



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

TEMA:

**LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA ASOCIACIÓN DE CABAÑAS,
RESTAURANTES Y CEVICHERÍAS RUTA DEL SPONDYLUS DE LA
COMUNA SAN PABLO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2018**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL TÍTULO DE
INGENIERA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

AUTOR:

Delia Doménica Tenempaguay Suárez

LA LIBERTAD - ECUADOR

2019



TEMA:

LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA ASOCIACIÓN DE CABAÑAS, RESTAURANTES Y CEVICHERÍAS RUTA DEL SPONDYLUS DE LA COMUNA SAN PABLO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018

AUTOR:

Tenempaguay Suárez Delia Doménica

TUTOR:

Andrés Padilla Gallegos MBA. MSc.

RESUMEN

La calidad de servicio se considera una fuente prometedora para generar diferenciación y distinción en los establecimientos de restauración. En la provincia de Santa Elena, la Comuna San Pablo es caracterizada por brindar el servicio de alimentos y bebidas, por tanto la presente investigación busca conocer qué calidad de servicio brinda la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de dicha comunidad, por ende, el objetivo general es medir la calidad de servicio de la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus”, a través del modelo SERVQUAL logrando el reconocimiento de la perspectiva de los comensales. Los instrumentos utilizados fueron la entrevista aplicada a cinco asociados y el cuestionario SERVQUAL, mismo que se adaptó al contexto de estudio, para la recopilación de datos se distribuyó el número de personas a encuestar por establecimiento, la muestra fue de 372 consumidores y se aplicó luego de recibir el servicio. Entre los resultados de la investigación se pudo evidenciar que la dimensión de seguridad tiene un alto nivel de satisfacción, mientras que la fiabilidad tiene un porcentaje negativo, por el desinterés del mesero en resolver problemas, por lo cual se recomiendan acciones con el fin de mejorar la calidad de servicio de la asociación.

Palabras Claves: Calidad de servicio, SERVQUAL, establecimientos de restauración, comensales.



TEMA:

**THE QUALITY OF SERVICE OF THE ASSOCIATION OF CABINS,
RESTAURANTS AND CEVICHERÍAS ROUTE OF THE SPONDYLUS OF
THE SAN PABLO COMMUNITY, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCE
OF SANTA ELENA, YEAR 2018**

AUTHOR:

Tenempaguay Suárez Delia Doménica

TUTOR:

MBA. MSC. Andrés Padilla Gallegos

ABSTRACT

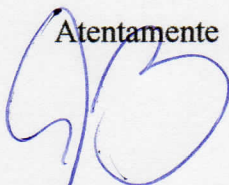
The quality of service is considered a promising source to generate differentiation and distinction in catering establishments. In the province of Santa Elena, the San Pablo commune is characterized by providing food and beverage service, so the present investigation seeks to know what quality of service the “Association of cabins, restaurants and cevicherías Ruta del Spondylus” provides for said community, therefore, the general objective is to measure the quality of service of the “Association of cabins, restaurants and cevicherías Ruta del Spondylus”, through the SERVQUAL model, achieving the recognition of the perspective of the guests. The instruments used were the interview applied to five associates and the SERVQUAL questionnaire, which was adapted to the study context, for the data collection, the number of people to be surveyed per establishment was distributed, the sample was 372 consumers and then applied of receiving the service. Among the results of the investigation it was possible to show that the security dimension has a high level of satisfaction, while reliability has a negative percentage, due to the waiter's lack of interest in solving problems, for which actions are recommended in order to improve the quality of service of the association.

Keywords: Quality of service, SERVQUAL, catering establishments, diners.

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor Guía del trabajo de titulación “LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA ASOCIACIÓN DE CABAÑAS, RESTAURANTES Y CEVICHERÍAS RUTA DEL SPONDYLUS DE LA COMUNA SAN PABLO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018” elaborado por la Srta. Tenempaguay Suárez Delia Doménica, egresada de la Carrera de Ingeniería en Gestión y Desarrollo Turístico, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Ingeniera en Gestión y Desarrollo Turístico, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científico, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Lcdo. Andrés I. Padilla Gallegos MBA.MSc.

PROFESOR GUIA

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Titulación con el Título de **“LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA ASOCIACIÓN DE CABAÑAS, RESTAURANTES Y CEVICHERÍAS RUTA DEL SPONDYLUS DE LA COMUNA SAN PABLO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018”**, elaborado por la Srta. Tenempaguay Suárez Delia Doménica declara que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos autorales.

Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación otorgado por la Facultad de **Ciencias Administrativas** carrera de **Ingeniería en Gestión y Desarrollo Turístico** pasan a tener derechos autorales correspondientes, que se transforman en propiedad exclusiva de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena** y, su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

Atentamente

Doménica T. Suárez

Tenempaguay Suarez Delia Doménica

CI: 0931458111

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por darme sabiduría para la realización de esta investigación, al igual que la oportunidad de formarme como profesional.

A mi familia por creer en mi capacidad y ser la fuente principal de motivación e inspiración en cada acontecimiento. A mi tutor **Lcdo. Andrés Padilla Gallegos** por su aporte científico y cumplimento en la planificación, quien además direccionó la investigación de forma estricta alentándome a dar lo mejor de mí. A quienes conforman la Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta Spondylus de la Comuna San Pablo, por su grata colaboración en tiempo y espacio para la realización de este estudio, y por último gracias a todos los que incidieron en mi proceso de formación académica tales como: directores, docentes, compañeros, y amigos.

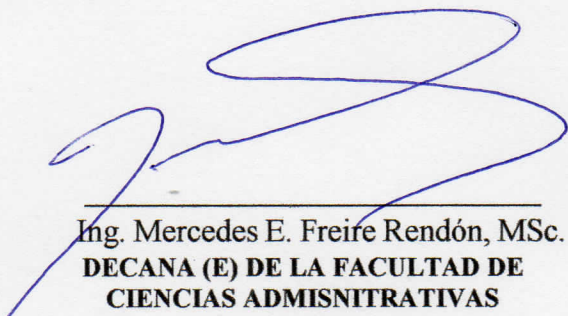
DEDICATORIA

A Dios por ser motor principal para seguir en este camino de sabiduría, por la salud, y los motivos que me llevan a cumplir mis ideales.

