de Problema

¿Cómo influye la implementación de modelos de gestión de calidad total en la mejora de la calidad del servicio en los restaurantes de Liguíqui, y cuáles son los principales desafíos que enfrentan estos establecimientos en este proceso?

Objeto de la Investigación

El objeto de esta investigación es el análisis de la implementación de modelos de gestión de calidad total en los restaurantes de la parroquia Liguíqui, centrándose en su impacto en la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

Campo de Acción

El campo de acción abarca los restaurantes de Liguíqui, considerando tanto a los propietarios y gerentes como al personal y los clientes. Esta investigación se enfocará en identificar las prácticas actuales de gestión de calidad y las percepciones sobre su efectividad.

Variable Independiente

La variable independiente será la implementación de modelos de gestión de calidad total, que se medirá a través de indicadores como la capacitación del personal, la definición de estándares de servicio y la satisfacción del cliente.

Variable Dependiente

La variable dependiente será la calidad del servicio, evaluada mediante encuestas de satisfacción del cliente y análisis de la experiencia del consumidor en los restaurantes.

Objetivo General

Evaluar el impacto de la implementación de modelos de gestión de calidad total en la calidad del servicio ofrecido por los restaurantes de Liguiqui, identificando los desafíos y proponiendo estrategias para su mejora.

Objetivos Específicos

1. Identificar los desafíos que enfrentan los restaurantes de Liguiqui en la implementación de modelos TQM.
2. Analizar las estrategias efectivas para la adopción de TQM en el sector gastronómico.
3. Elaborar propuesta de mejora basado en modelos TQM

Resultados y Relevancia

Se espera que esta investigación brinde resultados significativos sobre la situación actual de la calidad del servicio en los restaurantes de Liguiqui y proporcione recomendaciones prácticas para la implantación de TQM. La relevancia de estos hallazgos radica en su potencial para contribuir al desarrollo sostenible de la parroquia, mejorando la competitividad del sector gastronómico y la satisfacción del cliente.

Capítulo I

1. Marco Teórico

Para la investigación presente es necesario definir los conceptos que se entrelazan con la implementación de los modelos de gestión de calidad total (TQM) en los restaurantes de Liguíqui, Manabí – Ecuador, como la calidad puede ser presentada al público en este ámbito. Posteriormente, analizaremos como estos enfoques y teorías proporcionan un marco conceptual para la investigación práctica de TQM en los restaurantes de la zona.

1.1 Definición y Principios de TQM

Gestión de calidad total (TQM) es una estrategia organizacional que busca mejora continua en todos los ámbitos de la empresa, con el objetivo de elevar la satisfacción del cliente mediante procesos eficientes.

Según Evans y Lindsay (2017), TQM pone énfasis en la satisfacción del cliente, el compromiso de los empleados, la toma de decisiones basada en datos y la mejora constante. Para los restaurantes de Liguíqui, esto implica que todos los miembros del equipo, desde los cocineros hasta los meseros, deben estar enfocados en ofrecer calidad. Además, se debe recurrir a herramientas como el ciclo PDCA (planificar, hacer, verificar, actuar) que facilita el proceso de mejora continua mediante la evaluación constante de los procesos y resultados.

El liderazgo en este proceso proviene de los gerentes y ejecutivos, quienes supervisan y gestionan los procesos, identificando los errores que deben corregirse y enfocándose en mejorar la eficiencia general; y a su vez la calidad es un componente fundamental del propósito de TQM: mejorar la calidad del producto y el valor que se ofrece a los clientes. La implementación de este enfoque de gestión puede generar diversos beneficios para las empresas que deciden adoptarlo. (James R. Evans, 2016)

1.1.1 Enfoque en el Cliente

Un principio fundamental de TQM es la orientación hacia el cliente, comprendiendo que la satisfacción del cliente es esencial para el éxito sostenible, (Juran, 1999) subraya la importancia de escuchar la voz del cliente, y como las empresas deben ajustar sus procesos para cumplir con las expectativas de los consumidores. En el caso de los restaurantes de Liguíqui, esto implica que las decisiones operativas deben estar alineadas con las necesidades y deseos de los clientes, desde la calidad de la comida hasta el servicio recibido.

1.1.2 Liderazgo, Medición y Control de la Calidad

El liderazgo juega un papel crucial en el éxito de la implementación de TQM. (Deming's, 1986) argumenta que los líderes deben ser los principales defensores de la calidad, liderando el cambio dentro de la organización. En los restaurantes de Liguíqui, el liderazgo debe involucrar capacitación continua del personal, la creación de una cultura organizacional que valore la mejora constante y la correcta gestión de los recursos.

La implementación exitosa de TQM requiere una constante medición del rendimiento de los procesos. Herramientas estadísticas como diagramas de Pareto, cartas de control y el análisis de causa raíz son esenciales para identificar áreas de mejora. (C., 2006 Madrid) enfatiza que la calidad debe ser cuantificada y gestionada para garantizar la mejora continua.

En los restaurantes de Liguíqui, esto puede implicar el uso de encuestas de satisfacción de los clientes, el control de los tiempos de servicio y la evaluación de la calidad de los ingredientes y procesos culinarios.

1.1.3 Mejora Continua, Trabajo en Equipo y Empoderamiento del Personal

El concepto de mejora continua, expresado mediante el ciclo PDCA, es esencial en TQM. (Ishikawa, 1985) argumenta que la mejora continua debe ser un componente integral de cultura organizacional, involucrando a todos los miembros del equipo. En los restaurantes de Liguíqui, esto implica no solo mejorar los procesos en cocina y servicio, sino también en la gestión administrativa del restaurante, desde la bienvenida de los clientes hasta la facturación.

TQM también pone énfasis en la importancia del trabajo en equipo y el empoderamiento de los empleados a todos los niveles. (Mello, 2015) sostiene que la implicación activa de los empleados es crucial para la implementación exitosa del TQM. En los restaurantes de Liguíqui, esto implica brindar capacitación continua al personal y empoderarlos para que se tome decisiones orientadas a mejorar la calidad y el servicio al cliente.

Mantener estándares de calidad en el sector gastronómico de Liguíqui es fundamental para lograr la satisfacción de cliente y mantener la competitividad en un mercado altamente dinámico y turístico. La implementación de prácticas como la gestión de calidad total (TQM) permitirá a los restaurantes ofrecer productos consistentes, mejorar la eficiencia operativa y fomentar una cultura de mejora continua. Esto no solo incrementará la rentabilidad de los negocios, sino que también contribuye a la sostenibilidad del sector gastronómico en Liguíqui, consolidando la localidad con un destino gastronómico atractivo para turistas y residentes por igual.

1.2 Conceptualización de la Calidad Total en la Industria Gastronómica.

La calidad es un concepto ampliamente debatido en diversos contextos, especialmente en el sector de los servicios. Existen múltiples definiciones, pero todas apuntan a la satisfacción de las expectativas del cliente, la mejora continua y la eficiencia de los procesos. La calidad total busca aplicar estos principios a todos los niveles de una organización, para lograr la excelencia en todos sus aspectos.

Según (Juran, 1999) la calidad se refiere a la “la adecuación al uso”, es decir, la capacidad de un producto o servicio para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente. Juran destaca la importancia de involucrar a toda la organización en la gestión de calidad, considerando que la calidad debe ser una responsabilidad compartida por todos los niveles de la empresa, no solo el área de producción. Para Juran, la calidad total es un enfoque que implica la planificación, control y mejora de la calidad en todas las etapas de los procesos organizacionales.

Por otro lado, (Deming's, 1986) define la calidad como “la constancia en la satisfacción de las necesidades del cliente”. Según su enfoque, la mejora continua debe ser el objetivo central de cualquier organización, y esto solo se logra a través de un enfoque sistemático y un fuerte compromiso de la alta dirección. Deming es reconocido por su desarrollo del ciclo PDCA (planificar – hacer – verificar - actuar), una herramienta que ha sido clave en la implementación de la calidad total, especialmente en el sector de servicios, donde la integración constante con el cliente requiere una evaluación continua de los procesos.

En el ámbito de los servicios, la calidad total se aplica mediante la mejora de todos los aspectos de la interacción con el cliente, desde la atención hasta la entrega del servicio. Esto implica la estandarización de procesos, la capacitación constante del personal y el

establecimiento de sistemas de retroalimentación para medir y ajustar el desempeño en tiempo real.

Ambos autores, Juran y Deming, mencionan la necesidad de que todos los miembros de una organización se comprometan con la calidad y participen activamente en su gestión.

Para Juran, esto se logra a través de una cultura organizacional que valore la calidad en cada decisión, mientras que Deming enfatiza la importancia de un liderazgo efectivo que impulse la mejora continua y el análisis constante de los procesos. La implementación de este enfoque permite no solo mejorar la eficiencia sino también fortalecer la relación con los clientes y aumentar la competitividad.

1.3 Modelos de Gestión de Calidad Total Aplicables al Sector Gastronómico

- **Modelo Deming:** El ciclo de Deming o también conocido como PDCA, es una herramienta clave en la gestión de calidad que promueve la mejora continua de los procesos dentro de las organizaciones. Este ciclo se basa en un enfoque sistemático para la identificación de problemas y la implementación de soluciones que permitan mejorar la calidad y eficiencia de los servicios. Lo desarrolló W. Edwards Deming en la década de 1950 y se ha utilizado en diversas industrias, incluido el sector gastronómico.

1. Plan (Planificar)

La primera fase del ciclo es la planificación, que consiste en identificar un área de mejora en los procesos del restaurante. Este paso implica establecer objetivos claros y medibles, en relación con la calidad del servicio o del producto. Por ejemplo, un restaurante puede detectar que el tiempo de espera de los clientes es demasiado largo lo que afecta la satisfacción. En esta etapa, el equipo de gestión debe analizar las causas del problema y

desarrollar un plan de acción para abordarlo, lo que puede incluir la reorganización de los procesos en la cocina o la capacitación del personal en la atención del cliente.

2. Do (Hacer)

En la fase de “hacer”, el plan desarrollado en la fase anterior se implementa en un entorno real. En el caso de los restaurantes, esto implica poner en práctica las modificaciones propuestas, como ajustar el flujo de trabajo, cambiar la organización del menú o introducir nuevas herramientas tecnológicas que faciliten la atención al cliente. Esta etapa es crucial, ya que se pone a prueba la eficacia de las soluciones propuestas y se observa como impactan en la operación del restaurante.

3. Check (Verificar)

La fase de verificación se centra en la evaluación de los resultados obtenidos después de la implementación del plan. Durante esta fase se debe medir el impacto de las acciones realizadas, utilizando herramientas como encuestas de satisfacción del cliente, indicadores de desempeño (tiempo de espera, calidad de alimentos, entre otros), y feedback directo del personal. Si los resultados no son los esperados, es necesario revisar el plan y ajustar las estrategias para mejorar aún más.

4. Act (Actuar)

Finalmente, en la fase de “actuar”, las lecciones aprendidas durante las fases anteriores se utilizan para estandarizar las mejoras exitosas o para realizar ajustes si es necesario. Si el cambio que implementa ha tenido un impacto positivo en la calidad, este se debe integrar de manera permanente en los procesos del restaurante, estableciendo nuevas normativas o procedimientos operativos. En caso de que los resultados no sean los

esperados, el ciclo vuelve a iniciarse, revisando y reajustando las soluciones para continuar con el proceso de mejora continua.

1.3.1 Relevancia del Ciclo de Deming en la Mejora Continua de Procesos en Restaurantes

El ciclo de Deming (PDCA) es fundamental para la mejora continua en la gestión de calidad de los restaurantes, ya que proporciona un marco estructurado para evaluar y mejorar constantemente todos los aspectos del negocio. En un entorno altamente competitivo como el sector gastronómico, donde la satisfacción del cliente es crucial, este ciclo permite a los restaurantes adaptarse rápidamente a los cambios en las expectativas de los consumidores y optimizar sus procesos.

