



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ  
MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

**CARRERA DE TURISMO**

**INFORME DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A  
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN TURISMO**

**MECANISMO: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**TEMA:**

**EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LOS  
ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE LA CIUDAD DE  
PORTOVIEJO.**

**AUTORAS:**

**MARÍA NICOLLE MACÍAS PINARGOTE  
JUDITH ADRIANA SOLÓRZANO VERA**

**TUTOR:**

**PhD. JOHNNY PATRICIO BAYAS ESCUDERO**

**CALCETA, FEBRERO DEL 2024**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo María Nicolle Macías Pinargote con cédula de ciudadanía 1315227056 y Judith Adriana Solórzano Vera con cédula de ciudadanía 1314478981 declaramos bajo juramento que el Trabajo de Integración Curricular titulado: **EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO**, es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración, concedemos a favor de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos, conservando a nuestro favor todos los derechos patrimoniales de autor sobre la obra, en conformidad con el Artículo 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.



---

**MARÍA NICOLLE MACÍAS PINARGOTE**  
CC:1315227056



---

**JUDITH ADRIANA SOLÓRZANO VERA**  
CC: 1314478981

## AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Yo María Nicolle Macías Pinargote con cédula de ciudadanía 1315227056 y Judith Adriana Solórzano Vera con cédula de ciudadanía 1314478981 autorizamos a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Integración Curricular titulado: EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.



---

**MARÍA NICOLLE MACÍAS PINARGOTE**  
CC:1315227056



---

**JUDITH ADRIANA SOLORZANO VERA**  
CC: 1314478981

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

PhD. Johnny Patricio Bayas Escudero certifica haber tutelado el Trabajo de Integración Curricular titulado: **EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO**, que ha sido desarrollado por María Nicolle Macías Pinargote y Judith Adriana Solórzano Vera, previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE CARRERAS** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

---

PhD JOHNNY PATRICIO BAYAS ESCUDERO  
CC: 1802180628

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL**

Los suscritos integrantes del Tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADO** el Trabajo de Integración Curricular titulado: EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, que ha sido desarrollado por Macías Pinargote María Nicolle y Solórzano Vera Judith Adriana, previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE CARRERAS** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

---

**ING. JOSÉ RAFAEL VERA VERA MG.**  
**CC: 1313176131**

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

**Mg. JUAN CÉSAR VILLACRESES**  
**VITERI**  
**CC: 1304914953**

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

---

**Mg. MARÍA VALERIA FERNÁNDEZ**  
**LOOR**  
**CC: 1312301169**

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a las personas que han sido fundamentales en este proceso. Su apoyo, orientación y aliento han sido invaluable a lo largo de este arduo proceso. En primer lugar, de todo corazón, a mis padres: su amor incondicional, dedicación y constante apoyo han sido un faro de luz en cada etapa de mi vida académica; siempre han creído en mí y han estado ahí para brindarme su apoyo. Les estoy eternamente agradecida. A mi querida hermana, por ser una fuente constante de inspiración: me ha impulsado a superar obstáculos y a alcanzar metas que parecían inalcanzables.

Y, finalmente, quiero reconocerme a mí misma, mi dedicación, esfuerzo y determinación en este proceso. Ha sido un viaje desafiante y mi compromiso con este trabajo me ha permitido alcanzar este logro personal. Por último, quiero reconocer a todos aquellos que, de diversas maneras, contribuyeron en este proceso. Nuevamente, gracias a todos por ser parte de este viaje y por haberlo enriquecido de manera significativa.

### **MACÍAS PINARGOTE MARÍA NICOLLE**

Primero doy gracias a Dios por siempre acompañarme cuando más lo necesité, por brindarme buena salud, fuerza y sabiduría, por permitir que lleve a cabo cada una de mis metas. A mis padres, por brindarme su apoyo, por dedicar tiempo y esfuerzo en que sea una mujer de bien. A mis hermanos, por ser parte de mi vida y por estar siempre conmigo en los buenos y malos momentos que se han presentado. Quiero agradecer a todas esas personas que han formado parte de mi formación profesional: gracias por sus enseñanzas y sabiduría. También a mí misma por siempre luchar por cada una de las metas que quiero cumplir en la vida, por jamás dejarme fallecer en mis momentos vulnerables, por permitirme tener el coraje y la fuerza necesaria para salir adelante y así poder lograr cada uno de mis objetivos.

### **SOLORZANO VERA JUDITH ADRIANA**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mis padres, por su inquebrantable apoyo, amor y sacrificio a lo largo de mi vida. Su constante aliento me ha impulsado a alcanzar este logro y estoy eternamente agradecida por todo lo que han hecho por mí.

A mi querida hermana, por ser mi amiga, confidente y fuente de inspiración. Tu apoyo inquebrantable y cariño incondicional han sido fundamentales en mi camino hacia esta meta.

También quiero expresar mi gratitud a todas las personas que han contribuido de alguna manera a este proyecto, ya sea a través de su colaboración, consejos o apoyo moral, que han enriquecido este trabajo y han sido invaluable para su éxito.

A cada uno de ustedes, les dedico este trabajo como una muestra de mi profundo agradecimiento por ser parte de mi viaje académico. Gracias por su amor, apoyo y amistad a lo largo de estos años.

**MACÍAS PINARGOTE MARÍA NICOLLE**

Dedico este logro a mi familia por hacer de mí una persona con buenos valores y principios, por ser parte de mis triunfos, así como también de mis fracasos, por el apoyo incondicional que siempre me han brindado en el cumplimiento de mis metas.

Finalmente, también quiero dedicarme este logro a mí misma, por ser una mujer llena de perseverancia y sueños, permitiendo que llegue hasta este momento tan especial de mi vida.

**SOLORZANO VERA JUDITH ADRIANA**

## CONTENIDO GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	II
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN .....	III
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR .....	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
DEDICATORIA.....	VII
CONTENIDO GENERAL.....	VIII
CONTENIDO DE TABLAS .....	X
CONTENIDO DE FIGURAS .....	XI
RESUMEN .....	XII
ABSTRACT .....	XIII
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES .....	1
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	1
1.2 JUSTIFICACIONES .....	6
1.2.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA .....	6
1.2.2 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA .....	6
1.2.3 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA .....	7
1.3 OBJETIVOS.....	7
1.3.1 OBJETIVO GENERAL .....	7
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	7
1.4 IDEA A DEFENDER .....	8
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	9
2.1. GASTRONOMÍA EN ECUADOR .....	9
2.2. CARACTERÍSTICAS DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE MANABÍ.....	12
2.3. CALIDAD DE SERVICIO EN ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS MANABITAS .....	16
2.4 METODOLOGIA DE EVALUACION DE CALIDAD DE SERVICIOS EN ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS.....	18
2.5. DIMENSIONES PARA LA EVALUACIÓN DE CALIDAD EN ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS EN MANABÍ.....	22
CAPÍTULO III. DISEÑO METODOLÓGICO .....	25
3.1 UBICACIÓN .....	25
3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	26



3.3	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	29
3.4	DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA PROPUESTA .....	30
	FASE I: DIAGNÓSTICO DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE PORTOVIEJO .....	30
	FASE II: EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE PORTOVIEJO .....	31
	FASE III: PROPUESTA DE MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE PORTOVIEJO .....	33
	CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	35
4.1.	DIAGNÓSTICO DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE PORTOVIEJO.....	35
	4.1.1. CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO .....	35
	4.1.2. CARACTERÍSTICAS RELEVANTES DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS .....	38
	4.1.3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO FODA DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS .....	43
4.2.	EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE PORTOVIEJO.....	47
	4.2.1. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A SER EVALUADOS .....	48
	4.2.2. MEDICIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS .....	49
4.3.	PROPUESTA DE MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE PORTOVIEJO.....	54
	4.3.1. ANÁLISIS DE LAS DEFICIENCIAS DETECTADAS EN LA EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO .....	54
	4.3.2. ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE CALIDAD DE SERVICIO PARA LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS .....	58
	CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	74
	5.1. CONCLUSIONES .....	74
	5.2. RECOMENDACIONES .....	75
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	76
	ANEXOS .....	84

## CONTENIDO DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Modelo SERVQUAL.....	18
<b>Tabla 2.</b> Levantamiento de dimensiones y variables.....	20
<b>Tabla 3.</b> Dimensiones de la calidad del servicio del modelo ServQual.....	23
<b>Tabla 4.</b> Metodologías referenciales.....	26
<b>Tabla 5.</b> Esquema metodológico.....	29
<b>Tabla 6.</b> Características de Portoviejo.....	34
<b>Tabla 7.</b> Características de los establecimientos gastronómicos.....	38
<b>Tabla 8.</b> Matriz de involucrados.....	43
<b>Tabla 9.</b> Matriz FODA.....	44
<b>Tabla 10.</b> Resultados matriz FODA.....	45
<b>Tabla 11.</b> Servicios evaluados.....	47
<b>Tabla 12.</b> Dimensión tangible.....	48
<b>Tabla 13.</b> Dimensión Confiabilidad.....	49
<b>Tabla 14.</b> Dimensión Respuesta.....	51
<b>Tabla 15.</b> Dimensión Seguridad.....	51
<b>Tabla 16.</b> Dimensión Empatía.....	52
<b>Tabla 17.</b> Variable adicional.....	53
<b>Tabla 18.</b> Análisis de deficiencias en la dimensión tangibles.....	54
<b>Tabla 19.</b> Análisis de deficiencias en la dimensión Confiabilidad.....	55
<b>Tabla 20.</b> Análisis de deficiencias en la dimensión Respuesta.....	56
<b>Tabla 21.</b> Análisis de deficiencias en la dimensión Seguridad.....	56
<b>Tabla 22.</b> Análisis de deficiencias en la dimensión Empatía.....	57
<b>Tabla 23.</b> Análisis de deficiencias en la Variable adicional.....	57
<b>Tabla 24.</b> Factores a tomar en cuenta en el manual.....	59

<b>Tabla 25.</b> Check-list dimensión tangible.....	60
<b>Tabla 26.</b> Check-list dimensión confiabilidad.....	64
<b>Tabla 27.</b> Check-list dimensión respuesta.....	66
<b>Tabla 28.</b> Check-list dimensión seguridad.....	68
<b>Tabla 29.</b> Check-list dimensión empatía.....	70

## **CONTENIDO DE FIGURAS**

<b>Figura 1.</b> SERVQUAL modelo de medición de la satisfacción de clientes.....	19
<b>Figura 2.</b> Modelo SERVMAN.....	22
<b>Figura 3.</b> Mapa de Portoviejo.....	25
<b>Figura 4.</b> Ubicación de los establecimientos.....	40

## **RESUMEN**

El objetivo de la investigación fue evaluar la calidad del servicio en los establecimientos gastronómicos de la ciudad de Portoviejo. En la primera fase, se llevó a cabo un diagnóstico de estos establecimientos, las principales actividades económicas en el sector son el comercio de textiles y el turismo, determinando que los establecimientos tienen deficiencias tanto en infraestructura como en equipamiento. En la segunda fase, se evaluó la calidad del servicio percibida por los clientes a través de una encuesta basada en el modelo SERVQUAL, esta evaluación identificó una serie de deficiencias clave en áreas críticas como la apariencia física, la confiabilidad en los pedidos y la atención personalizada. Finalmente, en la tercera fase, se diseñó un manual de calidad para la mejora continua del servicio al cliente, centrándose en las deficiencias detectadas a partir de los resultados obtenidos en las encuestas, además, se desarrolló un checklist con pautas propuestas para mejorar la calidad del servicio ofrecido a los clientes. Se concluye que es necesario implementar mejoras en varios aspectos del servicio proporcionado por los restaurantes evaluados para elevar la calidad de la experiencia ofrecida a sus clientes.

### **PALABRAS CLAVES**

Evaluación de calidad, establecimientos gastronómicos, calidad de servicio, manual de calidad, mejora continua.

## **ABSTRACT**

The objective of the research was to assess the service quality in the gastronomic establishments in Portoviejo city. In the first phase, a diagnosis of these establishments was carried out. The main economic activities in the sector are the trade of textiles and tourism, determining that the establishments have deficiencies in both infrastructure and equipment. In the second phase, the perceived service quality by customers was evaluated through a survey based on the SERVQUAL model. This assessment identified a series of key deficiencies in critical areas such as physical appearance, reliability in orders, and personalized attention. Finally, in the third phase, a quality manual was designed for the continuous improvement of customer service, focusing on the detected deficiencies from the results obtained in the surveys. Additionally, a checklist was developed with proposed guidelines to enhance the quality of service offered to customers. It is concluded that it is necessary to implement improvements in various aspects of the service provided by the evaluated restaurants to enhance the quality of the experience offered to their customers.

## **KEY WORDS**

Quality assessment, gastronomic establishments, service quality, quality manual, continuous improvement.

# CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

## 1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Ecuador cuenta con una diversidad de establecimientos gastronómicos que ofrecen una variedad de productos y servicios a los clientes, con los cuales se ha incrementado las actividades económicas permitiendo que su movilidad turística promueva la generación de oportunidades de trabajos para la población local, a la vez que se incrementa la difusión de la diversidad gastronómica local, que es uno de los principales motivantes para los turistas locales, nacionales y eventualmente internacionales (Torres et al., 2018).

En Ecuador la calidad del servicio es uno de los requisitos importantes con los que debe contar cada uno de los establecimientos gastronómicos debido a la percepción de la calidad que actualmente se ha hecho más común en la mayoría de establecimientos que están interesados en sus clientes. Según Arteaga (2021) “la calidad del servicio, se vuelve relevante, y determinante para quien hace turismo” (p.7), ya que esto establece el incremento o reducción de la demanda, así como la diversidad de la oferta de los servicios gastronómicos que ofrecen los establecimientos.

En el país cada vez más establecimientos buscan implementar estrategias para mejorar la calidad de sus productos y/o servicios y que a su vez también exigen llevar un control de calidad en los servicios que se están ofertando. Según Mirabal (2021) el “COVID-19 ha suscitado numerosos desajustes, y por tanto, la necesidad de adaptaciones a las que hemos debido recurrir” (p.2). Las medidas de bioseguridad han sido unos de los requisitos indispensables para la reapertura de un sin número de establecimientos y en especial para aquellos que se dedican al área gastronómica, pero esta continúa siendo una de las debilidades a nivel nacional.

La industria gastronómica representa una de las principales fuentes de ingresos y, por ende, se caracteriza por exigir altos estándares en la calidad de sus productos. Además, es una de las actividades de servicios que promueve activamente el desarrollo del turismo en la región geográfica. Sin embargo, esta

industria se vio significativamente afectada durante la pandemia y se vio obligada a realizar adaptaciones, empleando plataformas digitales y servicios de entrega a domicilio para llegar a sus clientes (Salazar y Burbano, 2017).

En Ecuador, se ha identificado una problemática relevante respecto a la baja calidad del servicio ofrecido en el sector de la restauración. Esta situación genera una insatisfacción considerable entre los turistas, lo que afecta la comercialización de sus servicios y la frecuencia de visitas a los establecimientos gastronómicos (Calderón y Altamirano, 2014).

Además, se plantea la necesidad de mejorar la calidad del servicio en la industria restaurantera, la cual se enfrenta a la exigencia de adaptarse a los cambios en el entorno y a los requisitos competitivos presentados por la pandemia del COVID-19. El objetivo es perfeccionar la satisfacción general de los turistas y aprovechar eficientemente los recursos disponibles para garantizar la calidad del servicio (García et al., 2021).

Manabí es reconocida como una de las provincias de Ecuador que ofrece una amplia variedad gastronómica y es altamente valorada a nivel nacional y regional, se destaca por ser una de las más demandadas. Según Vásquez (2022), el éxito de mejorar la calidad de los servicios depende exclusivamente de los propietarios de las líneas gastronómicas” (p.5). Es importante señalar que una de las características destacadas de los manabitas es su amabilidad. Sin embargo, persisten deficiencias al ofrecer productos o servicios; la falta de capacitación de los empleados es una de las problemáticas más comunes en esta zona. Esto refleja un escaso interés por mejorar la calidad del servicio por parte de los establecimientos, lo cual se evidencia en la demanda de sus productos y/o servicios.

Además, la calidad y el cuidado en los productos de alimentos y bebidas en la provincia de Manabí está siendo tomada muy en cuenta y es por ello que Montesdeoca et al., (2019) menciona que “hoy en día, medir el nivel de satisfacción de los clientes es de vital importancia para las empresas de servicios” (p.4), esto ayuda a conocer las falencias de las empresas gastronómicas, permitiendo a su vez la mejora continua de la misma. En muchos

establecimientos los alimentos están expuestos a diversos riesgos de contaminación debido a los pocos o ningún cuidado en los procesos de producción.

En Manabí, la prestación de un servicio de calidad debe considerarse fundamental para mejorar la oferta de los establecimientos gastronómicos. Esto contribuye al aumento de emprendimientos en la provincia y permite que la demanda acceda a servicios y productos gastronómicos óptimos. De esta manera, la calidad se ha convertido cada vez más en un elemento clave en los servicios gastronómicos ofrecidos en la provincia, lo que incrementa la generación de empleo y la oferta de calidad en dichos establecimientos (Mora, 2017).

Portoviejo, un cantón de Manabí, destaca por su destacada gastronomía, la cual fue uno de los elementos motivadores para su nombramiento como ciudad creativa por parte de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en octubre de 2019. Se ha valorado especialmente la riqueza de sus cocinas tradicionales, las cuales representan uno de los atractivos distintivos de la ciudad debido a la diversidad, calidad y sabor de sus preparaciones. Esto le confiere una influencia muy significativa a nivel nacional.

El sistema turístico de Portoviejo según el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Portoviejo (GAD Portoviejo, 2020) consta de un total de 218 establecimientos gastronómicos entre restaurantes, bares, fuentes de soda y cafeterías y corresponden a categorías desde la primera a la cuarta; y a pesar de que esta infraestructura se desarrolla y va mejorando el crecimiento de la ciudad; sin embargo, aún no es suficiente para brindar servicios gastronómicos. Según Sornoza (2015) la limitada aplicación de medidas de control de calidad implementadas por los reguladores demuestra que muchas instalaciones no cumplen con los reglamentos y normas. Además de que a la mayoría de estos establecimientos tienen una deficiente supervisión o monitoreo en las actividades que se realizan dentro de ellos, provocando que los servicios o productos lleguen con falencias al consumidor o que el servicio no sea el



adecuado, con la consiguiente molestia o incomodidad de los comensales y que incide directamente en la pérdida de clientes.

El servicio al cliente es imprescindible al momento de ofrecer un producto, ya que, si no se está debidamente preparado, se presentan omisiones que son por lo general causantes de la pérdida o reducción de la demanda; según Jurado (2014) “uno de los principales inconvenientes que existe es que los propietarios de este sector no cuentan con la preparación necesaria” (p.10). En los establecimientos gastronómicos de Portoviejo muchos propietarios y el personal de dichos establecimientos no tienen una orientación de servicio; la mayoría desconoce sobre el uso de estrategias de captación de demanda, de fidelización o procedimientos para motivar a nuevos segmentos de mercado; esto trae como consecuencia la disminución de la rentabilidad o, peor aún, la reducción constante de ventas debido al incremento de clientes insatisfechos con la consiguiente pérdida de los mismos.

La atención al cliente es uno de los componentes que más importancia tiene en la aceptación del negocio en cuanto se refiere a la gestión de un restaurante por parte de los consumidores, siendo este uno de los aspectos que más importancia debe de tener en el momento del servicio para así lograr el éxito del mismo. Así mismo, existen muchos detalles referentes a la atención del cliente en los cuales también abarcan los errores que se pueden cometer según The Fork Manager (2017).

Muchos establecimientos gastronómicos de Portoviejo no cuentan con una buena atención, que depende en mucho de una actitud correcta, esto quiere decir que el hablar rápido o muy alto puede dar la impresión de agresividad. También, el realizar las labores con brusquedad o torpeza y en muchos no cuentan con un uniforme o herramientas digitales que faciliten las labores del personal.

Actualmente, con el continuo desarrollo de la tecnología, la velocidad de transmitir información y conocimiento se está volviendo cada vez más importante en el mundo actual. Según Chen (2021) la innovación es un factor clave y a su vez es actualmente una de las armas más eficaces para competir en mercados

cada vez más exigentes y complejos. Las empresas necesitan aprender a gestionar la innovación, adoptar nuevas tecnologías, tomar una postura innovadora en todas las áreas de trabajo, comunicarse con claridad y enfocarse en negocios más creativos con potencial de mercado.