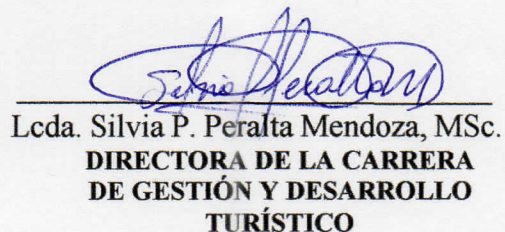
A mis padres Luis Tenempaguay Alarcón y Delia Suárez Ramírez por su amor incondicional, tiempo, aporte económico, convirtiéndome en una persona de bien que se forma profesionalmente para ayudar a la sociedad. A mi esposo Johnny De La Torre Briones y mi hijo Austin De La Torre Tenempaguay por hacerme feliz e inspirarme para culminar con éxito mi carrera, también les dedico este trabajo a mis 4 hermanos, Andrés, Shirley, Nayely y Paola. De igual manera a mis sobrinos Meily, Dylan, Roosevelt y Christopher, por alegrar mi existencia.

Delia Doménica Tenempaguay Suárez

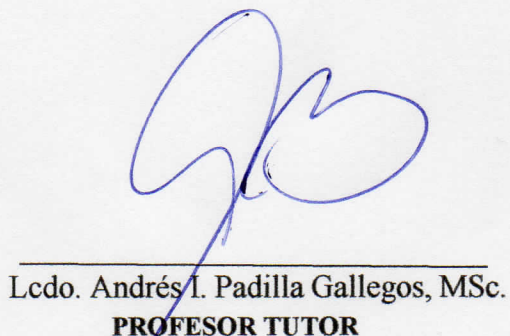
TRIBUNAL DE GRADO



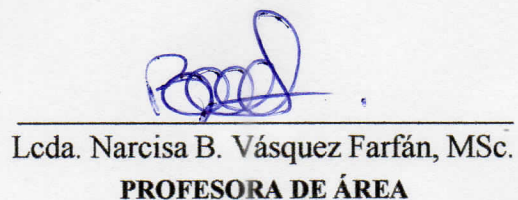
Ing. Mercedes E. Freire Rendón, MSc.
**DECANA (E) DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMISNITRATIVAS**



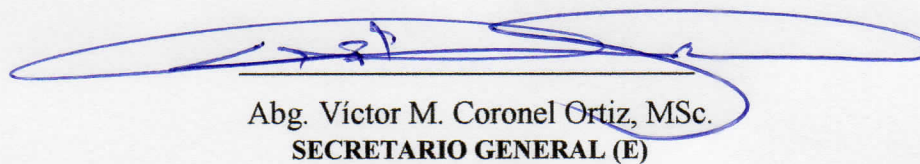
Lcda. Silvia P. Peralta Mendoza, MSc.
**DIRECTORA DE LA CARRERA
DE GESTIÓN Y DESARROLLO
TURÍSTICO**



Lcdo. Andrés I. Padilla Gallegos, MSc.
PROFESOR TUTOR



Lcda. Narcisa B. Vásquez Farfán, MSc.
PROFESORA DE ÁREA



Abg. Víctor M. Coronel Ortiz, MSc.
SECRETARIO GENERAL (E)

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	ii
ABSTRACT.....	iii
APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA.....	iv
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
TRIBUNAL DE GRADO.....	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE GRÁFICOS	xi
ÍNDICE DE ANEXOS	xiii
INTRODUCCIÓN	1
1.1. Revisión de la literatura	5
1.2. Desarrollo de las Teorías y Conceptos.....	12
1.2.1. Calidad de servicio	12
1.2.1.1. Elementos tangibles.....	13
Instalaciones físicas	13
Equipos	13
Apariencia del personal de servicio	14
Materiales asociados al servicio.....	14
1.2.1.2. Fiabilidad.....	14
Cumplimiento con precisión.....	15
Interés en resolver problemas	15
Habilidad del personal	15
Respeto del tiempo prometido	15
Minimización de errores	15
1.2.1.3. Capacidad de respuesta	16
Comunicación	16
Rapidez del servicio.....	16
Disposición de ayudar del personal	16

Disposición para responder preguntas	17
1.2.1.4. Seguridad.....	17
El personal transmite confianza	17
Seguridad (Gastronómica, atención al cliente, interna y externa)	18
Cortesía del personal.....	18
Conocimiento del servicio	18
1.2.1.5. - Empatía.....	18
Horarios de atención	19
Atención personalizada.....	19
Sincera preocupación por sus intereses.....	19
Comprensión de necesidades	19
1.3. Fundamentos Legales.....	20
1.3.1. Ley Constitucional del Ecuador	20
1.3.2. Ley de turismo.....	20
1.3.3. Ley orgánica de defensa del consumidor	21
CAPITULO II	22
MATERIALES Y MÉTODOS	22
2.1. Tipo de investigación.....	22
2.2. Método de Investigación.....	22
2.2.1. Inductivo - deductivo	22
2.3. Diseño de Muestreo	23
2.3.1. Población.....	23
2.3.2. Tamaño de la Muestra.....	24
2.3.3. Método de muestreo	24
2.4. Diseño de Recolección de Datos.....	25
2.4.1. Técnicas de instrumento.....	25
Entrevista	25
Encuesta.....	27
CAPITULO III.....	29
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	29
3.1. Análisis de Datos	29

3.1.1. Análisis de Entrevistas.....	29
3.1.2 Análisis de Encuestas.....	39
3.2. Limitaciones.....	72
3.3. Resultados.....	73
CONCLUSIONES.....	75
RECOMENDACIONES.....	76
BIBLIOGRAFÍA.....	78
ANEXOS.....	81

