



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

TEMA DE ENSAYO:

**“LA CALIDAD DEL SERVICIO DE RESTAURACIÓN QUE OFERTA LA
LOCALIDAD DE CHULLUYPE, CANTÓN SANTA ELENA AÑO 2023”**

**COMPONENTE PRÁCTICO DEL EXAMEN COMPLEXIVO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

AUTOR:

ERICK FABRICIO VILLAO REYES

PROFESORA GUIA:

LCDA. NARCISA BRUSELA VÁSQUEZ FARFÁN. MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2024

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de Profesor guía del Ensayo titulado, **“LA CALIDAD DEL SERVICIO DE RESTAURACIÓN QUE OFERTA LA LOCALIDAD DE CHULLUYPE, CANTÓN SANTA ELENA AÑO 2023”**, elaborado por el Sr. **Erick Fabricio Villao Reyes**, egresado de la Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Gestión y Desarrollo Turístico, con la modalidad examen complejo, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Lcda. Narcisa Brusela Vásquez Farfán. MSc.
Profesora Tutora

AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente trabajo de Titulación denominado **“La calidad del servicio de restauración que oferta la localidad de Chullupe, Cantón Santa Elena año 2023”**, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Gestión y Desarrollo Turístico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, Erick Fabricio Villao Reyes, con cédula de identidad número 400242406, declaro que la investigación es absolutamente original, autentica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad, el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Atentamente,



Erick Fabricio Villao Reyes.

C.I. No.: 240024240-6

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios ya que sin él no sería nada posible, a mis padres quienes siempre han estado conmigo apoyándome en las buenas y en las malas, motivándome durante todo este proceso educativo, gracias a todos ellos por ser mi motor.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena y mis maestros de cátedra por brindarme todos sus saberes y conocimiento y que de una manera muy considerada estuvieron prestos a ayudarme siempre.

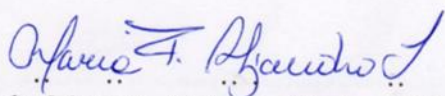
Erick Fabricio Villao Reyes

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por siempre guiarme y darme la sabiduría e inteligencia, sobre todo por no dejar que desmayara mi fe en lograr esta etapa tan maravillosa de mi vida, a mi familia, en especial a mi padre, madre y hermanos quienes fueron mi pilar fundamental y siempre estuvieron prestos a apoyarme en este largo camino, agradecido siempre por los todos sus consejos y sobre todo su amor incondicional.

A mi abuelita quién la considero mi segunda madre, siempre estuvo cerca de mí dándome su bendición cada vez que salía de mi hogar a realizar cualquier actividad relacionada con la universidad y agradezco a Dios por tener la fortuna y permitir que viva conmigo esta felicidad.

Erick Fabricio Villao Reyes

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lcda. María F. Alejandro Lindao, MBA.
**DECANA DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



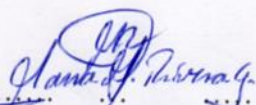
Lcdo. José X. Tomalá Uribe, MSc.
**DIRECTOR (E) DE LA CARRERA
DE GESTIÓN Y DESARROLLO
TURÍSTICO**



Lcda. Narcisa B. Vásquez Farfán, MSc.
PROFESORA TUTORA



Lcda. Silvia P. Peralta Mendoza, MSc.
PROFESORA ESPECIALISTA



Ab. María M. Rivera González, MSc.
SECRETARÍA GENERAL

INDICE DE CONTENIDO

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR	I
AUTORÍA DEL TRABAJO	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA	IV
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN	V
RESUMEN	VII
ABSTRACT.....	VIII
INTRODUCCIÓN	1
DESARROLLO.....	2
<i>Características de la localidad de Chullupe.....</i>	<i>8</i>
<i>Cabañas Comedores de Chullupe</i>	<i>9</i>
<i>Modelos de Calidad del Servicio</i>	<i>10</i>
<i>Modelo de Servqual.....</i>	<i>10</i>
METODOLOGÍA	12
<i>Diseño de la Encuesta</i>	<i>12</i>
<i>Muestra y Muestreo.....</i>	<i>12</i>
<i>Recopilación de Datos.....</i>	<i>12</i>
RESULTADOS	13
<i>Análisis de la encuesta</i>	<i>13</i>
CONCLUSIONES.....	18
BIBLIOGRAFÍA.....	19



“LA CALIDAD DEL SERVICIO DE RESTAURACIÓN QUE OFERTA LA LOCALIDAD DE CHULLUYPE CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2023”

AUTOR:

Erick Fabricio Villao Reyes

TUTORA:

Lcda. Narcisa Brusela Vásquez Farfán, MSc.

RESUMEN

Durante muchos años, el ámbito de restauración ha sido considerado un campo económico de gran interés, sin embargo con el transcurso del tiempo la clientela se ha vuelto mucho más exigente en términos del trato que se le brinda, el presente ensayo tiene como propósito analizar los aspectos que inciden en la **calidad del servicio** que ofertan los **establecimientos de restauración** en la localidad de Chulluype a través del **modelo de ServQual**, a su vez se utilizaron métodos bibliográficos de fuentes secundarias entre ellas artículos de revista, tesis, libros, sitios web y primaria como encuestas a comensales, basado en tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia debido a la carencia de información acerca del número de clientes que visitan los comedores en este sector. Finalmente los resultados arrojan que en términos de calidad del servicio los establecimientos deben mejorar en varios aspectos como la capacidad de respuesta, seguido por la seguridad que brinda, puesto que son factores que indican directamente en la satisfacción del cliente.

Palabras claves: Calidad del servicio, Establecimientos de restauración, Modelo de ServQual.



**“THE QUALITY OF THE RESTAURANT SERVICE OFFERED BY THE
TOWN OF CHULLUYPE CANTON SANTA ELENA, YEAR 2023”**

AUTHOR:

Erick Fabricio Villao Reyes

ADVISOR:

Lcda. Narcisa Brusela Vásquez Farfán, MSc.

ABSTRACT

For many years, the restaurant field has been considered an economic field of great interest, however with the passage of time the clientele has become much more demanding in terms of the treatment provided to them, the purpose of this essay is to analyze the aspects that affect the quality of the service offered by the catering establishments in the town of Chulluype through the ServQual model, in turn bibliographic methods from secondary sources were used, including magazine articles, thesis, books, websites and primary as surveys of diners, based on a type of non-probabilistic convenience sampling due to the lack of information about the number of clients who visit diners and restaurants in this sector. Finally, the results show that in terms of service quality, establishments must improve in several aspects such as implementation in the physical space and the environment followed by the security it provides, since they are factors that directly influence customer satisfaction.