Según (Deming's, 1986) el ciclo PDCA es un proceso iterativo que no tiene un fin, sino que es un proceso continuo de mejora. La aplicación sistemática de PDCA permite a los restaurantes no solo solucionar problemas puntuales, sino también implementar un enfoque proactivo que fomente la innovación y la adaptación constante a las necesidades del mercado.

Al aplicar el ciclo de manera efectiva, los restaurantes pueden mejorar áreas claves como la calidad del servicio, la gestión de tiempo y la capacitación del personal, lo que resulta en una mayor eficiencia operativa y satisfacción del cliente. A través de la implementación del ciclo PDCA, los restaurantes pueden identificar puntos débiles, establecer soluciones, medir resultados y ajustar los procesos en función de la retroalimentación obtenida, lo que crea una cultura de calidad constante y sostenible.

- **Modelo EFQM (European Foundation for Quality Management)**

El modelo EFQM (Fundación Europea para la Gestión de la Calidad) es un marco utilizado ampliamente para la evaluación y mejora de la calidad organizacional. Se

fundamenta en una serie de criterios de gestión que permiten a las organizaciones autoevaluarse y desarrollar estrategias de mejora continua. Este modelo se estructura en 9 criterios que se dividen en dos grupos: los facilitadores (que incluyen liderazgo, estrategia, personas, alianzas, recursos, y procesos) y los resultados (resultados en clientes, resultados en personas, resultados en la sociedad, y resultados clave del rendimiento). Esta estructura facilita una visión holística de los elementos que deben ser optimizados dentro de una organización para alcanzar una gestión excelente.

Para un restaurante, el modelo EFQM puede adaptarse de la siguiente manera, permitiendo la mejora continua de la calidad del servicio y la eficiencia operativa:

1. Liderazgo

El liderazgo en un restaurante debe estar enfocado en crear una visión clara y motivadora. Los gerentes deben liderar con el ejemplo, promoviendo un ambiente en trabajo positivo y centrado en el cliente. Además, deben fomentar la cultura de la mejora continua y la innovación dentro del equipo (Salazar, 2020). La implicación de los líderes en la calidad del servicio y la toma de decisiones estratégicas mejora la moral del personal y la satisfacción del cliente.

2. Estrategia

La estrategia de un restaurante debe ser entrada en el cliente y debe considerar aspectos como el tipo de cocina, la experiencia gastronómica, la innovación en el menú y la eficiencia operativa. Las estrategias de marketing, como la personalización de ofertas o la fidelización de clientes, son vitales para el éxito del restaurante. La aplicación de la estrategia EFQM permite al restaurante tener una dirección clara que se alinea con los resultados esperados (Salazar, 2020)

3. Personas

El éxito de un restaurante depende en una gran medida del personal, por lo que la capacitación continua y la gestión de la motivación son fundamentales. La inversión en la formación del personal para mejorar tanto sus habilidades técnicas como sus capacidades de servicio al cliente contribuye a un ambiente de trabajo más eficiente y a una experiencia de cliente superior.

Aplicando los principios de EFQM, el restaurante puede enfocarse en el desarrollo profesional, la motivación y el bienestar de sus empleados (Field, 2018).

4. Alianzas y recursos

Los proveedores de ingredientes de alta calidad son una de las alianzas clave de un restaurante. Además, la gestión eficiente de recursos como la tecnología (sistemas de reservas, software de gestión) y el ambiente (decoración, iluminación) contribuye a la calidad del servicio. Los criterios de EFQM promueven el establecimiento de relaciones colaborativas con proveedores y una correcta asignación de recursos para optimizar los resultados (C., 2006 Madrid)

5. Procesos

Los procesos en un restaurante incluyen en la gestión de la cocina, la preparación de alimentos, la atención al cliente, y la gestión de la experiencia del cliente. Optimizar estos procesos mediante la estandarización de procedimientos, la mejora continua y el uso de tecnología (como sistemas de pedidos y pagos eficientes) es clave para garantizar una alta calidad en el servicio. El modelo EFQM ayuda a los restaurantes a fomentar, analizar y mejorar sus procesos operativos para lograr una experiencia coherente y eficiente para los comensales (Parasuraman, 1988)

6. Resultados en Clientes

El seguimiento de la satisfacción del cliente es fundamental. Mediante encuestas, análisis de comentarios en redes sociales o la observación directa, el restaurante puede obtener información valiosa para realizar mejoras. Un restaurante que aplica EFQM se enfoca en entender las expectativas del cliente y medir su satisfacción, asegurando que los resultados del servicio siempre superen esas expectativas (Field, 2018)

7. Resultados en Personas

La satisfacción y bienestar del personal también deben medirse. Un restaurante debe evaluar el clima laboral, el compromiso del equipo y las oportunidades de crecimiento personal y profesional. Estos resultados son indicadores clave de una organización eficiente y saludable, y la aplicación del modelo EFQM en este aspecto puede mejorar tanto el rendimiento del personal como la calidad del servicio ofrecido (Salazar, 2020)

8. Resultados en la Sociedad

Un restaurante que se preocupa por su entorno social puede implementar prácticas sostenibles como el uso de productos locales, la reducción o desperdicios, o la participación de proyectos comunitarios. Aplicando los criterios de EFQM, el restaurante puede asegurar que sus operaciones no solo sean rentables, sino también responsables y beneficiosas para la sociedad (Hernández Sampieri, 2014).

9. Resultados Clave del Rendimiento

Finalmente, los resultados clave del rendimiento en un restaurante se puede mediar a través de indicadores como ventas, márgenes de beneficio, costos operativos, tiempos de servicio y fidelización de clientes. Medir estos indicadores de manera constante permite identificar áreas de mejora y asegurar la viabilidad a largo plazo del negocio. El modelo

EFQM proporciona una metodología robusta para la mediación y la mejora continua de estos resultados (Hernández Sampieri, 2014)

- **Modelo SERVQUAL**

El modelo SERVQUAL, desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry en 1988, es una herramienta para medir la calidad del servicio y detectar las diferencias entre las expectativas de los clientes y sus percepciones. Este modelo se centra en identificar la brecha entre lo que los consumidores esperan y lo efectivamente experimentan, proporcionando así una herramienta para evaluar y mejorar la calidad de diversos sectores, incluido el de la restauración. Este modelo incluye cinco dimensiones claves fundamentales para evaluar la calidad del servicio de cualquier entorno en restaurantes.

- 1. Fiabilidad**

Esta dimensión se refiere a la capacidad del restaurante para ofrecer un servicio consistente y exacto, cumpliendo con lo prometido. Los clientes esperan que se respeten los tiempos de entrega, la precisión en los pedidos y la coherencia en la calidad de la comida.

- 2. Capacidad de Respuesta**

Mide la disposición del restaurante para asistir a los clientes de manera oportuna y eficiente. En el contexto de un restaurante, esto incluye la rapidez con la que el personal responde a las solicitudes de los clientes y la atención inmediata a cualquier inconveniente.

- 3. Seguridad**

Se refiere a la confianza que los clientes tienen en la competencia del restaurante y la seguridad de que recibirán un servicio de calidad. En un restaurante, esto abarca aspectos

como la higiene, la seguridad alimentaria y la profesionalidad del personal, lo que genera un ambiente seguro y confiable para los comensales.

4. Empatía

Esta dimensión refleja la capacidad del restaurante para ofrecer un servicio personalizado, atendiendo las necesidades y preocupaciones individuales de los clientes. Los empleados deben mostrar una actitud amistosa y tener un enfoque genuino hacia el bienestar del cliente, creando una atmosfera acogedora y de atención personalizada.

5. Aspectos Tangibles

Refleja el entorno físico del restaurante, incluyendo la decoración, la limpieza, la comodidad y el estado de las instalaciones. Los aspectos tangibles son cruciales en la percepción de la calidad del servicio, ya que un ambiente cuidado y agradable contribuye significativamente a la experiencia del cliente.

En los restaurantes, estas dimensiones son esenciales para crear una experiencia memorable y garantizar la satisfacción del cliente, implementar el modelo SERVQUAL permite a los gestores identificar áreas de mejora y optimizar la calidad del servicio ofrecido, lo que puede ser un factor clave para la fidelización de clientes y el éxito a largo plazo.

1.3.2 Otras Herramientas de Gestión de Calidad

El Total Quality Management (TQM) (Gestión de Calidad Total) emplea diversas herramientas y metodologías para mejorar la calidad y eficiencia en las organizaciones. Además del uso del modelo SERVQUAL, existen otros enfoques clave como los diagramas de Ishikawa y el benchmarking, que son esenciales para el análisis y la comparación de prácticas de calidad en la industria gastronómica.

1. Diagrama de Ishikawa

Los diagramas de Ishikawa, también conocidos como diagramas de causa y efecto o diagramas de espina de pescado, son una herramienta visual que permite identificar las causas fundamentales de un problema específico dentro de un proceso. En el contexto de la industria gastronómica, esta herramienta se utiliza para analizar posibles fallos en el servicio o en la producción de alimentos. El diagrama ayuda a desglosar las posibles causas en categorías, como personas, procesos, materiales, máquinas, medidas y el entorno, facilitando una comprensión integral de los factores que afectan la calidad. Esta metodología permite que los gerentes de restaurantes identifiquen las áreas problemáticas y tomen decisiones informadas para mejorar la calidad en la operación diaria.

2. Benchmarking

El benchmarking es otra herramienta importante dentro del TQM que implica la comparación de las prácticas y el desempeño de una organización con los estándares o mejores prácticas de la industria, o con competidores directos.

En la industria gastronómica, el benchmarking se usa para comparar aspectos como la calidad del servicio, la eficiencia operativa, la satisfacción del cliente y la calidad de los productos alimenticios. Este proceso permite a los restaurantes identificar áreas de mejora y adoptar mejores prácticas que puedan haber sido implementadas por los líderes del sector. Además, el benchmarking facilita la innovación al inspirar cambios y mejoras basados en las experiencias de otros en la misma industria.

Ambas herramientas, son fundamentales para gestionar y mejorar la calidad en los restaurantes. Mientras los diagramas de Ishikawa permiten una comprensión detallada de los problemas específicos que afectan la calidad, el benchmarking ayuda a establecer metas de rendimiento con los estándares del sector, lo que facilita la mejora continua y la competitividad

1.4 Satisfacción del Cliente en la Industria de la Hospitalidad.

La satisfacción del cliente es un concepto de gran relevancia en la industria de la hospitalidad, ya que se refiere al punto de vista que tiene el cliente sobre la experiencia que se lleva en la calidad del servicio que ha tenido una empresa (James R. Evans, 2016) Es por eso por lo que dicha opinión es significativa para los restaurantes que su enfoque principal es brindar un servicio de alta calidad para así lograr potenciar la satisfacción del cliente, la fidelidad y rentabilidad.

Mencionando lo anterior se dice que la satisfacción del cliente puede lograr un impacto significativo en la rentabilidad de un restaurante u hotel. Según un estudio realizado por la orientadora de gestión de restaurantes, Technomic, los restaurantes que tienen una alta satisfacción en sus clientes tienden a tener una mayor rentabilidad que aquellos que tienen una baja satisfacción del cliente (Technomic, 2018)

1.4.1 Factores que Afectan la Satisfacción del Cliente en Restaurantes

Los factores más comunes que suelen afectar la satisfacción de un cliente en restaurantes son múltiples y complejos. A continuación, se presentan los factores específicos que influyen de manera positiva o negativa en la satisfacción del cliente en el contexto de un restaurante:

- **Calidad de los Alimentos**

La calidad de los alimentos es una de las causas más importantes que influye en la satisfacción del cliente en los restaurantes. Los clientes esperan recibir alimentos en buen estado, que estos sean frescos, sabrosos y con buena presentación, atractivo a la vista (Kotler Keller, 2016). La condición en que se encuentre el alimento puede influir en la satisfacción del cliente de diversas maneras, como su textura, sabor, presentación y temperatura.