ÍNDICE GRÁFICOS

Gráfico 1. Sexo.....	39
Gráfico 2. Lugar de procedencia.....	40
Gráfico 3. Edad.....	41
Gráfico 4. Estado civil.....	42
Gráfico 5. Nivel de ingreso.....	43
Gráfico 6. Nivel de estudios.....	44
Gráfico 7. Profesión.....	45
Gráfico 8. Las instalaciones físicas del restaurante son atractivas.	46
Gráfico 9. El establecimiento cuenta con equipos modernos.....	47
Gráfico 10. El personal del restaurante luce limpio.....	48
Gráfico 11. Los materiales de información como cartas de menú que emplea el restaurante son visualmente llamativos.	49
Gráfico 12. Dimensión de elementos tangibles.....	50
Gráfico 13. El personal de servicio cumple con precisión sus funciones de atención al cliente.....	51
Gráfico 14. Cuando se presenta un inconveniente, el personal muestra interés en resolverlo.....	52
Gráfico 15. El personal es hábil al brindar el servicio.....	53

Gráfico 16. Cuando el personal de servicio promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple.....	54
Gráfico 17. El personal se preocupa por efectuar un trabajo con la menor cantidad de errores.....	55
Gráfico 18. Dimensión de fiabilidad.....	56
Gráfico 19. Los empleados del restaurante le informan el tiempo que durará el servicio solicitado.	57
Gráfico 20. El personal le brinda de forma rápida el servicio.	58
Gráfico 21. El personal de servicio siempre está dispuesto ayudarlo/a en lo que requiera.	59
Gráfico 22. El personal de servicio nunca está demasiado ocupado para responder a sus preguntas.	60
Gráfico 23. Dimensión capacidad de respuesta.....	61
Gráfico 24. El comportamiento del personal de servicio le trasmite confianza	62
Gráfico 25. Seguridad del uso de los servicios del restaurante.....	63
Gráfico 26. El personal de servicio del restaurante es amable en todo momento .	64
Gráfico 27. Conocimiento suficiente para ofrecer el servicio	65
Gráfico 28. Dimensión de seguridad	66
Gráfico 29. El restaurante tiene horario de atención conveniente para usted.	67
Gráfico 30. El personal de servicio brinda atención personalizada.....	68
Gráfico 31. En el restaurante se preocupan por sus intereses.	69
Gráfico 32. El personal del establecimiento comprende sus necesidades	70
Gráfico 33. Dimensión de empatía	71

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Operacionalización	82
Anexo 2: Matriz de Consistencia.....	83
Anexo 3. Cronograma.....	84
Anexo 4: Instrumento de entrevista dirigida a los asociados.....	85
Anexo 5: Instrumento de encuesta dirigida a comensales	86
Anexo 6: Validación de instrumentos.....	88
Anexo 7: Lista de asociados	90
Anexo 8: Fundamentos Legales.....	91
Anexo 9: Tablas de resultados	93
Anexo 10: Encuestas realizadas a comensales.....	108

INTRODUCCIÓN

La calidad a nivel global se ha vuelto un elemento indispensable para la cultura interna de una empresa o establecimiento, principalmente los que brindan servicios, debido a que el proceso aporta a la satisfacción del consumidor, por lo cual cada integrante debe considerarlo.

La calidad de servicio es una herramienta desarrollada y practicada por organizaciones para interpretar las necesidades y expectativas del consumidor, en este sentido permite brindarles un servicio seguro, confiable, oportuno, rápido que se ajusta a los gustos y preferencias de cada individuo, por eso los hace sentir como en casa, atendéndolos de forma personalizada. (Pizzo, 2013)

En la industria de restauración la calidad es fundamental, debido a que los individuos lo adquieren con el propósito de satisfacer sus necesidades de alimentación, es aquí donde el personal de servicio se encarga de ofrecer una buena atención desde el inicio hasta el final de la visita del consumidor, cubriendo su necesidad, superando sus expectativas y evadiendo futuros problemas.

La provincia de Santa Elena posee recursos naturales y culturales que llaman la atención de muchos visitantes, por ello cuenta con varios establecimientos de restauración a lo largo del filo costanero, los cuales ofrecen platos típicos de la zona realizados a base de mariscos. El alto número de establecimientos lleva a los servidores a realizar de la mejor manera posible esta actividad, y a estar en constante preparación para brindar un servicio de calidad.

La Comuna San Pablo ubicada en la Ruta del Spondylus, a 16 Km de la cabecera Cantonal de Santa Elena y 28 km del Cantón Salinas, posee atractivos naturales y manifestaciones culturales, que permiten efectuar actividades de recreación y ocio. Por otro lado, cuenta con establecimientos hoteleros y de restauración en aprovechamiento de los recursos. Cabe indicar que dicha comunidad es conocida como un lugar que se caracteriza por la gastronomía siendo los frutos del mar la materia prima o ingrediente principal en las comidas.

La “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” fue fundada en abril del año 2015 y está integrada por 22 establecimientos que ofertan el servicio de alimentación, por ello es necesario medir, para saber si dicha asociación considera los indicadores del modelo SERVQUAL al brindar el servicio. Cabe mencionar que ciertas cabañas presentan una imagen, debido al deterioro de las instalaciones, además la atención prestada por el talento humano es deficiente en varios aspectos. Estos inconvenientes han llevado a la pérdida de consumidores y en su defecto disminuye la plaza de empleos.

Por lo tanto, la pregunta general de la presente investigación es ¿Qué calidad de servicio reciben los comensales de la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de la Comuna San Pablo?, el objetivo general es medir la calidad de servicio de la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de la Comuna San Pablo, a través del modelo SERVQUAL logrando el reconocimiento de la perspectiva de los comensales.

Y como objetivos específicos:

- Identificar la importancia de la calidad de servicio de la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus”
- Aplicar las dimensiones del modelo SERVQUAL, para medir la calidad de servicio de la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus”
- Analizar la perspectiva que tienen los comensales que visitan la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus”

Los motivos para la realización de la investigación de acuerdo con la importancia teórica, es que la calidad de servicio se basa en la perspectiva que tienen los consumidores sobre el desempeño que les brindó el personal, por lo que proponen la encuesta SERVQUAL con cinco dimensiones: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, y empatía, las cuales se utilizan para la evaluación. Para suraman, Zeithaml & Berry(1988), esto permitirá identificar los indicadores que están siendo mal empleados.