Según Alarcón (2016), una de las principales causas por las cuales los establecimientos gastronómicos no tienen una gran demanda es que no son innovadores ni en sus productos, ni en su gestión y servicio, lo que impide cumplir con las expectativas del cliente. Esta es una de las razones por las que existe una carencia en la innovación de los establecimientos gastronómicos en Portoviejo provocando así una monotonía en los servicios y por ende en los productos teniendo como resultado la insatisfacción de los clientes y la pérdida de los mismos; por lo que es necesario contar con políticas que sean efectivas para lograr la satisfacción del comensal (Hoyer, 2012).

Frente a la problemática expuesta, surge la siguiente interrogante: ¿De qué manera la evaluación de la calidad del servicio contribuye a la identificación de mejoras en procesos de servicio de los establecimientos gastronómicos de la ciudad de Portoviejo?

## **1.2 JUSTIFICACIONES**

La investigación se justifica de manera teórica, metodológica y práctica que dan el sustento al proyecto a desarrollarse:

### **1.2.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA**

La investigación considera fundamentos teóricos que respaldan el desarrollo de la propuesta. Se sustenta en la definición establecida por Moscairo (2017), quien establece que la calidad en el servicio al cliente es fundamental para el buen desempeño de cualquier empresa. Destaca la importancia de la comunicación interna dentro de la empresa para garantizar un servicio de calidad. Este enfoque se respalda con lo señalado por Fuentes et al. (2020), quienes mencionan el uso de herramientas y técnicas para identificar los criterios de los clientes y las deficiencias internas del proceso, contribuyendo así a determinar la calidad en los restaurantes. Cabe destacar que esta investigación proporciona una revisión de las características relevantes de los establecimientos gastronómicos de Portoviejo, así como la evaluación de su calidad de servicio bajo los indicadores SERVQUAL.

### **1.2.2 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA**

Desde el punto de vista metodológico, esta investigación se respalda en 6 referentes principales. En primer lugar, se considera a Moscairo (2017), seguido de Sosa y Silvestre (2018), Font y Blanco (2018), Escobar (2020), Bonilla (2019) y Fuentes et al. (2020). Es importante destacar que la investigación se basa principalmente en la propuesta metodológica de Fuentes et al. (2020), quienes plantean un método para evaluar y mejorar la calidad del servicio gastronómico. Este enfoque se centra en identificar y analizar las principales fuentes de insatisfacción que afectan la percepción de calidad por parte de los clientes. En este estudio, se proponen directrices y lineamientos para obtener datos referenciales sobre la calidad percibida en los restaurantes de Portoviejo. Además, se emplean elementos empíricos que incluyen métodos, técnicas y herramientas para su desarrollo. Este tipo de investigación busca proporcionar una metodología aplicable a la realidad de los restaurantes en el país.

### **1.2.3 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA**

La investigación tiene como objetivo beneficiar al desarrollo local de Portoviejo, especialmente a los establecimientos gastronómicos. Para lograrlo, se llevará a cabo una evaluación de la calidad de los servicios en estos establecimientos, lo que resultará en la creación de un manual de calidad. Este manual beneficiará directamente el desarrollo del turismo gastronómico, ya que Portoviejo cuenta con restaurantes que promueven la gastronomía típica de Manabí.

Además, se busca preservar las tradiciones alimenticias de Portoviejo, contribuyendo así al desarrollo social, cultural, ambiental y económico. Se pretende continuar promocionando la gastronomía local. Otra contribución importante es la recopilación de información sobre el nivel de satisfacción de los clientes, lo que permitirá implementar estrategias de mejora en la atención al cliente en los restaurantes evaluados. Esto, a mediano plazo, se reflejará en un aumento de la demanda y en servicios más acordes a los requerimientos de los clientes.

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1 OBJETIVO GENERAL**

Evaluar la calidad de servicios para la identificación de mejoras en procesos de servicio de los establecimientos gastronómicos de la ciudad de Portoviejo.

### **1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un diagnóstico de los establecimientos gastronómicos de la ciudad de Portoviejo.
- Analizar la calidad de los servicios percibida en los establecimientos gastronómicos de Portoviejo.
- Proponer mejoras que contribuyan a la identificación de mejoras del servicio al cliente en los establecimientos gastronómicos de Portoviejo.

## **1.4 IDEA A DEFENDER**

La evaluación de la calidad contribuirá en la identificación de mejoras en procesos de servicio de los establecimientos gastronómicos de la ciudad de Portoviejo.

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

Para la realización de esta investigación es necesario tener un fundamento teórico, por lo que se establecieron acápites con los aspectos y opiniones de diferentes autores que consolidan las variables de estudio, además se hizo un análisis de los mismos donde se encontraron aspectos básicos que contribuyen hacia a una mejor comprensión del lector.

### **2.1. GASTRONOMÍA EN ECUADOR**

La gastronomía, en la antigüedad, no era más que degustar de un plato y era de poca relevancia conocer el origen de la receta o la técnica de preparación del mismo; sin embargo, hoy en día existen investigadores que están tras rutas gastronómicas a nivel mundial ya que consideran importante mantener el legado cultural que deja la cocina. Ante esto, Torres et al. (2018) afirman que, “gracias a la cumbre gastronómica organizada por la Organización Mundial del Turismo, se ha logrado despertar curiosidad por la cocina” (p.732).

De acuerdo a lo citado, los investigadores se percataron de que la gastronomía representa la cultura de un país y de ahí viene su valor como tal, además, para que éste tenga una importancia mucho más considerable existen otros factores que ayudan a conseguirlo como es el caso de los turistas, debido al papel de ellos dentro de la comida, un ejemplo claro es la manera que tipo de carta prefiere de acuerdo a sus gustos y preferencias

Ecuador es un país con mucha riqueza cultural, posee territorios donde tienen sus propias costumbres y tradiciones, que ha pasado a través de las generaciones como el caso de la gastronomía que hace referencia a la preparación de un plato en base a una receta posiblemente tradicional, según Rivas (2020) “la gastronomía es un legado importante ya que es la identificación cultural de un país” (p.117). La representación de la cocina ha transcurrido desde la antigüedad, y trata de pasar los conocimientos adquiridos por medio de costumbres, lo que en la actualidad ha sido un valor muy relevante para el turismo, una de las causas del desplazamiento de los turistas es la gastronomía.

La gastronomía incluso forma parte de un patrimonio intangible debido a que está lleno de saberes ancestrales transmitidos familiarmente (Ureta y Real, 2020, p.4), es decir que la gastronomía está construida a partir de una intangibilidad que a lo largo del tiempo se ha convertido en un aspecto importante no solamente para la cocina, sino también para la actividad turística, gracias a ello se han realizado eventos importantes conocidos como “Ferias gastronómicas” con el fin de promover las costumbres y tradiciones ecuatorianas.

En este contexto “Guayaquil es un destino turístico donde existe una amplia variedad de oferta gastronómica hecha a base de recetas tradicionales” (Carvache et al. 2018,p. 124), la ubicación geográfica del país cumple un papel importante para la gastronomía, ya que al estar en un sitio fácil de conseguir diferentes productos existe la posibilidad de crear o elaborar diferentes tipos de platos, sumándole a esto las costumbres ancestrales que han dejado los antepasados donde su mayoría usaban técnicas especiales de cocción.

Por otra parte, Arteaga (2021) considera que, “lo que hace importante a la gastronomía ecuatoriana son los componentes culturales y agrícolas que posea un territorio” (p.227), ya que en todo lugar siempre hay un ingrediente cultivado que destaca más; en la costa predomina el plátano como ingrediente principal en las comidas de los habitantes, mientras que en la zona andina platos hechos en base a verduras vegetales, en la región insular mariscos y en la Amazonía con recursos provenientes de sus ríos.

Para Montalván y Cabrero (2019) “es importante identificar los elementos que tiene la gastronomía ecuatoriana porque es el punto de partida para la identidad cultural” (p.127). Indudablemente se ha notado un nivel significativo sobre el valor que posee la cocina en Ecuador también el apoyo que ha estado recibiendo por parte de ONG’s, promoción a través del Ministerio de Turismo y ferias gastronómicas que se han venido desarrollando últimamente todo esto es realizado con el fin de mantener los saberes ancestrales de la cultura gastronómica ecuatoriana. Aportando a lo anterior, la gastronomía de Ecuador es importante porque ayuda a fomentar elementos intangibles a través de recetas tradicionales (Rivera, 2020, p.45).

La gastronomía de Ecuador según Ortiz (2018) “se caracteriza por una gran variedad de sabores y aromas los cuales se funden en un elemento esencial llamado calidad” (p 5). Esta cocina es mixta entre las costumbres de sus moradores y sus culturas pasadas a lo largo del tiempo a sus descendientes. Los cuales han escrito la historia en el país, brindando una gran variedad de alimentos tradicionales a cada uno de sus clientes.

Las principales características de la gastronomía es la comida tradicional, platos innovadores, variedad de productos tanto nativos como de otras latitudes, pero si por algo se puede identificar a la cocina tradicional del resto, es en las siguientes características fundamentales.

### **-Cocina de reflejo sociocultural**

Se considera como una de las características fundamentales de la cocina tradicional, la misma que surge de los productos de la tierra. En base a las necesidades de las personas –influenciadas por la zona en la que viven y los víveres de los que disponen (productos de temporada)-, estas han ido desarrollando diferentes formas de cocinar un mismo producto.

### **-Cocina de base**

Es aquella que se la considera como la cocina tradicional con técnicas y productos clásicos, de toda la vida; se puede decir, por tanto, que la cocina tradicional constituye la base sobre la que emergen otros tipos de cocina, como la cocina de vanguardia, por ejemplo; como todo en la vida, se necesita evolucionar y de igual forma así ha ocurrido en la cocina tradicional.

### **-Cocina de aprovechamiento**

Es por ello que una de las características de la cocina tradicional más representativas es el aprovechamiento de los productos. Antes de tener que tirarlos, se preparaban diferentes recetas con un mismo producto. El imaginario era fundamental para no comer siempre lo mismo.



## **2.2. CARACTERÍSTICAS DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE MANABÍ**

La provincia de Manabí es un territorio con un considerable potencial turístico, provocando el desplazamiento de turistas nacionales y extranjeros. Una de las razones es la cultura gastronómica que existen dentro de la zona, donde se toman en cuenta todos los elementos o factores en relación a gustos y preferencias del visitante, aquí entra el valor único de cada uno de los establecimientos gastronómicos que puede ir desde la manera de presentar la carta (comida típica-tradicional) hasta el ambiente en el que se encuentra. Así como lo menciona Alvarado (2021) “una de las características en poseer ciertos establecimientos gastronómicos en Manabí son los espacios armoniosos” (p.16).

Existen otras características que quizás no sean visible, como lo es la manera de ofrecer el servicio en estos establecimientos gastronómicos que en su mayoría tienen una temática acorde al tipo de carta que ofrecen, esto les da un nivel alto de atraktividad hacia el turista convirtiendo el lugar en un sitio donde la gastronomía es mucho más que la presentación de un plato. Sin embargo, Zambrano (2021) considera que “la innovación es de suma relevancia si se va hablar de características en establecimientos” (p.10).

Se puede añadir que en el territorio manabita los establecimientos que se dedican a la gastronomía enfocan sus servicios de acuerdo a la zona que los rodea como es el caso de restaurantes que destacan no solo por su comida elaborada a partir de plátano sino también por ofrecer ese mismo plato en diferentes presentaciones. Por otra parte, “la eficiencia y eficacia es otra de las características importantes que no todos los locales gastronómicos poseen” (Viera, et al, 2019, p.22). Es decir, que un establecimiento debe considerar todos los aspectos necesarios al momento de querer brindar el servicio de alimentación a los turistas no solamente enfocarse en la carta sino ser cuidadoso en la toma de decisiones.

También en Manabí, por lo general, los establecimientos de gastronomía, como la comida típica-tradicional están bajo un ambiente rural, por lo que encontrarlos en ciudades es complejo, aun así, hay algunos que han migrado a las zonas

urbanas con la intención de hacerse conocidos, y esta es la razón por la cual algunos de estos establecimientos han perdido algunas características únicas que lo hacían llamativos. Además, “hay ciertas características que van vinculadas con la gestión de los establecimientos gastronómicos como la categoría a la que pertenecen” (Pérez,2021, p.126).

La provincia de Manabí cuenta con gran riqueza cultural gastronómica, por la cual la ciudad de Portoviejo de Manabí fue nombrada por la UNESCO como ciudad creativa por su extensa gastronomía llevando así a considerar a Manabí como una de las provincias que contribuye con el fomento del turismo regional atrayendo turistas extranjeros y nacionales movidos o incentivados por la elaboración de un plato. Los establecimientos de gran relevancia se deben a las características por las que se da el servicio, producto o por la misma infraestructura de la que está construido el local. Para Biller (2021) “los elementos distintivos en los locales de gastronomía no son la única forma de atraer turistas” (p.45).

Dicho de otro modo, no hay que enfocarse solamente en las características de un establecimiento gastronómico, existen otros componentes por lo cual los locales pueden darse a conocer, más aún si se trata de comida típica-tradicional, hoy en día son decena de turistas que buscan este tipo motivación para desplazarse desde su lugar de origen agregando a esto el interés que ha despertado en investigadores por conocer detalladamente la cultura gastronómica. La calidad del servicio es una característica especial que no todos los establecimientos poseen (Escobar, 2020).

De la misma manera los habitantes manabitas tienen arraigada en su cultura la hospitalidad. Esto influencia, también la calidad del servicio en los establecimientos gastronómicos, convirtiéndose también en una de las razones por la que vuelve el turista, aparte de la receta tradicional que degustó.

Además, la carta que ofrecen estos establecimientos gastronómicos generalmente incluyen la Tonga y el Bollo, que son platos típicos tradicionales preparados a partir del plátano, ya que es un ingrediente muy conocido en la provincia de Manabí, por lo que también forma parte de la agricultura, en el

mismo contexto, existen otros platos como; caldo de gallina criolla, morcilla, suero blanco, longaniza, entre otros, todo esto hace que Manabí sea un territorio lleno de cultura ancestral debido que estos alimentos son preparados por una receta que pasa de generación en generación.

En la provincia de Manabí es común ver establecimientos gastronómicos en diferentes lugares lo que hace que la oferta se vuelva variada, sin embargo, lo importante es conocer qué tipo de carta se está ofreciendo y porque lo vuelve tan atractivo para el turista. Según Félix et al. (2021a) “En la actualidad la gastronomía desempeña un papel fundamental en Manabí donde ya existen corredores gastronómicos” (p.1). agregando a lo anterior estos establecimientos que son parte de esta ruta están ubicados en cantones de la provincia de Manabí, por lo general están cercano a algún recurso o atractivo turístico aprovechan la oportunidad de darse a conocer sobre todo en temporadas altas donde la afluencia de visitantes es mayor.

Todos estos locales que están dentro de los corredores gastronómicos en la zona centro norte de la Provincia de Manabí son visitados por muchos turistas a lo largo del año, sobre todo aquellos que promueven la cultura manabita a través de la comida típica-tradicional que ofrecen los establecimientos ya que es su forma principal de llamar la atención a sus visitantes. Como lo expresa Félix (2021b) “existen 58 establecimientos gastronómicos ubicados en los cantones de Rocafuerte, Tosagua, Chone y otros son visitados constantemente” (p.1).

Hay dos motivos por lo que estos establecimientos gastronómicos son visitados constantemente por turistas, el primero se debe a la cercanía que tienen estos a los principales recursos turísticos de la zona, y el segundo es por la segmentación de las actividades que se realizan, hay zonas turísticas que brindan experiencias donde la alimentación está incluida; es necesario también tener una amplia oferta gastronómica que tenga una amplia variedad de platos tradicionales (Mendoza,2019, p.22).

Aportando con lo citado es importante que los establecimientos gastronómicos amplíen su oferta no solamente ofrecer lo mismo, sino también innovar al momento de preparar una receta debido que hay locales que no varían en el tipo

de comida que ofrecen tornándose monótono para el turista, esto también va de la mano con el tipo de establecimiento que el turista visita.

La oferta gastronómica en la provincia de Manabí es diferente a la de otros territorios del Ecuador, cabe mencionar que esta región pertenece a uno de los cuatro mundos que se ofrecen en la promoción turística del país, donde en su mayoría es normal encontrar productos gastronómicos preparados a base de comida marina o agrícola, sin embargo, “algunos establecimientos intentan promover las costumbres y tradiciones al momento de comercializar su carta esto provoca una oferta gastronómica variada” (Álava, 2021, p.406). El territorio manabita posee de mucha riqueza cultural eso se evidencia al momento de degustar cualquier tipo de plato típico, por lo general son preparados a partir de costumbres o tradiciones que en muchos casos se debe a las raíces campesinas.

Por otra parte, ciertos establecimientos de gastronomía tienen en cuenta que la oferta gastronómica también forma parte de su competitividad, para Ruiz (2018) “es necesario llevar a cabo un proceso correctamente estructurado que permita mejorar la gastronomía manabita” (p.113). Tal y como lo mencionó el autor hay ciertos factores de relevancia cuando se estudia un componente a profundidad por lo que es cierto, para enfocarse en la oferta gastronómica no solamente se debe identificar el tipo de comida típica o tradicional que se esté ofertando sino también ver el valor único que tiene dicho establecimiento.

De la misma manera hay otros lugares dentro de la provincia de Manabí que son visitados comúnmente por turistas debido a la alta oferta gastronómica que se encuentra, como es el caso de Manta que según Calderón (2018) “el cantón posee de ventajas geográficas y su principal recurso que es el mar” (p.30) la gastronomía de este lugar está basada principalmente en alimentos provenientes del océano, cabe destacar que cuando se habla de comida típica-tradicional no se trata solamente de comida la comida montubia ya que Manabí posee de diferentes rasgos culturales por lo que convierte a este territorio en un destino con una oferta gastronómica variada.

### **2.3. CALIDAD DE SERVICIO EN ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS MANABITAS**

Hoy en día los clientes tienen perspectivas diferentes en cuanto al trato que reciben en el sector del servicio, más aún, cuando la tecnología está al alcance de las manos es importante que se haga una reflexión sobre el éxito que una empresa gastronómica desea alcanzar. En ese sentido, los restaurantes están en la obligación de mejorar la calidad de los servicios con la finalidad de enganchar y fidelizar a los consumidores. Por tanto, es necesario que se haga un análisis de las problemáticas que hace falta mejorar para brindar innovación en situaciones que son necesarias para cumplir con los objetivos sostenibles de la organización.

La calidad de servicio según (Carbo, 2015) “pretende superar las expectativas y cumplir con las condiciones referentes a la fiabilidad que es uno de los puntos importantes” (p 10). Por lo tanto, la calidad de servicio que se maneja en la provincia de Manabí permite a los clientes comprobar el estado de atención que puede ofrecer los establecimientos, permitiéndole saber las necesidades de los usuarios y medir su satisfacción por dicho servicio.

“Las estrategias en los restaurantes se aplican para mejorar la atracción de nuevos clientes” (Cabrera, 2019. p12), además, “es una necesidad para los establecimientos en alimentos y bebidas en mejorar los procesos de producción, operación e innovación” (Monrroy, 2021.p. 26). Por tanto, es fundamental que por más que sean negocios pequeños, deben de tener una visión estratégica cuando se está desarrollando la planificación.

En este aspecto, los establecimientos gastronómicos en Manabí no han desarrollado el enfoque de calidad tanto de su negocio como la de los clientes, ya que aún se evidencia la limitada capacidad para brindar un servicio de calidad. Es decir, no existe una garantía de fidelización de los clientes pese a tener una excelente sazón, lo importante nace en conocer esos procesos técnicos que fortalezcan las habilidades empíricas. “Las PYMES y grandes empresas buscan garantizar que los procesos de calidad en los restaurantes sea la clave del éxito” (Betancourt, et al, 2018.p. 40). Por eso, “la calidad se basa en los valores y ética

que corresponda a una función estratégica de los establecimientos de comida” (Monroy y Urcadiz, 2019, p. 123).

La calidad de los servicios en establecimientos gastronómicos forma parte fundamental para alcanzar el éxito en el desempeño de las operaciones; esta corresponde al grado de satisfacción que experimenta un cliente relacionada con la atención recibida, la eficiencia del servicio; para conocer cuáles son las necesidades y expectativas de los clientes y así poder ofrecer un servicio de calidad en la empresa por lo que es necesario medir las percepciones de los clientes con respecto a conceptos que constituyan el servicio general.