Keywords: Service quality, Food establishments, ServQual Model

INTRODUCCIÓN

Con el pasar del tiempo, la actividad comercial relacionada con la preparación y expendio de alimentos y bebidas que se brinda alrededor del mundo ha sido considerado un campo económico de gran importancia, sin embargo se ha vuelto más exigente en cuestión de calidad del servicio, así mismo Bonilla (2022) menciona que esta medida en la actualidad es un elemento determinante, siendo este el motor principal para la captación de clientes en cualquier empresa, en el ámbito alimenticio esto implica no solo brindar un plato de comida sino de ofrecer una atención personalizada y en general brindar características tangibles e intangibles como, la amabilidad, la cortesía, la puntualidad, un buen ambiente laboral, instalaciones adecuadas, accesibilidad, organización, todos estos aspectos promueve a la satisfacción del comensal y sobre todo fidelización.

Partiendo de aquello, se plantea la siguiente interrogante. ¿Qué factores influyen en la calidad del servicio hacia los clientes consumidores que visitan los establecimientos de restauración en Chulluype?, para ello se apunta como objetivo principal analizar qué aspectos inciden en la calidad del servicio que oferta los establecimientos de esta localidad a través del modelo de ServQual, el cual se tomó como referencia haciendo énfasis en las cinco dimensiones propuestas por el autor los cuales son tangibilidad, fiabilidad, empatía, capacidad de respuesta y seguridad, lo que permite tener un conocimiento más cercano a la realidad sobre la calidad del servicio en los establecimientos de restauración del lugar antes mencionado.

En efecto, se considera la revisión bibliográfica de varios autores tales como: Moreno (2018), Dávila y Flores (2017), Paredes y Tomalá (2021), Blanco (2016), Suárez (2023), Gutiérrez (2020), entre otros que han brindado algunas pautas para desarrollar el presente trabajo, como la importancia de la calidad del servicio, que factores ayudan a obtener un mejor servicio al cliente y porque el modelo de Servqual fue necesario aplicar para analizar qué aspectos inciden en la calidad del servicio que visitan los establecimientos de alimentos y bebidas en Chulluype. Por último, la estructura del presente trabajo fue organizada de la siguiente manera: *Introducción* con datos específicos del tema propuesto, luego el *desarrollo* de la investigación realizada por los autores insinuados anteriormente, y finalmente *conclusiones* y *referencias* pertinentes que admiten percibir el análisis de este ensayo.

DESARROLLO

Hoy en día las diferentes empresas alimenticias buscan dar un mejor servicio a sus clientes, puesto que estos establecimientos están obteniendo retos cada día enfocados en las exigencias y competitividad del entorno, de tal manera Dávila y Flores (2017) alude que, el mejoramiento de sus servicios son de vital importancia para lograr sobresalir, aunque muchas de estas consideren que su servicio es el mejor, la mayoría de los casos quienes lo adquieren enfatizan que no siempre es así, en el tema alimentario este ha tenido un enorme crecimiento, a su vez los comensales están cada vez más exigentes y mejores informados a la hora de obtener algún producto o servicio, lo que impulsa a estar más enfocados en sus actividades, implementando métodos que permita comprender mejor a sus usuarios y con ellos organizar estrategias favorables para brindar un servicio de calidad.

A su vez, Moreno (2018) alude que, la calidad del servicio se trata de un valor agregado de gran importancia, lo cual debe existir en toda la organización y proyectarse no solo interna sino externamente, lo cual permite tener mejores resultados en sus operaciones, es decir que en el caso de un establecimiento de alimentos y bebidas pequeños gestos como una presentación cuidadosa de los platos, la limpieza y organización del establecimiento, e incluso la disposición de elementos como servilletas, cubiertos y condimentos pueden marcar la diferencia en la satisfacción del cliente, además, la amabilidad y el trato del personal del restaurante también son aspectos clave, puesto que un servicio amable y atento genera un ambiente acogedor y contribuye a que la persona se sienta bienvenido y valorado, esto puede impactar directamente en su experiencia y en su satisfacción

Es por ello que, la calidad del servicio no es un aspecto nuevo para las organizaciones empresariales, puesto que los usuarios siempre han prevalecido sus necesidades a la hora de exigir un trato correcto, a nivel nacional esto no ha sido la excepción, Suárez (2023), menciona que en Ecuador los dueños de los establecimientos están tomando cada vez en cuenta este argumento, algunos de los principales aspectos que los establecimientos de restauración se preocupan son, el

servicio y el nivel de conocimiento de los comensales acerca de la calidad de los productos ofrecidos, a su vez también se orientan en el seguimiento de la atención brindada, siendo esta una parte primordial para generar un ambiente acogedor.

Entrando en materia, varios estudios respaldan la afirmación de que la calidad del servicio puede tener un impacto directo en la satisfacción del cliente en cualquier empresa, tal es el caso en los establecimientos de restauración, sin embargo esto se debe a diferentes elementos, de acuerdo con Arteaga y Tapia (2020), menciona que un servicio de alimentos y bebidas no solo se trata de la comida en sí, sino de una serie de factores interrelacionados, es decir que va desde la oferta gastronómica, la calidad de sus productos, el desempeño de sus empleados, el equipo tangible, cortesía, entre otros, todos estos elementos contribuyen a que la calidad del servicio sea eficiente y capaz de conseguir el éxito en el desempeño de sus operaciones, esto significa que cada pequeño detalle favorece a cumplir con las necesidades y expectativas de sus comensales.

En las empresas de alimentación, la calidad del servicio se deriva gracias a varios factores, por ejemplo ofrecer los servicios correctos a la primera, así como lo indica Urcádiz y Monroy (2019), la importancia de brindar un buen servicio al comensal surge desde el primer contacto que tiene con los trabajadores de la empresa, debido a que la calidad del servicio es una ventaja comparativa y puede marcar la diferencia en cualquier institución empresarial, en consecuencia el autor nos recalca el gran impacto que esta acción tendría, lo cual decreta que los clientes sean fieles hacia el establecimiento o el destino en general visitado gracias al impacto que obtuvo con los actores involucrados, es por ello que se debe motivar al personal encargado en vista de que ellos son los encargados de recibirlos, lo cual va a depender a que se efectúe a cabalidad un excepcional servicio.

Otro parámetro a considerar que incide en la calidad del servicio es la excelencia de los alimentos, siendo esto un pilar fundamental en la experiencia gastronómica de los comensales, Cárcamos y Guzmán (2014), indica que los clientes

buscan degustar platos deliciosos y auténticos que reflejen la cultura y la gastronomía local, considerando la utilización de ingredientes frescos y de alta calidad, junto con la creatividad en la presentación de los platos, esto agrega un valor significativo a la experiencia del cliente consumidor. De acuerdo con las ideas expuestas, se profundiza en el caso de los establecimientos de restauración de la localidad de Chulluype, al ser un lugar netamente costero sus productos en la mayoría de veces son frescos, es decir posee una ventaja significativa. Además, es importante destacar que en el caso de los precios debe de existir un equilibrio que implique la relación calidad-precio. Incluso para López y Jesús (2011) resaltan que, los restaurantes deben asegurarse de que los productos y servicios ofrecidos estén alineados con los precios que cobran, esto implica mantener altos estándares de calidad en la comida, la atención al cliente y la experiencia general del restaurante, puesto que los clientes están dispuestos a pagar precios justo y asimismo recibirlo, evitando jugar con las expectativas del cliente.