- **Servicio**

El servicio es otra variable crucial que actúa en la satisfacción del cliente en un restaurante. Los clientes esperan recibir un servicio amable, atento y eficiente (Parasuraman, 1988). Este puede influir en el usuario de varias maneras, como la rapidez de la atención, amabilidad del personal, eficiencia en la toma de pedidos y la resolución a problemas que se puedan dar.

- **Ambiente**

Factor importante que influye en los clientes, debido a que ellos esperan encontrar un ambiente acogedor, limpio y bien decorado (Kotler Keller, 2016) Este puede actuar en la satisfacción del cliente a través de diversas maneras, como la temperatura, iluminación, música y decoración.

- **Relación Calidad – Precio**

Los usuarios buscan que el producto o servicio adquirido refleje una correspondencia justa entre precio, calidad y satisfacción (Kotler Keller, 2016) La relación calidad – precio puede influir en la satisfacción del cliente mediante la calidad de los alimentos, el servicio que le brinden los colaboradores del establecimiento y el ambiente en relación con el precio.

Finalmente, podemos decir que la satisfacción del cliente en restaurantes depende de una variedad de factores, es esa la razón por la cual los restaurantes que se enfocan en brindar experiencia de alta calidad en estos aspectos pueden aumentar el agrado del cliente y a su vez permitirse crear una fidelidad y recomendación a nuevos usuarios.

1.4.2 La Lealtad del Cliente y La Repetición de la Visita

Actualmente se vive una constante competencia entre las empresas las cuales son obligadas a cumplir ciertos requisitos de sus clientes, es decir lograr que estos se encuentren siempre satisfechos por el servicio o producto que se brinda. Cuando los clientes están satisfechos con la experiencia vivida en un restaurante hay más posibilidades que regresen a ser uso de sus servicios y que recomienden el lugar a otros (Parasuraman, 1988) En un estudio realizado por la Asociación de Restaurantes de los Estados Unidos se pudo encontrar que los clientes satisfechos constan de un 60% de probabilidad de volver a visitar un restaurante. (Association National Restaurant, 2019)

La lealtad que tenga un cliente hacia un restaurante puede aumentar la sostenibilidad de un negocio y a su vez aporta en el proceso de marketing a través de la recomendación que dicho usuario haga. En conclusión, se podría decir que la satisfacción del cliente es muy importante por su fidelización, ya que se traduciría a la repetición de visitas al lugar.

1.5 Desafíos en la Implementación de TQM en Restaurantes

1.5.1 Barreras Comunes de la Implementación de TQM

La aprobación del Total Quality Management (TQM) en las organizaciones, particularmente en el sector de servicios, presenta diversas barreras que pueden obstaculizar su implementación exitosa. Entre las dificultades más frecuentes se encuentra en la falta de formación, la resistencia al cambio y los recursos limitados, estos desafíos han sido ampliamente reconocidos por diversos estudios como factores críticos que dificultan la implementación de TQM en empresas de diferentes sectores.

- **Falta de Formación**

Uno de los principales obstáculos para la implementación efectiva de TQM es la falta de capacitación, las organizaciones necesitan que sus empleados estén adecuadamente entrenados no solo en las herramientas técnicas de calidad, sino también en la filosofía subyacente del TQM. Sin una comprensión sólida de los principios fundamentales de calidad, como el control de los procesos, la mejora continua y la toma de decisiones basada en datos, la implementación de TQM puede resultar ineficaz. La carencia de una formación adecuada limita la capacidad de los empleados para aplicar correctamente las metodologías de TQM, afectando negativamente los resultados y el desempeño general.

- **Resistencia al Cambio**

La resistencia al cambio es otra barrera significativa en la adopción de TQM. Los empleados, especialmente en aquellas empresas con estructura organizacional consolidadas pueden ver las iniciativas de calidad como una amenaza a sus métodos de trabajo establecidos. Esta resistencia puede generar incertidumbre, temor al fracaso o a la creencia de que el sistema previo era adecuado. La oposición puede provenir tanto de la alta dirección como de los empleados de nivel operativo, lo que dificulta la implementación de nuevas prácticas y la adopción de la filosofía del TQM.

- **Recursos Limitados**

Las limitaciones en recursos financieros y humanos representan una barrera considerable para implementar un gestor de calidad total de manera efectiva; las pequeñas y medianas empresas en particular enfrentan dificultades para destinar los recursos necesarios para capacitar al personal, invertir en nuevas tecnologías o contratar expertos en calidad. La falta de recursos adecuados puede llevar a una implementación parcial de TQM, lo que resulta poco satisfactorio.

1.5.2 Desafíos Comunes en el Sector de Servicios

El sector de servicios enfrenta desafíos adicionales en la implementación de TQM por la naturaleza intangible de los productos y la interacción entre empleados y clientes; la gestión de la calidad en los servicios se visualiza en mantener altos estándares de calidad en los productos ofrecidos, y gestionar las relaciones con los clientes y asegurar su satisfacción constante, identificados por autores como (Oakland, 2004) que destaca que la calidad de servicios se ve influenciada por la variabilidad inherente en la prestación de estos y por la dependencia de la interacción humana. Además, en el sector de servicios otras barreras incluyen la falta de compromiso de la alta dirección, la ausencia de palabras claras y la dificultad de estandarizar los procesos, lo que implica aún más la implementación de TQM.

1.5.3 Desafíos Específicos

En el contexto de los restaurantes de Liguíqui, estos se enfrentan a varios desafíos específicos, estos obstáculos incluyen la competencia local, las limitaciones financieras y la falta de capacitación del personal, todos influenciados por el entorno socioeconómico y turístico de la región. La competencia se intensifica debido a la presencia de numerosos establecimientos similares que ofrecen servicios y productos similares, lo que obliga a los restaurantes a diferenciarse a través de la calidad, el servicio o la innovación.

En cuanto a las limitaciones financieras, muchos restaurantes de pequeña escala tienen dificultades para acceder a créditos o recursos insuficientes para realizar inversiones en infraestructura, expansión, por último, la formación del personal representa una barrera importante, ya que en muchas ocasiones el personal carece de capacitación profesional en áreas claves como la atención al cliente, cocina especializada o gestión empresarial.

Este desafío es notable en una región con turismo inestable y economía local, lo que dificulta la implantación de estrategias de crecimiento sostenible y la mejora continua de la calidad del servicio.

1.6 Estrategias de Calidad Total para Restaurantes en Contextos Rurales

1.6.1 Adaptación de Modelos de TQM a Pequeñas Empresas Gastronómicas.

La implementación de estrategias de calidad total (TQM) en restaurantes de pequeña escala en áreas rurales como Liguíqui, puede resultar efectiva si se adaptan a las particularidades del contexto local. Los modelos de TQM, conocidos por su enfoque en la mejora continua, la satisfacción del cliente y la participación de todos los miembros de la organización, deben ser ajustados para que sean viables y sostenibles en este tipo de negocios.

Es fundamental simplificar los principios del TQM, dado que muchos restaurantes pequeños en Liguíqui operan con recursos limitados y equipos reducidos. Esto implica centrar los esfuerzos en procesos claves, como la calidad del producto y el servicio, en lugar de intentar aplicar cada componente del modelo en su totalidad.

Por ejemplo, pueden implementarse sistemas de retroalimentación constante del cliente, lo que permite detectar áreas de mejora de manera directa y sin costos elevados.

Además, el involucramiento del personal debe ser considerado dentro de sus capacidades. La capacitación debe ser práctica y orientada a la solución de problemas específicos, ya que sea en la atención al cliente, en la preparación de alimentos o en la gestión del establecimiento. Esto puede implicar el uso de recursos locales, como formar alianzas con otros negocios de la región o recurrir a programas de capacitación comunitaria.

Finalmente es importante integrar la gestión de calidad en el día a día del restaurante sin requerir una infraestructura o una inversión tecnológica sofisticada. Por ejemplo, se pueden establecer controles simples para garantizar la frescura de los ingredientes o

mejorar la comunicación entre los empleados, lo que tiene un impacto directo en la satisfacción del cliente.

1.6.2 Capacitación y Desarrollo del Personal

La capacitación del personal en los principios de calidad y atención al cliente es crucial para mejorar la experiencia del cliente y la calidad percibida en los restaurantes. (Bitner et al, 2023) destacan que la formación adecuada de los empleados no solo optimiza su desempeño, sino que también influye directamente en la satisfacción del cliente. Un personal bien capacitado en aspectos como comunicación efectiva, empatía y conocimiento del producto tiene un impacto positivo en la percepción del servicio. Los clientes, al recibir un trato profesional y atento, tienden a valorar más la calidad de los productos y servicios, lo que genera una mayor lealtad y recomendaciones.

La capacitación en calidad y servicio permite a los empleados resolver problemas de manera más eficiente, anticipar las necesidades de los clientes y garantizar una experiencia consistente. Esto no solo mejora la satisfacción inmediata, sino que también contribuye a la percepción de que el restaurante es un lugar confiable y profesional, lo que, en última instancia, favorece la reputación y competitividad del establecimiento.

1.6.3 Implementación de Estrategias de Mejora Continua

La mejora continua en restaurantes implica aplicar estrategias que optimicen los procesos y mejoren la calidad del servicio, buscando siempre aumentar la satisfacción del cliente. Una estrategia esencial es el monitoreo de la satisfacción del cliente, que se puede realizar a través de encuestas, comentarios en línea o interacciones directas, lo que ayuda a identificar áreas de mejora y ajustar los servicios a las expectativas de los clientes (García & Ramírez, 2019)

Otra estrategia clave es el ajuste de procesos internos, que consiste en revisar y mejorar los procedimientos operativos basándose en los resultados del monitoreo, como la

eficiencia, en la cocina, la atención al cliente y la actualización del menú (Lopez & Sanchez, 2021) Finalmente, la retroalimentación constante es crucial para mantener la mejora continua. Fomentar una comunicación abierta entre empleados y gerentes permite detectar rápidamente problemas y aplicar soluciones, promoviendo una cultura de aprendizaje y adaptación (Tena & Ruiz, 2018). Estas estrategias garantizan que la calidad se mantenga y mejore constantemente, lo que contribuye a la fidelización de los clientes.

1.7 Importancia de la Gestión de Calidad Total para el Desarrollo Turístico Local.

1.7.1 El Turismo Gastronómico como Potencial de Desarrollo

El turismo gastronómico es un campo del turismo que se centra en experiencias y en aprender sobre la cultura alimentaria local. En el caso de Liguíqui, la gastronomía es la base de su cultura e identidad y puede ser una fuente potencial de desarrollo turístico en la zona. Según (Hall & Sharples, 2003) , el turismo gastronómico es un tipo de turismo que se centra en experiencias culinarias y en la exploración de la cultura gastronómica local. Esto puede incluir la degustación de típicos, visitar mercados y ferias gastronómicas, así como asistir a seminarios y clases de cocina.

Un enfoque de gestión de calidad total (TQM) puede mejorar la oferta gastronómica de Liguíqui de varias maneras:

- **Mejorar la Calidad de los Productos Gastronómicos:**

Un enfoque de gestión de calidad total que puede ayudar a mejorar la calidad de los productos gastronómicos que ofrecen los restaurantes de Liguíqui, aumentando así la satisfacción y fidelidad de los clientes.

- **Diseñar una Experiencia Gastronómica Única:**

Este enfoque de calidad de gestión total puede ayudar a crear una experiencia gastronómica única y personalizada adaptada a las necesidades y preferencias del cliente.