Este mismo autor menciona que la calidad de un servicio tiene dos dimensiones: una instrumental que describe los aspectos físicos del servicio y otra relacionada con las características funcionales que describe los aspectos intangibles o psicológicos del servicio. Entonces las dimensiones de la calidad del servicio son: tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, garantía, empatía; cuando se habla de elementos tangibles refiere a apariencia de las instalaciones físicas, el equipo, el personal y la comunicación, la confiabilidad es la manera de ofrecer el servicio prometido de manera confiable y precisa. La capacidad de respuesta es la manera de ayudar a los clientes y a prestar el servicio inmediatamente, también se debe tener el conocimiento y cortesía de los trabajadores y su capacidad para inspirar confianza y de la misma manera la empatía. El servicio va desde la apariencia física, capacidad de confiar, capacidad de prestar el servicio y cumplimiento de lo que el cliente espera recibir de la empresa.

Refiriendo a la gastronomía en Manabí se puede decir que el servicio es deficiente esto se debe a la falta de capacitación pocas personas profesionales en el área, la poca empatía para dirigirse a los clientes no es la misma perspectiva con la que llegan, es decir, el progreso va en decadencia por las malas actitudes, deficiente atención, lentitud al momento de recibir una orden, así como otras negligencias que evitan tener una buena experiencia de calidad en los turistas.

Por lo tanto, es importante y congruente que se promuevan en los establecimientos que realicen procesos que ayuden a facilitar el servicio, es

decir, brindando capacitaciones al personal, realizando estrategias de calidad e implementando soluciones a la brevedad posible. Por otro lado, los restaurantes pequeños en la provincia de Manabí tienen que conocer la necesidad de que haya factores determinantes que ayuden realmente a progresar.

## 2.4 METODOLOGIA DE EVALUACION DE CALIDAD DE SERVICIOS EN ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

Es importante mencionar que la calidad del servicio se refiere a la percepción del cliente sobre el servicio recibido entonces se define el término servicio como la prestación principal o complementaria de una empresa, sea esta un producto o un servicio, entonces al hablar de calidad en el servicio es una actitud a largo plazo resultado de una evaluación total de desempeño la calidad de servicio es considerada de carácter subjetiva, por la intangibilidad, lo abstracto y lo multidimensional de sus características. Por esto la medición de dicha calidad se obtiene como resultado de la satisfacción de necesidades, expectativas y deseos del cliente (Vivar y Barragán, 2017).

En relación a las metodologías de evaluación de la calidad de servicios una de las escalas de medición más representativas es el modelo **SERVQUAL**, planteado por Parasuraman, et al. (1993), quienes definen “calidad de servicio como la holgura de las brechas que existe entre las expectativas y las percepciones que tiene el cliente con respecto a la prestación del servicio” (p 54).

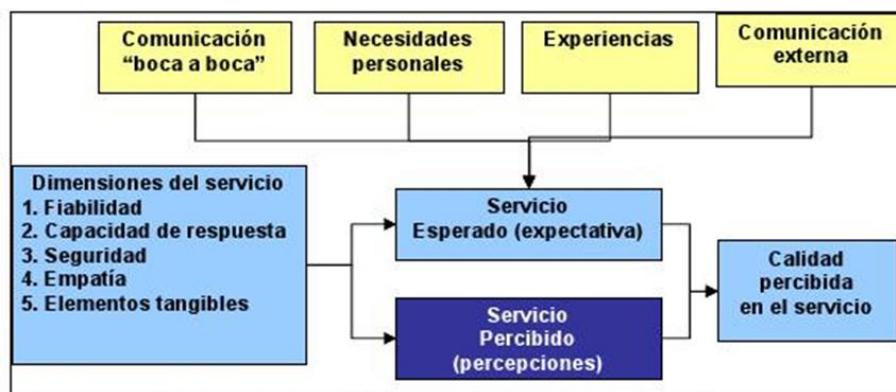
**Tabla 1. Modelo SERVQUAL**

Actividad	Herramienta
1 Levantamiento de variables	Investigación exploratoria - Muestra de máxima variación
	Método Delphi - Muestra de expertos
2 Obtención de dimensiones	Diagrama de afinidad
3 Validación de dimensiones	Encuestas
4 Ponderación de dimensiones	Matriz de priorización
	Medición de expectativas

Fuente: Vivar y Barragán (2017)

De acuerdo a Mesas (2018), en los restaurantes la calidad del servicio está “determinada por un conjunto de factores, además del menú; entre estos figuran la infraestructura física, capacidad de respuesta, confiabilidad, precio, satisfacción, de presentación del negocio” (p 3). En base a los antecedentes sobre modelos de evaluación de calidad del servicio en restaurantes es importante tener en consideración la apreciación dada por los clientes de acuerdo a los parámetros de evaluación ajustados a los valores de la escala de Likert que varían de 5 a 7 ítems en este modelo se emplea métodos de recolección de datos utilizados en la investigación, empleando entrevistas personales, enfoque cuestionario y las entrevistas telefónicas.

Figura 1. SERVQUAL- modelo de medición de la satisfacción de clientes



Fuente: Vivar y Barragán (2017)

Este modelo permite diferenciar las expectativas del cliente y lo que en realidad percibe al obtener un servicio mediante un índice de satisfacción del cliente un indicador que se obtiene mediante el tratamiento adecuado de la información que se obtiene al aplicar esta herramienta de evaluación de la calidad del servicio que es **SERVQUAL**. Como se observa (ver tabla 2) Este tipo de modelo aplica una encuesta estandarizada empleando dimensiones de fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles.



Al momento de valorar la calidad de los servicios en restaurantes es esencial tomar en consideración seis dimensiones las mismas que se subdividen en 23 criterios valorados teniendo presente la calidez en la recepción del cliente, calidez durante la estancia, variedad de productos entre otros elementos como se observa en la tabla 2.

**Tabla 2.** Levantamiento de dimensiones y variables

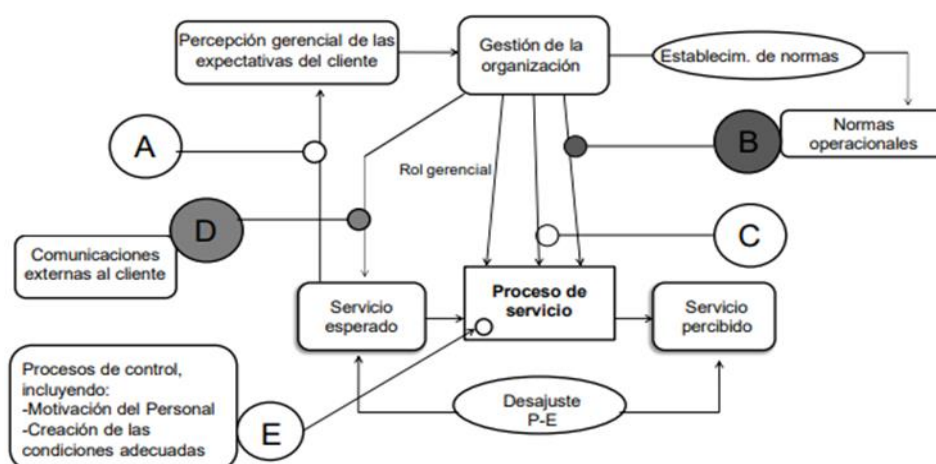
<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ASPECTO VALORADO</b>	
<b>SERVICIO AL CLIENTE</b>	1	Calidez en la recepción del cliente
	2	Calidez durante la estancia (Personal amable y dispuestos a ayudar)
	3	Atención personalizada
	4	Personal no comete errores
	5	Personal resuelve problemas con rapidez
	6	Personal tienen el conocimiento total de productos y promociones
	7	Menú o carta es explícita y clara
	8	Tiempo de atención al cliente es conveniente
	9	Existe el personal suficiente para cumplir las necesidades de los clientes
	10	Suministros se encuentran correctos (vasos, platos, cubiertos, servilletas, etc.)
<b>ALIMENTOS</b>	11	Existe variedad de productos para satisfacer las necesidades del cliente
	12	Presentación / Apariencia del producto
	13	Sabor del producto
	14	Cumple con lo ofertado en la carta o menú
<b>ENTORNO - AMBIENTE</b>	15	Apariencia o decoración de las instalaciones
	16	Ambientación (entorno) agradable
	17	Privacidad
	18	Comodidad mesas / sillas
<b>HIGIENE</b>	19	Instalaciones limpias (Pisos, Mesas, Cocina, etc.)
	20	Apariencia pulcra del personal
	21	Higiene de Sanitarios
<b>SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</b>	22	Reservaciones, Internet, Parqueadero, Entretenimiento, etc.

Fuente: Vivar y Barragán (2017)

Otro modelo de evaluación es **SERVPERF**, debe su nombre a la exclusiva atención que presta a la valoración del desempeño (SERVice PERFormance para la medida de la calidad de servicio.), el cual se adapta a los servicios con el propósito de medir las percepciones de calidad asociadas con el servicio público. De igual forma, han mostrado la pertinencia del uso de modelos de la calidad en el servicio, para evaluar dimensiones de calidad asociadas con la satisfacción de los usuarios lo que al final se refleja en la mejora de los procesos de prestación del servicio (Fontalvo et. al., 2020).

Otro modelo es el **SERVMAN** que se basa en el paradigma de las discrepancias, concibe la calidad del servicio como la diferencia entre expectativas y percepciones. Este modelo presenta como peculiaridad el intento de establecer nexos causales entre gaps internos y gaps externos. Centra su atención en las personas, la motivación, la creación de condiciones adecuadas, destacando el rol gerencial en su desarrollo. Este modelo primero analiza la percepción general de las expectativas de los clientes para su posterior gestión es decir factores internos como externos para poder calificar el servicio esperado (ver figura 1).

Figura 2. Modelo SERVMAN



Fuente: Padilla (2020)

El modelo de los tres componentes es expuesto por Rust y Oliver (1994) en donde el servicio y sus características, que hace referencia al proceso de diseño del servicio antes de ser entregado al cliente, incluyendo sus características específicas y objetivos del servicio. El ambiente del servicio, que se divide en interno (siendo este la cultura organizacional y la filosofía de la dirección para proveer el servicio), y externo (haciendo referencia al ambiente físico de la prestación del servicio).

Este modelo delimita tres componentes esenciales que siempre están presentes en la calidad del servicio: el servicio y sus características, el ambiente del servicio y el servicio entregado. El primero se refiere a cómo el servicio fue diseñado para ser entregado, incluyendo sus características específicas y objetivos del servicio. El ambiente del servicio se dividió en interno: cultura organizacional y filosofía de la dirección para proveer el servicio, y externo: ambiente físico del servicio.

Otro modelo es el propuesto por Johnson, et al, (1995) incluye tres fases para que el servicio sea valorado por el cliente como servicio de calidad:

- 1) Input: en esta fase se analizan los factores tangibles que el cliente puede valorar a primera vista.
- 2) Process: en esta fase el cliente evalúa cómo es atendido por el proveedor del servicio considerando la actitud, la información recibida y la disposición del proveedor en la entrega del servicio.
- 3) Output: en esta última fase el cliente realiza una evaluación.

## **2.5. DIMENSIONES PARA LA EVALUACIÓN DE CALIDAD EN ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS EN MANABÍ**

En el entorno competitivo de hoy, las organizaciones deben ponerse en el contexto de los clientes y establecer sus políticas basadas en su punto de vista, puesto que la calidad, debe responder a las necesidades y demandas. La falta de una relación directa con el cliente hace que los responsables de la toma de decisiones y los planificadores fallen en la determinación de sus prioridades, lo

que causa a su vez un fallo en el rendimiento del servicio por las expectativas del cliente (Coronel, et al. 2019).

**Tabla 3.** Dimensiones de la calidad del servicio del modelo ServQual

<b>Dimensiones</b>	<b>Descripción</b>
<b>Tangibles</b>	Las instalaciones físicas, equipos y apariencia del personal
<b>Fiabilidad</b>	Habilidad para realizar el servicio prometido de forma precisa
<b>Respuesta</b>	La voluntad de ayudar a los clientes y ofrecer un servicio rápido
<b>Aseguramiento</b>	Conocimiento y cortesía de los empleados y su capacidad para inspirar confianza y seguridad
<b>Empatía</b>	El cuidado, la atención individualizada a la empresa proporciona a sus clientes

*Fuente:* Coronel, et al. (2019)

Como se ha indicado el modelo SERVQUAL es el modelo más empleado para medir la calidad del servicio, otros modelos de la calidad del servicio también se han discutido en la literatura como la escala de medición SERVPERF, considerando solo el rendimiento, mediante dimensiones que son 5 tangibles, fiabilidad, respuesta, aseguramiento y empatía. Por otra parte, para evaluar la evaluación de la calidad de servicios en restaurantes se puede emplear la herramienta DINESERV una herramienta, para medir la calidad en restaurantes, propuesta por Stevens y Knutson.

El modelo SERVQUAL es el más adecuado, ya que mide la calidad del servicio, mediante las expectativas y percepciones de los clientes, en base a cinco dimensiones, que son; dimensión de fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía, y elementos tangibles; se lo tomó en consideración debido a que es un modelo frecuentemente empleado en establecimientos de servicios de restauración además que permite analizar aspectos cuantitativos y cualitativos de los clientes permite conocer factores incontrolables e impredecibles de los clientes. El SERVQUAL proporciona información detallada sobre opiniones del cliente sobre el servicio de las empresas, comentarios y sugerencias de los clientes de

mejoras en ciertos factores, impresiones de los empleados con respecto a la expectativa y percepción de los clientes.

Esto constituye una adaptación del SERVQUAL al contexto de la restauración. El instrumento fue ideado en principio con 40 ítems; finalmente los autores lo redujeron a 29, manteniendo las cinco dimensiones del Servqual si bien se centra únicamente en las percepciones, siguiendo el modelo SERVPERF; en cuanto a la escala de respuesta utilizada, es similar a la del SERVQUAL: de 1 a 7 (1 fuertemente en desacuerdo; 7 fuertemente de acuerdo). DINESERV está adaptado de manera que permita determinar cómo perciben los clientes la calidad de servicio en un restaurante (Aiteco, 2018).

Es importante tener en consideración la percepción que tenga el cliente sobre la calidad del servicio en los restaurantes, aspecto sumamente importante para una empresa; un cliente satisfecho es un cliente que volverá al local y lo recomendará a otras personas. Por el contrario, el 91% de los clientes insatisfechos no volverá y comentarán su experiencia negativa a otras 8 o 10 personas.

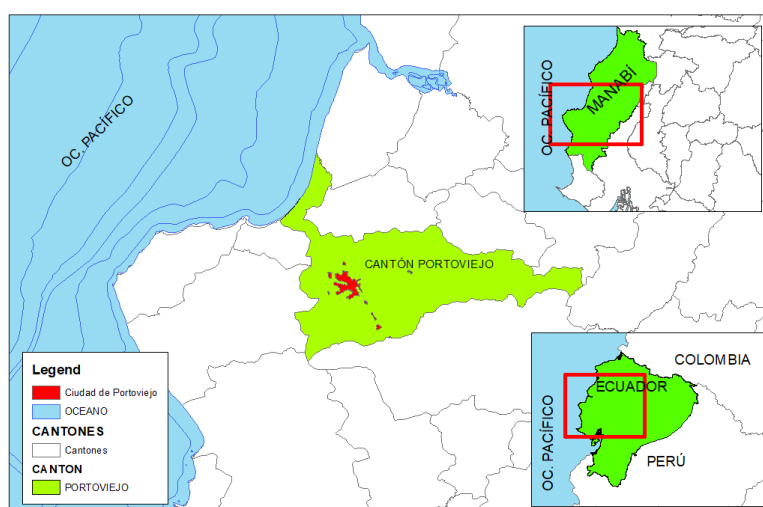
## CAPÍTULO III. DISEÑO METODOLÓGICO

La presente investigación fue de carácter exploratorio no experimental, la cual se desarrolló con un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) a partir de estudio de campo e investigaciones documentales y bibliográficas. Los métodos que se implementaron fueron el descriptivo y el analítico sintético lo que permitió conocer la situación real del área de estudio y su resultado en base a la propuesta planteada.

### 3.1 UBICACIÓN

Portoviejo es uno de los 22 cantones de la provincia de Manabí, y es considerada la capital de la misma. Se encuentra ubicado en la parte central de la costa del Ecuador, geográficamente a una altitud de 53 metros sobre el nivel del mar. Las coordenadas geográficas correspondientes son  $1^{\circ} 3'16.5''S$   $80^{\circ} 27.268''W$ . Su división política consta de cinco parroquias en el distrito rural conformado por: San Plácido, Alajuela, Abdón Calderón, Crucita y Río Chico y nueve parroquias en el distrito urbana: 12 de marzo, Andrés de Vera, Portoviejo, Colón, Francisco Pacheco, Picoazá, San Pablo, 18 de octubre y Simón Bolívar (GAD Portoviejo, 2014).

Figura 3. Mapa de Portoviejo



Fuente: Elaborado por los autores a partir de ArcGIS

Tiene una superficie de 954,9 km<sup>2</sup>, el 60% del suelo es utilizado por los habitantes en actividades de índole agrícola, ganadera, silvicultura y avicultura, sus fronteras corresponden a diferentes cantones; Rocafuerte, Sucre, Junín y Bolívar al norte; con Santa Ana al sur, al este con los cantones Pichincha y Santa Ana y al oeste con Montecristi y el Océano Pacífico (GAD Portoviejo, 2014).

### 3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para definir el diseño metodológico se realizó una comparación de seis propuestas metodológicas relacionadas con el tema de investigación: Moscairo (2017); Sosa y Silvestre (2018); Font y Blanco (2018); Escobar (2019); Bonilla (2019) y Fuentes, et al. (2020), las cuales se detallan en la siguiente tabla.

**Tabla 4.** Metodologías referenciales

<b><i>Moscairo (2017)</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Evaluación de la calidad de servicio en la atención a los clientes en restaurantes turísticos de cinco tenedores de la ciudad de Puno.</li> <li>● Determinación del nivel de satisfacción de los clientes de restaurantes turísticos de la ciudad de Puno.</li> <li>● Propuesta de un modelo de estrategias de medición del servicio de calidad estandarizada para los restaurantes turísticos.</li> </ul>
<b><i>Sosa y Silvestre (2018)</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Definición de las características de la comida típica Colimota para generar un estándar de evaluación.</li> <li>● Elaboración de un manual estandarizado de platillos típicos de comida Colimota dirigido a los propietarios de los establecimientos de alimentos y bebidas.</li> </ul>
<b><i>Font y Blanco (2018)</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Caracterización del hotel y el área de alimentos y bebidas.</li> <li>● Identificación de los subprocesos asociados.</li> <li>● Esquematización de los subprocesos identificados.</li> <li>● Identificación de indicadores de evaluación.</li> <li>● Medición del desempeño del proceso objeto de estudio.</li> </ul>
<b><i>Escobar (2019)</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Definición de instrumentos.</li> <li>● Evaluación de la calidad del servicio.</li> <li>● Interpretación de datos.</li> <li>● Propuestas de mejora.</li> </ul>

- Bonilla (2019)**
- Identificación de la calidad de servicio con respecto a los elementos intangibles.
  - Analizar la fiabilidad que tiene el snack.
  - Valoración de la capacitación de respuesta que brinda el snack.
  - Determinación de la seguridad según el conocimiento de los servicios prestados.
  - Identificación de la empatía del snack respecto a la atención personalizada.

- 
- Fuentes, Gonzales, Parrado y Gálvez (2020)**
- Organización del trabajo.
  - Selección y descripción del proceso de servicio a analizar.
  - Medición y análisis de la calidad del servicio percibida por el cliente.
  - Mejoramiento continuo del proceso de servicio objeto de estudio.
- 

*Fuente: elaborado por los autores*

**Evaluación de la calidad del servicio desde la perspectiva del cliente en los restaurantes turísticos de 5 tenedores en Puno - Moscairo (2017):** el propósito fue evaluar la calidad de servicio en los restaurantes de 5 tenedores desde el punto de vista del cliente y conocer su nivel de satisfacción en la ciudad de Puno, esta investigación contó con tres fases la primera fue evaluar la calidad de servicio en la atención a los clientes en restaurantes turísticos de cinco tenedores de la ciudad de Puno, como segunda fase determinar el nivel de satisfacción de los clientes de restaurantes turísticos de la ciudad de Puno, como tercera y última fase proponer un modelo de estrategias de medición del servicio de calidad estandarizada para los restaurantes turísticos.