Con relación a la importancia metodológica, se aplicó cinco entrevistas a propietarios y administradores de los establecimientos que forman parte de la Asociación, además del cuestionario SERVQUAL, mismo que se adaptó al contexto de estudio para cumplir con el objetivo de la investigación. También se realizó la respectiva distribución del número de encuestas, a través del cálculo entre la capacidad de cada establecimiento frente a la capacidad total de la Asociación para obtener el valor proporcional, y así conseguir la cantidad específica de personas a encuestar por cada establecimiento.

En este sentido los propietarios o administradores de los establecimientos que conforman la Asociación debe considerar los beneficios que trae la calidad de servicio, puesto que contribuye al mejoramiento constante, la fidelización de consumidores, además la obtención de nuevos comensales, porque al recibir un buen servicio se lo recomendarán a otros, así mismo reduce los costos e incrementa las ventas si se aplica de manera correcta.

La calidad de servicio es importante, puesto que permite a los establecimientos diferenciarse entre la competencia, porque la buena apariencia del personal, instalaciones adecuadas, y buen servicio a cambio de un valor monetario, generan en el consumidor una experiencia agradable que es altamente valorada, ya que influye directamente en la satisfacción del mismo. Por otro lado, la investigación es significativa, porque identifica aquellos problemas específicos que posee la Asociación y de los cuales se pueden recomendar acciones que den paso al mejoramiento del mismo.

La investigación está estructurada de la siguiente manera: El capítulo I; contiene el marco teórico, revisión de la literatura, desarrollo de teorías, conceptos y fundamentos legales. Capítulo II; presenta los materiales y métodos utilizados, además del tipo de investigación que en este caso es exploratoria, método, diseño de muestreo, y diseño de recolección de datos. Finalmente, el capítulo III; detalla los resultados y discusiones, análisis y sus conclusiones y recomendaciones que contribuyen positivamente a la calidad de servicio de la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de la Comuna San Pablo.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1.Revisión de la literatura

Según Pineros (2009) en su estudio titulado **“Medición de la satisfacción del cliente del restaurante museo taurino, y formulación de estrategias de servicio para la creación de valor”** cuyo objetivo fue medir la satisfacción del cliente del restaurante Museo Taurino, y formular estrategias de servicio para la creación de valor, la cual tuvo un enfoque descriptivo, la población estuvo formada por 140 personas que frecuentan el restaurante, sin embargo se escogió como muestra a 62 comensales. Los datos se obtuvieron a través de una encuesta. Los resultados de la investigación fueron que la mayor fortaleza es la confianza que se genera en el consumidor, así como la rapidez y en la debilidad fue el aspecto de los tangibles, por lo cual se crearon estrategias de servicio para mejorar el servicio.

Dado que la investigación de Pineros aporta desde un enfoque descriptivo, se puede analizar las diferentes estrategias que propone para el mejoramiento del servicio a los consumidores, y se toma la teoría recopilada para fundamentar el presente trabajo de investigación, además los resultados obtenidos, expusieron que la dimensión de elementos tangibles, mismo que mide los aspectos físicos del establecimiento fue la más deficiente, por ello se efectúa una comparación de las dimensiones que influyen en los comensales que acuden a menudo al establecimiento Museo Taurino.

De acuerdo con Suárez y Molina (2006) en su trabajo denominado “**Aplicación del modelo SERVQUAL para medir calidad percibida por los comensales de Subway en caracas**”, la misma que tuvo como objetivo, Medir el nivel de Calidad de servicio percibida por los comensales de Subway, siguió una metodología exploratoria, la muestra estuvo representada por 400 personas. La información se obtuvo por medio de encuestas, los resultados manifestaron que la dimensión de seguridad fue la más importante e influyente para determinar el nivel de calidad del servicio en los establecimientos de comidas rápidas, y la dimensión empatía la menos importante.

Considerando la indagación de Suárez y Molina, se toma diferentes puntos de vista estudiados por los autores, así mismo se analizan los resultados, puesto que un número relevante de comensales de Subway manifestaron que la dimensión de empatía no influye de manera directa al buen servicio, por lo cual se estima conveniente un estudio debido a que el indicador de atención personalizada es importante dentro del servicio, porque satisfacer las necesidades específicas del consumidor a cambio de una remuneración económica es valorado por los mismos.

En el estudio de Sánchez (2017) llamado “**Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza Burger Diner de Gualán, Zacapa**”, tuvo como objetivo general medir la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán, en cuanto a la metodología se tuvo un enfoque exploratorio, la población estuvo conformada por comensales, colaboradores y directivos, la muestra fue de 88 personas. Se determinó que las brechas de

insatisfacción son negativas, por ello se planteó una propuesta que tiene como propósito reducir las brechas de insatisfacción encontradas para cada variable.

En la investigación de Sánchez, se razona acerca de las diferentes brechas que no aportan al buen servicio, por lo cual se las toma en cuenta y se efectúa un análisis ligero para contrastar si estas coinciden con aquellas que afectan en la actualidad a la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de la Comuna San Pablo, es así como se extrae información en cuanto a la metodología aplicada para obtener resultados positivos referente al servicio ofertado.

Dávila y Flores (2017) efectuaron una tesis titulada “**Evaluación de la calidad del servicio en el restaurante turístico el Cántaro E.I.R.L. de Lambayeque**”, el objetivo de dicho estudio fue, medir la calidad del servicio en el restaurante turístico El Cántaro - Lambayeque, por lo que tuvo un enfoque descriptivo, la población estuvo conformada por 120 comensales pero se escogió una muestra de 80 consumidores, los resultados manifiestan que el establecimiento cuenta con buena infraestructura pero los comensales esperan ver el uso de nuevas tecnologías en los equipos, muebles y comodidad de espacio.