Así también, otras de las características que impactaría en la experiencia alimenticia del comensal sería la innovación de la oferta gastronómica. Por su parte Marmol (2020), señala que la gastronomía es uno de los primordiales componentes del consumo turístico, siendo este uno de los principales motivos por el cual se viaja, sin embargo hoy en día se buscan experiencias nuevas y más completas que permita aumentar el nivel de satisfacción en los comensales, es decir que la innovación en esta área es algo primordial para que el cliente consumidor pueda obtener a su servicio una amplia gama ofertaría y logre satisfacer sus necesidades. por tanto sería beneficiario que los establecimientos de alimentos y bebidas de Chulluype adopten esta medida, si bien al ser una zona costera se ofrecen productos en tema de mariscos como; ceviche de camarón, ceviche mixto, arroz marinero, cazuela de pescado, encebollado, pescado frito, camarones apanados, etc., arriesgarse y trabajar desde un enfoque del sector o peninsular, hace que los establecimientos de esta localidad sea más competitivo influenciado a través de la diferenciación, en tal sentido los actores involucrados del establecimiento podrían ofrecer opciones de platos nativos por ejemplo: el picante de pescado, el pipián de pescado cuya base principal es la albacora y el maíz, sudado de pescado, pescado salado entre otros, estimado el desarrollo de sensaciones en cuanto a la experiencia total.

Otro punto de vista a considerar para lograr la calidad del servicio y obtener como resultado la satisfacción del cliente es la capacitación del personal. Paredes y Tomalá (2021), alude que se trata de un proceso formativo a corto plazo, en el cual se aplica de manera organizada y sistemática en el que los actores involucrados en la organización adquieren conocimientos, desarrollan sus habilidades y aptitudes en función a los objetivos propuestos, es decir estas acciones contribuirían a que los prestadores de servicio transmitan esa confianza y seguridad hacia los comensales, a saber sobrellevar cualquier tipo de inconveniente, todas estas acciones no solo ayudarían a mejorar el establecimiento sino que también darían una buena imagen a la localidad en general, sin duda estas acciones contribuirían a que los prestadores de servicio de las cabañas restaurantes de Chullupe transmitan esa confianza y seguridad hacia los comensales, todas estas acciones no solo ayudarían a mejorar el establecimiento sino que también darían una buena imagen a la localidad en general. Si bien reciben capacitación por parte del Municipio de Santa Elena y Emoturismo estas invitaciones son regularmente, o a su vez autocapacitarse buscando ayuda en diferentes medios.

Para obtener mejoras en el servicio al cliente, la atención minuciosa en las opiniones del comensal en su experiencia alimentaria es fundamental. Por ello, Vera y Trujillo (2009), señalan que la opinión de los clientes es una valiosa fuente de retroalimentación para mejorar la calidad del servicio en el establecimiento, esto se ve reflejado mediante las redes sociales e incluso directamente con el comensal. Enfatizando a lo que menciona el autor se puede destacar que esta acción podría mejorar las operaciones de una manera adecuada en cada uno de los establecimientos de las cabañas comedores de Chullupe, cabe recalcar que ninguno cuenta con redes sociales o páginas web, por lo que se insinúa que cada uno tengan estas páginas digitales mencionadas anteriormente, ya que no solo ayudaría a saber las opiniones de los comensales, además brinda la oportunidad de poder conocer cuáles son aquellos errores que deberían mejorar, otras de las opciones sería físicamente, mediante una tarjeta de comentarios, donde se invita a relatar el criterio del cliente consumidor con respecto al servicio brindado, estos se encontrarían en la mesa o en la cuenta.

Así mismo, la calidad del servicio se ve reflejada en la comodidad, siendo este otro punto de vista a considerar para generar un servicio de calidad, tal como lo menciona Blanco (2016), la comodidad es una de las motivaciones de compra más frecuentes hoy en día, el cliente se ha tornado mucho más exigente por lo cual busca un entorno y ambiente que le genere una experiencia de compra satisfactoria, esto no solo involucra el aspecto físico, también tiene que ver con la flexibilidad del personal y habilidades que tenga para evitar incomodidades en el establecimiento visitado.

Por otro lado, la puntualidad en el servicio al cliente también es otra característica relevante en los establecimientos de restauración, Aria y Tordecilla (2020) señala que la mayoría de las quejas están relacionados con el tiempo debido a que los clientes valoran su tiempo y esperan recibir una atención eficiente por parte de los actores involucrados y sobre todo que eviten esperas innecesarias. Por tanto para que este tipo de situaciones no pasen en las cabañas comedores de la localidad de Chulluype, deben organizarse con anticipación para evitar este percance que sucede a menudo sobre todo en días de feriado como carnaval, navidad y fin de año, razón por la que se deben adoptar medidas estratégicas, por ejemplo tener con una oferta especial de cortesía mientras ellos esperan su pedido, que los turnos de trabajo sean bien planificadas, es decir contar con el personal acorde en cada momento y así mismo aunar esfuerzos para que estén bien formados y capacitados para sobrellevar problemas inesperados. Con respecto a esta cualidad, la lealtad según Chávez (2017) contribuye que ésta se ha convertido en la meta valiosa clave para muchas empresas de restauración, siendo los propietarios y gerentes quienes se dan cuenta que los clientes fieles valen mucho más que los clientes casuales, incluso sin son comensales que van por primera vez.

La relación que existe en el ambiente laboral también es muy importante para generar un servicio de calidad. Según Gutiérrez (2020), menciona que, cuando los empleados se sienten valorados, motivados y satisfechos en su lugar de trabajo, es más probable que brinden un servicio amable, eficiente y orientado al cliente, a todo aquello como se ha venido expresando al practicar estas acciones que son preponderantes para brindar un servicio de calidad a los comensales, esto se traduce

directamente en una experiencia más agradable para los clientes, debido a que en un ambiente laboral positivo puede fomentar actitudes y comportamientos proactivos por parte del personal.

La calidad del servicio de restauración puede influir en la imagen y reputación de un destino como tal, puesto que los comensales suelen compartir sus experiencias gastronómicas en redes sociales y plataformas de reseñas. Hütt (2012), alude que las redes sociales han marcado un hito importante en materia de transmisión masiva, debido al alcance que tiene, estas son utilizadas tanto por individuos como empresas, debido a su interacción dinámica, por consiguiente en esta era de conectividad todos estamos al alcance de subir una foto del plato de comida en el establecimiento en el que están visitando en conjunto con amigos, pareja o familiares a las redes sociales o hacer comentarios en plataformas, donde a su vez otras personas revisan o buscan información acerca de los establecimientos de alimentos y bebidas del destino hacia el que van a ir, sin duda esto puede influenciar positivamente y negativamente.