**Evaluación de la calidad de los servicios turísticos gastronómicos en los establecimientos de alimentos y bebidas de comida tradicional regional Colimota en Manzanillo, Colima - Sosa y Silvestre (2018):** la investigación corresponde a la segunda etapa del proyecto “Evaluación de la calidad de los servicios turísticos gastronómicos en los establecimientos de alimentos y bebidas de comida típica Colimota en Manzanillo, Colima” la cual consiste en definir las características de la comida Colimota para generar un estándar de evaluación y elaborar un manual de platillos de comida Colimota.

**Calidad del servicio en el proceso alimentos y bebidas de un hotel en Ecuador - Font y Blanco (2018):** la investigación tiene como fin, evaluar la calidad del servicio en el proceso alimentos y bebidas de un hotel en la ciudad



de Manta, la cual está estructurada de cinco etapas las cuales son caracterización del hotel y el área de alimentos y bebidas, identificación de los subprocesos asociados, esquematización de los subprocesos identificados, identificación de indicadores de evaluación y por último la medición del desempeño del proceso objeto de estudio

**Evaluación de la calidad en el servicio del subsector de restaurantes en la ciudad de Santiago de Cali - Escobar (2019):** este estudio tuvo como objetivo proponer un modelo de evaluación de la calidad del servicio para medir la percepción de los usuarios con el fin de proporcionar alternativas de solución para mejorar la competitividad, la cual se desarrolla en cuatro fases que fueron definición de instrumentos, evaluación de la calidad del servicio, interpretación de datos y por último la propuesta de mejora con el fin de dar respuesta a las dimensiones con menor puntaje de percepción.

**Evaluación de la calidad de servicio en el snack Don Benny, Chiclayo - Bonilla (2019):** el estudio tuvo como principal objetivo conocer la calidad de servicio al cliente en el Snack Don Benny, ubicado en la ciudad de Chiclayo, entre las fases para llevar a cabo esta investigación están identificar la calidad de servicio con respecto a los elementos tangibles, analizar la fiabilidad que tiene el snack, valorar la capacidad de respuesta que brinda el snack, determinar la seguridad según el conocimiento de los servicios prestados, identificar la empatía del snack respecto a la atención personalizada.

**Evaluación de la calidad percibida de servicios en restaurante a la carta - Fuentes, Gonzales, Parrado y Gálvez (2020):** esta investigación tuvo como objetivo fundamental evaluar y mejorar la calidad percibida del servicio gastronómico que se compone de cuatro fases que son: organización del trabajo, selección y descripción del proceso de servicio a analizar, medición y análisis de la calidad del servicio percibida por el cliente y el mejoramiento continuo del proceso de servicio objeto de estudio.

### 3.3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En este esquema metodológico se propuso la evaluación de la calidad del servicio en establecimientos gastronómicos, se describen las fases, actividades, métodos, técnicas y herramientas, así como también se detallan los pasos a seguir desde dónde y cómo se desarrolló cada una de las fases, lo que permitió recopilar información, alcanzar los objetivos específicos y resultados del objetivo general (tabla 5).

Tabla 5. Esquema metodológico

FASES	ACTIVIDADES	MÉTODOS, TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS
<b>Diagnóstico de los establecimientos gastronómicos de Portoviejo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Caracterizar el área de estudio</li> <li>-Determinar las características relevantes de los establecimientos gastronómicos</li> <li>- Realizar un análisis estratégico FODA de los establecimientos gastronómicos</li> </ul>	<p><b>MÉTODOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Descriptivo</li> <li>-Analítico sintético</li> </ul> <p><b>TÉCNICAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Revisión bibliográfica</li> <li>-Investigación de campo</li> <li>-Entrevista</li> </ul> <p><b>HERRAMIENTAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Ficha de caracterización</li> <li>-Cuestionario de entrevista</li> <li>-Matriz de involucrados</li> <li>-Matriz EFI</li> <li>-Matriz EFE</li> <li>-Matriz FODA</li> </ul>
<b>Evaluación de la calidad percibida del servicio de los establecimientos gastronómicos de Portoviejo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Describir los servicios a ser evaluados</li> <li>-Medir la calidad del servicio de los establecimientos gastronómicos</li> </ul>	<p><b>MÉTODOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Descriptivo</li> <li>-Analítico sintético</li> </ul> <p><b>TÉCNICAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Investigación de campo</li> <li>-Encuesta</li> </ul> <p><b>HERRAMIENTAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Cuestionario Servqual</li> </ul>
<b>Propuesta de mejora del servicio al cliente en los establecimientos gastronómicos de Portoviejo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Analizar las deficiencias detectadas en la evaluación de la calidad de servicio.</li> <li>-Elaborar un manual de calidad de servicio para los establecimientos gastronómicos</li> </ul>	<p><b>MÉTODOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Analítico sintético</li> </ul> <p><b>TÉCNICAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Revisión bibliográfica</li> </ul> <p><b>HERRAMIENTAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Brainstorming</li> </ul>

Fuente: elaborado por las autoras

### **3.4 DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA PROPUESTA**

Para el desarrollo de esta investigación se implementaron tres fases. A continuación, se detallan cada una de estas fases con sus respectivas actividades, métodos, técnicas y herramientas.

#### **FASE I: DIAGNÓSTICO DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE PORTOVIEJO**

En la primera fase se realizó un diagnóstico de los establecimientos gastronómicos de Portoviejo, para la recopilación de información documental sobre los diversos aspectos de la calidad de servicios en los establecimientos de dicha ciudad aplicando así las siguientes actividades: la caracterización del área de estudio, la determinación de las características relevantes de los establecimientos gastronómicos y el análisis FODA sobre la gastronomía en el área.

##### **Actividad 1.- Caracterizar el área de estudio**

Como primera actividad se inició con la caracterización del área de estudio para conocer la situación actual de la ciudad de Portoviejo describiendo así los componentes gobernanza, socioeconómico y turístico ambiental, mediante el método descriptivo y la técnica de revisión bibliográfica las cuales permitieron utilizar las herramientas de revisión y el contraste de información de documentos oficiales como lo son el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) y el Catastro turístico del destino Portoviejo.

##### **Actividad 2.- Determinar las características relevantes de los establecimientos gastronómicos**

En la segunda actividad se determinaron las características más relevantes de los establecimientos gastronómicos que fueron escogidos para ser evaluados, utilizando el método analítico sintético a través de investigación de campo y revisión bibliográfica, se utilizó también la herramienta de ficha de caracterización (anexo 1), se consideraron los datos generales , equipamiento,

servicios y la oferta gastronómica como criterios para identificar las cualidades o rasgos más sobresalientes de cada uno de los 15 establecimientos seleccionados los cuales fueron escogidos según su categoría, se tomaron en consideración las categorías de 2 y 3 y por el tipo de oferta gastronómica.

### **Actividad 3.- Realizar un análisis estratégicos FODA de los establecimientos gastronómicos**

Como tercera actividad de esta fase se realizó el análisis estratégicos FODA sobre los establecimientos gastronómicos de la ciudad de Portoviejo utilizando el método analítico sintético, la técnica que se implementó fue la investigación de campo y la entrevista (anexo 5), los actores involucrados fueron los propietarios de los restaurantes, el encargado de ALMA (Alimentación Manabita) y el representante del Ministerio de Salud, la cual fue utilizada para llevar a cabo la matriz de involucrados que nos dio la base para realizar la matriz FODA, para lo cual se implementaron las matrices EFI (anexo 2) y la matriz EFE (anexo 3) y así conocer los factores internos y los factores externos y conocer la situación real de los establecimientos gastronómicos de la zona.

## **FASE II: EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE PORTOVIEJO**

En la segunda fase se procedió a la evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos, teniendo como primera actividad la descripción de los servicios que fueron evaluados en la fase anterior con la herramienta FODA, luego de esto se aplicaron los instrumentos de medición de la calidad del servicio de los establecimientos gastronómicos.

### **Actividad 1.-Describir los servicios a ser evaluados**

En esta actividad se dio a conocer los procesos que se presentan en cada uno de los establecimientos gastronómicos, con el fin de encontrar las problemáticas de cada uno de ellos y así poder gestionar una medida de solución para mejorar la calidad en el servicio hacia los clientes, en la cual se aplicó el método

descriptivo y como técnica la investigación de campo, la cual sirvió para describir los establecimientos y así evaluar la calidad del servicio que se ofrece a los comensales en dichos establecimientos gastronómicos .

### **Actividad 2.- Medir la calidad del servicio de los establecimientos gastronómicos**

En este punto se realizó la medición de la calidad de servicio que se emplea en los establecimientos gastronómicos, mediante el método analítico sintético y la implementación de la técnica de encuestas, la que se aplicó en cada uno de los establecimientos utilizando el cuestionario servqual (ver anexo 3), con el fin de evaluar la calidad del servicio que se les ofrece a los clientes en dichos establecimientos.

Como parte del desarrollo de la investigación se aplicaron encuestas para conocer la percepción de los clientes sobre la calidad del servicio en los establecimientos gastronómicos de Portoviejo, por tal razón se tomó como referencia la fórmula de población infinita con la respectiva ayuda de la tabla distribución estándar al no existir datos estadísticos de los clientes de los servicios de los establecimientos gastronómicos del área de estudio. Debido a esto se apoyó en la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2}$$

$n$ = Tamaño de muestra buscado 1,96

$Z$ = Parámetro estadístico que depende el nivel de confianza (NC) 1,96

$e$  = Error de estimación máximo aceptado 5,00%

$p$ = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito) 50,00%

$q$ = (1 –  $p$ ) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado 49,00%

$n = 384 //$

Los 384 cuestionarios se aplicaron a los clientes de los 15 establecimientos gastronómicos que fueron seleccionados, dividiendo de manera proporcional el número de encuestas para la cantidad de establecimientos.

### **FASE III: PROPUESTA DE MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE PORTOVIEJO**

En esta fase se realizó una propuesta de mejora sobre el servicio al cliente en los diferentes procesos gastronómicos dentro de los establecimientos, para llevar a cabo esta fase se utilizó como herramienta el brainstorming, en la que se aplicaron las siguientes actividades; analizar las deficiencias detectadas en la evaluación de la calidad de servicio correspondiente a cada proceso identificado, así mismo, se propuso un manual de calidad del servicio para estos establecimientos,

#### **Actividad 1.- Analizar las deficiencias detectadas en la evaluación de la calidad de servicio.**

En esta etapa se analizaron las deficiencias que se detectaron en la evaluación de calidad de servicio correspondiente a cada proceso los cuales fueron reflejados mediante el resultado de la medición de calidad de servicio que se les aplicó a los establecimientos gastronómicos utilizando así el análisis sintético para procesar los resultados obtenidos, el análisis consistió en desglosar los datos recopilados para identificar y comprender las áreas específicas que presentaban deficiencias en la calidad del servicio. Este enfoque permitió identificar con precisión las funciones o actividades dentro de los procesos de servicio al cliente que necesitaban mejoras significativas. El objetivo de este análisis fue determinar las funciones exactas que requerían ajustes y mejoras dentro de los procesos de servicio al cliente en los establecimientos. Estos hallazgos proporcionarían una base sólida para implementar estrategias y acciones concretas destinadas a mejorar la calidad general del servicio ofrecido a los clientes.

**Actividad 2.- Elaborar un manual de calidad de servicio para los establecimientos gastronómicos.**

Como fin de la propuesta se realizó un manual de calidad de servicio para controlar los diferentes procesos dentro de los establecimientos gastronómicos, con el fin de mejorar los servicios de calidad que se ofrezcan al cliente y así poder implementar el check-list que se propone para afrontar todos aquellos factores negativos y ofrecer una atención sin afectar la experiencia del consumidor, el cual permitirá solucionar cada una de las mejoras a ser aplicadas en la calidad del servicio que se le ofrezca al cliente en los establecimientos gastronómicos.

## CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se desarrollaron tres fases: la primera consistió en realizar un diagnóstico de los establecimientos gastronómicos, teniendo en cuenta aspectos como la gobernanza, el aspecto socioeconómico y el turismo ambiental. Como segunda actividad, se analizó la calidad del servicio percibida por los clientes a través del cuestionario SERVQUAL. Por último, se llevó a cabo el análisis de las deficiencias evidenciadas en la aplicación del cuestionario, y se propuso un manual de calidad para la mejora continua del servicio en los establecimientos

### 4.1. DIAGNÓSTICO DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE PORTOVIEJO

Como primera fase se realizó un diagnóstico de los establecimientos gastronómicos de la ciudad de Portoviejo, recopilando datos importantes de levantamiento de información en donde se utilizó las fuentes bibliográficas y observaciones de campo, describiendo de la misma manera el estudio realizado en un diagnóstico general e importante mediante entrevistas a los propietarios de dichos establecimientos, para la identificación de características y análisis estratégico FODA.

#### 4.1.1. CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO

Para la caracterización de Portoviejo fue importante tomar en cuenta documentos oficiales como el PDOT vigente del cantón, donde se enfatizaron los datos generales de la zona, así mismo se identificó sus respectivos componentes socioeconómicos y ambientales que se muestran en la tabla 6.

**Tabla 6.** Características de Portoviejo

<b>Fecha de Fundación</b>	12 de marzo 1535
<b>Localización Astronómica – Latitud</b>	Latitud: 1.05458
	Longitud: 80.45445
<b>Ubicación</b>	País – Ecuador



Región – Manabí	
<b>Límites</b>	Norte: Rocafuerte, Sucre, Junín y Bolívar
	Sur: Santa Ana
	Este: Pichincha y Santa Ana
	Oeste: Montecristi y Océano pacífico
<b>Superficie</b>	418.1 Km <sup>2</sup>
<b>Demografía</b>	206.682
<b>Temperatura</b>	20°C - 36°C
<b>Pluviosidad</b>	823 m.m, anual
<b>Altitud</b>	53 msnm
<b>Hidrografía</b>	8 cuencas (principal río Portoviejo)
<b>Zona Administrativa</b>	Zona 4

*Fuente: Gad Portoviejo (2019)*

### **Componente Gobernanza**

Según el GAD Portoviejo (2019), la ciudad de Portoviejo cuenta con leyes y normativas dictadas por sus principales organismos públicos con el objetivo de obtener un mejor resultado en cada una de las competencias pertinentes; como es el caso del GAD cantonal quien regula la actividad política dentro de todo el territorio portovejense, tiene tres directrices principales para el desarrollo sostenible del turismo, las cuales están basadas en los (Objetivos de Desarrollo Sostenible) ODS y son;

1. La consolidación del turismo en Portoviejo bajo un enfoque dinamizador económico del territorio fortaleciendo la oferta turística del cantón.
2. Tener una visión sistemática en relación con la competitividad de un destino turístico que articula los aspectos más relevantes.
3. Los eventos organizados por las autoridades competentes deben tener un enfoque turístico sostenible.

Estas tres directrices expuestas con anterioridad están encaminadas con un objetivo estratégico propuesto por las empresas turísticas que operan en la ciudad de Portoviejo el cual es incrementar el ingreso bruto de los contribuyentes con actividad económica no solamente en su cabecera cantonal sino también en todo el cantón. Por otra parte, el MINTUR (2022) cuenta con políticas turísticas que permiten la optimización en gestión de los destinos turísticos en el Ecuador, sin embargo, hoy en día solamente este ente apoya a los territorios con la respectiva promoción turística, debido a que la competencia de estas normativas recae en los GADS cantonales y provinciales, apoyando a las empresas restauradoras con la promoción así también como la impulsión del turismo de la zona, a través de ferias gastronómicas que favorecen a estos establecimientos gastronómicos.

#### - **Componente socioeconómico**

En Portoviejo en los próximos años, el índice de estudios universitarios completos solo lo cuenta un 29,55% de las personas, representando un poco más de la cuarta parte de la población total de la capital manabita. A diferencia de otros territorios, la población de Portoviejo tiene mayor participación en el sector secundario y terciario, que comprende los textiles, comercio y turismo siendo este último evidenciado en empresas como hoteles, agencias de viajes, transporte y restaurantes indicados en GAD Portoviejo (2019). El número respecto a la actividad turística como fuente de empleo ha sido notorio tras la llegada de la pandemia COVID-19 con poco menos del 35% de la población.

La llegada del COVID-19 provocó que las personas que se dedicaban a otras actividades productivas hoy en día ejerzan en el turismo debido a los diferentes programas de emprendimientos turísticos lanzados por el Ministerio de Turismo, es la razón por la cual la actividad turística se encuentra en una de las más ejercidas ocupando el tercer puesto. En relación con la infraestructura física pública la cabecera cantonal se encuentra en estado de reconstrucción actualmente a causa de los daños del terremoto del 2016, por lo que se puede determinar un apoyo deficiente por parte de las autoridades pertinentes, así mismo, los servicios básicos luz, agua y alcantarillado están por todas partes del

territorio, encontrándose distribuido de la siguiente manera; el 100% de los habitantes gozan de energía eléctrica, así mismo el 90% tienen el servicio de agua potable y alcantarillado (GAD Portoviejo, 2019).

#### - **Componente turístico-ambiental**

El cantón Portoviejo posee un clima tropical húmedo que varía entre los 20 grados hasta los 36 grados centígrados. Así mismo, cuenta de 8 cuencas hidrográficas que recorren todo el territorio, siendo la principal el río Portoviejo. Por otra parte, existe una deficiencia en la señalización turística de los recursos de la ciudad, como en los alrededores de los principales monumentos, iglesias y parques. Por otra parte, de los servicios de restauración, según datos recopilados del catastro de establecimientos turísticos MINTUR (2022), existen alrededor de 150 establecimientos de alimentos y bebidas, de los cuales, menos de 50 tienen como oferta principal comida típica manabita.

De acuerdo con la información recopilada se puede determinar que Portoviejo se caracteriza por ser un territorio que ha venido creciendo en todos sus aspectos en relación con sus principales ejes; gobernanza, socioeconómico y turístico ambiental, debido a la inclusión de los sectores públicos-privados existen nuevas normativas y políticas que ayudan con el desarrollo del territorio, incluso están siendo tomadas en cuenta para futuras planificaciones, también se pudo evidenciar el crecimiento del sector terciario en la zona, el aumento de nuevas empresas turísticas que son una de las principales fuentes de empleo de la ciudad, sin embargo, aún existen falencias en el cumplimiento de las normativas ambientales en los proyectos que se ejecutan (GAD Portoviejo, 2019).

#### **4.1.2. CARACTERÍSTICAS RELEVANTES DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS**

Para la realización de la presente actividad fue necesario la aplicación de la ficha de caracterización de establecimientos gastronómicos (ver anexo 1), partiendo de la identificación de todos los negocios de alimentos y bebidas de la zona de estudio; según datos del catastro de establecimientos turísticos MINTUR, (2022), hay una cantidad exacta de 111 establecimientos gastronómicos, los cuales son

de categoría entre segunda y cuarta; se estableció una muestra de establecimientos considerando como criterio base el que dentro de su oferta se encuentre la preparación de gastronomía típica -tradicional de estos se utilizó una muestra de 15 locales que es una muestra aleatoria simple donde se escogió los restaurantes con gastronomía típica.