- **Fortalecer la Identidad Gastronómica Local:**

Un enfoque de calidad de gestión ambiental como este ayuda a fortalecer la identidad gastronómica local de Liguíqui y así fortalecer el sentido de pertenencia y orgullo de la comunidad local.

En conclusión, el turismo gastronómico es un potencial para el desarrollo del turismo en Liguíqui, y el uso de un enfoque completo de gestión de la calidad puede mejorar la oferta gastronómica de la región. Es importante que los actores locales, incluidos empresarios, proveedores y comunidad, trabajen para desarrollar una cocina de alta calidad adaptada a las necesidades y preferencias de los clientes.

1.7.2 Impacto Económico de la Calidad en el Sector Restaurantero Local

La aplicación de modelos de gestión de calidad total (TQM) en restaurantes de Liguíqui puede contribuir significativamente al crecimiento económico de la comunidad local y la promoción del turismo sustentable en el cantón Manta. (James R. Evans, 2016) destacaron la importancia de la calidad para determinar la competitividad y el éxito de empresas, como los restaurantes.

La implementación de los TQM en los restaurantes de Liguíqui puede mejorar la lealtad del cliente y mejorar la calidad de los productos y servicios ofrecidos, lo que puede conducir a mejorar la satisfacción del cliente.

Además, los TQM se pueden utilizar para ahorrar dinero y mejorar la eficiencia en los restaurantes de Liguíqui. (Parasuraman, 1988) afirma que la calidad es un aspecto fundamental que puede reducir costos y mejorar la eficiencia en un negocio.

La implementación de los TQM en restaurantes de Liguiki puede contribuir a la economía local, creando empleos y generando ingreso. El desarrollo económico y social de las comunidades locales está muy influenciado por el turismo. Como se afirma en el informe de desarrollo humano PNUD para 2019.

El uso de los modelos de gestión de calidad total en la zona de Liguiki puede promover el turismo sustentable en el cantón Manta, promoviendo la cultura e identidad local, al mismo tiempo que preserva el medio ambiente y los recursos naturales de la zona. Finalmente, la instalación de estos modelos puede tener un impacto significativo en el desarrollo económico de la comunidad y promoción del turismo en el cantón Manta.

Capítulo II

2. Marco Metodológico

Este capítulo detalla el enfoque metodológico, métodos, técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección y análisis de datos necesarios para cumplir con los objetivos planteados en la investigación sobre la implementación de modelos de gestión de calidad total (TQM), en los restaurantes de Liguíquí. La metodología aquí presentada responde a la necesidad de evaluar los desafíos y estrategias que favorezcan la aplicación de TQM en un contexto turístico y gastronómico rural como el de la parroquia de Liguíquí, cantón Manta.

2.1 Enfoque Metodológico

El proceso investigativo llevado a cabo adopta un enfoque cuantitativo y descriptivo. Según (Hernandez Sampieri et al, 2014) el enfoque cuantitativo permite analizar datos numéricos y estadísticos para obtener patrones que identifican las prácticas y percepciones en los restaurantes. El carácter descriptivo, por su parte, tiene como objetivo principal caracterizar las condiciones actuales en las que operan estos establecimientos, así como su nivel de implementación de TQM y los factores que obstaculizan o favorecen dicha adopción (Barrantes, 2013).

2.2 Tipo de Investigación

El estudio es de tipo no experimental y transversal. Según (Creswell, 2014) en una investigación no experimental el investigador no manipula las variables, sino que observa los fenómenos tal y como se presentan en su contexto natural, permitiendo un análisis realista y sin alteraciones. Al ser un estudio transversal, se realiza una sola recopilación de datos en un momento específico, lo cual resulta adecuado para analizar la situación actual de los restaurantes de Liguíquí en cuanto a la implementación de TQM.

2.3 Métodos y Técnicas de Investigación

Para este estudio emplearon los siguientes métodos y técnicas:

- **Método analítico:** Este método facilita el análisis detallado de las prácticas actuales de gestión en los restaurantes y la identificación de sus desafíos específicos. A través del método analítico, se desglosan los componentes de la gestión de calidad para comprender la aplicación de cada uno en el contexto particular de Liguiki (Tamayo, 2018)
- **Método Descriptivo:** este método permite una descripción exhaustiva de las características y condiciones de cada restaurante de la parroquia, aportando una comprensión completa de los niveles de calidad y la percepción de los gerentes y trabajadores en torno a TQM (Hernández Sampieri, 2014)

2.4 Técnicas de Recolección de Datos.

La técnica principal de recolección de datos es la encuesta, dirigida a los propietarios, trabajadores y clientes de los restaurantes en Liguiki. La encuesta permite recoger datos cuantitativos relacionados con las prácticas de calidad, los obstáculos percibidos y el conocimiento de los modelos de TQM. Esta técnica es apropiada en investigaciones de naturaleza descriptiva, ya que facilita la obtención de información precisa y directa de los sujetos involucrados en el fenómeno de estudio (Barrantes, 2013)

2.5 Instrumentos de Investigación

El principal instrumento de recolección de datos es un cuestionario estructurado, diseñado específicamente para evaluar las variables independientes y dependientes de la investigación. El cuestionario contiene preguntas cerradas en escala Likert de cinco puntos, lo que permite cuantificar las respuestas y analizar estadísticamente la percepción sobre TQM en los restaurantes.

2.6 Población y Muestra

La población del estudio está constituida por los 19 restaurantes registrados en la parroquia de Liguíqui. Debido a la pequeña cantidad de establecimientos, se optó por trabajar con el universo poblacional completo ($N = 19$). Según (Barrantes, 2013) en investigaciones con poblaciones pequeñas, se recomienda trabajar en el total de la población para garantizar la representatividad de los datos y evitar sesgos derivados de una muestra incompleta.

2.7 Procedimiento de Recolección de Datos

El procedimiento de recolección de datos se realizó en las siguientes fases;

1. **Diseño del Cuestionario:** Se elaboró un cuestionario estructurado basado en los principios de TQM y en investigaciones previas sobre gestión de calidad en el sector gastronómico.
2. **Validación del Cuestionario:** Expertos en gestión de calidad y metodología de investigación sometieron al instrumento a un proceso de validación para asegurar la coherencia y pertinencia de las preguntas.
3. **Aplicación del Cuestionario:** Los cuestionarios fueron aplicados en una única visita a cada restaurante, previa coordinación con los propietarios o gerentes de cada establecimiento, garantizando una respuesta completa y fiel a las prácticas y percepciones actuales.

2.8 Análisis de Datos

El análisis de los datos recolectados se efectuó mediante técnicas estadísticas descriptivas, utilizando frecuencias y medidas de tendencia central para interpretar las respuestas obtenidas. Este análisis permite observar patrones y relaciones entre las prácticas de gestión de calidad y los desafíos que enfrentan los restaurantes de Liguíqui.

Para ello, se utilizó el software estadístico SPSS, que facilita el procesamiento de datos cuantitativos y la presentación de los resultados en gráficos y tablas (Field, 2018)

Capítulo III

3 Resultados y Discusión

El presente capítulo muestra los resultados y la discusión acerca de los modelos de gestión de calidad que se utilizan en los restaurantes de Liguíqui.

3.1 Análisis e Interpretación de los Resultados

En este apartado se exponen los resultados de una encuesta diseñada para evaluar el conocimiento de los emprendedores en el servicio de alimentos y bebidas sobre la implementación de modelos de gestión de calidad total, al levantar dicha información no cuentan con un dominio del tema.

Pregunta 1

¿Nombres del Restaurante?

Tabla 1 *Resultados de encuesta, Nombres de Restaurante*

Nombres del Restaurante
Kiosko Katty
Caída del sol
Restaurante El Pulpo
Restaurante El Cacique
Restaurante Las Balsillas
La mesa
Kiosko El Acuario
Marimar
Orillas del mar
Posa mar
Kiosko jeikol
Kiosko 2
La paloma
Kiosko de Gema
Kiosko El Bony
Kiosko Mar Azul
Cabaña Las Bandejas Marineras
Caminito
Kiosko 1

Nota: Esta tabla muestra los resultados obtenidos de la encuesta la cual corresponde a los nombres de restaurantes.

Interpretación de los Resultados Pregunta 1

El análisis efectuado tiene como objetivo determinar el nivel de conocimiento sobre los modelos de gestión de calidad y además si implementan alguno de estos en los restaurantes de Liguíqui. En el estudio, considera la muestra 19 restaurantes con nombres debidamente registrados y una gran diversidad en su estructura organizativa e identidad comercial.

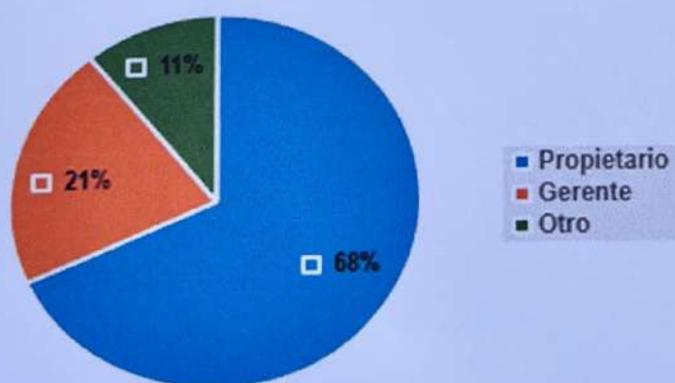
Pregunta 2 ¿Rol en el restaurante?

Tabla 2 Resultados de encuestas, Rol en el restaurante

Rol en el restaurante	Persona Encuestada	Porcentaje
Propietario	13	68%
Gerente	4	21%
Otro	2	11%
Total	19	100%

Nota: Esta tabla muestra los resultados obtenidos de la encuesta la cual corresponde al rol en el restaurante.

Figura 1: Resultado de encuesta, Rol de restaurante



Nota: Este gráfico muestra los resultados obtenidos de la encuesta la cual corresponde al rol en el restaurante.

Interpretación de los Resultados Pregunta 2

La mayoría de las encuestas fueron respondidas por los propietarios (68%), seguidos por gerentes (21%) y otros cargos (11%). Este resultado indica que la información recolectada proviene en su mayoría de personas con poder de decisión, lo que garantiza la validez de los datos respecto a la implementación de sistemas de gestión de calidad.

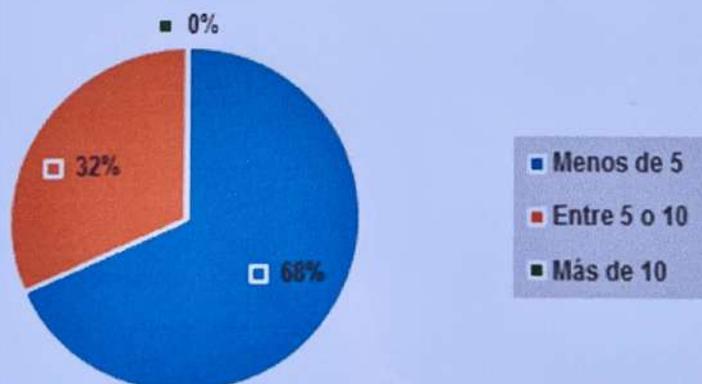
Pregunta 3 ¿Números de empleados?

Tabla 3 Resultados de encuesta, Números de empleados

Número de empleados	Persona Encuestada	Porcentaje
Menos de 5	13	68%
Entre 5 o 10	6	32%
Más de 10	0	0%
Total	19	100%

Nota: Esta tabla muestra los resultados de la encuesta, que corresponden al número de empleados en los restaurantes.

Figura 2 Resultados de encuesta, Numero de empleados



Nota: Este gráfico muestra los resultados de la encuesta, que corresponden al número de empleados en los restaurantes.