En esta misma línea, como lo indica Sangmook, et al. (2021) las plataformas virtuales han generado grandes cambios positivos en el estilo de vida del consumo humano, pero así mismo acciones negativas si es que no se le da un uso correcto, afectando la comercialización del establecimiento, por tal razón queda evidenciado que un cliente insatisfecho no solo puede dejar una reseña positiva en las diferentes plataformas digitales, sino que también puede hacer un daño mediante testimonio acerca de la calidad del servicio que se le brindo, generando un impacto perjudicial, incluso la reputación en este caso de la localidad de Chullupe puede verse dañada por las experiencia negativas compartidas, lo que puede requerir esfuerzos considerables para revertirlo.

Tal es el caso de Chullupe en el cual 5 de los 9 establecimientos que existen actualmente tienen ubicación en la plataforma Google Maps, siendo estos Cabaña “Lourdes”, Comedor “Macareo”, Comedor “Dereck Surf” Comedor “Orilla del Mar” y Cabaña “Lourdes 2”, tal como se aprecia en la imagen a continuación.



Fuente: Google Maps, (2024).

Como se puede evidenciar en la figura, algunos de las cabañas comedores si cuenta con la ubicación en la plataforma Google Maps de los cuales como se mencionó anteriormente 5 se encuentran vigentes, en ella se encuentran opiniones en su mayoría positivas, tales como la comida es “fresca y rica”, “ofrecen variedad de platos a la carta a precios razonables”, “lugar super chévere” “espectacular el sabor”, etc., y finalmente el único comentario negativo que se evidencia es en la Cabaña “Lourdes” uno de los locales más grandes de Chullupe, mencionando lo siguiente “Pésima atención, nos tienen esperando más de una hora para servir un simple plato, terrible”, de acuerdo a estos resultados se puede destacar el esmero y buen servicio que existe en cada establecimiento, y debe continuar mejorando en aspectos de tiempo de espera, para así evitar ahuyentar a futuros comensales que deseen visitar esta localidad.

Características de la localidad de Chullupe

La localidad de Chullupe, se trata de un barrio perteneciente a la parroquia Ballenita ubicada en el Cantón Santa Elena, se caracteriza por tener un balneario en forma de herradura cuya topografía cuenta con 480 metros de extensión, es reconocida por sus olas bien formadas, su belleza paisajística, ambiente tranquilo y gastronomía que cautivan al visitante.

Cabañas Comedores de Chulluype

En la localidad de Chulluype, podemos encontrar 9 establecimientos de alimentos y bebidas cuyos nombres son; Cabaña “Chulluype,” Cabaña de “Lourdes”, Cabaña “Hakuna Matata”, Cabaña “Juanita”, Cabaña “Macareo”, Cabaña “Orilla del Mar”, Cabaña Piqueos y algos más “Dereck Surf”, Cabaña “Silvana”, Cabaña “Surf Point”, en lo que respecta a la capacidad de carga, estos establecimientos pueden albergar aproximadamente de 20 a 25 clientes cada uno.

Cabe recalcar que si bien estos establecimientos no se encuentran registrados en el Mintur debido a que no cumplen con los requisitos principales para ser considerados restaurantes tales como, tener un acceso para personas con discapacidad, contar con manejos de desperdicios en contenedores con tapas identificadas por tipos de desperdicios, contar con sistema de iluminación de emergencia, tener zonas de evacuación de emergencia, salidas de emergencias, extintores y mangueras. Por su parte si lo están en Emuturismo, tal como lo podemos evidenciar en las imágenes donde consta los nombres y dueños de los 9 establecimientos que existen en Chulluype así mismo esta entidad las tiene categorizada como Cabañas o Cabañas Comedores, donde a su vez cada establecimiento paga una tasa anual de aproximadamente 60 dólares tal como se visualiza en las imágenes a continuación.

CABAÑAS CHULLUYPE			
NOMBRE COMERCIAL	PROPIETARIO	DIRECCIÓN	FECHA DE REGISTRO
CHUYUPE	MAYRA JANNETH CHIKUITO BAQUE	CHULLUYPE A UNA CUADRA DE LA IGLESIA, CASA DE MIDUVI COLOR CREMA	6/2/2015
CABAÑA DE LOURDES	EUGENIO FELIPE BALÓN ROCA	CHULLUYPE A UNA CUADRA DE LA ESTACIÓN A LA TRANCISA	19/1/2015
HAKUNA MATATA	SERGIO IVAN MALAVE GONZALEZ	CHULLUYPE A DOS CUADRA DE LA IGLESIA SAGRADO CORAZON	18/2/2015
JUANITA	BALÓN ROCA LADY CECILIA	CHULLUYPE BALLENTA VIA CHULLUYPE	24/9/2014
MACAREO	JORGE LUIS BALÓN ROCA	CHULLUYPE A UNA CUADRA DE LA ESTACIÓN A LA TRANCISA	14/1/2015
ORILLAS DEL MAR	NERY BEATRIZ DEL PEZO LAINEZ	CHULLUYPE PUNTA CHUYUPE A DOS CUADRA DE LA TIENDA DE LA SRA. ANA ROCA	19/12/2014
PIQUEOS Y ALGO MAS DERECK SURF	MIRIAM NOEMI CATUTO ROCA	CHULLUYPE SECTOR MALECÓN BARRIO CHULLUYPE JUNTO AL COMEDOR SILVANA	19/1/2015
PUESTO DE COMIDA SILVANA	GISELLA FELICITA MUÑOZ RICARDO	CHULLUYPE CHUYUPE DIAGONAL A LA IGLESIA CALLE PRINCIPAL	11/1/2012
SURF POINT	DANIEL LEONARDO REYES MENDOZA	CHULLUYPE A UNA CUADRA DE LA ESTACIÓN A LA TRANCISA	3/3/2016

Emuturismo
Santo Elena

EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO
EMUTURISMO E.P.
CALLE COMEDOR DE LA IGLESIA CHULLUYPE
TEL: (051) 294-1960

SANTA ELENA, 20 DE JULIO DEL 2023

EMUTURISMO E.P.
CALLE COMEDOR DE LA IGLESIA CHULLUYPE
TEL: (051) 294-1960

AÑO 2023

TASA POR EJERCER

NOMBRE COMERCIAL: CABAÑA "LOURDES"
DIRECCIÓN: SR. BALÓN ROCA EUGENIO FELIPE
FECHA DE REGISTRO: 19/1/2015
TIPO DE ESTABLECIMIENTO: NO COMP

SECTOR: CHULLUYPE JUNTO AL COMEDOR SAGRADO CORAZON

SECTOR MALECÓN BARRIO CHULLUYPE JUNTO AL COMEDOR SILVANA

CHUYUPE DIAGONAL A LA IGLESIA CALLE PRINCIPAL

CHULLUYPE A UNA CUADRA DE LA ESTACIÓN A LA TRANCISA

TASA POR EJERCER: \$60.00

Atentamente,
Leda Janeth Martínez
LIQUIDADORA DE EMUTURISMO

Fuente: Emuturismo, (2024).