De acuerdo con la valoración de Dávila y Flores, se puede fundamentar la dimensión de infraestructura debido a que toma un papel transcendental dentro de la calidad de servicio en los establecimientos de restauración, porque los comensales prefieren regresar al lugar donde cumplieron con sus expectativas de confort durante su estadía, por lo que se toma como referencia la teoría de dicha dimensión y la propuesta a implementar para el buen desempeño del

establecimiento, en este sentido acerca del mejoramiento de la conectividad y ciertos equipamientos que forman parte de los elementos tangibles.

Gómez (2015) en su investigación llamada **“La calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente en el hotel Trapiche Suites Huánuco”** esta tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el hotel Trapiche – Suites Huánuco, utilizó un estudio de investigación correlacional, donde tomó, como instrumento de recopilación de datos encuestas, las cuales fueron dirigidas a 139 comensales que hicieron uso del servicio de hospedaje siendo estos la muestra del trabajo, los resultados reflejan que existe una relación positiva entre los fundamentos teóricos y prácticas de la calidad del servicio con la satisfacción del cliente en el establecimiento hotelero.

Según el trabajo realizado por Gómez, se pudo evidenciar que existe relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, por lo tanto, se extrae como aporte a la presente investigación varias definiciones para fundamentar la teoría de acuerdo con los factores de la calidad del servicio que influyen directamente en la satisfacción del cliente, lo mismo que permite tener una visión clara de lo que es ubicarse en la mente del consumidor de manera que se comprenda los deseos específicos del mismo.

De acuerdo con López, Magaña & Santos (2013) en su investigación denominada **“Análisis de la calidad en el servicio en una cadena de restaurantes de la ciudad de Mérida, Yucatán”**, la cual tuvo como objetivo analizar las cinco dimensiones que conforman la calidad en el servicio (Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de

respuesta, Confianza y Empatía) de cada una de las 8 sucursales de la cadena de restaurantes. Los Trompos, pertenecientes a las clasificaciones terraza y climatizados, se utilizó un enfoque descriptivo porque describe la situación de la calidad en el servicio y cuantitativo por la recolección de datos, se tomó una población total de 37,882 comensales, la muestra fue de 384 personas, los resultados indican que el nivel de calidad en el servicio de acuerdo a la percepción de los comensales es mejor de lo que ellos esperaban.

Considerando el estudio de López, Magaña & Santos, se toma como referencia el análisis de cada dimensión, puesto que se evidenció la incidencia positiva y directa en la satisfacción de los comensales de dicha ciudad, en este caso se demostró que supera sus expectativas ejecutando la correcta aplicación de las mismas, por tal motivo aporta a la investigación para tomar datos que permitan el mejoramiento a los establecimientos que conforman la cadena de restaurantes.

Según Carbo (2015) en su estudio llamado **“Análisis para la mejora de la calidad del servicio del restaurante. La Casa Blanca de la Comuna Montañita provincia de Santa Elena. año 2015”** cuyo objetivo fue analizar la atención al cliente en el restaurante “La casa Blanca” de la Comuna Montañita Provincia de Santa Elena, durante el año 2015 para mejorar la calidad del servicio, a través de la aplicación de la escala SERVQUAL, la misma tuvo un enfoque descriptivo, la población estuvo conformada por 10.400 comensales, por lo cual se tomó una muestra de 95 consumidores, la información se obtuvo a través de una encuesta, por ello los resultados fueron que entre el 80% encuestados percibieron la

infraestructura como atractiva, esto se debe a la condición de sus paredes y pisos, sin embargo el 74% mencionó que el servicio por parte del personal no fue el adecuado, por lo cual se deben realizar capacitaciones y adoptar un programa motivacional que ayude a los empleados a coordinar su trabajo de mejor forma.

Carbo argumenta, que la acción de capacitaciones al personal que labora dentro de la organización ayuda a que se preparen profesionalmente y así poder ofertar un servicio de calidad, por ello se reflexionan los fundamentos en los que se basa el autor, puesto que la Asociación puede generar estos eventos cada cierto periodo para actualizar los conocimientos del personal de servicio, esto ayudará a que se familiaricen y tengan mejor desenvolvimiento.

De acuerdo con Nieto & Pacheco(2015) en su trabajo **“Análisis de la calidad del servicio del sector hotelero, categorización cuatro estrellas en la ciudad de Cuenca; y, propuesta de diseño del modelo SERVQUAL para: hotel Zahir 360, año 2015”**. La misma que tuvo como objetivo de determinar los errores en la prestación del servicio, para establecer las soluciones acerca de los que esperan los consumidores en articulación al servicio recibido, el trabajo tuvo un enfoque descriptivo, así mismo se aplicaron un total de 144 cuestionarios, los resultados dan a conocer las dimensiones que presentan inconvenientes y en las que se debe mejorar por medio de estrategias.

En la investigación de Nieto & Pacheco, se pudo evidenciar varios errores que surgen al momento de prestar un servicio, por lo cual se proponen estrategias y mediante esta información se podrá identificar, si, dentro de los establecimientos

que integran la Asociación suscitan inconvenientes de la misma índole, para estudiar las causas y fundamentar las recomendaciones que den paso a la solución de problemas y minimización de errores.

En el estudio de Acosta (2016) titulado **“Desarrollo de una propuesta de modelo de gestión de calidad de servicio en un estudio de caso de un restaurante del sector turístico de la ciudad de Quito DM”** cuyo objetivo fue valorar a través de un estudio de caso el nivel de gestión de la calidad de los restaurantes del DM de Quito, para efectuar un modelo de gestión de calidad que convierta a la ciudad en un referente y fomentar la calidad para un crecimiento del turismo, su enfoque fue descriptivo, para la obtención de datos se aplicó una encuesta a 350 personas, los resultados sirvieron para conocer las expectativas y las percepciones de los comensales, de igual forma mostraron que el nivel de conocimiento de las expectativas del consumidor son fundamentados en la opción de sus gerentes y propietarios y no en un esfuerzo académico para conocerlos.