Interpretación de los Resultados Pregunta 3

La mayoría de los restaurantes encuestados (68%) cuenta con menos de cinco empleados, y el 32% tiene entre cinco y diez. Ninguno supera los diez trabajadores, lo que indica que se trata principalmente de pequeños negocios, en su mayoría familiares, con recursos limitados para implementar sistemas formales de gestión de calidad y un equipo de trabajo estructurado.

Pregunta 4

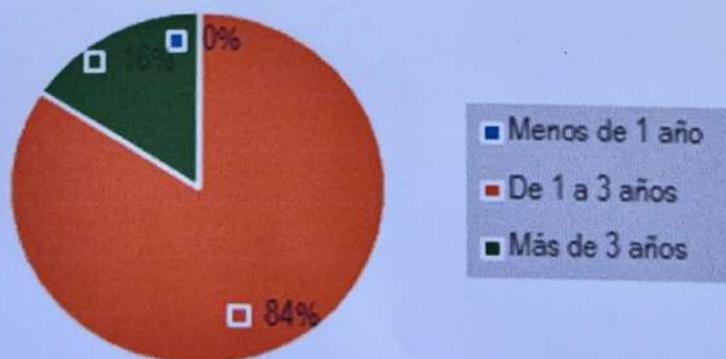
¿Antigüedad del restaurante en el mercado?

Tabla 4 Resultado de encuesta, Antigüedad del restaurante

Antigüedad del restaurante	Personas Encuestadas	Porcentaje
Menos de 1 año	0	0%
De 1 a 3 años	16	84%
Más de 3 años	3	16%
Total	19	100%

Nota: Está tabla muestra los resultados obtenidos de la encuesta, la cual corresponde a la antigüedad del restaurante en el mercado.

Figura 3 Resultado de encuesta, Antigüedad del restaurante



Nota: Este gráfico muestra los resultados obtenidos de la encuesta la antigüedad de los restaurantes

Interpretación de los Resultados Pregunta 4

El 84% de los restaurantes encuestados tiene entre 1 y 3 años de funcionamiento, mientras que solo el 16% supera los 3 años en el mercado. No se registraron negocios con menos de un año de antigüedad. Esto evidencia que la mayoría de los establecimientos son relativamente nuevos, lo cual puede influir positivamente en su disposición a adoptar prácticas de gestión de calidad como parte de su proceso de consolidación.

Pregunta 5

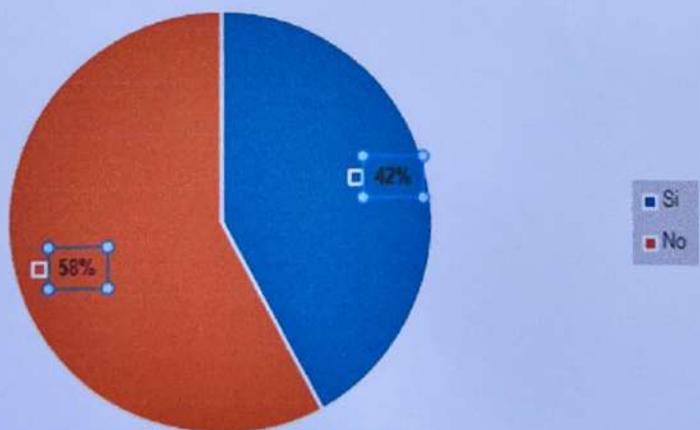
¿Ha oído hablar previamente sobre el concepto de Gestión de Calidad Total (TQM)?

Tabla 5 Resultado de encuesta, Concepto de gestión de calidad total.

Concepto TQM	Personas Encuestadas	Porcentaje
Si	8	42%
No	11	58%
Total	19	100%

Nota: esta tabla muestra los resultados obtenidos de la encuesta, la cual corresponde ha oído previamente sobre el concepto de Gestión de Calidad Total (TQM).

Figura 4 Resultados de encuesta, Concepto de Gestión de Calidad Total (TQM).



Nota: Este gráfico muestra los resultados obtenidos de la encuesta sobre si ha oído hablar previamente sobre el concepto Gestión de Calidad Total (TQM).

Interpretación de los Resultados Pregunta 5

El 42% de los encuestados manifestó haber oído hablar sobre la gestión de calidad total (TQM), mientras que el 58% no tiene conocimiento previo del concepto. Este resultado refleja una limitada familiaridad con el enfoque TQM en los restaurantes de Liguíqui, lo que evidencia la necesidad de capacitación y sensibilización sobre sistemas integrales de calidad en el sector.

Pregunta 6

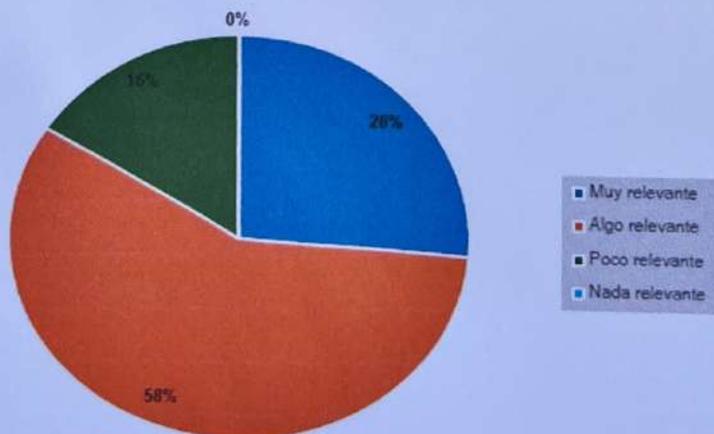
¿Considera que el TQM es relevante para mejorar la calidad de servicio en su restaurante?

Tabla 6 Resultado de encuesta, TQM es relevante para la mejora de la calidad del servicio.

Relevancia de TQM	Personas Encuestadas	Porcentaje
Muy relevante	5	26%
Algo relevante	11	58%
Poco relevante	3	16%
Nada relevante	0	0%
Total	19	100%

Nota: Esta tabla muestra los resultados obtenidos de la encuesta, la cual corresponde a la relevancia de TQM para mejorar la calidad del servicio en su restaurante.

Figura 5 Resultados de encuesta, relevancia de TQM para mejorar la calidad del servicio en su restaurante.



Nota: Este gráfico muestra los resultados obtenidos en la encuesta sobre la relevancia de TQM para la mejora del servicio.

Interpretación de los Resultados Pregunta 6

El 84% de los encuestados considera que la gestión de calidad total (TQM) es relevante para mejorar la calidad del servicio en su restaurante, siendo un 26% quienes la califican como muy relevante y un 58% como algo relevante. Solo el 16% la percibe como poco relevante y nadie la considera irrelevante. Estos resultados reflejan una percepción mayoritariamente positiva sobre la importancia del TQM para el sector restaurantero en Liguíqui.

Pregunta 7

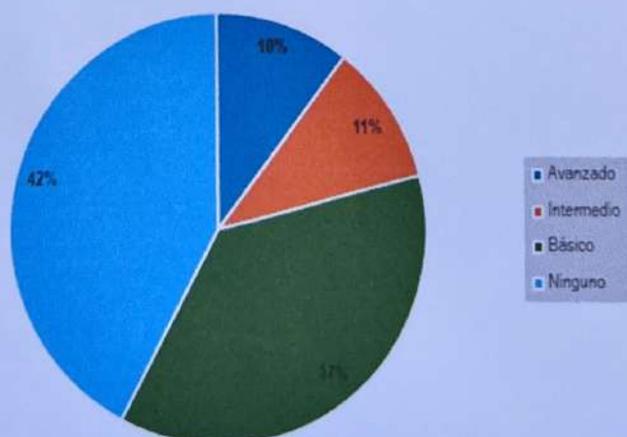
¿Qué nivel de conocimiento considera que tiene sobre los principios de TQM?

Tabla 7 Resultado de encuesta, nivel de conocimiento de los principios de TQM.

Nivel de conocimiento	Personas Encuestadas	Porcentaje
Avanzado	2	10%
Intermedio	2	11%
Básico	7	37%
Ninguno	8	42%
Total	19	100%

Nota: Esta tabla muestra los resultados obtenidos en la encuesta sobre el nivel de conocimiento de los principios de TQM.

Figura 6 Resultados de encuesta, nivel de conocimiento sobre los principios de TQM.



Nota: Este gráfico muestra los resultados obtenidos en la encuesta sobre los principios de TQM.

Interpretación de los Resultados Pregunta 7

El 42% de los encuestados indico no tener ningún conocimiento sobre los principios de la gestión de calidad total (TQM), mientras que el 37% posee un conocimiento básico. Solo un 11% y un 10% cuentan con conocimientos intermedios y avanzados respectivamente. Estos resultados evidencian que la mayoría de los restaurantes en Liguiki presentan un nivel bajo de conocimiento sobre los principios de TQM, lo que subraya la necesidad de implementar programas de formación específicos para fortalecer esta área.

Pregunta 8

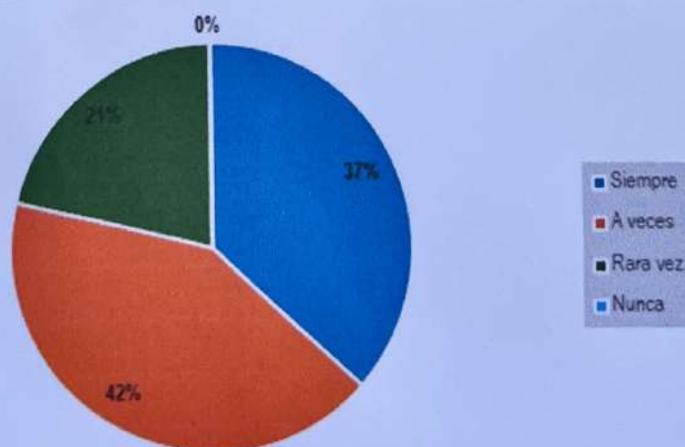
¿Con que frecuencia evalúa la satisfacción de sus clientes?

Tabla 8 Resultados de encuesta, frecuencia con la que evalúa al cliente.

Frecuencia de satisfacción	Personas Encuestadas	Porcentaje
Siempre	7	37%
A veces	8	42%
Rara vez	4	21%
Nunca	0	0%
Total	19	100%

Nota: esta tabla muestra los resultados obtenidos en la encuesta sobre la frecuencia con la que evalúa al cliente.

Figura 7 Resultados de encuesta, frecuencia con la que evalúa al cliente.



Nota: Este grafico muestra los resultados obtenidos en la encuesta sobre la frecuencia con la que se evalúa al cliente.

Interpretación de los Resultados Pregunta 8

El 37% de los encuestados afirma evaluar siempre la satisfacción de sus clientes, el 42% lo hace a veces, y el 21% rara vez. Ningún restaurante indico no hacerlo nunca. Estos resultados muestran que, si bien existe una tendencia positiva hacia la evaluación del cliente, aun un porcentaje significativo no lo realiza de forma constante, lo que limita la mejora continua del servicio basada en retroalimentación directa.

Pregunta 9

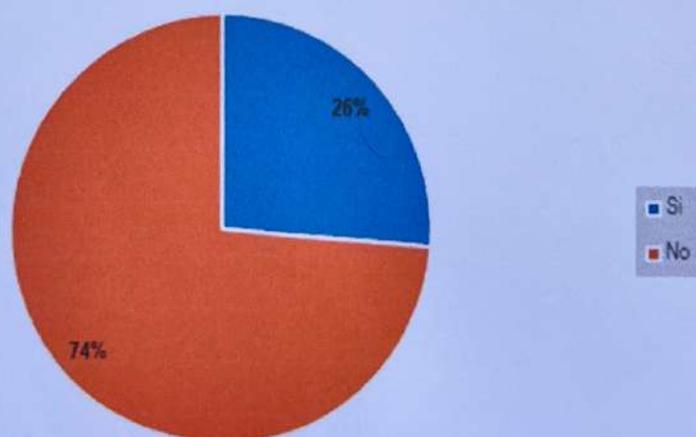
¿Aplica alguna política formal de gestión de calidad en su restaurante?