**Tabla 7.** Características de los establecimientos gastronómicos

<b>Nombre del establecimiento</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Número de personal</b>	<b>Características Relevantes</b>
Cevichería Tutiven	Ubicado en la calle Atanasio Santos y Avenida Universitaria	El personal está conformado por 5 hombres y 5 mujeres que suman un total de 10 empleados;	TIPOS DE COCINA Marisco, ecuatoriana, Sudamericana Comidas, Desayuno Reservas, Capacidad, Servicio de mesa, Para llevar, Acceso para discapacitados
Cevichería Zavalita	Tennis Club entre Avenida Manabí y 5 de junio	El personal está conformado por 4 hombres y 5 mujeres que suman un total de 9 empleados;	Restaurante calificado de "CUATRO TENEDORES" con un ambiente familiar y catalogado como ALTA COCINA INFORMAL. Es un establecimiento con el sello "Q" de calidad turística.
Terraza Bistrot	Ubicado en la Paso Lateral por la calle Aguirre del cantón Portoviejo	El personal está conformado por 4 hombres y 5 mujeres que suman un total de 9 empleados;	Este restaurante ofrece todo tipo de parrilladas, su especialidad es el moro.
Mega Flipper	Localizado en las calles 1 de enero y Francisco Pedro de Moreira.	El personal está conformado por 2 hombres y 3 mujeres que suman un total de 5 empleados.	Cadena nacional de restaurantes especialistas en mariscos MEGA FLIPPER, basada en la gastronomía de los frutos del mar y con sazón manabita
Caramel	Calle Colón entre Olmedo y Avenida Ricaurte	El personal está conformado por 4 hombres y 2 mujeres que suman un total de 6 empleados;	Se destaca por alimentos de comida rápida y bebida y un servicio estandarizado
Casa Linda	Ubicado en vía a Crucita Km 3	El personal está conformado por 4 hombres y 5 mujeres que suman un total de 9 empleados	Ofrece almuerzos de lunes a domingo con una variedad de platos típicos manabitas. Mesas: 20 - Sillas: 80

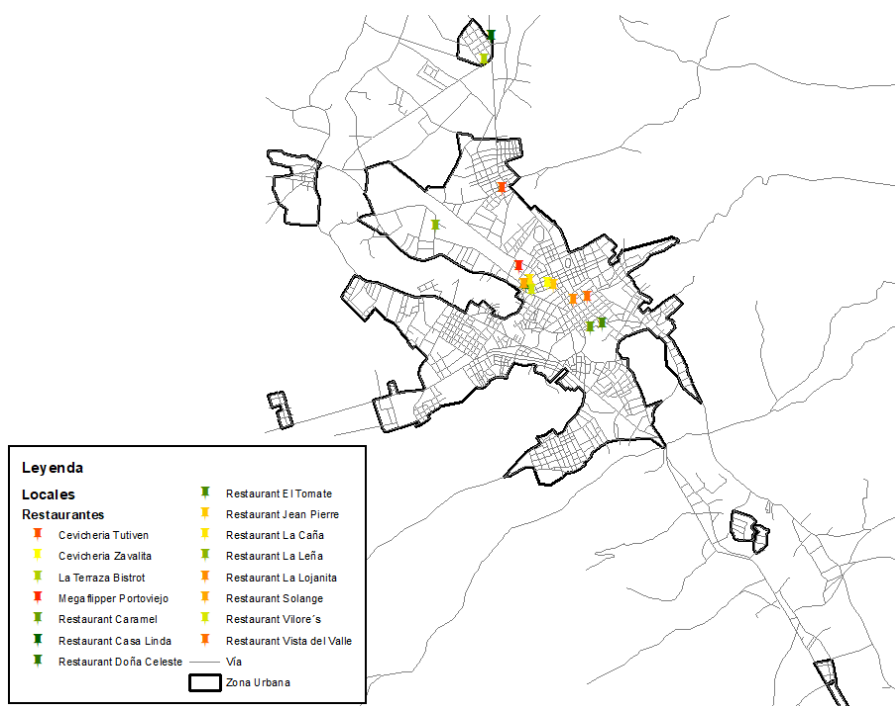
Doña Celeste	Ubicado en la Avenida Paulo Emilio Macías	El personal está conformado por 3 hombres y 2 mujeres que suman un total de 5 empleados	Su servicio se basa en platos típicos de comida criolla manabita.
El tomate	Ubicado en el Km ½ vía a Crucita, Portoviejo	El personal está conformado por 4 hombres y 5 mujeres que suman un total de 9 empleados	Ofrece platos típicos de comida criolla y también mariscos Mesas: 38 – Sillas:152 Restaurante de tercera categoría.
Jean Pierre	Ubicado en la calle Chile y Ramos Iduarte	El personal está conformado por 5 hombres y 10 mujeres que suman un total de 15 empleados que trabajan en horarios rotativos	Entre los productos que ofrece el establecimiento se destacan los desayunos siendo éstos muy variados y realizados con productos característicos de la zona, como el maní, plátano, yuca, queso y maíz
La Caña	Ubicado en la avenida Paulo Emilio Macías	El personal está conformado por 2 hombres y 2 mujeres que suman un total de 4 empleados.	La caña es uno de los restaurantes de Portoviejo donde encontrarás comida tradicional desde su sabor hasta su presentación, tienen un servicio personalizado y están siempre pendientes de que tu estancia en el restaurante sea agradable.
La Leña	Localizado en la ciudadela Los Mangos	El personal está conformado por 4 hombres y 2 mujeres que suman un total de 6 empleados.	Se destaca por la comida típica manabita, aparte de proveer platos a la carta donde mayormente son de mariscos
La Lojanita	Av. Olmedo, Portoviejo	El personal está conformado por 5 hombres y 5 mujeres que suman un total de 10 empleados que trabajan en horarios rotativos	Es un restaurante de tercera categoría.
Restaurante Solange	Calle Pedro Moncayo y 12 de marzo	El personal está conformado por 3 hombres y 3 mujeres que suman un total de 6 empleados que trabajan en horarios rotativos	Es un restaurante de tercera categoría, que ofrece comida rápida.
Restaurante Vilore´s	Ubicado en Portoviejo, Manabí	El personal está conformado por 5 hombres y 4 mujeres que suman un total de 9 empleados que trabajan en horarios rotativos	Está encalado en servicios para comidas de desayuno, almuerzo y bebidas
Restaurante Vista del Valle	Atenas, Alajuela, Costa Rica	El personal está conformado por 3 hombres y 6 mujeres que suman un total de 9 empleados	Ofrece platos típicos de la comida tradicional manabita

Fuente: Elaboración de las autoras

Mediante el análisis previo que se realizó en las tablas sobre los establecimientos gastronómicos se puede apreciar que la mayor parte de ellos tiene un gran enfoque en los platos típicos y tradicionales mientras que la menor parte está enfocada en la especialidad de mariscos y bebidas, también se puede apreciar la facilidad de servicios que brinda tanto como de mesa, para llevar y acceso para discapacitados, por otra parte, sólo algunos de ellos ofrecen servicio de comida rápida y reservación.

Finalmente se evaluó las peculiaridades principales de cada uno de ellos, de esta manera se planteó un mapa para conocer las cercanía o lejanía con relación a la zona de estudio (ver figura 4).

Figura 4. Ubicación de los establecimientos



Fuente: Elaborado por las autoras a partir de ArcGIS

Según el mapa de geo localización, los establecimientos gastronómicos que se evaluaron se encuentran ubicados dentro de la ciudad de Portoviejo, tal y como se observa en la figura 3, es decir que existe una ventaja en la cercanía para el turista, ya que cada establecimiento de restauración se encuentra distanciado a

1,5 kilómetros, convirtiéndolos en puntos de fácil acceso y con recursos complementarios cercanos como cajeros automáticos y bancos.

De acuerdo con la información recopilada en la ficha de caracterización de establecimientos gastronómicos se pudo determinar que todos los locales evaluados son restaurantes; también cuatro de ellos son de segunda categoría, y 11 pertenecen a la tercera categoría, los canales informativos para realizar la respectiva promoción y comercialización de sus ofertas gastronómicas son por medio de Facebook e Instagram siendo estas las redes sociales más utilizadas según lo recopilado en la ficha. Sin embargo, los administradores de estos establecimientos comentaban no tener un alcance del 100% a todos los clientes que deseaban llegar.

Por otra parte, la mayoría de estos establecimientos cuentan con al menos seis años de experiencia, es otro motivo por el que le cuesta adaptarse a las exigencias sociales de los clientes digitales que surgieron a causa de la pandemia, en este contexto existen dos establecimientos gastronómicos que abrieron sus puertas a inicios del 2022 teniendo una visión distinta a los demás en relación con el uso de redes sociales y páginas web. Finalmente, todos estos locales tienen un índice mínimo de al menos dos empleados contratados por establecimiento y un máximo de 12, es decir que existen una fuente de empleo que ayuda a la comunidad local.

#### **- Equipamiento**

En cuanto al equipamiento, los 15 establecimientos gastronómicos poseen de los principales suministros de restaurantes, entre los más destacados se puede mencionar que existen un mínimo de seis mesas redondas y un máximo de 38, así mismo, el número de sillas oscila entre 32 a 152, es decir que todos estos locales gastronómicos tienen potencial para albergar a los turistas que visiten la ciudad por este motivo, por otra parte, sólo un restaurante de los 15 evaluados tienen mesas para Buffet. Así mismo, estos locales siguen las normas de higiene reglamentadas, convirtiéndolos en un sitio seguro para el visitante (Agencia nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria, 2015).

### - **Servicios**

Con relación al tipo de servicio que ofrecen los establecimientos gastronómicos evaluados se pudo identificar que los locales cuentan con servicio a la mesa, es decir que tienen meseros que brindan la carta a los comensales. Por otra parte, sólo 2 de los establecimientos cuentan con servicio buffet, en este contexto, una de las principales razones se debe al tipo de oferta gastronómica que ofrecen estos restaurantes.

### - **Oferta Gastronómica**

La oferta gastronómica de los establecimientos de restauración varía entre; comida típica, gourmet, y mariscos, distribuidos de la siguiente manera; dos son de tipo gourmet, dos a mariscos, y 11 de comida típica siendo este el más común de los 15 locales evaluados, así mismo, se puede señalar que Portoviejo es conocido como un destino con potencial gastronómico, por el valor cultural a cada plato que se oferta como : caldo de gallina criolla, maduro con salprietá, seco de gallina criolla, bolón de camarón, entre otros.

## **4.1.3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO FODA DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS**

Para el análisis estratégico FODA de los establecimientos gastronómicos se utilizó una matriz en la que se evidenciaron las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, para recopilar la información fue necesaria la búsqueda bibliográfica, el diagnóstico de los restaurantes y la aplicación de quince entrevistas a los propietarios de los establecimientos (ver anexo 2), a partir de ello se identificaron los factores internos y externos; en donde se evaluó, las fortalezas con las oportunidades y amenazas, así mismo las debilidades con las oportunidades y amenazas en una escala del 1 a 3 siendo 1 bajo, 2 medio y 3 alto (anexo 4).

Para la realización de la presente actividad fue necesario tomar en cuenta como herramienta de investigación la matriz de involucrados, misma que sirvió para hacer el respectivo análisis referente a los actores involucrados en la zona de



estudio, así mismo, se completó la información recabada de la matriz mencionada anteriormente con un análisis estratégico FODA (tabla 8).

**Tabla 8.** Matriz de involucrados

<b>Actores</b>	<b>Intereses sobre la problemática</b>	<b>Problemas percibidos</b>	<b>Recursos y Mandatos</b>	<b>Conflictos Potenciales</b>
Propietarios de los establecimientos gastronómicos	Crear alianzas con el GAD del cantón para el desarrollo promocional de los establecimientos gastronómicos. Tener acceso a programas que contribuyan al financiamiento de emprendimientos turísticos.	Desconocimiento y desinterés de la importancia de la comida típica-tradicional por parte de la comunidad local.  Deficiente presupuesto para los procesos de gestión en los emprendimientos turísticos.	Recursos privados	Llegada de competidores de comida típica tradicional. Pérdida de turistas por mala imagen del establecimiento gastronómico.
ALMA (Alimentación Manabita)	Mejorar los métodos de promoción de los establecimientos de comida tradicional.	Deficiencia de promoción sobre los pequeños emprendimientos de comida tradicional.	Recursos privados	La cercanía de la competencia local que cuenta con un mismo producto y servicio.
Ministerio de Salud Pública	Crear nuevos enfoques que ayuden a mejorar a los nuevos y viejos establecimientos gastronómicos.	Deficiencia de mejora de calidad de servicio de los establecimientos hacia los clientes locales y turistas.	Recursos Públicos	La fuerte demanda de empresas privadas con diferencia de servicios de calidad.

*Fuente:* Elaborado por las autoras

La matriz de involucrados (tabla 8) permitió conocer todas aquellas necesidades y capacidades de los propietarios de los establecimientos gastronómicos en Portoviejo, de esta manera se pudo identificar cada uno de los intereses que tienen ellos, por lo que se plantearon diferentes temáticas relevantes que abordan una problemática en la que requieran ayuda, la mejora en los métodos de promoción y posteriormente se determinó la organización encargada con el fin de llevarlos al cumplimiento, finalmente se pudo tener un panorama general de las potenciales amenazas hacia los propietarios, todos estos factores se evaluaron mediante un análisis estratégico FODA (tabla 9).

Tabla 9. Matriz FODA

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Desconocimiento de los propietarios sobre organizaciones que contribuyan con financiamiento a emprendimientos.</li> <li>➤ Los establecimientos gastronómicos no cuentan con una planificación de las actividades a realizar.</li> <li>➤ Deficiente apoyo por parte de las instituciones públicas locales para el desarrollo de los emprendimientos.</li> <li>➤ Ciertos establecimientos gastronómicos carecen de innovación en la infraestructura.</li> <li>➤ Desinterés en capacitación de los empleadores hacia los empleados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ La subida de precios en los productos vegetales perjudica la oferta gastronómica a ofrecer.</li> <li>➤ Rebotes de la Pandemia COVID-19</li> <li>➤ Desastres Naturales como inundaciones.</li> <li>➤ Pérdida de turista debido al cambio de gustos y preferencias.</li> <li>➤ Apertura de competidores de comida típica gastronómica.</li> </ul>
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Los establecimientos brindan buena atención y servicio al cliente</li> <li>➤ Portoviejo cuenta con una escuela de artes culinarias.</li> <li>➤ Portoviejo es considerada una de las ciudades con las gastronomías más ricas y variadas del país.</li> <li>➤ Los establecimientos gastronómicos tienen buena ubicación.</li> <li>➤ Los establecimientos gastronómicos promueven los platos típicos-tradicionales de Manabí</li> <li>➤ Precios accesibles en la oferta gastronómica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Interés por parte de agencias turísticas externas para promover a Portoviejo como parte de una ruta gastronómica.</li> <li>➤ El INPC declaró a la gastronomía de Portoviejo como patrimonio cultural inmaterial.</li> <li>➤ La UNESCO le dio un reconocimiento como parte de la ruta de ciudades creativas gastronómicas.</li> <li>➤ El MINTUR promueve las ferias gastronómicas.</li> <li>➤ Llegada de turistas nacionales debido a los feriados.</li> <li>➤ El uso de la tecnología como redes sociales para atraer a los visitantes.</li> </ul>

*Fuente:* Elaborado por las autoras

Después de haber determinado los factores internos como externos de los establecimientos gastronómicos se evaluó de manera cuantitativa con valores de 1 al 3 mediante la matriz de ponderación estratégica (anexo 4) en el cual se pudo obtener la fortaleza, oportunidad, debilidad y amenaza más representativa en el área, a continuación, en la tabla 10 se presenta un condensado con los factores de mayor valor.

Tabla 10. Resultados matriz FODA

<b>Debilidad</b>	Desconocimiento de los propietarios sobre organizaciones que contribuyan con financiamiento a emprendimientos.
<b>Amenaza</b>	Apertura de competidores de comida típica gastronómica.

<b>Fortaleza</b>	Portoviejo es considerada una de las ciudades con las gastronomías más ricas y variadas del país
<b>Oportunidad</b>	Interés por parte de agencias turísticas externas para promover a Portoviejo como parte de una ruta gastronómica

*Fuente:* Elaborado por las autoras

### - **Problema estratégico general**

Una vez seleccionados los valores trascendentales y a partir de aquí se elabora el problema estratégico general y la solución estratégica general:

Si se materializa la apertura de competidores de comida típica tradicional gastronómica, teniendo en cuenta que existe el desconocimiento por parte de los propietarios sobre organizaciones que contribuyan con financiamientos a los emprendedores, aunque Portoviejo sea considerada una de las ciudades con las gastronomías más ricas y variadas del país, no podrá utilizarse plenamente el interés por parte de las agencias turísticas externas para promover a Portoviejo como parte de una ruta gastronómica.

### - **Solución estratégica general**

La solución estratégica depende de una deficiencia concreta, clara y precisa del problema estratégico general, en este apartado se da solución a la problemática central de la investigación:

Utilizando plenamente que Portoviejo sea considerada una de las ciudades con las gastronomías más ricas y variadas del país, sobre el interés por parte de agencias turísticas externas para promover a Portoviejo como parte de una ruta gastronómica, se realizarán propuestas que posibiliten minimizar la apertura de competidores de comida típica-tradicional gastronómica.

### - **Estrategias**

Las estrategias que se presentan son de reorientación debido a que relacionan las debilidades con las oportunidades, es decir, los dos puntos del análisis FODA, este resultado se observa en los cuadrantes de mayor ponderación de la matriz de ponderación que se encuentra en el anexo 4. En el cual hay que

minimizar las debilidades para aprovechar las oportunidades; la idea es que se establezcan estrategias que ayuden al mejoramiento de los restaurantes, esto implica llevar a cabo acciones para corregir las debilidades existentes y reorientar la situación interna, permitiendo así el aprovechamiento de las oportunidades de diversas formas.

1. Proponer una planificación que permita abordar las actividades de gestión en los establecimientos gastronómicos.
2. Vincular a la comunidad receptora en las ferias gastronómicas que se realicen con el fin de demostrar la importancia de la comida típica-tradicional.
3. Crear alianzas estratégicas con las instituciones públicas que aporten con el desarrollo de políticas que fomenten el desarrollo de los emprendimientos.
4. Promover talleres participativos que permitan abordar temas específicos sobre financiamiento a emprendimientos turísticos
5. Aprovechar la cercanía de los establecimientos para la creación de una ruta turística gastronómica.
6. Incentivar a los propietarios de los establecimientos turísticos realicen charlas de capacitación para mejorar el servicio de atención al cliente.
7. Mejorar la gestión logística para los días de feriado con el fin de dar una buena impresión al visitante.

## **4.2. EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE PORTOVIEJO**

Para la evaluación de la percepción de la calidad de los servicios en los establecimientos gastronómicos del cantón Portoviejo, provincia de Manabí se realizaron dos actividades: la primera fue la descripción de los servicios evaluados y la segunda actividad fue la medición de la calidad del servicio en dichos establecimientos gastronómicos. A continuación, se detallan cada una de estas actividades.

### 4.2.1. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A SER EVALUADOS

Para el desarrollo de la actividad fue necesario describir a cada uno de los 15 establecimientos gastronómicos. Por consiguiente, se detallan en la siguiente tabla los restaurantes y los servicios que ofrecen.

**Tabla 11.** Servicios evaluados

<b>NOMBRE DEL RESTAURANTE</b>	<b>SERVICIOS QUE OFRECE</b>
<b>Cevichería Tutiven</b>	Reservación, servicio de mesa, servicio para llevar, acceso para discapacitados.
<b>Cevichería Zavalita</b>	Reservación, servicio de mesa, servicio para llevar.
<b>La Terraza Bistrot</b>	Comedor, reservación, servicio para llevar.
<b>Mega Flipper Portoviejo</b>	Reservas, servicio para llevar.
<b>Restaurant Caramel</b>	comida rápida, estandarizada y personalizada.
<b>Restaurant Casa Linda</b>	comida rápida, estandarizada y personalizada.
<b>Restaurant Doña Celeste</b>	platos típicos de comida criolla manabita.
<b>Restaurant El Tomate</b>	Servicio para llevar, reservaciones.
<b>Restaurant Jean Pierre</b>	Servicio para llevar, acceso para discapacitados y servicio de mesa.
<b>Restaurant La Caña</b>	Servicio en mesa y servicio para llevar.
<b>Restaurant La Leña</b>	Platos a la carta donde mayormente son de mariscos.
<b>Restaurant La Lojanita</b>	Servicio en mesa y servicio para llevar.
<b>Restaurant Solange</b>	Servicio para llevar, acceso para discapacitados y servicio de mesa.
<b>Restaurant Vilore's</b>	Servicio para llevar, acceso para discapacitados y servicio de mesa.
<b>Restaurant Vista del Valle</b>	Servicio para llevar, consumo en el lugar y también reservas.

*Fuente:* Elaborado por las autoras

Como se puede apreciar la tabla 11 relacionada a los establecimientos gastronómicos escogidos dentro de esta investigación del cantón Portoviejo, provincia de Manabí, la mayoría cuentan con los servicios necesarios, entre los que se destacan servicio en mesa, buffet asistido, autoservicio, degustación, entre otros. Además, la mayoría de ellos poseen un tipo de cocina que está directamente inclinada hacia la gastronomía manabita y ecuatoriana, no

obstante, en ciertos restaurantes escogidos también se basan en la gastronomía de Sudamérica, donde se destacan principalmente países como Argentina, Brasil, Colombia, Venezuela y Perú.