De acuerdo con la valoración de Acosta, se extrae información para fundamentar la teoría de la presente investigación señala que la expectativa generada por los consumidores depende de los gerentes y propietarios del establecimiento de restauración, lo cual se considera significativo porque de cierta manera la cabeza principal de la organización tiene un rol importante en la toma de decisiones.

En la investigación de Rivadeneira (2016) denominada **“Diseño e implementación del modelo SERVQUAL para mejorar la atención al cliente de los restaurantes categoría I de la zona urbana de Riobamba, en el periodo 2015”** cuyo objetivo

fue diseñar una propuesta para mejorar la atención al cliente de los restaurantes categoría I de la zona urbana de Riobamba, la cual tuvo un enfoque correlacional, la información se recopiló a través de una encuesta, por ello la población estuvo conformada por 356.701 comensales, sin embargo se escogió una muestra de 400 personas, los resultados exponen que los consumidores definen sus expectativas de acuerdo a una jerarquía bien definida, donde la fiabilidad de los servicios brindados se convierte en la brecha más elevada.

Rivadeneira, en su trabajo comprueba que la dimensión de fiabilidad, es la mejor aplicada en los restaurantes de categoría I de la zona urbana de Riobamba, por lo que se da lectura para conocer de qué manera es aplicada y así poder recomendar a la Asociación y se logre el aporte positivo en cuanto a dicha dimensión, misma que es parte de la calidad del servicio.

1.2.Desarrollo de las Teorías y Conceptos.

1.2.1. Calidad deservicio.

La calidad se asemeja a la perfección, es el resultado de un proceso donde el cliente compara sus expectativas frente a sus percepciones, es decir la medición se realiza a través del servicio que se desea y el que se recibe. Nichizawa,(2014)

La calidad de servicio beneficia al establecimiento de restauración que lo aplica de forma adecuada, puesto que es importante crear un ambiente agradable para el consumidor, por lo cual el personal de servicio debe ser cordial y mostrar buena actitud en todo momento de manera que genere confianza, credibilidad y seguridad, esto con la finalidad de superar las expectativas.

1.2.1.1.Elementos tangibles.

Paucar (2011), sostiene que en la escala SERVQUAL, los elementos tangibles están vinculados con la proyección de las instalaciones físicas, equipos, apariencia del personal y materiales de comunicación.

Los establecimientos de restauración poseen un estilo rústico que combina con la naturaleza del mar, aunque es importante poner en mantenimiento las instalaciones para evitar el deterioro, así mismo los equipos modernos que sirven para complementar el servicio y los materiales de información, mismo que deben ser apropiados. Por lo cual se mide con los siguientes indicadores:

Instalaciones físicas.

Es fundamental para toda organización que presta servicios, puesto que es la primera impresión que recibe el consumidor, por lo cual deben ser adecuadas y estar bien ubicadas, sin embargo, se puede contar con instalaciones atractivas y cómodas, pero si el servicio es malo no sirve de nada, por ello la buena atención debe prevalecer.

Equipos.

Hace énfasis al equipo que utilizan los establecimientos de restauración alimentario para llevar a cabo su funcionamiento, por lo cual se evidencia el estado y su modernidad, en este caso las mesas, sillas, equipos de sonido, Tv cable, red de wifi, pagos con tarjetas de crédito y débito, equipos de frío, entre otros, que facilitan el proceso de atención.

Apariencia del personal de servicio.

Es importante que el personal de servicio proyecte una buena imagen, puesto que el aseo corporal y el uso de uniforme limpio o vestimenta adecuada refleja el concepto del establecimiento de restauración, este es un indicador significativo para los comensales.

Materiales asociados al servicio

Está relacionado a los materiales de comunicación asociados con el servicio como cartas de menú, informativos, tarjetas de presentación etc. Gardié Suárez & Rausseo Molina, (2006) En ocasiones ciertos establecimientos de restauración alimentaria usan tarjetas de presentación, volantes, trípticos, menú para eventos, mismos que deben ser llamativos para brindar al consumidor varias formas de adquirir el servicio.

1.2.1.2. Fiabilidad

La habilidad del personal de servicio para realizar las actividades acordadas de forma cuidadosa y sin cometer fallos.

La dimensión fiabilidad representa la correcta organización de recursos para la prestación de los servicios, porque cuando el personal cuida cada detalle en la atención no se expone a riesgos como la generación de problemas, quejas, reclamos, mala publicidad por comensales mal atendidos, pérdida de consumidores que visitan frecuentemente el establecimiento.

Por lo cual dicha dimensión se mide con los siguientes indicadores:

Cumplimiento con precisión.

El personal demuestra el compromiso al efectuar las funciones de forma precisa y oportuna, por ejemplo, si el consumidor solicita un plato en especial, el mesero debe atender y cumplir con dicho requerimiento específico.

Interés en resolver problemas.

El personal de servicio que labora en los establecimientos muestra buena actitud y tiene la disposición de ayudar a los comensales en lo que necesite, por lo tanto, busca la mejor forma para resolver los inconvenientes si llegasen a presentarse.

Habilidad del personal.

La habilidad que posee el personal de servicio que labora en los establecimientos de restauración, para prestar el servicio de manera correcta y efectiva, en este punto se considera la atención que brinda, es decir el desenvolvimiento que tenga en las actividades.

Respeto del tiempo prometido.

Los colaboradores atienden de manera rápida los requerimientos del consumidor para generar mayor aceptación, es decir si se comprometen a sacar un plato de comida en un lapso de tiempo definido, lo cumple.

Minimización de errores.

Resalta la preocupación que tiene el personal de servicio para realizar sus funciones minimizando la cantidad de equivocaciones, ya que la calidad tiene como objetivo

hacer lo correcto. Por ello, el mesero realiza sus funciones evitando futuros errores, es decir se desenvuelve cuidando cada acontecimiento.

1.2.1.3.Capacidad de respuesta.

Es la voluntad y disposición que tenga el personal de servicio para responder cualquier inquietud del consumidor. Por lo cual debe estar atento y resolver las situaciones que ocurran mientras el consumidor se encuentre en el establecimiento de restauración. Esta dimensión se mide con los siguientes indicadores:

Comunicación.