MODELOS DE CALIDAD DEL SERVICIO

Ahora bien de acuerdo con las diferentes conceptualizaciones expuestas, se profundiza aún más con respecto al presente caso de estudio, para ello existen varios modelos que analizan la calidad del servicio, Para Becerra (2020) en su trabajo de investigación Factores que Inciden en la Calidad en el Servicio del Sector de los Restaurantes de Puerto Vallarta Jalisco, indica que existen varios modelos como; **Sasser**, creado por Olsen y Wyckoff (1978), este se basan en las opiniones del consumidor, que exponga sus expectativa en atributos ligados tanto al servicio base como periféricos, es decir que no solo el producto o servicio principal importa sino tambien el nivel de satisfacción que obtuvo. Así mismo el modelo de **Gronroos** (1984), este hace realce en la comparación del servicio adquirido con respecto a sus expectativas o lo que esperaba por parte de la organización y alude que las estrategias estén enfatizadas en el mejoramiento de la calidad del servicio. Otra figura es el modelo de **Smart** (1994) parecido a los modelos anteriores con la diferencia de que este sugiere enderezar esfuerzos en investigar la calidad del servicio centrando en los resultados, puesto que lo considera sustancial para identificar la satisfacción del cliente. Siguiendo con el modelo de **EFQM** creado en el año 1998 por la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad, se trata de una herramienta en el cual determina las oportunidades de mejora a través de la autoevaluación, permitiendo tener una análisis, riguroso y estructurado de la situación actual en la que se encuentra, así mismo el Modelo de **MECSI** (1998) creado por Lee Meadow, cuyas siglas significa modelo para evaluar la calidad del servicio interno, este hace hincapié en considerar dentro de sus métodos y estrategias, centrarse en la satisfacción del usuario interno, esto va desde sus propios empleados a personas que son frecuentes en el establecimiento.

MODELO DE SERVQUAL

Por su parte, Coronel, et al. (2019) aluden que el modelo se ServQual creado en el año 1988 por Zeithamls, Parasuraman y Berry, es el método más efectivo y utilizado para analizar la calidad del servicio en las diferentes empresas incluidas las de alimentación, es por ello que para el presente ensayo se consideró ServQual, puesto

que tiene mayor poder de diagnóstico en el tema propuesto, enfocado en la calidad del servicio brindado a los comensales por parte de los establecimientos de alimentos y bebidas de la localidad de Chullupe, este a su vez propone 5 dimensiones claras a considerar los cuales son: la Tangibilidad, Fiabilidad, Empatía, Capacidad de Respuesta, Seguridad, precisamente a que se refiere cada uno de estos aspectos mencionados según el creador, a continuación se mencionaran cada uno de estos puntos:

Tangibilidad: hace mención hacia aquellos aspectos físicos con los que cuenta la institución empresarial, que va desde su apariencia, los equipos a disposición de producto o servicio que oferta, el aspecto de sus empleados y la limpieza en general del lugar.

Fiabilidad: esto apunta a la habilidad que posee la organización por establecer un servicio de forma íntegra y cuidadosa, asegurando al cliente consumidor confianza y el cumplimiento de sus promesas de forma precisa, sin la ausencia de errores que perjudiquen su producción.

Empatía: hace referencia a la atención personalizada que brinda los actores involucrados de la empresa hacia sus clientes consumidores, la comprensión de las necesidades del usuario ayuda a que no se sientan frustrados ya que lo encamina hacia la satisfacción del producto o servicio

Capacidad de Respuesta: se basa en el interés que tiene la empresa y las personas que lo conforman por resolver las exigencias de los comensales, para brindar soluciones de manera rápida, así mismo a responder a las quejas y a las incógnitas que tengan los clientes consumidores, evitando así la fomentación de problemas

Seguridad: esta dimensión implica la protección emocional y física que es capaz de ofrecer el establecimiento visitado, además de la atención y cortesía de los empleados, es decir la capacidad para generar confianza y seguridad al momento de ofrecer el servicio.

METODOLOGÍA

Diseño de la Encuesta

Para llevar a cabo la presente investigación, se consideró la realización de encuestas, tal como lo menciona Kotler y Keller (2006), citado por Rojas,(2022) en el cual menciona la importancia de la aplicación de encuestas, puesto que permite obtener un resultado y análisis de forma natural acerca de la satisfacción del cliente. Por otra parte, el tipo de información utilizado en la encuesta fue mediante indicadores o preguntas que tenían que ver con cada dimensión que propone el modelo de Servqual en donde los comensales calificaron el servicio adquirido en las cabañas comedores de Chullupe mediante de la escala de valoración, siendo; 1) malo, 2) bueno, 3) muy bueno y 5) excelente.

Muestra y Muestreo

En lo que respecta al muestreo se consideró el no probabilístico por conveniencia, puesto que no existe información que verifique el número de clientes consumidores que visitan los establecimientos de alimentos y bebidas en este sector, por tanto se obtuvo una muestra de 40 participantes voluntarios.

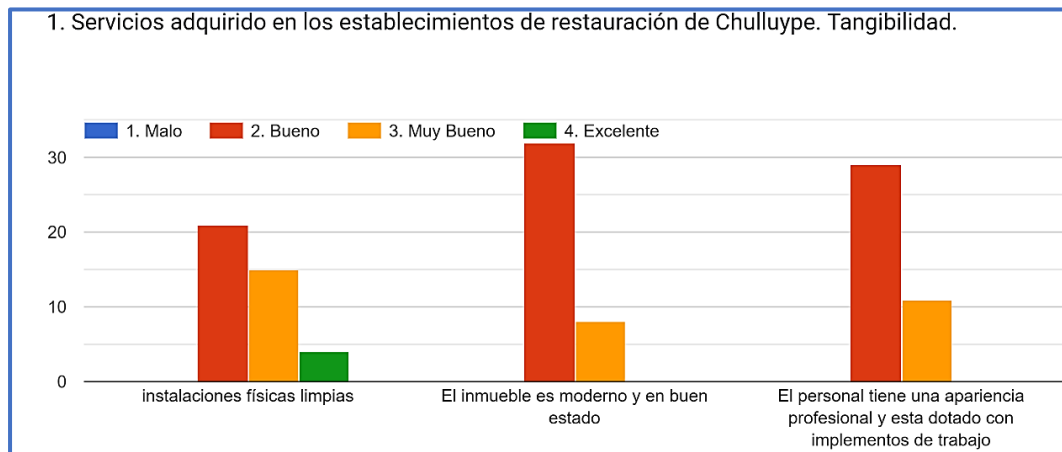
Recopilación de Datos

Cabe recalcar que las encuestas realizadas se la realizaron de forma física en el mes de Septiembre del 2023, y que luego se utilizó la herramienta Google forms, para visualizar todas las respuestas mediante gráficos estadísticos como se logra visualizar a continuación.