#### 4.2.2. MEDICIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

Para el desarrollo de esta actividad se aplicaron 384 encuestas a clientes que consumen en los 15 establecimientos gastronómicos seleccionados del cantón Portoviejo, provincia de Manabí, todo esto a través de la aplicación del cuestionario del modelo SERVQUAL (anexo 3), se plantearon preguntas que evaluaron las siguientes dimensiones; tangible, confiabilidad, respuesta, seguridad y empatía. Cabe añadir que se utilizó este modelo debido a que permitió realizar la medición de la calidad del servicio, conocer las expectativas de los clientes, y cómo ellos aprecian el servicio, además que posibilitó el análisis de los aspectos cuantitativos y cualitativos de dichos clientes. Por consiguiente, se muestra a continuación una tabla con cada uno de los resultados que se determinaron en la encuesta a los establecimientos de restauración con sus respectivos análisis.

Tabla 12. Dimensión tangible

Dimensión	Variabes	Escala	Porcentaje
Tangible	El establecimiento gastronómico cuenta con equipos con apariencia moderna	Totalmente en desacuerdo	1,0
		En desacuerdo	12,0
		Indiferente	23,40
		De acuerdo	35,20
		Totalmente de acuerdo	28,40
	El establecimiento gastronómico cuenta con instalaciones físicas atractivas	Totalmente en desacuerdo	1,60
		En desacuerdo	12,0
		Indiferente	20,80
		De acuerdo	42,70
		Totalmente de acuerdo	22,9
	Los empleados del establecimiento gastronómico tienen buena apariencia física	Totalmente en desacuerdo	1,30
		En desacuerdo	9,10
		Indiferente	26,80
		De acuerdo	37,50
		Totalmente de acuerdo	25,3

Materiales asociados con los servicios son visualmente atractivos	Totalmente en desacuerdo	1,80
	En desacuerdo	10,40
	Indiferente	25,50
	De acuerdo	38,50
	Totalmente de acuerdo	23,70

*Fuente.* Elaborado por las autoras en base a los resultados de las encuestas a turistas

De acuerdo con la información recopilada, se pudo determinar que las variables correspondientes a la dimensión tangible proyectan los siguientes resultados obtenidos; con relación a los equipos con apariencias moderna, la mayoría de los turistas encuestados representado por el 35,20%, consideran que estos establecimientos gastronómicos cuentan con un buen equipamiento como; dispensador de bebidas, registradora, entre otros.

Por otra parte, un 42,70% comentan sobre la buena apariencia física del lugar, es decir, cosas que utilizan los clientes durante el servicio (baños, sillas, mesas y mostradores). Así mismo, un 37,50% dan una calificación positiva a la buena apariencia física de los trabajadores, en otras palabras, es notable el aseo personal, o uniformes limpios. Y el 38,50% ven atractivo los materiales asociados con el servicio, haciendo un énfasis en el menú. Esta dimensión, fue puntuada positivamente en su mayoría, por lo cual, los clientes que visitan estos establecimientos gastronómicos consideran que están siendo bien atendidos con relación al ambiente donde se encuentran.

**Tabla 13.** Dimensión Confiabilidad

<i>Dimensión</i>	<i>Variabes</i>	<i>Escala</i>	<i>Porcentaje</i>
<b>Confiabilidad</b>	<i>El establecimiento gastronómico sirve la comida rápido, como es ofrecido</i>	<i>Totalmente en desacuerdo</i>	1,30
		<i>En desacuerdo</i>	18,50
		<i>Indiferente</i>	34,90
		<i>De acuerdo</i>	29,20
		<i>Totalmente de acuerdo</i>	16,10
	<i>El establecimiento gastronómico ha mostrado interés sincero en solucionar algún problema con el servicio o comida ofrecida</i>	<i>Totalmente en desacuerdo</i>	1,60
		<i>En desacuerdo</i>	19,30
		<i>Indiferente</i>	34,40
		<i>De acuerdo</i>	28,40
		<i>Totalmente de acuerdo</i>	16,40
	<i>Totalmente en desacuerdo</i>	3,10	
	<i>En desacuerdo</i>	17,40	

<i>El establecimiento gastronómico no se equivoca en la orden, lo sirven correctamente a la primera vez</i>	<i>Indiferente</i>	36,70
	<i>De acuerdo</i>	26,80
	<i>Totalmente de acuerdo</i>	15,90
<i>Totalmente en desacuerdo</i>		2,30
<i>Los empleos del establecimiento gastronómico atienden rápidamente al cliente</i>	<i>En desacuerdo</i>	20,60
	<i>Indiferente</i>	36,70
	<i>De acuerdo</i>	25,50
	<i>Totalmente de acuerdo</i>	14,80

*Fuente.* Elaborado por las autoras en base a los resultados de las encuestas a turistas

Según las variables que corresponden a la dimensión confiabilidad, el 34,90% de los clientes encuestados no estaban interesados en responder, si estos establecimientos gastronómicos sirven la comida rápido, esto se vuelve un factor negativo, ya que, la mayoría de las personas cambian constantemente de restaurantes por dicho motivo. Así mismo, un 34,40% tiene controversia para contestar sobre el interés sincero del restaurante en resolver algún problema con el servicio o comida ofrecida, dando a entender que los empleados no siempre atienden este requerimiento. Por otra parte, el 36,70% no saben qué opinar acerca de la pregunta. Una de las principales razones puede ser, el poco personal que tienen estos establecimientos para atender al cliente, tiende a una posible equivocación en lo pedido.

Finalmente, otro 36,70% considera polémico comentar sobre el nivel de rapidez que tiene el restaurante para atender al cliente. Esta dimensión tiene una puntuación negativa significativamente alta por parte de las personas que visitan estos establecimientos gastronómicos, en otras palabras, estas empresas turísticas deben mejorar su nivel de confiabilidad o provocar una caída de ventas. (ver tabla 13).

**Tabla 14.** Dimensión Respuesta

<b>Dimensión</b>	<b>Variables</b>	<b>Escala</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Respuesta</b>	<i>Los empleados del establecimiento gastronómico siempre están dispuestos ayudar al cliente</i>	<i>Totalmente en desacuerdo</i>	3,90
		<i>En desacuerdo</i>	20,30
		<i>Indiferente</i>	32,60
		<i>De acuerdo</i>	28,90
		<i>Totalmente de acuerdo</i>	14,30
	<i>Los empleados del establecimiento</i>	<i>Totalmente en desacuerdo</i>	3,90
		<i>En desacuerdo</i>	19,30



<i>gastronómico nunca están muy ocupados para responder las peticiones del cliente</i>	<i>Indiferente</i>	30,50
	<i>De acuerdo</i>	29,90
	<i>Totalmente de acuerdo</i>	16,40

*Fuente.* Elaborado por las autoras en base a los resultados de las encuestas a turistas

De acuerdo con las variables correspondiente a la dimensión respuesta; el 32,60% de clientes encuestados prefieren no opinar si los empleados del establecimiento gastronómico siempre están dispuestos ayudar al cliente cuando este lo requiere, lo cual, puede surgir por el poco personal que dispongan el restaurante en el momento que el comensal necesite atención o por la poca capacitación de los empleados para atender las necesidades de los clientes. Sin embargo, un 29,90% manifiesta la disposición plena de los trabajadores para responder las peticiones.

Esta dimensión evalúa la capacidad de respuesta en los establecimientos gastronómicos, en la cual, se ve una puntuación medianamente positiva, en ese sentido, se debería analizar a profundidad cómo resolver las peticiones que el cliente requiere al momento de comprar el servicio (ver tabla 14).

**Tabla 15.** Dimensión Seguridad

<b>Dimensión</b>	<b>Variabes</b>	<b>Escala</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Seguridad</b>	<i>Inspira confianza la manera en que los empleados del establecimiento gastronómico manipulan los alimentos</i>	<i>Totalmente en desacuerdo</i>	4,40
		<i>En desacuerdo</i>	21,60
		<i>Indiferente</i>	26,80
		<i>De acuerdo</i>	32,60
		<i>Totalmente de acuerdo</i>	14,60
	<i>Los empleados del establecimiento gastronómico son consistentemente amables con el cliente</i>	<i>Totalmente en desacuerdo</i>	11,50
		<i>En desacuerdo</i>	20,60
		<i>Indiferente</i>	27,90
		<i>De acuerdo</i>	26,80
		<i>Totalmente de acuerdo</i>	13,30

*Fuente.* Elaborado por las autoras en base a los resultados de las encuestas a turistas

Las variables correspondientes a la dimensión seguridad arrojaron los siguientes resultados; el 32,60% de clientes encuestados respondieron que les inspira confianza como los empleados manipulan los alimentos, es decir, existe confianza en el nivel de salubridad en los establecimientos gastronómicos. Por

otro lado, un 27,90% prefiere no opinar sobre la amabilidad de los trabajadores hacia la clientela.

Uno de los factores negativos de esta dimensión es la amabilidad con el cliente, esto se debe a que la mayoría de los empleados en estos establecimientos no están plenamente capacitados para brindar una buena atención (ver tabla 15).

**Tabla 16.** Dimensión Empatía

<b>Dimensión</b>	<b>Variabes</b>	<b>Escala</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Empatía</b>	<i>El establecimiento gastronómico trabaja en horarios convenientes para todos los clientes</i>	<i>Totalmente en desacuerdo</i>	12,20
		<i>En desacuerdo</i>	23,40
		<i>Indiferente</i>	20,10
		<i>De acuerdo</i>	22,10
		<i>Totalmente de acuerdo</i>	22,10
	<i>El establecimiento gastronómico cuenta con empleados que ofrecen atención personalizada</i>	<i>Totalmente en desacuerdo</i>	18,00
		<i>En desacuerdo</i>	23,70
		<i>Indiferente</i>	16,40
		<i>De acuerdo</i>	18,80
		<i>Totalmente de acuerdo</i>	32,20

*Fuente.* Elaborado por las autoras en base a los resultados de las encuestas a turistas

En cuanto a las variables que conforman la dimensión empatía; el 23,40% de clientes encuestados consideran poco conveniente los horarios que atienden los establecimientos gastronómicos, una razón puede ser que no se ajusta a la rutina del cliente. Así mismo, un 23,70% manifiesta la carencia de atención personalizada, esto se puede dar por la excesiva demanda que visita el restaurante diariamente (ver tabla 16).

**Tabla 17.** Variable adicional

<b>Dimensión</b>	<b>Variabes</b>	<b>Escala</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Variable adicional</b>	<i>Grado de satisfacción con el servicio recibido del establecimiento gastronómico</i>	<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0,80
		<i>En desacuerdo</i>	12,50
		<i>Indiferente</i>	31,80
		<i>De acuerdo</i>	33,10
		<i>Totalmente de acuerdo</i>	21,90

*Fuente.* Elaborado por las autoras en base a los resultados de las encuestas a turistas

Finalmente, se tomó en cuenta una variable adicional, está permitió evaluar el grado de satisfacción con el servicio recibido en el establecimiento gastronómico,

en ese sentido, un 33,10% se siente satisfecho, aunque sea un porcentaje positivo, se evidencia que existe un número significativo de clientes insatisfechos. Por lo cual, es determinante para el restaurante plantear estrategias que resuelvan este inconveniente que afecta a la reputación de la empresa turística (tabla 17).

### 4.3. PROPUESTA DE MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE PORTOVIEJO

Para el cumplimiento de la presente fase, luego de identificar las falencias que presentaban los establecimientos gastronómicos, mediante unas encuestas realizadas bajo la metodología SERVQUAL, se elaboró un manual de calidad para mejorar los puntos débiles de estas empresas turísticas, por cual, fue necesario realizar una búsqueda bibliográfica para adaptar dicho instrumento a la realidad de la investigación.

#### 4.3.1. ANÁLISIS DE LAS DEFICIENCIAS DETECTADAS EN LA EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

A continuación, se van a tomar en cuenta las cifras que se encontraron dentro de la escala 1 a 3 para evaluar todas las deficiencias que inciden en los establecimientos gastronómicos de la ciudad de Portoviejo, y así plantear una forma de resolverlas para que mejore la calidad del servicio.

**Tabla 18.** Análisis de deficiencias en la dimensión tangibles

Dimensión	Variables	Escala	Porcentaje
Tangible	El establecimiento gastronómico cuenta con equipos con apariencia moderna	Totalmente en desacuerdo	1,0
		En desacuerdo	12,0
		Indiferente	23,40
	El establecimiento gastronómico cuenta con instalaciones físicas atractivas	Totalmente en desacuerdo	1,60
		En desacuerdo	12,0
		Indiferente	20,80
	Los empleados del establecimiento gastronómico tienen buena apariencia física	Totalmente en desacuerdo	1,30
		En desacuerdo	9,10
		Indiferente	26,80
	Materiales asociados con los servicios son visualmente atractivos	Totalmente en desacuerdo	1,80
		En desacuerdo	10,40
		Indiferente	25,50

*Fuente.* Elaborado por las autoras en base a los resultados de las encuestas a turistas

En las deficiencias identificadas en todas las variables de la dimensión tangible (tabla 18), el mayor porcentaje lo obtiene la escala de indiferente con 26,80% de los clientes encuestados prefirieron no comentar sobre los aspectos físicos que forman parte del servicio como; dispensador de bebidas, baños, afiches informativos, entre otros. Sin embargo, el 12% afirma no ver un progreso en ese ámbito, es decir, las personas que visitan estos restaurantes consideran poca mejora en equipamiento para la prestación del servicio. La principal causa es la limitada capacidad de inversión o el no considerar importante la adquisición de estos equipos o insumos, lo que refleja una limitada orientación hacia la satisfacción del cliente.

**Tabla 19.** Análisis de deficiencias en la dimensión confiabilidad

Dimensión	Variable	Escala	Porcentaje
Confiabilidad	El establecimiento gastronómico sirve la comida rápido, como es ofrecido	Totalmente en desacuerdo	1,30
		En desacuerdo	18,50
		Indiferente	34,90
	El establecimiento gastronómico ha mostrado interés sincero en solucionar algún problema con el servicio o comida ofrecida	Totalmente en desacuerdo	1,60
		En desacuerdo	19,30
		Indiferente	34,40
	El establecimiento gastronómico no se equivoca en la orden, lo sirven correctamente a la primera vez	Totalmente en desacuerdo	3,10
		En desacuerdo	17,40
		Indiferente	36,70
	Los empleos del establecimiento gastronómico atienden rápidamente al cliente	Totalmente en desacuerdo	2,30
		En desacuerdo	20,60
		Indiferente	36,70

*Fuente.* Elaborado por las autoras en base a los resultados de las encuestas a turistas

De acuerdo a las deficiencias detectadas en la dimensión confiabilidad, (tabla 19) los mayores porcentajes los lidera una vez más la escala indiferente, con 36,70%, en ese contexto, estos clientes encuestados no consideran un alto o bajo nivel en relación con la confianza que inspira estos restaurantes en el servicio prestado. No obstante, el 20,60% piensa que los establecimientos gastronómicos deberían mejorar aún en este aspecto. En otras palabras, este último grupo objeta que estas empresas turísticas no se comprometen del todo con el servicio ofertado.

Tabla 20. Análisis de deficiencias en la dimensión respuesta

Dimensión	Variable	Escala	Porcentaje
Respuesta	Los empleados del establecimiento gastronómico siempre están dispuestos ayudar al cliente	Totalmente en desacuerdo	3,90
		En desacuerdo	20,30
		Indiferente	32,60
	Los empleados del establecimiento gastronómico nunca están muy ocupados para responder las peticiones del cliente	Totalmente en desacuerdo	3,90
		En desacuerdo	19,30
		Indiferente	30,50

Fuente. Elaborado por las autoras en base a los resultados de las encuestas a turistas

Según las deficiencias identificadas en la dimensión respuesta, (tabla 20) el 32,60% de clientes encuestados prefieren no opinar, por el contrario, un 20,30% considera que no hay disposición o capacidad para atender al cliente cuando este lo requiere, es decir, las personas presentan quejas con la atención ágil para resolver los requerimientos o necesidades presentadas. Una de las principales razones puede ser que los empleados reflejan lentitud al atender, provocando demoras significativas.

Tabla 21. Análisis de deficiencias en la dimensión seguridad

Dimensión	Variable	Escala	Porcentaje
Seguridad	Inspira confianza la manera en que los empleados del establecimiento gastronómico manipulan los alimentos	Totalmente en desacuerdo	4,40
		En desacuerdo	21,60
		Indiferente	26,80
	Los empleados del establecimiento gastronómico son consistentemente amables con el cliente	Totalmente en desacuerdo	11,50
		En desacuerdo	20,60
		Indiferente	27,90

Fuente. Elaborado por las autoras en base a los resultados de las encuestas a turistas

Así mismo, las deficiencias detectadas en la dimensión seguridad, (tabla 21) se componen de la siguiente manera; el 27,90% considera polémico opinar. Sin embargo, el 21,60% manifiesta que no hay un servicio seguro en la manipulación de alimentos, así como la poca amabilidad por parte del personal que opera en estos establecimientos gastronómicos. Una de las causas de esta problemática puede ser el bajo control de salubridad por parte del ministerio de salud pública, o desinterés en llevar un buen control higiénico del propietario. Además, la causa

de una deficiente amabilidad en los trabajadores estaría arraigada a la falta de capacitación adecuada en servicio al cliente.

**Tabla 22.** Análisis de deficiencias en la dimensión empatía

Dimensión	Variable	Escala	Porcentaje
Empatía	El establecimiento gastronómico trabaja en horarios convenientes para todos los clientes	Totalmente en desacuerdo	12,20
		En desacuerdo	23,40
		Indiferente	20,10
	El establecimiento gastronómico cuenta con empleados que ofrecen atención personalizada	Totalmente en desacuerdo	18,0
		En desacuerdo	23,70
		Indiferente	16,40

*Fuente.* Elaborado por las autoras en base a los resultados de las encuestas a turistas

De acuerdo con las deficiencias en la dimensión empatía, (tabla 22) se pudo identificar que el 23,40% de los clientes encuestados consideran que estos establecimientos gastronómicos trabajan en horarios poco convenientes, así mismo, un 23,70% manifestó que ningún restaurante ofrece atención personalizada. Consecuentemente, una de las causas podría estar ligada al horario inconsistente, sobre todo, para aquellas personas que trabajan en tiempos exactos. Así mismo, el motivo de la carencia en servicio personalizado sería por la falta de personal en el establecimiento.

**Tabla 23.** Análisis de deficiencias en la variable adicional

Variable adicional	Escala	Porcentaje
Grado de satisfacción con el servicio recibido del establecimiento gastronómico	Totalmente en desacuerdo	0,8
	En desacuerdo	12,50
	Indiferente	31,80

*Fuente.* Elaborado por las autoras en base a los resultados de las encuestas a turistas

Finalmente, en las deficiencias identificadas de la variable adicional, (tabla 23) el 31,80% de clientes encuestados no están conformes ni disconformes en relación con el grado de satisfacción del servicio recibido. Sin embargo, el 12,50% muestra significativamente insatisfacción. Por consiguiente, se debería tomar en cuenta las variables de las dimensiones anteriores, ya que, permitirá solucionar los problemas potenciales como; falta de personalización, ambiente poco

acogedor, esperas largas, errores en los pedidos, entre otros, estas situaciones provocan una baja satisfacción en los clientes.

### **4.3.2. ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE CALIDAD DE SERVICIO PARA LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS**

Esta propuesta surge de las deficiencias detectadas en las encuestas, en las dimensiones; tangibles, confiabilidad, respuesta, seguridad y empatía, un grupo significativo de clientes expresaron quejas entorno al servicio recibido en los establecimientos gastronómicos, por lo cual, con la puesta en marcha del presente manual se podrá afrontar todos aquellos factores negativos, para ofrecer una atención sin afectar en la experiencia del comensal.

A través de una investigación bibliográfica, se elaboró el manual de calidad de servicios enfocado a los establecimientos gastronómicos en Portoviejo. Para este proceso fue necesario tomar en cuenta factores esenciales compuestos por; alcance, justificación, objetivos y propuesta. Posteriormente, se elaboró el manual utilizando como referencia la “Guía de buenas prácticas para mejorar la atención del cliente” desarrollada por Llamo (2021), quien se inspiró en el modelo SERVQUAL.

#### **- Alcance**

El desarrollo de este manual contribuye con la mejora de la calidad de servicios para los establecimientos gastronómicos en Portoviejo comprendiendo aspectos como; atención al cliente, calidad de alimentos, ambiente y decoración, tiempos de espera, entre otros.

#### **- Justificación**

Esta propuesta busca mejorar la experiencia de los clientes, mediante las buenas prácticas señaladas en este manual, de esta manera, los establecimientos gastronómicos tendrán una mejor puntuación y aceptación, en relación con, nivel de satisfacción, reputación, recomendación, eficiencia operativa, e innovación y mejora continua, convirtiéndose en una herramienta práctica flexible para los administradores de estas empresas.