Mantener a los comensales informados de algún hecho que interfiera en el servicio es importante para que se sienta confiado y no dude en volver, porque recordará que ha sido bien tratado, es decir la interacción debe fluir en todo momento.

Rapidez del servicio.

La disposición del personal en brindar el servicio con prontitud de manera que el consumidor no se disguste haciendo una larga fila o sienta molestia por el tiempo extenso de espera, en varios casos los servidores obsequian aperitivos para generar distracción.

Disposición de ayuda del personal.

La voluntad del personal para atender alguna situación que se presente durante la estancia del consumidor en el establecimiento, aunque no esté directamente relacionado con el servicio que se oferta, es decir, el espíritu colaborador.

Disposición para responder preguntas.

El personal siempre está dispuesto ayudar al consumidor y responde sin ningún problema las interrogantes que se le efectúen, por lo cual debe estar preparado y dominar la información de las diferentes áreas y actividades que se realizan dentro del establecimiento de restauración. En caso de estar realizando otra actividad debe buscar un tiempo para responder las preguntas del comensal.

1.2.1.4. Seguridad.

En esta dimensión influye principalmente el conocimiento, habilidades y destrezas del personal de servicio, además de la seguridad que tiene el establecimiento para con la integridad del consumidor, misma que es importante para generar credibilidad. El servidor precisa de confianza que le inspire tranquilidad de realizar lo adecuado con el establecimiento, por ende se considera los siguientes indicadores:

El personal transmite confianza.

El consumidor siente confianza al momento que el personal le brinda el servicio, es decir inspira tranquilidad, esto se evidencia en la expresión corporal. Torres, (2015)

Para generar confianza en los consumidores es importante que el personal de servicio demuestre que conoce lo que realiza, esto se evidencia en la actitud que tiene y el desenvolvimiento en las actividades, mientras se encuentre en la escena principal, misma que puede ser un salón de eventos en especial o el establecimiento de restauración.

Seguridad (Gastronómica, atención al cliente, interna y externa).

El personal debe brindar buena atención al consumidor, de igual manera el personal que labora en el área de cocina debe ser cuidadoso en el procedimiento del producto final de los alimentos, Por otro lado, se debe cuidar del bienestar del consumidor y sus pertenencias de forma externa e internamente desde el inicio hasta el final de su visita.

Cortesía del personal.

Dentro de los aspectos que se consideran para ofertar un servicio de calidad se encuentra la cortesía o amabilidad que el personal imparte durante el contacto con el consumidor, debido a que estos crean un verdadero espacio de comunicación lo que lleva a la identificación de requerimientos específicos de los comensales.

Conocimiento del servicio.

Para generar un correcto desarrollo de la actividad, el personal debe tener como base ciertos conocimientos que le permitan dar un buen servicio.

1.2.1.5. Empatía.

Se trata de aquella atención esmerada y personalizada que brinda el personal de servicio al consumidor, porque se relaciona con la capacidad que tenga el empleado en apropiarse de los sentimientos del mismo, en pocas palabras hay comprensión de necesidades.

Por lo cual se mide con los siguientes indicadores:

Horarios de atención.

El horario de trabajo que escoge el personal para atender a sus comensales, en pocas palabras puede estar adaptado a su conveniencia, por ejemplo, si un consumidor quiere ser atendido en un horario que no coincide con el mesero, este puede optar por quedarse y atenderlo, seguro tendrá su recompensa.

Atención personalizada.

Es aquella atención especial que se brinda al consumidor de manera que el personal conozca sus necesidades específicas. Esto logra la fidelización, por ejemplo, si el consumidor pide un plato que no se encuentre en el menú, se lo preparan para satisfacer su necesidad.

Sincera preocupación por sus intereses.

Es importante que el personal de servicio muestre interés sincero al instante de solucionar una situación o problema en particular que haya suscitado con el consumidor durante la visita en el establecimiento de restauración.

Comprensión de necesidades.

Para el consumidor es significativo que el personal de servicio logre entender sus necesidades específicas, a tal punto de tener un sentido de pertenencia.

En este caso los comensales no deben ser juzgados o señalados por el personal, sino que deben ser bien atendidos sin importar sus preferencias particulares, considerando que en la actualidad los consumidores son cada vez más exigentes.

1.3.Fundamentos Legales

1.3.1. Ley Constitucional del Ecuador

Se toma la ley Constitucional del Ecuador, la sección octava – trabajo y seguridad social, Art. 33 manifiesta, que el trabajo es un derecho y deber de todos, que además están en libertad de escoger su espacio considerando la salud y conformidad, así las empresas deben cumplir con los beneficios financieros y otorgar a cada integrante. En la sección novena – personas usuarias y consumidoras.

El Art. 52 respalda a quienes libremente adquieren bienes y servicios de una organización en particular, los cuales deben estar en condiciones de consumo cumpliendo con los estándares de calidad. También influye la publicidad engañosa, es decir si el cliente recibe un servicio distinto del que se le ofreció, la ley sanciona a los servidores.

En el capítulo sexto de trabajo y producción sección primera – formas de organización de la producción y gestión Art. 319 reconoce las diferentes maneras de organización y se lo considera por la Asociación, puesto que la ley promueve su participación.

1.3.2. Ley de turismo.

En el capítulo II de las actividades turísticas y de quienes la ejercen, el Art. 11, resalta que todos los operadores que ejerzan la actividad turística de manera temporal o permanente tendrán que disponer de permiso de funcionamiento, puesto que se sujetan a las normas técnicas y de calidad.

También, en el Capítulo V de las categorías, el Art. 19, menciona que cada actividad vinculada al turismo contará con una categorización, por ende, se sujetarán a las normas de uso internacional, mismo que involucra a la calidad en el servicio.

Además, se toma como fundamento el capítulo X de protección al consumidor de servicios turísticos, el cliente puede valerse de esta ley para reclamar sus derechos, es decir si el personal del establecimiento turístico realiza incumplimiento, obtiene la sanción correspondiente.