RESULTADOS

Análisis de la encuesta

Tangibilidad

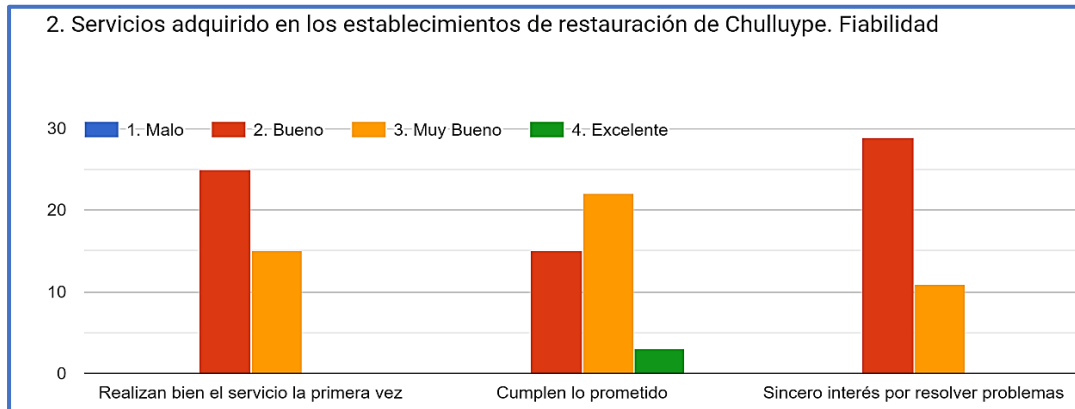


Fuente: Elaboración propia

En primera instancia la **tangibilidad**, alude al aspecto físico que poseen los establecimientos de alimentos y bebidas de la localidad de Chulluype, en ella se logra evidenciar en base a los clientes encuestados que la mayoría, considera en general como buena y muy buena la limpieza de las instalaciones físicas lo cual es algo positivo, es decir los comensales valoraron principalmente la limpieza del lugar, si bien el inmueble no es tan moderno ya que son establecimientos son pequeños y se encuentra en un entorno natural, sin embargo los comensales calificaron esta parte como buena ya que poseen los inmuebles y equipos necesarios para brindar sus servicios de una manera adecuada, si bien es cierto en su mayoría se tratan de pequeñas cabañas los cuales 7 de 9 están situados a las orillas del mar, evidentemente no cuentan con mucha capacidad, lo cual es perjudicial, sobre todo en épocas de feriado donde llega un gran aforo de visitantes que buscan degustar la exquisita gastronomía local, por otro lado otro punto a considerar es que no cuentan con la accesibilidad para que una persona con discapacidad motriz o sensorial se desenvuelva lo cual son factores negativos que perjudican la calidad del servicio, por lo que se sugiere más atención por parte de las autoridades competentes para evitar este tipo de situaciones ya que Emoturismo los tiene registrado y pagan una tasa anual e \$60, así mismo los

encuestados consideraron el tercer indicador como buena, pese a que son lugares sencillos el personal proyecta por siempre verse bien y sobre todo transmite confianza al momento de atender a sus clientes.

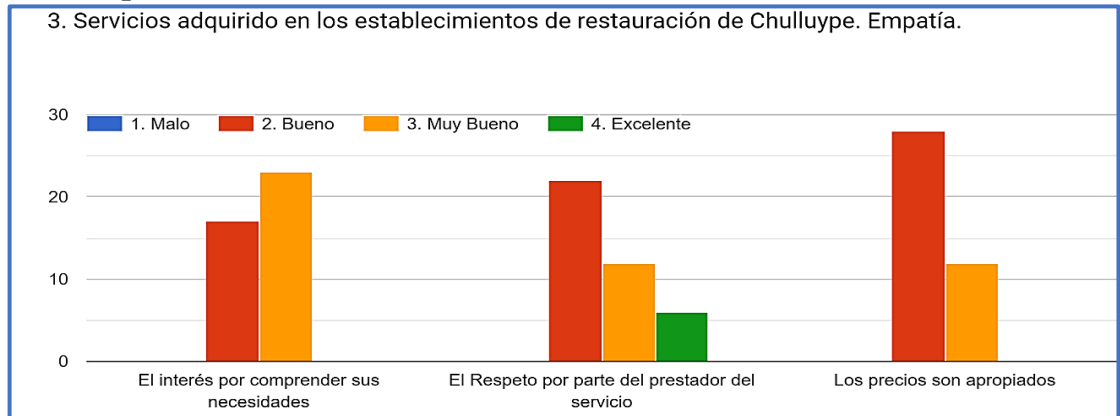
Fiabilidad



Fuente: Elaboración propia

Por otra parte la **fiabilidad**, se ha captado en base al reporte como los servidores de los establecimientos en Chulluype son atentos a aquellos comensales que los visitan, dando así esa buena impresión tal como lo certifica los datos estadísticos en el que consideraron estos tres elementos importantes como bueno, muy bueno y en pequeña cantidad excelente, esto significa que dan la información necesaria de lo que buscan, cumplen con lo prometido y muestran un sincero interés por ayudar en ciertas inconvenientes, de esta manera generan confianza en los clientes consumidores, ya que en el caso de la localidad de Chulluype, los establecimientos cuentan con personal amable, incluso los mismo dueños toman el rol de desempeñar cualquier papel dentro del área, indudablemente la amabilidad y empatía de su gente es algo que caracteriza a los habitantes de esta localidad y no pasaran desapercibidos estos grandes valores, sin embargo no se debe de pasar por alto la capacitación, si bien los dueños de los locales reciben capacitaciones por parte de la prefectura de Santa Elena y Emuturismo esos no son tan frecuentes.