## - Objetivo General

Crear un instrumento que sea el referente principal en la toma de decisiones en relación con la calidad del servicio para los establecimientos gastronómicos de Portoviejo.

### 4.3.2.1 MANUAL DE CALIDAD DE SERVICIOS PARA ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

Es importante tener en cuenta los roles del personal administrativo, una vez identificado se puede determinar las respectivas responsabilidades. Facilitando la toma de decisiones y supervisión del resto de empleados, cuando la parte operativa del establecimiento gastronómico entienda el concepto de calidad de servicios la empresa irá evolucionando, hacia nuevas tendencias o expectativas del cliente. Además, las buenas prácticas facilitan la eficiencia interna en la organización, convirtiendo al restaurante en un establecimiento competitivo.

Así mismo, todo establecimiento gastronómico debe entender el papel que cumplen los clientes dentro de la empresa, una mala reacción, significa, una no adecuada toma de decisiones, que influyen directamente en la experiencia del cliente que puede ser desde instalaciones poco atractivas, hasta horarios poco convenientes (tabla 24).

Tabla 24. Factores a tomar en cuenta en manual

Dimensión	Aspectos por mejorar	Posibles Acciones
Tangible	Apariencia Física de empleados.	Organizar capacitaciones para el personal, entorno con la aplicación de cambios en la decoración, planificación y establecer estándares específicos de la vestimenta.
Confiabilidad	Rapidez en servir el menú, solución de problemas y equivocación en la orden	Evaluar los procesos internos desde la orden hasta la entrega, explicar a los clientes el tiempo de espera por cada plato, capacitar al personal para resolver problemas de manera proactiva y efectiva, fomentar la comunicación para evitar equivocación.
Respuesta	Dispuestos ayudar al cliente y responder las peticiones	Fomentar el trabajo en equipo y evaluar la carga del trabajo.
Seguridad	Manipulación de alimentos y amabilidad de los empleados	Establecer estándares claros sobre el proceso de manipulación alimentaria y Feedback Constructivo



Empatía	Horarios poco convenientes y atención personalizada	Mantener comunicación abierta con el cliente y contratar más personal para atender al cliente.
---------	---	--


Fuente. Elaborado por las autoras

### - Aspectos uniformes de los empleados, instalaciones y equipos

Dentro de una empresa es imprescindible demostrar un buen ambiente sin importar la índole, aún más si se trata del sector de los servicios, como el caso del turismo, estas organizaciones necesitan algo más que una simple “atención al cliente”. Saber cuál es la razón principal para ser elegido no es suficiente, los establecimientos gastronómicos deben buscar siempre la manera de fidelizar a la clientela. Sin embargo, existen diversos casos, donde este visitante manifiesta alguna que otra queja por el servicio recibido, y no precisamente relacionadas con el producto comprado, sino con el aspecto físico de los empleados, instalaciones o equipos en estados prácticamente obsoletos.

Para Silva y Luján (2022) “los clientes no solamente buscan un producto, también esperan un buen ambiente, decoración, o ubicación” (p.7). Como lo manifiesta el autor, hoy en día, el servicio se expande desde, la presentación del menú, buena ubicación de las mesas, hasta demostrar un buen aspecto de aseo en el personal que opera el establecimiento. En ese sentido, se mostrará algunas pautas para mejorar la calidad del servicio a través de un check-list aplicables en restaurantes con los aspectos anteriormente mencionados (tabla 25).

Tabla 25. Check-list dimensión tangible

LINEAMIENTOS	IMAGEN DE REFERENCIA	APLICACIÓN	
		Sí	No
Uniformes diseñados para cada rol en el establecimiento gastronómico.			

---

Uniformes sumamente cómodos para el personal que opera en el establecimiento gastronómico.



---

Los empleados deben sugerir el modelo del uniforme más apto para el establecimiento gastronómico.



---

Revisar periódicamente el estado de los uniformes para mantener el buen aspecto del empleado del establecimiento gastronómico.



---

Actualizar algunos equipos necesarios para el uso de los clientes como el dispensador de bebidas.



---

Buscar el diseño adecuado para las mesas en el establecimiento gastronómico.



---

Segmentar las mesas para optimizar la eficiencia y calidad del servicio en el establecimiento gastronómico.



---

Mejorar la iluminación ya que cumple un papel clave en el ambiente del establecimiento gastronómico.



---

Implementar espejos, luces, cuadros, toallas, plantas, espejo, jabón líquido para mejorar la experiencia del cliente en el establecimiento gastronómico.



Mejorar el menú, haciéndolo divertido para aquellos clientes que tienen hijos.



Fuente. Elaborado por las autoras






El objetivo de estos lineamientos perteneciente a la dimensión tangibles, fueron propuestos con el fin de mejorar todo el aspecto del establecimiento gastronómico en torno a las características visuales que también forman parte del servicio, como decoración, menú, mesas, entre otros. De esta manera, los restaurantes tendrán una planificación sólida y eficiente, demostrando eficacia operativa por parte de los empleados, manteniendo un buen ambiente para los comensales, superando las expectativas de los clientes (tabla 39).

- **Aspecto rapidez, solución de problemas y orden correcta**

Otro de los factores que se deben tomar en cuenta dentro del servicio comprado en un establecimiento gastronómico es la agilidad o rapidez en servir la orden del comensal, muchos de los clientes suelen quejarse por la lentitud del servicio, esto sin lugar a duda, daña por completo la experiencia del visitante, si éste encontró el plato que buscaba, y demora en llegar a la mesa, la persona ya no lo va a disfrutar satisfactoriamente.

Por otra parte, es importante tener la habilidad de minimizar los problemas que surgen durante la prestación del servicio, muchas ocasiones los clientes sienten un descontento por este aspecto, Así mismo, otro inconveniente que suele ser molesto es que los empleados se confundan con la orden pedida. A continuación, se muestran ciertas pautas para mejorar estos componentes (tabla 26).

Tabla 26. Check-list dimensión Confiabilidad

LINEAMIENTOS	IMAGEN DE REFERENCIA	APLICACIÓN	
		SÍ	NO
Organización en la cocina para agilizar la preparación de la comida.			
Tener algunos alimentos previamente preparados para agilizar la rapidez en lo pedido.			
Implementar sistema de comunicación con los empleados como los Walkie talkie para mejorar la rapidez del pedido.			
Mantener un nivel adecuado de empleados tanto en la cocina como en el área de atención al cliente.			
Escuchar y mantener la calma cuando el cliente presenta la queja por el servicio ofrecido.			

---

Ofrecer un servicio adicional por la queja presentada del servicio, ayudará a que el cliente se calme.



---

Llevar un registro de quejas con las posibles soluciones



---

Implementar un sistema de pedidos para minimizar los errores en la carta.



---

Revisar el pedido de los clientes antes de servirlo para evitar errores de entrega a la mesa.



---

Etiquetar los pedidos para evitar confusiones en la entrega.



---

**Fuente.** Elaborado por las autoras

Es importante comprender que los problemas no se solucionan fácilmente. Por ende, es necesario ser empático con los clientes, tratar de entenderlos puede

ayudar a que el cliente se sienta escuchado y se calme rápidamente. El manual presta posibles soluciones que pueden ayudar con ciertos inconvenientes, sin embargo, el personal administrativo es el único que conoce el comportamiento de la clientela, así que también se recomienda hacer un feedback con el fin de abordar de manera proactiva las quejas minimizando la mala experiencia de los comensales.

### - Aspecto ayuda al cliente y peticiones

Los clientes cuando visitan un restaurante suelen tener expectativas altas en cuanto al nivel de compromiso de los empleados en poder ayudarles con algún problema, así mismo, las peticiones que hacen, algunas incluso no forman parte de los servicios ofertados suele ser común entre los comensales, cuando este aspecto no es atendido, puede provocar una mala reacción del lugar, dejar una mala reseña, dejando una mala reputación del establecimiento gastronómico. A continuación, se muestran algunos lineamientos para afrontar estas deficiencias (tabla 27).

Tabla 27. Check-list dimensión Respuesta

LINEAMIENTOS	IMAGEN DE REFERENCIA	APLICACIÓN	
		SÍ	NO
Validar las peticiones de los clientes con el fin de demostrar que sus necesidades son importantes.			
Ofrecer opciones si la petición no puede ser cumplida como lo requiere el cliente.			

Asegurar que los empleados estén bien informados del menú para brindar información precisa al cliente.



Hacer un feedback interno si la petición no puede ser cumplida para que el establecimiento gastronómico lo haga en el futuro.



Preguntar al cliente sobre qué cosas le gustaría del servicio para evaluarlo e implementarlo si es necesario.



Gestionar los tiempos del equipo que permita equilibrar las tareas y la atención al cliente de manera efectiva.



Entrenamiento multitareas, permitiendo que los empleados puedan responder las peticiones de los clientes aun haciendo otras labores.



**Fuente.** Elaborado por las autoras

La planificación en un establecimiento gastronómico es esencial para brindar una buena experiencia al cliente, también, entender que puede ser grande el desafío, mantener un buen servicio, ya que los gustos y preferencias de las personas cambian constantemente, sin embargo, estar cerca de la cliente, mostrar interés



en hacer lo que ellos piden o solicitan vuelva la situación manejable para el personal administrativo.

- **Aspecto manipulación de alimentos y amabilidad de los empleados**

La correcta forma de manipular los alimentos es importante para un buen producto final, hay algunos establecimientos gastronómicos que no son tan exigentes con los empleados, por lo cual, existe insalubridad, provocando una mala imagen del restaurante. La seguridad también se ve reflejada en una comida limpia que inspire confianza a los clientes.

Por otra parte, ciertos empleados carecen de técnicas para atender al cliente, esto puede provocar poca sensibilidad o amabilidad, haciendo que la experiencia del comensal sea desagradable. A continuación, se muestran ciertas pautas para afrontar esta situación (tabla 28).

**Tabla 28.** Check-list dimensión Seguridad

LINEAMIENTOS	IMAGEN DE REFERENCIA	APLICACIÓN	
		SÍ	NO
Proporcionar capacitaciones constantemente sobre la correcta manipulación segura de los alimentos como (normas de higiene, y prevención de contaminación ).			
Tener los alimentos almacenados de forma segura en relación con la temperatura.			
Rotar los alimentos más antiguos para evitar que se descompongan.			

---

Separación de los alimentos para evitar la contaminación cruzada.



---

Trabajar con proveedores confiables que cumplan con normativas de seguridad alimentaria.



---

Realizar inspecciones constantes para ver si se cumplen los parámetros de seguridad alimentaria.



---

Capacitación de servicio al cliente para que los empleados puedan actuar amablemente con las personas.



---

Programas de incentivos a los empleados que sean amables con los clientes.



---

Crear un ambiente positivo que promueva una buena relación con los empleados y motive a ser amables.



---

**Fuente.** Elaborado por las autoras

Todos estos lineamientos propuestos ayudarán aquellos establecimientos gastronómicos que no tienen una planificación clara en relación con la manipulación de los alimentos, es importante tener en cuenta la seguridad alimentaria, los clientes no solo buscan un plato, sino también comida fresca y confiable. Por ende, estos establecimientos tienen que precautelar la salud de sus clientes, y evitar multas por niveles altos de insalubridad.

#### - Aspectos horarios de atención y atención personalizada

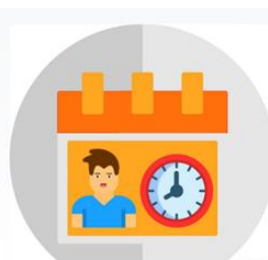
Algunas ocasiones los clientes no pueden ir a los establecimientos gastronómicos debido a los horarios de atención, que puede interferir con la rutina diaria de los comensales, por lo cual, ellos tratan de buscar restaurantes que se acoplen con sus disponibilidades, esto ocasiona una baja de clientela afectando directamente a las ventas de la empresa.

Por otra parte, otro de los factores que suelen carecer los restaurantes es la atención personalizada, los clientes siempre buscan un trato especial y único, sin embargo, en este manual de calidad se presentan algunas pautas para tratar de mejorar estos aspectos (tabla 29).

Tabla 29. Check-list dimensión empatía

LINEAMIENTOS	IMAGEN DE REFERENCIA	APLICACIÓN	
		SÍ	NO

Realizar investigaciones a los clientes potenciales para entender horarios de mayor demanda.



---

Implementación de sistemas de reservas que permita analizar los horarios con menor demanda.



RESTAURANT SEATING

---

Brindar una variedad de horarios con el fin de ser flexibles con todos los clientes.



---

Adaptarse a la estacionalidad sobre todo en temporada turística.



---

Publicar horarios a través de las redes sociales para que los clientes puedan planificar su visita.



---

Brindar servicio de comida a domicilio para que los clientes puedan cenar en casa.



Hacer que los empleados recuerden el nombre de los clientes para brindar un trato más personal.



Instruir a los empleados para que reciban con una sonrisa a los clientes



Celebrar ocasiones especiales, como cumpleaños, aniversarios haciéndolo sentir especial con un pequeño detalle.



Ofrecer promociones especiales en función de experiencias pasadas.



**Fuente.** Elaborado por las autoras

Por lo general los establecimientos gastronómicos de Manabí suelen presentar inconvenientes en relación con la atención personalizada, más aún si se trata de un restaurante que oferta comida típica. Sin embargo, no importa el tipo de denominación del establecimiento, el trato especial, hacer sentir único al cliente es un factor que hace una diferencia significativa, no es lo mismo decir, “Hola buenos días” a “hola señor José ¿cómo se encuentra el día de hoy?” al hacer énfasis en su nombre el cliente se sentirá en un ambiente cálido y va a querer

regresar. Así mismo, tratar de entenderlos para que el horario de atención no sea un problema para ellos, brindar soluciones como las planteadas anteriormente, puede aliviar la carga del personal administrativo.

# **CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## **5.1. CONCLUSIONES**

La evaluación de la percepción de la calidad de los servicios en los establecimientos gastronómicos de Portoviejo arroja dos conclusiones fundamentales. En primer lugar, se identifican una serie de deficiencias clave que abarcan áreas críticas como la apariencia física, la confiabilidad en los pedidos y la atención personalizada. Estas carencias ejercen un impacto directo sobre la satisfacción de los clientes y, por consiguiente, sobre la reputación global de los establecimientos. Queda patente la necesidad de implementar mejoras en varios aspectos del servicio para elevar la calidad de la experiencia ofrecida. En segundo lugar, la evaluación llevada a cabo utilizando el modelo SERVQUAL subraya la importancia primordial de la calidad percibida dentro de la industria gastronómica. Los clientes no solamente buscan disfrutar de platos deliciosos, sino también de una experiencia integral y gratificante. Factores tales como la apariencia moderna de los equipos, la velocidad en la prestación del servicio, la cortesía del personal y la atención personalizada tienen un impacto directo en cómo los clientes valoran la calidad de los servicios.

Estas carencias tienen un impacto directo en la satisfacción y la experiencia de los clientes. Áreas como el entorno visual, la agilidad en el servicio, la resolución efectiva de problemas, la atención a los clientes, la manipulación segura de los alimentos y la amabilidad del personal han sido identificadas como puntos que requieren mejoras efectivas, mediante estas deficiencias se ha desarrollado un detallado Manual de Calidad de Servicio. Este manual se basa en directrices claras y específicas diseñadas para atender cada una de las áreas identificadas. Proporciona orientación sobre cómo mejorar la presentación visual de los establecimientos, garantizar la precisión en el servicio, resolver problemas de manera eficiente, atender las necesidades de los clientes, asegurar la manipulación higiénica de los alimentos y aumentar la cordialidad del personal, las secciones del manual abarcan el alcance, la justificación y los objetivos del mismo, además de presentar un plan de acción exhaustivo para cada dimensión del servicio. También resalta la importancia de brindar atención personalizada,

adaptarse a horarios convenientes y fomentar la participación activa del personal en la mejora continua.

## **5.2. RECOMENDACIONES**

A las autoridades municipales que brinden apoyo a los propietarios de los establecimientos gastronómicos en cuanto a capacitaciones de mejora del servicio y fuentes de financiamiento para mejorar la infraestructura y el equipamiento de los mismos e incentivar las ferias gastronómicas para difundir la importancia de conservar la comida típica tradicional y de esta manera fortalecer el turismo gastronómico.

A los emprendedores gastronómicos, implementar capacitaciones para mejorar la eficiencia en la prestación del servicio, fortalecer las habilidades de resolución de problemas y perfeccionar la interacción con los clientes. Brindar alternativas que se ajusten a las preferencias individuales puede aumentar significativamente la satisfacción del cliente y cultivar su lealtad hacia el establecimiento. Enfocarse en la personalización y flexibilidad en el servicio puede marcar una diferencia notable en la percepción de calidad y en la experiencia general que los clientes tienen en los establecimientos gastronómicos.

A los dueños de los establecimientos la implementación del Manual de Calidad de Servicio, ya que les permitirá evaluar cuidadosamente cada área de su servicio y hacer ajustes pertinentes para asegurarse de que las mejoras sean efectivas y relevantes para los clientes y la promoción activa de la cultura de atención al cliente pueda fortalecer su negocio.



## BIBLIOGRAFÍA

- Aiteco. (2018). *Calidad en Restaurantes. Evaluar con Dineserv*.  
<https://www.aiteco.com/calidad-en-restaurantes-dinerserv/>
- Agencia nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria. (2015). *Manual de prácticas correctas de higiene y manipulación de alimentos en restaurantes/cafeterías*.  
<https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/08/IE-E.2.2-EST-42-A1-Manual-de-Practicas-Correctas-de-Higiene.pdf>
- Alarcón, R. (2016). *Propuesta de pre factibilidad para la creación de un restaurante, ubicado en la parroquia Andrés de Vera, cantón Portoviejo, provincia de Manabí*. [Tesis de grado, Universidad Tecnológica Equinoccial].  
[http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/16190/1/67111\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/16190/1/67111_1.pdf)
- Álava, M. (2021). Congreso Multidisciplinario de Investigación Científica. *Revista Risti, Vol. 8(39)*. <http://www.risti.xyz/issues/ristie39.pdf>
- Alvarado, D. (2021). *Propuesta de un restaurante ecológico en el sector Manga del Cura de la provincia de Manabí* [Tesis de grado, Universidad Técnica Estatal de Quevedo]  
<https://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/6489>
- Arteaga, J. (2021). *Servicios Gastronómicos después del COVID-19 en Jipijapa*. [Tesis de grado, Universidad Estatal del Sur de Manabí].  
<http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3227/1/Joselyn%20Arteaga-Tesis.pdf>
- Betancourt, J., Aldana de Vega, L., y Gómez, G. (2018). Servicio, ambiente y calidad de restaurantes en Bogotá. Estudio comparativo de empresa familiar y empresa no familiar. *Revista Entramado, Vol. 10(2)*, 60-74.  
<https://www.redalyc.org/pdf/2654/265433711005.pdf>

- Billar, S. (2021). Costos de la empresa gastronómica relacionados con el turismo en la provincia de Manabí, Ecuador. *Revista Dominio de las Ciencias*, Vol. 7(4), 166. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8384065>
- Bonilla, I. (2019). *Evaluación de la calidad de servicio en el snack Don Benny, Chiclayo* [Tesis de grado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. <http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/handle/20.500.12423/3617>
- Cabrera, A. (2019). La concepción de cliente y su repercusión en la calidad del servicio en el restaurante. *Revista RES NON VERBA*, Vol. 9(2), 1-16. <https://doi.org/10.21855/resnonverba.v9i2.214>
- Carbo, L. M. (2015). *Análisis para la Mejora de la Calidad del Servicio del Restaurante "La Casa Blanca"*. [Tesis de grado, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8663/1/TESIS%20LISSETTE%20CARBO.pdf>
- Calderón, F. y Altamirano H. (2014). *La calidad del servicio hotelero y su incidencia en la satisfacción al cliente en la ciudad de Baños de Agua Santa*. DSpace de Uniandes. <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/2657/1/TUAETH012-2014.pdf>
- Calderón, J. (2018). *Una introducción al turismo gastronómico del cantón Manta-Ecuador*. CORE. <https://core.ac.uk/download/pdf/157589102.pdf>
- Carvache, W., Torres, M., y Carvache, M. (2018). La gastronomía de Samborondón - Ecuador. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, Vol.26(3), 731-745. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180752116013.pdf>
- Chen, J. (2021). *Gestión de diseño de una empresa de comida rápida vegana en Ecuador*. [Tesis de grado, Universidad San Gregorio de Portoviejo].