Tabla 9 Resultado de encuesta, aplicación de política formal de calidad en su restaurante.

Política formal	Personas Encuestadas	Porcentaje
Si	5	26%
No	14	74%
Total	19	100%

Nota: Esta tabla muestra los resultados obtenidos sobre la aplicación formal de una política de calidad en su restaurante.

Figura 8 Resultado de encuesta, aplicación de política formal de calidad en su restaurante



Nota: Este gráfico muestra los resultados obtenidos sobre la aplicación formal de una política en su restaurante

Interpretación de los Resultados Pregunta 9

Solo el 26% de los encuestados indico aplicar alguna política formal de gestión de calidad en su restaurante, mientras que el 74% no lo hace. Este resultado refleja una baja implementación de políticas estructuradas, lo que surge de que la mayoría de los establecimientos opera con un enfoque sistemático en calidad, representando una oportunidad clave para fomentar la formalización y mejora continua en el sector.

Pregunta 10

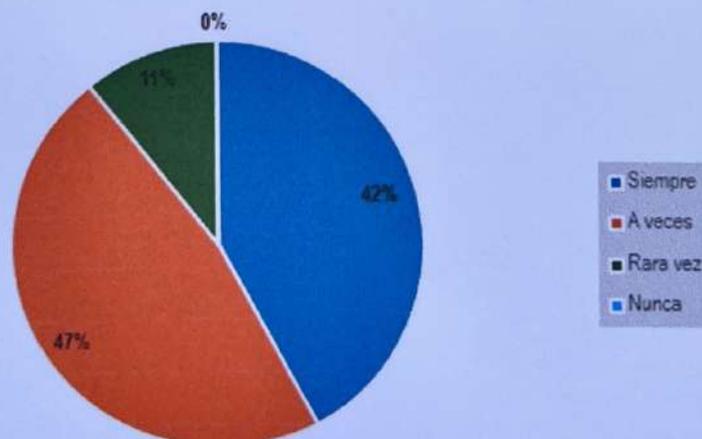
¿Implementa procesos para la mejora continua en el servicio y la atención al cliente?

Tabla 10 Resultados de encuesta, implementación de procesos para la mejora continua en el servicio y la atención al cliente

Implementación de Procesos	Personas Encuestadas	Porcentaje
Siempre	8	42%
A veces	9	47%
Rara vez	2	11%
Nunca	0	0%
Total	19	100%

Nota: Esta tabla muestra los resultados obtenidos en la encuesta sobre el si se implementa procesos de mejora continua en el servicio y atención al cliente.

Figura 9 Resultados de encuesta, implementación de procesos para la mejora continua en el servicio y la atención al cliente



Nota: Este gráfico muestra los resultados obtenidos sobre la implementación de procesos para la mejora continua en el servicio y atención al cliente.

Interpretación de los Resultados Pregunta 10

El 42% de los encuestados señala que siempre implementa procesos de mejora continua en el servicio y la atención al cliente, mientras que el 47% lo a veces y el 11% rara vez. Ningún restaurante indico no hacerlo nunca, estos resultados reflejan una actitud generalmente favorable hacia la mejora continua, aunque aún se requiere fortalecer la consistencia y formalización de estas prácticas para lograr un imparto sostenido en la calidad del servicio.

Pregunta 11

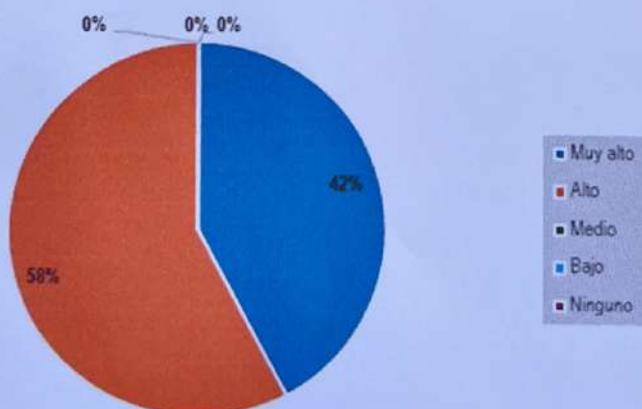
En cuanto al control de calidad en la preparación de alimentos, ¿Cuál es el nivel de importancia que le da?

Tabla 11 Resultados de encuesta, nivel de importancia que le dan a la calidad de la preparación de alimentos.

Control de Calidad	Personas Encuestadas	Porcentaje
Muy alto	8	42%
Alto	11	58%
Medio	0	0%
Bajo	0	0%
Ninguna	0	0%
Total	19	100%

Nota: Está tabla muestra los resultados obtenidos en la encuesta sobre el nivel de importancia que le dan a la calidad de la preparación de alimentos.

Figura 10 Resultado de encuesta, nivel de importancia que le dan a la calidad de la preparación de alimentos



Nota: Este gráfico muestra los resultados de la encuesta sobre la importancia de la calidad de la preparación de alimentos.

Interpretación de los Resultados Pregunta 11

El 100% de los encuestados considera que el control de calidad en la preparación de alimentos es de alta o muy alta importancia, con un 58% que lo califica como alto y un 42% como muy alto. Este resultado demuestra una fuerte conciencia sobre la calidad en los procesos culinarios, lo cual es fundamental para garantizar la satisfacción del cliente y la seguridad alimentaria en los restaurantes de Liguiqui.

Pregunta 12

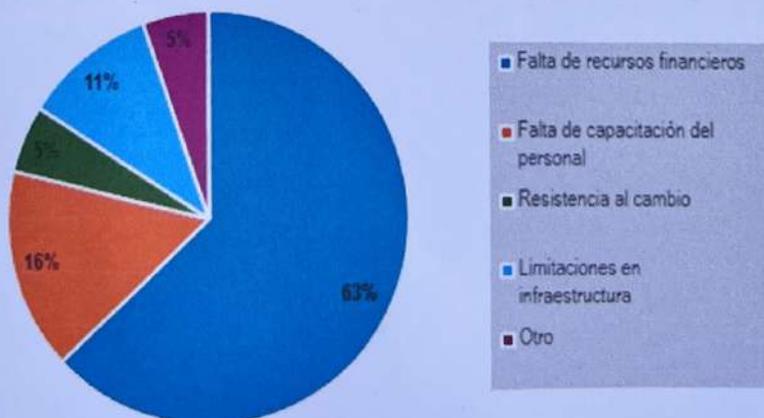
¿Cuáles considera que son los principales obstáculos para implementar TQM en su restaurante?

Tabla 12 Resultados de encuesta, cuáles son los principales obstáculos para implementar TQM en su restaurante.

Principales Obstáculos	Personas Encuestadas	Porcentaje
Falta de recursos financieros	12	63%
Falta de capacitación del personal	3	16%
Resistencia al cambio	1	5%
Limitaciones en infraestructura	2	11%
Otro	1	5%
Total	19	100%

Nota: Esta tabla muestra los resultados obtenidos de la encuesta sobre los principales obstáculos para implementar TQM en su restaurante.

Figura 11 Resultados de encuesta, cuáles son los principales obstáculos para implementar TQM en su restaurante.



Nota: Este gráfico muestra los resultados obtenidos de la encuesta sobre los principales obstáculos para implementar TQM en su restaurante.

Interpretación de los Resultados Pregunta 12

Los principales obstáculos identificados para implementar la gestión de calidad (TQM) en los restaurantes de Liguiki son la falta de recursos financieros 63%, seguida por la falta de capacitación del personal 16%, limitaciones en infraestructura 11% y resistencia al cambio 5% y el otro 5% menciona otros factores. Estos resultados evidencian que las restricciones económicas son la principal barrera, seguidas por factores estructurales y humanos, lo que resalta la necesidad de apoyo externo, formación y estrategias adaptadas a las condiciones locales.

Pregunta 13

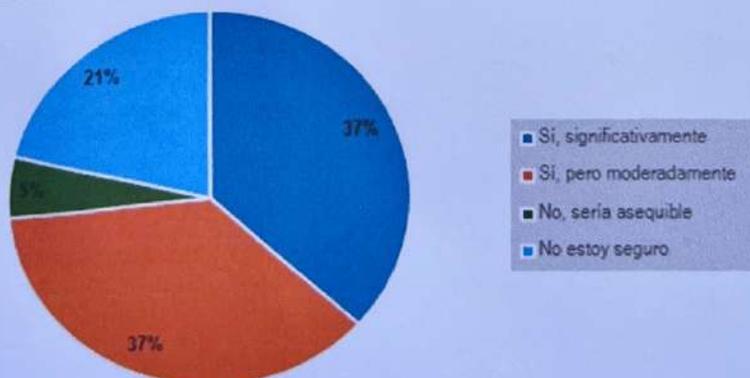
¿Considera que la implementación de TQM incrementaría los costos operativos de su restaurante?

Tabla 13 Resultados de la encuesta, implementación de TQM incrementaría los costos operativos de su restaurante.

Implementación de TQM	Personas Encuestadas	Porcentaje
Sí, significativamente	7	37%
Sí, pero moderadamente	7	37%
No, sería asequible	1	5%
No estoy seguro	4	21%
Total	19	100%

Nota: Esta tabla muestra los resultados obtenidos en la encuesta sobre la incrementación de los costos en su restaurante al implementar TQM

Figura 12 Resultados de la encuesta, implementación de TQM incrementaría los costos operativos de su restaurante.



Nota: Este gráfico muestra los resultados obtenidos en la encuesta sobre la incrementación de los costos en su restaurante al implementar TQM

Interpretación de los Resultados Pregunta 13

El 74% de los encuestados considera que la implementación de TQM incrementa los costos operativos, ya sea de forma significativa 37% o moderada 37%, y solo un 5% cree que sería asequible, mientras que el 21% no está segura. Estos resultados reflejan una percepción general de que TQM implica una carga económica, lo cual puede limitar su adopción si no se acompaña de apoyo técnico o financiero adecuado.

Pregunta 14

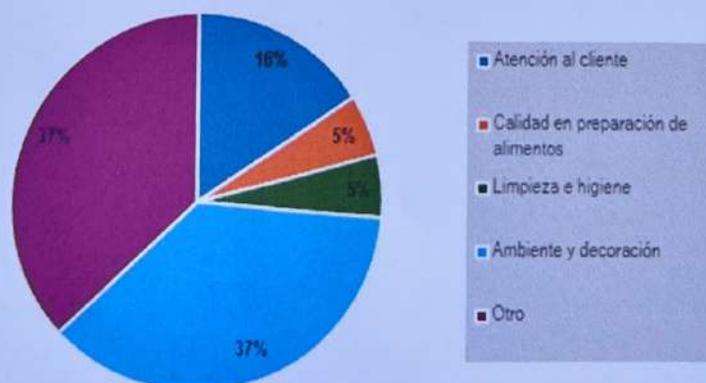
¿Cuál de las siguientes áreas considera que necesita mejora en su restaurante?

Tabla 14 Resultados de la encuesta, cual área considera que necesita mejora en su restaurante

Mejoramiento de áreas	Personas Encuestadas	Porcentajes
Atención al cliente	3	16%
Calidad en preparación de alimentos	1	5%
Limpieza e higiene	1	5%
Ambiente y decoración	7	37%
Otro	7	37%
Total	19	100%

Nota: Esta tabla muestra los resultados obtenidos en la encuesta sobre cual área considera que necesita mejora en su restaurante.

Figura 13 Resultados de la encuesta, cual área considera que necesita mejora en su restaurante.



Nota: Este gráfico muestra los resultados obtenidos en la encuesta sobre el área que necesita mejora en su restaurante.