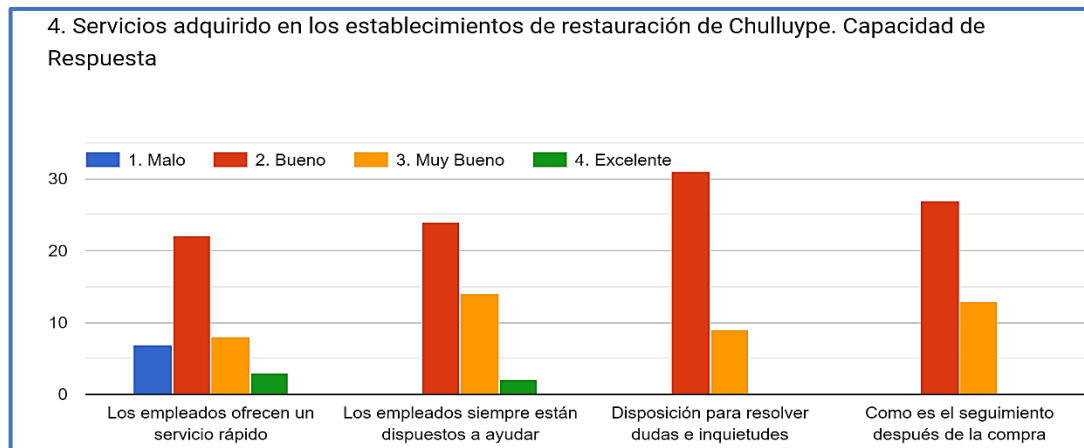
Empatía



Fuente: Elaboración propia

Siguiendo con la **empatía**, en el cual es una cualidad intangible que poseen los trabajadores para comprender a los clientes consumidores y satisfacer sus necesidades, los comensales valoraron esta medida como bueno, muy bueno y excelente, puesto que ellos amablemente consultan lo que desea servirse en ese momento y esperan a que ellos decidan, a su vez muestran el respeto que ellos tienen hacia sus clientes. Por otra parte en el caso de la información en el tema de precios los comensales aluden que son acordes sobre todo por que transmite la frescura y calidad del producto, ya que al ser una zona costera sus ingredientes principales en la mayoría de veces son frescos, es decir posee una ventaja significativa, sin embargo las cabañas comedores de Chulluype deben esforzarse por ofrecer una variedad de opciones que satisfagan los paladares de los comensales, es decir que la innovación en esta área es algo primordial para generar empatía, puesto que los consumidores son muy exigentes y buscan una oferta muy variada, si bien se ofrecen platos como: ceviche de camarón, ceviche mixto, arroz marinero, cazuela de pescado, encebollado, pescado frito, camarones apanados, etc., no está demás arriesgarse y trabajar desde un enfoque del sector o peninsular, y haciendo que los establecimientos de esta localidad sea más competitivo, en tal sentido podrían ofrecer opciones de platos nativos por ejemplo: el picante de pescado, el pipián de pescado cuya base principal es la albacora y el maíz, sudado de pescado, pescado salado entre otros.

Capacidad de Respuesta

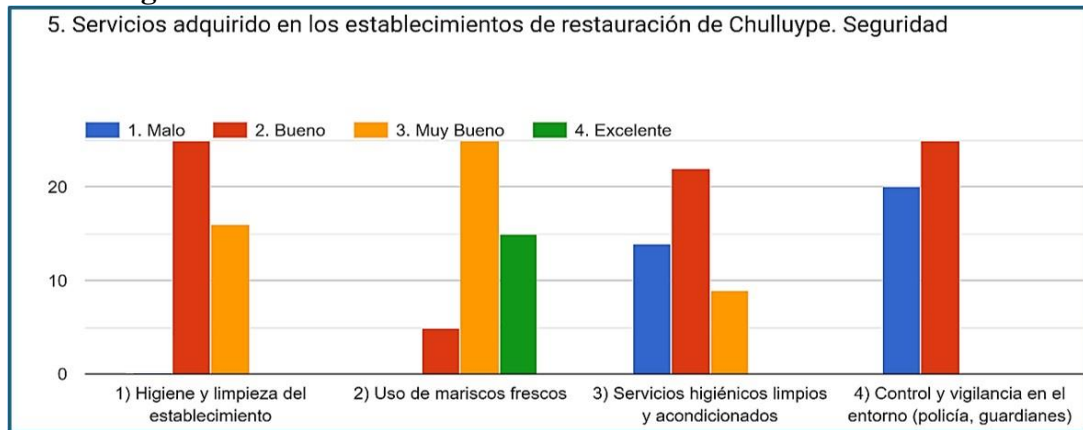


Fuente: Elaboración propia

Continuando con la **capacidad de respuesta**, esto indica el interés que tiene el establecimiento de alimentos y bebidas y los actores involucrados que la conforman por resolver sus exigencias y necesidades de forma rápida y segura, en el caso de las cabañas comedores en Chulluype los resultados arrojaron datos positivos y negativos, entre ellos constas porcentajes de malo, bueno, muy bueno y en menor cantidad excelente, por una parte los comensales encuestados aluden que los prestadores del servicio si están atentos hacia cualquier inquietud antes y después de la compra y dispuestos a ayudar las exigencias que cada comensal tenga, puesto que cada comensal valora el interés y les hace sentir que no solo le interesa su dinero sino también muestran esa calidad humana tan necesaria que muchas veces se pierde, no obstante en la encuesta también se pudo identificar que algunas veces no es rápido el servicio, así mismo el Sr Manuel Tomalá lo pudo confirmar, dueño de la cabaña comedor D'Manuel, en el que tiene que afrontar problemas con usuarios que se quejan porque no sirven rápido su pedido, sin embargo como responsable siempre trata de mantener la calma y trata de resolver el problema presentado, esto alude que sin lugar a duda se debe mejorar esta área, puesto que los clientes valoran su tiempo y esperan recibir una atención eficiente y sobre todo que eviten esperas innecesarias. Por tanto se expresa que los diferentes establecimientos de alimentos y bebidas de la localidad de Chulluype, deben organizarse con anticipación para evitar este percance que sucede a menudo en días festivos como carnaval, navidad y fin de año, razón por la que se deben adoptar medidas estratégicas, por ejemplo tener una oferta especial de cortesía mientras ellos esperan su pedido, que los turnos de trabajo sean bien planificadas, es

decir contar con el personal acorde en cada momento y así mismo aunar esfuerzos para que estén bien formados y capacitados para sobrellevar problemas inesperados.

Seguridad



Fuente: Elaboración propia

Finalmente la **seguridad**, lo cual es una dimensión que se basa en la capacidad que tiene el establecimiento para generar credibilidad y confianza a la hora de ofrecer sus servicios, en el caso de Chullupe existen respuestas positivas y negativas en los indicadores mencionados, en el caso de la higiene y limpieza, se obtienen datos favorables, puesto que los propietarios procuran siempre tener limpias las áreas en donde hay contacto con los clientes, al igual se hace con las mesas, sillas, cubiertos, ahora haciendo énfasis en lo que respecta a la manipulación de mariscos, los comensales recalcan que siempre son frescos por tanto no temen sufrir por una ETA (enfermedad de transmisión alimentaria), esto gracias a la ventaja de su cercanía al mar, siguiendo con los servicios higiénicos la encuesta arroja datos negativos debido a que la mayoría de las cabañas comedores de esta localidad no cuentan con este servicio, en especial aquellos que se encuentran ubicados frente al mar, a excepción dos los cuales son Cabaña comedor “Lourdes” y Cabaña comedor “D Manuel”, finalmente el control y vigilancia en el entorno es otro aspecto a considerar, la mayoría de los encuestados comentaron que no se sienten seguros en el interior de estos establecimientos debido a que no ven un personal de seguridad, en algunos si cuentan con cámaras, pero igualmente temen debido a la situación actual del país, además concluyeron que al no ver policías resguardando la zona constantemente se genere un ambiente de incertidumbre y desconfianza, por lo que se sugiere mas control por parte de los propietarios y sobre todo las autoridades competentes.

CONCLUSIONES

Finalmente luego de la revisión de diversos trabajos de investigación con respecto a la calidad del servicio y gracias a las encuestas que han sido una herramienta de apoyo se ha podido evidenciar que las cabañas comedores en Chulluype se ve enmarcada por diversos factores, mismos que se han podido identificar gracias al modelo de ServQual, en el cual se manifestó que los clientes consumidores tienen una percepción y satisfacción moderadamente buena y muy buena acerca de la calidad del servicio en establecimientos de alimentos y bebidas, ya que algunos por su parte han sido testigos del cambio en la parte estructural o física, puesto que comensales valoran el esfuerzo por brindar un servicio de calidad, pero sin embargo así mismo esperan mucho más en cuanto a seguir mejorando en este aspecto.