<http://repositorio.sangregorio.edu.ec/bitstream/123456789/2440/1/CHEN%20JANICE.pdf>

Coronel, J., Basantes, R., y Vinuesa, A. (2019). Un estudio de la calidad del servicio en restaurantes de mariscos (Ecuador). *Revista Espacios*, Vol. 40(7), 9. <http://www.revistaespacios.com/a19v40n07/a19v40n07p09.pdf>

Escobar, M. (2020). *Evaluación de la calidad en el servicio del subsector de restaurantes en la ciudad de Santiago de Cali [Tesis de grado Universidad Autónoma de Occidente]* <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/3453534>

Félix, G., Vera, D., y Cevallos, J. (2021). Caracterización de corredores gastronómicos como elementos turísticos potenciales en zonas rurales. Caso de estudio: la zona central de Manabí-Ecuador. *Revista Siembra*, Vol.8(2). <https://doi.org/10.29166/siembra.v8i2.2908>

Font, M., y Blanco, G. (2018). Calidad del servicio en el proceso alimentos y bebidas de un hotel en Ecuador. *Revista ECA Sinergia*, Vol. 9(2), 80-90. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6726422>

Fontalvo, T., Hoz, E. d., y Hoz, E. d. (2020). Método de evaluación de la calidad del servicio de una unidad de atención al usuario en una empresa de servicio de agua en Colombia. *Revista Información tecnológica*, Vol. 31(4) [https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642020000400027&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642020000400027&script=sci_arttext)

Fuentes, L., González, R., Parrado, C., y Gálvez, K. (2020). Evaluación de la calidad percibida de servicios en restaurante a la carta. *Revista Universidad y sociedad*, Vol. 12(4). [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202020000400179](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000400179)

García, M., Grilló, A., y Morte, T. (2021). La adaptación de las empresas a la realidad COVID: una revisión sistemática. *Revista de Ciencias de la*

*Administración y Economía*, 11(21), 55-70.

<https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.04>

Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Portoviejo (GAD Portoviejo). (2014). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Portoviejo (PDOT)*.

[http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadpl usdiagnostico/CAPITULO%20I\\_DIAGNOSTICO\\_14-11-2014.pdf](http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadpl usdiagnostico/CAPITULO%20I_DIAGNOSTICO_14-11-2014.pdf).

Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Portoviejo (GAD Portoviejo). (2019). *Portal de servicios al ciudadano del GAD Municipal del cantón Portoviejo*. GAD Portoviejo. <https://online.portoviejo.gob.ec/>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Portoviejo (GAD Portoviejo). (2020). *Se realiza campaña “Establecimiento seguro” para motivar las visitas a locales turísticos*. <https://www.portoviejo.gob.ec/2020/08/07/se-realiza-campana-establecimiento-seguro-para-motivar-las-visitas-a-locales-turisticos/>

Hoyer, O. (2012). *La calidad de servicio en los restaurantes: Un problema de gerencia*. Omar J. Hoyer Gerencia de A&B. <https://omarjhoyer.wordpress.com/2012/04/21/la-calidad-de-servicio-en-los-restaurantes-un-problema-de-gerencia/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2018). *Proyecciones del crecimiento de la población*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

Jurado, G. (2014). *Calidad de la gestión en el servicio y atención al cliente para el mejoramiento de las operaciones internas en restaurantes de lujo en el Centro Histórico de la ciudad de Quito*. [Tesis de grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/8010>

- Llamo, E., (2021). *Aplicación Del Manual De Buenas Prácticas Para La Atención De Clientes, Dirigido Al Personal De Contacto Del Hotel Gran Sipán, Chiclayo* [Tesis de grado, Universidad Señor de Sipán]. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8363/Elvis%20Yhonny%20Llamo%20Hernandez.pdf?sequence=1>
- Mendoza, Y. (2019). El control y aseguramiento de la calidad alimentaria en un restaurante de la ciudad de Manta, Manabí, Ecuador. *Revista RECUS*, Vol. 4(3), 22-28. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7368630>
- Mesas, B. (2018). Evaluación de la calidad percibida del servicio por los consumidores en los restaurantes de la ciudad de Milagro. *Revista de estudios empresariales y empresariales*. <https://journalbusinesses.com/index.php/revista/article/view/94/210#info>
- Ministerio de Turismo (MINTUR). (2022). *Catastro de establecimientos turísticos*. <https://www.turismo.gob.ec/catastro-de-establecimientos-turisticos/>
- Mirabal, A. (2021). Calidad de servicio. *Revista Compendium*, Vol. 24(46), 2. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88067978001>
- Monroy, M. y Urcadiz, F. (2019). Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México. *Revista Investigación administrativa*, Vol. 48(123). [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-76782019000100006](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782019000100006)
- Monroy, M. (2021). Calidad de servicio en restaurantes de Todos Santos, México por concepto de género. *Revista Universidad y Empresa*, Vol. 23(40). <https://doi.org/10.12804/revistas.uosario.edu.co/empresa/a.8229>
- Montalván, A., y Cabrero, F. (2019). La gastronomía como recurso de la identidad ancestral el caso de la parroquia Chuquiribamba, Loja,

Ecuador. *Revista Amazónica Ciencia y Tecnología*, Vol. 8(2), 126-135.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7153083>

Montesdeoca, M., Zamora, Y., y Álvarez, M. (2019). La Percepción como Elemento del Comportamiento del Consumidor en Servicios Gastronómicos del Ecuador. *Revista Scientific*, Vol.4(12), 290-311.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=563659433017>

Moscairo, M. (2017). Evaluación de la calidad del servicio desde la perspectiva del cliente en los restaurantes turísticos de 5 tenedores en Puno. *Revista Altiplano*, Vol. 10(7).  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202020000400179](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000400179)

Mora, C. (2017). La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. *Revista Brasileira de Marketing*, Vol. 10(2), 146-162.  
<https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>

Ortiz, R. (2018). *Propuesta de Factibilidad para la Creación de un Restaurante Tradicional de la Serranía Ecuatoriana, en el Cantón Tena, Provincia de Napo, 2017*". Facultad de especialidades empresariales - Repositorio UCSG.  
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/11538/1/84T00570.pdf>

Parasuraman, A. Zeithaml, V. y Berry, L. (1993). More on Improving Service Quality Measurement. *Journal of Retailing*, 69(1), 140 - 147

Pérez, L. (2021). Gastronomía Manabí. *Revista Polo del Conocimiento*, Vol. 16(8). <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es>

Rivas, A. (2020). Importancia de la innovación en el sector turístico-gastronómico ancestral del Ecuador. *Revista Turismo eres tú*, Vol. 12(6), 117-131.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7761200>

- Rivera, G. (2020). Fortalecimiento de la identidad cultural gastronómica en la provincia de Los Ríos, Ecuador. *Revista Colón Ciencias, Tecnología y Negocios*, Vol.7(1). <https://doi.org/10.48204/j.colonciencias.v7n1a5>
- Ruiz, D. (2018). Importancia de la innovación en el sector turístico-gastronómico ancestral del Ecuador. *Revista RECUS*, Vol. 15(5), 113-115. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7927007>
- Rust, R., y Oliver, R. (1994). Service quality: new directions in theory and practice. *Thousand Oaks*: Sage.
- Salazar, D., y Burbano, C. (2017). Análisis de la oferta gastronómica, una perspectiva comercial a través del marketing de servicios: Caso sector La Rumipamba, Pichincha, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, Vol. 13(1). <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2017000100002>
- Silva, E. y Luján, G. (2022). Modelo teórico de gestión de la calidad del servicio para promover la competitividad de los restaurantes de cocina. *Siembra*, 9(1), 2–11. <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/siembra/v9n1/2477-8850-siembra-09-01-03594.pdf>
- Sornoza, R. (2015). *La calidad en la atención del servicio y la satisfacción de los clientes en los restaurantes de la parroquia crucita del cantón Portoviejo. [Tesis de grado, universidad Estatal del Sur de Manabí]*. <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/660/1/UNESUM-ECU-ECOT-2015-51.pdf>
- Sosa, L., y Silvestre, M. (2018). Evaluación de la calidad de los servicios turísticos gastronómicos en los establecimientos de alimentos y bebidas de comida tradicional regional Colimota en Manzanillo, Colima. *Revista El periplo sustentable*, Vol.9(35). [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S187090362018000200151&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S187090362018000200151&script=sci_arttext)

- The Fork Manager. (2017). *7 errores cruciales en la atención al cliente*.  
<https://www.theforkmanager.com/es-es/blog/errores-cruciales-atencion-cliente>
- Torres, F., Romero, J., y Vlteri, M. (2018). Diversidad gastronómica y su aporte a la identidad cultural. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 44(1), 732. <http://dx.doi.org/10.15198/seeci.2017.44.01-13>
- Utrera, A., y Real, E. (2020). La gastronomía, la cultura y el patrimonio para un turismo sostenible. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, Vol. 14(49).  
<https://dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/2142/2198>
- Vásconez, J. (2022). Acciones de mejora en la calidad de los alimentos para ofrecer mejor servicio en los restaurantes de Bahía de Caráquez. *Revista Polo del Conocimiento*, Vol. 7(2), 5.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8354930>
- Viera, E., Mendoza, M., Caballero, D., Loor, C., y Fernández, B. (2019). El control y aseguramiento de la calidad alimentaria en un restaurante de la ciudad de Manta, Manabí, Ecuador. *RECUS: Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad*, Vol. 4(3), 22-28.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7368630>
- Vivar, J. Barragán, M. (2017). Elaboración de un modelo de evaluación para la calidad del servicio en restaurantes en Cuenca. *Revista de la Facultad de Ciencias Químicas*, Vol. 4(16).  
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/35865/1/documento.pdf>
- Zambrano, K. (2021). Establecimientos gastronómicos: Caso norte de Manabí. *Revista Altiplano*, Vol. 14(11).  
<https://www.proquest.com/openview/32f793ec5f4a1489020761a69970aff7/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>



# **ANEXOS**

## ANEXO 1. FICHA TÉCNICA PARA LA CARACTERIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO



La presente ficha técnica tiene como finalidad recopilar información sobre los establecimientos gastronómicos para su caracterización contribuyendo así a la realización de la investigación titulada “EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE PRIMERA CATEGORÍA DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO,”. La información recolectada será confidencial y de uso exclusivamente académico.

GENERALIDADES		
Nombre del establecimiento		
Nombre del propietario / encargado		
Profesión del propietario		
Tipología		
Categoría		
Dirección		
Teléfono		
E-mail		
Redes sociales donde cuenta con presencia		
Sitio Web		
Estructura constructiva del alojamiento		
Años de funcionamiento/ Fecha de inauguración		
Número de empleados		
Certificaciones o distinciones otorgados		
<b>Coordenadas de georreferenciación:</b>		
Franquiado por una ma <input type="checkbox"/> Propiedad de una c <input type="checkbox"/> na Asociado a un <input type="checkbox"/> adena Inde <input type="checkbox"/> diente <input type="checkbox"/> Otro		
EQUIPAMIENTO		
Nombre del equipamiento	Sí / No	Cant.
Mesas cuadradas		
Mesas rectangulares		
Mesas redondas		
Mesas para buffet		
Sillas con apoya brazo		
Sillas sin apoya brazo		
Mesas auxiliares		
Aparadores		

Carros de servicio		
Calienta-plateos		
Equipo informático para ventas		
Equipo de refrigeración		
Cocina industrial		
Utensilios de cocina		
Horno		
Licuadaora		
Freidora		
Microonda		
Plancha		
Parrilla		
Equipo de limpieza		
<b>SERVICIOS</b>		
<b>Nombre de los servicios</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
Autoservicio		
Buffet		
Servicio a la mesa		
<b>OFERTA GASTRONÓMICA</b>		
<b>OBSERVACIONES:</b>		

## ANEXO 2. MATRIZ EFI

FACTORES INTERNOS CLAVES	IMPORTANCIA PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	VALOR
<b>FORTALEZAS</b>			
Los establecimientos brindan buena atención y servicio al cliente.	0,08	3	0,24
Portoviejo cuenta con una escuela de artes culinarias.	0,08	2	0,16
Portoviejo es considerada una de las ciudades con las gastronomías más ricas y variadas del país.	0,15	4	0,06
Los establecimientos gastronómicos tienen buena ubicación.	0,07	1	0,07
Los establecimientos gastronómicos promueven los platos típicos-tradicionales de Manabí.	0,08	2	0,16
Los locales gastronómicos usan redes sociales para la promoción y comercialización.	0,09	3	0,27
Precios accesibles en la oferta gastronómica	0,03	2	0,06
<b>DEBILIDADES</b>			
Los establecimientos gastronómicos no cuentan con una planificación de las actividades a realizar.	0,08	3	0,24
Algunos establecimientos expresan el desinterés que existe de la gastronomía típica por parte de la comunidad local	0,05	2	0,1
Deficiente apoyo por parte de las instituciones públicas locales para el desarrollo de los emprendimientos.	0,04	2	0,08
Ciertos establecimientos gastronómicos carecen de innovación en la infraestructura.	0,03	1	0,03
Desconocimiento de los propietarios sobre organizaciones que contribuyan con financiamiento a emprendimientos.	0,15	4	0,6
Desinterés en capacitación de los empleadores hacia los empleados.	0,07	2	0,14
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>2,75</b>

## ANEXO 3. MATRIZ EFE

FACTORES EXTERNOS CLAVES	IMPORTANCIA PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	VALOR
<b>OPORTUNIDADES</b>			
El INPC declaró a la gastronomía de Portoviejo como patrimonio cultural inmaterial.	0,09	3	0,27
La UNESCO le dio un reconocimiento como parte de la ruta de ciudades creativas gastronómicas.	0,08	1	0,08
El MINTUR promociona las ferias gastronómicas.	0,04	2	0,08
Interés por parte de agencias turísticas externas para promover a Portoviejo como parte de una ruta gastronómica	0,15	4	0,60
Llegada de turistas nacionales debido a los feriados	0,07	2	0,14
El uso de la tecnología como redes sociales para atraer a los visitantes	0,10	3	0,3
<b>AMENAZAS</b>			
La subida de precios en los productos vegetales perjudica la oferta gastronómica a ofrecer.	0,10	2	0,2
Rebotes de la Pandemia COVID-19 afecta a los establecimientos gastronómicos.	0,08	1	0,08
Desastres Naturales como inundaciones afectan a los establecimientos gastronómicos.	0,08	2	0,16
Apertura de competidores de comida típica gastronómica en zonas rurales.	0,15	4	0,6
Perdida de turista debido al cambio de gustos y preferencias.	0,6	1	0,06
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>2,57</b>

## ANEXO 4. MATRIZ DE PONDERACIÓN

		ANÁLISIS EXTERNO													
		OPORTUNIDADES						TOTAL	AMENAZAS					TOTAL	
		O1	O2	O3	O4	O5	O6		A1	A2	A3	A4	A5		
ANÁLISIS INTERNO	FORTALEZAS	F1	3	2	2	2	1	1	11	1	1	1	1	1	5
		F2	1	2	2	3	1	1	10	2	1	3	1	1	8
		F3	2	3	2	3	3	3	16	3	2	2	2	2	11
		F4	3	1	2	2	1	2	11	1	2	2	1	1	7
		F5	2	1	1	2	2	2	10	2	1	1	1	2	7
		F6	3	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	2	6
		F7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		F8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	TOTAL	14	10	10	13	9	10	66	10	8	10	7	9	44	
	DEBILIDADES	D1	3	3	2	2	3	3	16	2	2	3	3	2	12
		D2	1	1	1	3	1	1	8	1	1	1	2	2	7
		D3	1	2	1	1	1	1	7	1	1	1	1	2	6
		D4	3	2	1	1	2	1	10	1	1	2	1	3	8
		D5	2	1	3	1	1	1	9	1	1	1	1	3	7
TOTAL	10	9	8	8	8		46,5	6	6	8	8	12	40		

## ANEXO 5. ENTREVISTA A LOS PROPIETARIOS DE LOS



### ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO

La presente entrevista se realiza como parte del proceso de recopilación de información para el trabajo de titulación denominado EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, por lo tanto, esta información es de carácter confidencial y no tiene ningún fin ajeno a la investigación.

**OBJETIVO:** Caracterizar los establecimientos gastronómicos de la ciudad de Portoviejo

Nombre \_\_\_\_\_ Cargo \_\_\_\_\_

1. ¿Cuenta su establecimiento con una planificación de sus actividades a corto, mediano o largo plazo?
2. ¿Dispone su establecimiento de un presupuesto para las actividades previstas en su planificación?
3. Conoce Ud. ¿Cuál es el perfil del cliente que frecuenta su establecimiento?
4. ¿Qué productos y/o servicios ofrece su establecimiento?
5. ¿Cuál es el o los productos que tienen mayor demanda?
6. ¿Cómo se promociona su establecimiento? A través de publicidad, campañas, redes sociales, página Web, ¿en convenio con organismos públicos o privados?
7. ¿Su personal está capacitado o tiene planificado capacitarlo en atención al cliente? ¿Si o no? Fundamente su respuesta.
8. Ha realizado o tiene previsto invertir en mejoras de sus servicios, infraestructura en su establecimiento.
9. Conoce si existen facilidades para el financiamiento de emprendimientos como el suyo.
10. ¿Cuáles cree que son las principales limitantes para el desarrollo de su establecimiento?
11. ¿Cuáles cree que son las principales fortalezas que posee su establecimiento?
12. ¿Considera Ud. que las instituciones locales y nacionales apoyan el desarrollo de emprendimientos como el suyo? Fundamente su respuesta.

**Se agradece su colaboración**

## ANEXO 6. ENCUESTA A LOS CLIENTES DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



### ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ

La presente encuesta tiene como objetivo el identificar la percepción de los clientes de los establecimientos gastronómicos de primera categoría de la ciudad de Portoviejo; y se realiza como parte del proceso de recopilación de información para el trabajo de titulación denominado EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE PRIMERA CATEGORÍA DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, por lo tanto, esta información es de carácter confidencial y no tiene ningún fin ajeno a la investigación.

**Instrucciones:** Basado en su experiencia como cliente de este establecimiento, valore en una escala de 1 a 5. Lea cada afirmación y señale si esta tiene o no la característica indicada encerrando en un círculo la opción que considere apropiada, donde 1 está totalmente en desacuerdo y 5 está totalmente de acuerdo.

DIMENSIÓN	VARIABLE	Totalmente en desacuerdo			Totalmente de acuerdo	
TANGIBLES	Este establecimiento gastronómico tiene equipos de apariencia moderna (nevera, hornos, registradora, dispensador de bebidas, etc.).	1	2	3	4	5
	Las instalaciones físicas (baños, mesas, sillas, mostradores, etc.) de este establecimiento gastronómico son atractivas.	1	2	3	4	5
	Los empleados de este establecimiento gastronómico tienen buena apariencia física (aseo personal, uniformes limpios).	1	2	3	4	5
	Los materiales asociados con el servicio (menú, afiches informativos, et.) de este establecimiento gastronómico son visualmente atractivos.	1	2	3	4	5
CONFIABILIDAD	Este establecimiento gastronómico realmente sirve la comida tan rápido, como es ofrecido.	1	2	3	4	5
	Cuando Ud. ha tenido un problema con la comida o servicio, los empleados de este establecimiento gastronómico muestran sincero interés en solucionarlo.	1	2	3	4	5
	En este establecimiento gastronómico no se equivocan con la orden, le sirven de manera correcta la primera vez.	1	2	3	4	5
RESPUESTA	Los empleados de este establecimiento gastronómico atienden rápidamente a los clientes.	1	2	3	4	5
	Los empleados de este establecimiento gastronómico siempre están dispuestos a ayudar a los clientes	1	2	3	4	5
	Los empleados de este establecimiento gastronómico nunca están muy ocupados para responder a las peticiones de los clientes.	1	2	3	4	5
SEGURIDAD	La manera como los empleados de este establecimiento gastronómico manipulan los alimentos inspira confianza en los clientes (comida limpia, segura).	1	2	3	4	5
	Los empleados de este establecimiento gastronómico son consistentemente amables con los clientes.	1	2	3	4	5
EMPATÍA	Este establecimiento gastronómico trabaja en horarios convenientes para todos los clientes.	1	2	3	4	5
	Este establecimiento gastronómico cuenta con empleados que ofrecen atención personalizada.	1	2	3	4	5
VARIABLE ADICIONAL	Grado de Satisfacción con el servicio recibido de este establecimiento gastronómico.	1	2	3	4	5

**Muchas gracias por su cooperación.**