Interpretación de los Resultados Pregunta 14

El 37% de los encuestados considera que el ambiente y la decoración es el área que más necesita mejora en su restaurante, seguido por atención al cliente 16%, calidad en la preparación de alimentos 5% y limpieza e higiene 5%, otro 37% señalo otras áreas no especificadas. Estos resultados indican que, más allá de los aspectos operativos, existe preocupación por la experiencia general del cliente, clave para fortalecer la competitividad del sector.

Pregunta 15

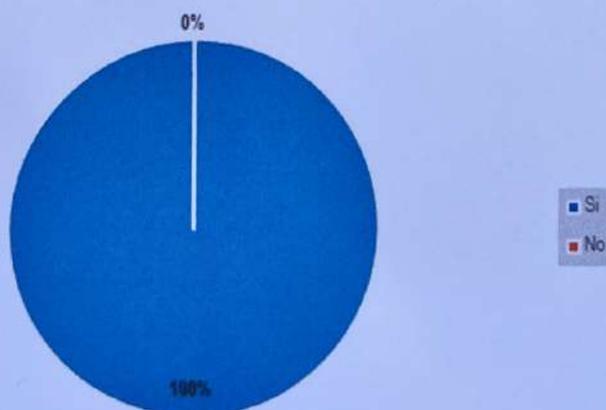
Si se le ofreciera capacitación gratuita sobre TQM, ¿estaría interesado en participar?

Tabla 15 Resultados de encuesta, interesados en participar en capacitación gratuita.

Capacitación Gratuita	Personas Encuestadas	Porcentaje
Si	19	100%
No	0	0%
Total	19	100%

Nota: Esta tabla muestra los resultados obtenidos en la encuesta sobre el interés que tendrían en participar en capacitaciones gratuitas.

Figura 14 Resultados de encuesta, interesados en participar en capacitación gratuita.



Nota: Este gráfico muestra los resultados obtenidos en la encuesta sobre el interés que tendrían en participar en capacitaciones gratuitas.

Interpretación de los Resultados Pregunta 15

El 100% de los encuestados de los encuestados manifestó estar interesados en recibir capacitación gratuita sobre TQM, lo que evidencia una actitud altamente receptiva hacia el aprendizaje y la mejora continua. Este resultado representa una oportunidad clave para impulsar procesos de formación que fortalezcan la gestión de la calidad en los restaurantes de Liguíqui.

Pregunta 16

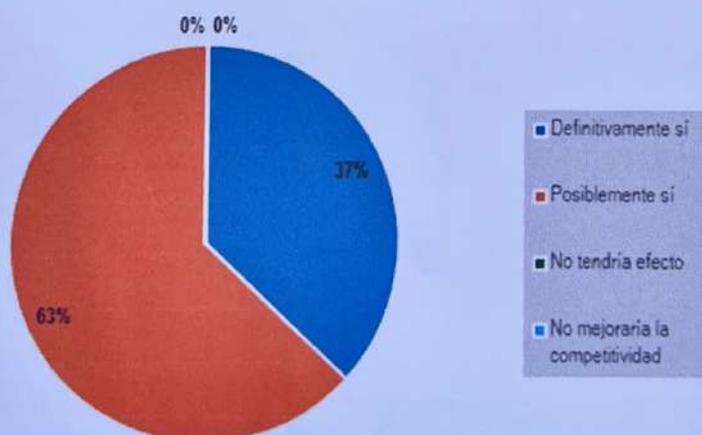
¿Considera que la implementación de TQM podría mejorar la competitividad de su restaurante?

Tabla 16 Resultados de encuesta, consideran que la implementación de TQM podría mejorar la competitividad de su restaurante.

Mejorar Competitividad	Personas Encuestadas	Porcentaje
Definitivamente sí	7	37%
Posiblemente sí	12	63%
No tendría efecto	0	0%
No mejoraría la competitividad	0	0%
Total	19	100%

Nota: Esta tabla muestra los resultados obtenidos en la encuesta sobre la mejora en competitividad al implementar TQM.

Figura 15 Resultados de encuesta, consideran que la implementación de TQM podría mejorar la competitividad de su restaurante.



Nota: Este gráfico muestra los resultados obtenidos en la encuesta sobre la mejora en competitividad al implementar TQM.

Interpretación de los Resultados Pregunta 16

El 100% de los encuestados considera que la implementación de TQM podría mejorar la competitividad de su restaurante, siendo un 37% quienes respondieron “definitivamente si” y un 63% “posiblemente si”. Reflejando como resultado una percepción positiva generalizada sobre el impacto del TQM en el desempeño comercial, lo que refuerza su potencial como herramienta estratégica en el sector gastronómico de Liguíqui.

Pregunta 17

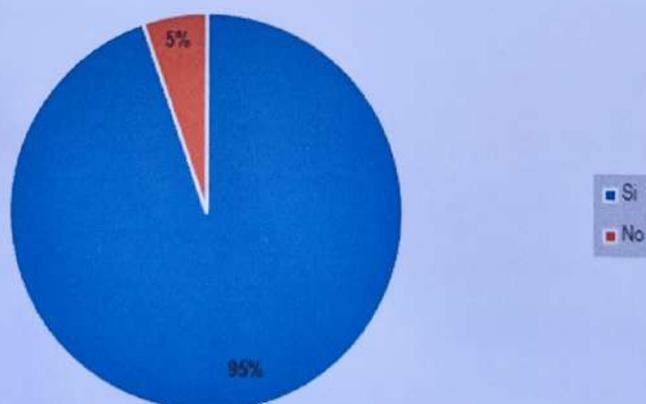
¿Estaría dispuesto a asignar un presupuesto para implementar un sistema de calidad en su restaurante?

Tabla 17 Resultados de encuesta, disposición al asignar un presupuesto para implementar un sistema de calidad en su restaurante.

Asignación de presupuesto	Personas Encuestadas	Porcentaje
Si	18	95%
No	1	5%
Total	19	100%

Nota: Esta tabla muestra los resultados obtenidos en la encuesta sobre la disposición que tendrían al asignar un presupuesto para implementar un sistema de calidad en su restaurante.

Figura 16 Resultados de encuesta, disposición al asignar un presupuesto para implementar un sistema de calidad en su restaurante



Nota: Este gráfico muestra los resultados obtenidos en la encuesta sobre la disposición que tendrían al asignar un presupuesto para implementar un sistema de calidad en su restaurante.

Interpretación de los Resultados Pregunta 17

El 95% de los resultados encuestados indico estar dispuesto a asignar un presupuesto para implementar un sistema de calidad en su restaurante, mientras que solo el 5% no lo está. Este resultado demuestra una alta disposición a invertir en la mejora de la calidad, lo cual es un factor favorable para la adopción de prácticas formales como el TQM en los restaurantes de Liguíqui.

3.2 Propuesta

Propuesta de Proyecto de Vinculación para la Implementación de TQM en Restaurantes de Liguíqui

Durante nuestra visita en el sector de Liguíqui, con el objetivo de realizar un diagnóstico sobre la calidad en la prestación de servicios gastronómicos, nos propusimos evaluar la posible implementación de modelos de gestión de calidad (TQM). Esta iniciativa surgió porque el GAD Municipal sostiene constantemente que realiza capacitaciones y charlas para fortalecer el sector turístico y gastronómico de la zona.

Sin embargo, al llegar al territorio a realizar observaciones directas en campo, constatamos una realidad distinta. A pesar del discurso institucional sobre la formación continua y el apoyo al desarrollo local, evidenciamos que los establecimientos de alimentos y bebidas, específicamente los restaurantes no aplican los principios fundamentales de TQM. No existen procesos estandarizados, los controles de calidad son escasos o inexistentes, y el enfoque hacia la mejora continua es limitado o nulo.

En este contexto, como parte de nuestro compromiso académico y profesional con el desarrollo territorial, presentaremos una propuesta de proyecto de vinculación con la comunidad, orientada específicamente a la implementación del modelo de Gestión de Calidad Total en los restaurantes de Liguíqui.

- El 42% de los emprendedores no tiene conocimiento alguno de los principios de TQM y solo el 10% los maneja a nivel avanzado.
- El 74% percibe que la implementación de TQM incrementaría significativa o moderadamente sus costos operativos.
- El 37% identifica el ambiente y la decoración como área prioritaria de mejora.
- El 100% está dispuesto a participar en capacitación gratuita sobre TQM

Problema: Bajo nivel de conocimiento y resistencia perciba al costo, que impide la adopción de prácticas TQM en los restaurantes de Liguíqui.

Objetivo 3: Diseñar e implementar una propuesta de mejora basada en TQM aprovechando recursos de la ULEAM y del GAD Municipal de Manta.

3.3 Matriz del Plan de Acción

Actividad	Responsable	Recursos	Plazo	Indicador de Éxito	Financiamiento
1. Presentación de los resultados de la investigación.	Autoras.	Los 19 gerentes; un representante del GAD Municipal; líder del proyecto de vinculación de la carrera.	Mes 1	19 restaurantes; 100% asistencia, actas de acuerdo para la elaboración del taller de sensibilización y diseño del contenido modular.	Financiado de forma compartida: ULEAM (logística y certificación, autoras y restaurantes (levantamiento de información y colaboración en la logística).
2. Diagnostico participativo. <ul style="list-style-type: none"> • Taller de sensibilización sobre TQM. • Identificación de brechas de conocimiento. 	Universidad (Departamento de Gestión de Calidad) y GAD Manta.	Aula ULEAM; material didáctico; equipo facilitador.	Mes 2	19 restaurantes inscritos; 90% participación.	Financiado por ULEAM (recursos propios de vinculación) y apoyo logístico del GAD Manta.

<p>3. Diseño de contenido modular.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Módulos; principios TQM, PDCA, SERVQUAL, EFQM. • Casos prácticos adaptados a Liguíqui. 	Equipo de vinculación ULEAM.	Expertos ULEAM; bibliografía TQM; software e-learning.	Mes 2-3	Contenidos validados por comité académico	Financiado con fondos de proyectos internos de investigación ULEAM.
<p>4. Capacitación y acompañamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Curso presencial y virtual. • Sesiones prácticas en cada restaurante. 	Tutores ULEAM + técnicos GAD	Salón GAD; plataformas virtuales; kit de herramientas TQM.	Mes 3-5	100% de asistencia; 80% de aprobación de módulo	Co-financiamiento ULEAM (personal académico) + GAD (infraestructura). Apoyo técnico del GAD parroquial.
<p>5. Implementación de pilotos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicación del ciclo PDCA en “restaurante ejemplo”. • Ajustes de decoración y procesos. 	Emprendedores seleccionados	Insumos ULEAM-GAD; micro subvención municipal.	Mes 5-6	Informe de resultados con reducción de tiempos de servicio > 20%	Microfondos no reembolsables gestionados por el GAD Manta (Programa de Fortalecimiento Productivo Local).
<p>6. Monitoreo y evaluación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encuestas post-curso (SERVQUAL). • Reuniones de feedback. 	ULEAM (investigadores)	Instrumentos de medición; software estadístico.	Mes 6-7	Incremento de satisfacción > 1 punto en escala SERVQUAL	Financiado por el proyecto de investigación institucional (Fondo ULEAM).
<p>7. Sistematización y escalamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Documento de buenas prácticas. • Presentación a autoridades municipales. 	ULEAM + GAD Manta	Informe final; diseño gráfico editorial.	Mes 7-8	Aprobación de proyecto municipal para replicación	Financiado por el GAD Manta (publicación) y ULEAM (asesoría académica).