Por otro lado se pudo identificar, aspectos positivos y negativos, en cuanto a lo positivo se pudo determinar cómo las dimensiones de tangibilidad, fiabilidad, empatía y capacidad de respuesta sobresalen con cada uno de sus indicadores, tales como; la limpieza, el cumplimiento de lo prometido, el respeto que existe por parte del prestador del servicio, la disposición por parte del prestador del servicio por querer ayudar y el uso de mariscos frescos, en cuanto lo negativo la seguridad no está muy bien calificado indicando que se deben mejorar características como; los servicios higiénicos, en asuntos de emergencias por ejemplo contar con extintor, estar capacitado ante cualquier desastre natural, tener un personal de seguridad o que la policía este frecuentemente resguardando la zona.

Finalmente se concluye, que para seguir mejorando aspectos sobre la calidad del servicio en las cabañas comedores de la localidad de Chulluype las autoridades competentes, como Emuturismo, la municipalidad y de igual modo la presidencia barrial, deben de generar capacitaciones, programas y estrategias que ayuden a una mejora continua en los diferentes establecimientos, lo que ayudaría a potencializar esta área y ser más conocido a nivel local y nacional.

BIBLIOGRAFÍA

- Aria, C., & Tordecilla, J. (2020). *Factores que Afectan a los Niveles de Calidad del Servicio al Cliente, en el Restaurante Parador la Colonia*. Universidad de Córdoba Argentina, Córdoba. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/354518324.pdf>
- Arteaga, B., & Tapia, G. (2020). Evaluación de la calidad percibida del servicio por los consumidores en los restaurantes de la ciudad de Milagro. *Articles Journal of Business and entrepreneurial*, 166-176-199. Obtenido de [file:///C:/Users/ErickFabricio/Downloads/Dialnet-EvaluacionDeLaCalidadPercibidaDelServicioPorLosCon-7888286%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ErickFabricio/Downloads/Dialnet-EvaluacionDeLaCalidadPercibidaDelServicioPorLosCon-7888286%20(1).pdf)
- Becerra, M. (2020). Factores que indican en la calidad en e servicio de los restaurantes de Puerto Vallarta Jalisco. *Dialnet*, 56-61. Obtenido de <file:///C:/Users/ErickFabricio/Downloads/Dialnet-FactoresQueIndicenEnLaCalidadEnElServicioEnElSecto-8679418.pdf>
- Blanco Pineros, J. (2016). *Medición de la Satisfacción del Cliente del Restaurante Muso Taurino, y Formulación de Estrategias de Servicio para la Creación del Valor*. Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativa, Carrera de Administración de Empresas, Bogotá. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/50085021/satisfaccion_del_cliente_bogota_2009-libre.pdf?1478202861=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMEDICION_DE_LA_SATISFACCION_DEL_CLIENTE.pdf&Expires=1698781734&Signature=PQdkIt34BYrrbx64Fm4ryluS-2
- Bonilla Zepeda, J. (2022). *¿Cuál es la importancia del servicio al cliente en un restaurante?* Obtenido de LinkedIn: <https://es.linkedin.com/pulse/cu%C3%A1l-es-la-importancia-del-servicio-al-cliente-en-un-bonilla-zepeda>
- Cárcamos, M., & Guzmán, A. (2014). La evaluación de la calidad en el servicio: caso de estudio "Restaurant Familiar los Fresnos". *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 35-49. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/416/41631291004.pdf>

- Chávez Lock, K. A. (2017). *Factores que influyen en la lealtad de los clientes en el sector de restaurantes de comida rápida de Lima metropolitana*. Repositorio Universidad de San Ignacio de Loyola. Obtenido de <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/e2b58cbe-49b7-47f3-8f1a-d91ff1ea865e/content>
- Coronel, J., Basantes, R., & Vinuesa, A. (2019). Un estudio de la calidad del servicio en restaurantes de mariscos (Ecuador). *Revista Espacios*, 9. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a19v40n07/19400709.html#:~:text=El%20SERVQUAL%20es%20el%20modelo,ServPerf%2C%20considerando%20solo%20el%20rendimiento.>
- Dávila, K., & Flores, M. (2017). *Evaluación de la calidad del servicio, en el restaurante turístico el Cántaro de Lambayeque*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo Escuela de Administración de Empresas, Chiclayo. Obtenido de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/848/1/TL_DavilaTorresKaren_FloresDiazMeliza.pdf
- Gutiérrez, K. (2020). *Clima Laboral y su Influencia en la productividad de la Cadena de Restaurantes de Delibakery*. Universidad Inca Garcilazo de la Vega, Lima. Obtenido de http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/5513/TRSUFICIENCIA_DEL%20MAZO%20GUTI%3%89RREZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hütt Herrera, H. (2012). Las Redes Sociales: Una Nueva Herramienta de Difusión. *Red de Revistas Científicas de América Latina*, 121-128. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
- López Guzmán, T., & Jesús, M. M. (2011). En *Turismo, cultura y gastronomía. Una aproximación a las rutas culinarias* (págs. 929-922). Portugal: Tourism & Management Studies. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3887/388743867083.pdf>
- Mármol, D. (2020). *25 Claves de Innovación en Gastronomía*. Obtenido de AndalucíaLab: <https://www.andalucialab.org/blog/25-claves-de-innovacion-en-gastronomia-parte-i/>
- Moreno Hidalgo, J. (2018). *Medición de la satisfacción del cliente en el Resturane La Cabaña de Don Parce*. Obtenido de La Red de Revistas Científicas de América Latina: https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1648/AE_265.pdf

- Paredes, G., & Evelin, T. (2021). *La Capacitación del Talento Humano y la Calidad del Servicio en el Restaurante mi Marisquería la Ciudad del Puyo*. Universidad Nacional Autónoma de los Andes, Puyo. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/3667/1/TUPADM002-2011.pdf>
- Rojas, G. (2022). *Calidad del servicio y satisfacción de los clientes en el restaurante El Uruguayo en la ciudad de Chiclayo, 2022*. Universidad Nacional Pedro Ruíz Gallo, Chiclayo. doi:https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/11023/Galindo_Rojas_Samuel.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sangmook, L., Gumkwang, B., & Hyojin, K. (2021). A Study on the Sustainable Use Intention of Restaurant Companies Using the Information Attributes of SNS: The Dual. *Sustainability*, 1-18. doi:<https://doi.org/10.3390/su132212922>
- Suárez Zorrilla, E. M. (2023). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente de los restaurantes de ballenita, provincia de Santa Elena, año 2023*. UPSE, La Libertad. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/9289/1/UPSE-TAE-2023-0024.pdf>
- Urcádiz, F., & Monroy, M. (2019). Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México. *Scielo México*. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782019000100006
- Vera, J., & Trujillo, A. (2009). El Papel de la Calidad del Servicio del Restaurante como Antecedente de la Lealtad del Cliente. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 16-30. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/399/39912023003.pdf>