Conclusiones

Se culmina que en Liguíqui enfrentan grandes retos estructurales y operativos los cuales dificultan la implementación efectiva de modelos de gestión de calidad total. Entre los cuales destacan la falta de capacitación formal de personal, la escasa cultura organizacional que se enfocan en la mejora continua y la ausencia de estándares claros para poder evaluar la calidad de servicio lo que provoca que estos obstáculos limiten la eficiencia interna de los establecimientos además de que impactan de forma negativa en experiencia del cliente reduciendo así su satisfacción y fidelidad por tanto es importante reconocer que la mejora de la calidad no solo depende de una buena voluntad de los propietarios sino también de una incorporación progresiva de los modelos de gestión adaptados al contexto local.

Se determino que a partir del análisis realizado se identificaron actores locales que muestran una disposición favorable hacia un aprendizaje y una mejora, lo que representa un punto de vista positivo para poder implementar las estrategias de calidad total aun cuando el nivel de conocimiento técnico sobre TQM es limitado la mayoría de los encuestados logran reconocer la utilidad de este modelo de gestión y están abiertos a recibir la información, evidenciando así que más allá de los recursos materiales existe un capital humano con una voluntad de cambio lo que genera estrategias que se deben diseñar bajo principios de simplicidad y aplicabilidad en un bajo costo donde se consideran las realidades económicas, sociales y culturales de esta parroquia sin perder de vista la necesidad que existe de fortalecer de forma progresiva la formalización de los procesos internos.

En resumen las principales contribuciones de esta investigación se basan en la formulación de una propuesta basada en alianza entre los restaurantes de Liguíqui y la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí las cuales se orientan al desarrollo de

capacitaciones, asesorías y eventos formativos en gestión de calidad, son de esta iniciativa no solo responde a una necesidad de formación detectada en el diagnóstico, sino que además articula el conocimiento académico con la realidad territorial, por ende la implementación de manera sostenida fortalecer las capacidades del sector gastronómico potenciando a Manabí como un destino emergente en el turismo gastronómico con miras de un posicionamiento nacional e internacional en un mediano plazo para el año 2030.

Recomendaciones

Se recomienda que los gobiernos autónomos descentralizados locales, instituciones educativas y demás gremios del sector turístico generen programas formativos que emitan al personal que labora en los restaurantes de la zona local de Liguíqui a que tengan capacitaciones continuas abordando temas claves como la atención al cliente, manejo higiénico de alimentos, procesos estandarizados de cocina y cultura organizacional donde a través de esta formación modular y contextualizada se puede cerrar la brecha que existe entre las exigencias del mercado turístico y la capacidad operativa de estos establecimientos garantizando así un servicio más profesional y competitivo centrado en el cliente.

Se sugiere que los propietarios de los restaurantes inicien con aplicaciones básicas de herramientas de TQM como el ciclo PDCA, encuestas de satisfacción, bitácoras de control de procesos y listas de verificación estándares. Este conjunto de herramientas se puede adaptar de forma sencilla sin requerir de una gran inversión, permitiendo así mejorar la organización interna y monitorear el desempeño de los empleados tomando decisiones basadas en evidencia. La clave de estos procesos simples pero constantes es el poder promover una cultura que fomente la mejora continúa evolucionando el sistema de gestión integral de calidad.

Finalmente se recomienda concretar el convenio de colaboración entre los restaurantes de la parroquia y la Universidad contemplando así el desarrollo de un plan de formación anual en gestión de calidad total realizando conferencias, asesorías prácticas y pasantías estudiantiles en los establecimientos gastronómicos de la zona para que así esta alianza no solo visualice una política de largo plazo sino que mejore la presentación de servicios y transforme a este lugar como referente regional del turismo gastronómico además de que en esta propuesta se puede involucrar entidades como el Ministerio de

Turismo, para fortalecer el impacto y proyectarlo al año mencionado con una política territorial que puede impulsar el desarrollo turístico sostenible de la provincia.

Referencias

- Ambato, P. . (2022). *Modelo de gestión de calidad de procesos para servicios gastronómicos*. <https://repositorio.puce.edu.ec/handle/123456789/9108>
- Bernhardt, K. L. (2005). Un análisis longitudinal de la satisfacción y la rentabilidad. *Revista de investigación empresarial*, 47(2), 171.
- Bisquerra, R. (2012). *Metodología de la investigación educativa*. La Muralla.
https://books.google.com.ec/books?id=VSb4_cVukkcC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false
- C., C. C. (2006 Madrid). *Gestión de la calidad :conceptos, enfoques, modelos y sistemas estrategia y competitividad*. Prentice Hall,.
- Deming's, W. E. (1986). *14 Points for Management*. ASQ. <https://asq.org/quality-resources/tqm/deming-points?srsltid=AfmBOooaCkPuR33mLGm6RVrg9i1wzbIVkMAAdr2dDo15IM3JeaqyF1AS>
- Edwar, M. (2007). gGuest Satisfaction and Restaurant Performance. *Sage Journals*, 48(3).
<https://doi.org/10.1177/0010880407301735>
- Field, A. (2018). *Discovering Statistics Using SPSS (5th ed.)*. SAGE publications.
<https://collegepublishing.sagepub.com/products/discovering-statistics-using-ibm-spss-statistics-5-260423>
- Garcia, J. R. (2013). *Gestiopolis*. <https://www.gestiopolis.com/satisfaccion-del-cliente-y-mejora-continua-de-la-calidad>
- González Fiegehen, L. &. (06 de 2006). *El modelo de gestión de calidad total: mito o realidad*.
https://www.researchgate.net/publication/297283157_El_modelo_de_gestion_de_calidad_total_mito_o_realidad_2006-06

Hernández Sampieri, R. F. (2014). *Metodología de la investigación (6a ed.)*. McGraw-Hill.

<http://187.191.86.244/rceis/registro/Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20SAMPIERI.pdf>

Ishikawa, K. (1985). *Introduction of Quality Control Circle Koryo*.

https://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf

James R. Evans, W. M. (2016). *Gestión para la Excelencia en la Calidad y el Desempeño*. edición 10.

http://opac.unellez.edu.ve/doc_num.php?explnum_id=1215

John W. Creswell, V. L. (2018). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. SAGE Publications, Inc.

https://books.google.com/books/about/Designing_and_Conducting_Mixed_Methods_R.html?id=eTwmDwAAQBAJ

Juran. (1999). *Gestion de la experiencia*.

<https://sistemasdecalidad6to.weebly.com/uploads/4/6/5/8/46581171/metodo-juran-an%C3%A1lisis-y-planeaci%C3%B3n-de-la-calidad-juran-5ta.pdf>

Parasuraman, A. (1988). *SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

https://www.researchgate.net/profile/Valarie-Zeithaml-2/publication/225083802_SERVQUAL_A_multiple-Item_Scale_for_measuring_consumer_perceptions_of_service_quality/links/5429a4540cf27e39fa8e6531/SERVQUAL-A-multiple-Item-Scale-for-measuring-consumer-percep

Perez, M. (mayo de 2025). *Yimi*. Importancia del Control de Calidad en un Restaurante:

<https://blog.yimiglobal.com/importancia-del-control-de-calidad-en-un-restaurante>

Salazar, M. &. (2020). *Cultura organizacional y su relación con los sistemas de gestión*..

<https://www.redalyc.org/journal/5604/560468688013/html/>

Tamayo, M. (2018). *El proceso de la investigación científica*. Episteme.

[https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/227860/El_proceso__de_la_inv
estigaci_n_cient_fica_Mario_Tamayo.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/227860/El_proceso__de_la_inv_estigaci_n_cient_fica_Mario_Tamayo.pdf)

Ugboro, I. O. (2000). Liderazgo de alta dirección, empoderamiento de los empleados, satisfacción laboral y satisfacción del cliente en organizaciones TQM: un estudio empírico. *Revista de Gestión de la Calidad*, v(2), 272. <https://doi.org/1084-8568>

Anexos

Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí
Facultad de Educación, Turismo, Artes y Humanidades
Carrera de Hospitalidad y Hotelería

Cuestionario sobre la Implementación de Modelos de Gestión de Calidad Total (TQM) en
Restaurantes de Liguíqui

Instrucciones:

A continuación, se presentan varias preguntas sobre las prácticas de gestión de calidad y sus percepciones respecto a la implementación de TQM en su restaurante. Por favor, responda cada pregunta seleccionando la opción que mejor represente su opinión. Todas las respuestas serán confidenciales y utilizadas exclusivamente con fines de investigación.

Sección 1: Datos Generales

1.Nombre del restaurante: _____

2.Rol en el restaurante:

Propietario

Gerente

Otro (especifique): _____

3.Número de empleados:

Menos de 5

Entre 5 y 10

Más de 10

4.Antigüedad del restaurante en el mercado:

Menos de 1 año

De 1 a 3 años

Más de 3 años

Sección 2: Conocimiento y Percepción sobre TQM

5. ¿Ha oído hablar previamente sobre el concepto de Gestión de Calidad Total (TQM)?

Sí

No

6. ¿Considera que el TQM es relevante para mejorar la calidad de servicio en su restaurante?

Muy relevante

Algo relevante

Poco relevante

Nada relevante

7. ¿Qué nivel de conocimiento considera que tiene sobre los principios de TQM?

Avanzado

Intermedio

Básico

Ninguno

Sección 3: Prácticas Actuales de Gestión de Calidad

8. ¿Con qué frecuencia evalúa la satisfacción de sus clientes?

Siempre

A veces

Rara vez

Nunca

9. ¿Aplica alguna política formal de gestión de calidad en su restaurante?

Sí

No

10. ¿Implementa procesos para la mejora continua en el servicio y la atención al cliente?

Siempre

A veces

Rara vez

Nunca

11. En cuanto al control de calidad en la preparación de alimentos, ¿cuál es el nivel de importancia que le da?

Muy alto

Alto

Medio

Bajo

Ninguno

Sección 4: Obstáculos y Desafíos en la Implementación de TQM

12. ¿Cuáles considera que son los principales obstáculos para implementar TQM en su restaurante? (Seleccione todos los que apliquen)

Falta de recursos financieros

Falta de capacitación del personal

Resistencia al cambio

Limitaciones en infraestructura

Otro (especifique): _____

13. ¿Considera que la implementación de TQM incrementaría los costos operativos de su restaurante?

- Sí, significativamente
- Sí, pero moderadamente
- No, sería asequible
- No estoy seguro

14. ¿Cuál de las siguientes áreas considera que necesita mejora en su restaurante?

- Atención al cliente
- Calidad en la preparación de alimentos
- Limpieza e higiene
- Ambiente y decoración

Otro (especifique): _____

Sección 5: Opinión sobre la Posible Implementación de TQM

15. Si se le ofreciera capacitación gratuita sobre TQM, ¿estaría interesado en participar?

- Sí
- No

16. ¿Considera que la implementación de TQM podría mejorar la competitividad de su restaurante?

- Definitivamente sí
- Posiblemente sí
- No tendría efecto

No mejoraría la competitividad

17. ¿Estaría dispuesto a asignar un presupuesto para implementar un sistema de calidad en su restaurante?

Si

No

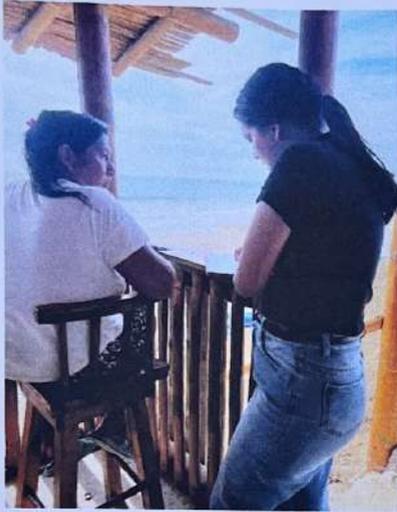


Imagen 1 Levantamiento de información



Imagen 2 Elaboración de las encuestas



Imagen 3 Restaurante "LAS BALSILLAS"



Imagen 4 Restaurante "El Pulpo"