Por ello, el artículo 45 se refiere al resarcimiento de daños y perjuicios, lo mismo ocurre con el empresario que ofrece una calidad por debajo de la categoría que posee. El artículo 52 resalta la sanción monetaria a quienes infrinjan las disposiciones esta ley y sus reglamentos.

1.3.3. Ley orgánica de defensa del consumidor.

El consumidor puede respaldarse en la ley orgánica, si el establecimiento u empresa no cumple con el servicio que solicitó. Entre estos perjuicios se recalca la publicidad engañosa, en el capítulo III regulación de la publicidad y su contenido Art. 6, manifiesta que está netamente prohibida la publicidad abusiva o exagerada que influyan en la decisión de compra. Por ello es deber de los administradores o propietarios tomar en cuenta estos aspectos al realizar promociones y publicidades en los medios de comunicación o materiales asociados al servicio en el caso de restauración pueden ser las cartas de menú, tarjetas de presentación, trípticos, dípticos, menú de eventos entre otros que incluyan imágenes que incidan en la elección del comensal y cumplir a cabalidad con dicha ley.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Tipo de investigación.

La presente investigación es de tipo exploratorio, porque para medir la calidad de servicio de la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de la Comuna San Pablo, se utilizó el cuestionario SERVQUAL, mismo que se adaptó al contexto de estudio. Además, que el contacto directo con el consumidor fue necesario para recopilar información sobre este tema poco tratado.

2.2. Método de Investigación.

Para obtener resultados aproximados es importante seguir un procedimiento minucioso. Por ello la metodología utilizada está encaminada a conseguir el objetivo de la investigación.

2.2.1. Inductivo – deductivo.

Por medio de este método se realiza la generalización de la información obtenida en las encuestas realizadas a los consumidores, luego de recibir el servicio en los diferentes establecimientos de la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de la Comuna San Pablo, y de esta forma se identifica aquellos problemas específicos que no les permite brindar un servicio de calidad y método deductivo porque se realiza de lo general a lo particular, debido a que el

procedimiento del modelo SERVQUAL es utilizado a nivel mundial para medir la calidad de servicio y se puede evidenciar las dimensiones que están siendo mal empleadas y aquellas que causan mayor satisfacción en los comensales.

2.3. Diseño de Muestreo.

2.3.1. Población.

Para cumplir con el objetivo de la investigación se recoge información de los comensales que acuden a los establecimientos de restauración que pertenecen a la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” y adquieren servicios de alimentación, así mismo porque dichos establecimientos se ubican en la vía principal de la Ruta del Spondylus y la conforman 22 asociados, siendo una cantidad significativa, por lo cual, el cuestionario SERVQUAL está enfocado estos individuos.

Se determina la siguiente población:

Comensales: Las personas que acuden a la Comuna San Pablo con fines de satisfacer su necesidad de recreación y adquieren servicios de alimentación por los establecimientos de restauración, puesto que a través de sus respuestas se logra medir la calidad de servicio. Para la respectiva recopilación de los datos se tomó el número de consumidores, siendo 12000 de la base estadística impartida por Emuturismo en el año 2017. A continuación se detalla el tamaño de la muestra aplicando la plataforma de Determine Sample Size, para conocer el número específico de encuestas, dando un total de 372 comensales, sin embargo en la aplicación se distribuye de acuerdo con la capacidad total de la Asociación.

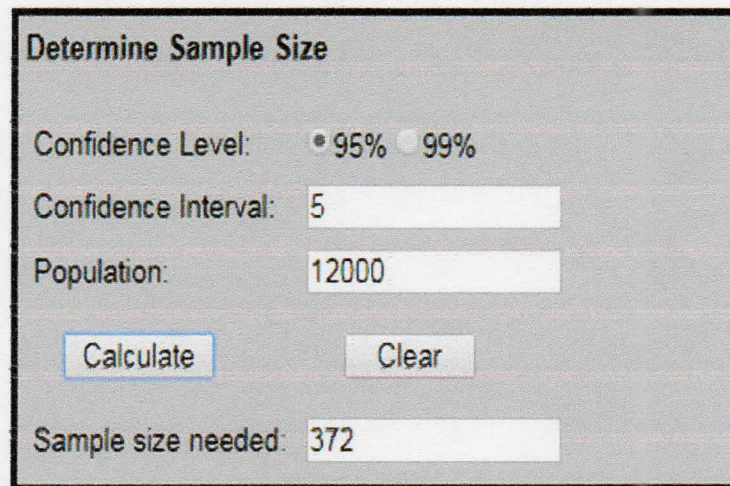
2.3.2. Tamaño de la Muestra.

Fórmula con población conocida.

p: Probabilidad de éxito, o proporción esperada (en caso de desconocerse $P=0.5$)

q: Probabilidad de fracaso ($1-p$)

i: error máximo admisible (suele ser del (0.05))



The image shows a software interface for determining sample size. It has a title 'Determine Sample Size'. Below the title, there are three input fields: 'Confidence Level' with radio buttons for '95%' (selected) and '99%'; 'Confidence Interval' with a text box containing '5'; and 'Population' with a text box containing '12000'. Below these fields are two buttons: 'Calculate' and 'Clear'. At the bottom, there is a label 'Sample size needed:' followed by a text box containing '372'.

Comensales

2.3.3. Método de muestreo.

Para el proyecto de investigación se considera el muestreo No probabilístico, debido a que la información será tomada por conveniencia, es decir se escogerá de forma independiente a los comensales que se aplicará el instructivo para recopilación de datos. Sin embargo se distribuye el número de encuestas tomando en cuenta la capacidad que tiene cada establecimientos que integra a la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías” de la Comuna San Pablo. Pág. 28.

2.4. Diseño de Recolección de Datos.

El procedimiento que se llevó para la recolección de información es el siguiente:

Para la entrevista se realizó un cuestionario de preguntas abiertas tomando en cuenta las dimensiones del modelo SERVQUAL de calidad de servicio, luego se revisó cada parte del instrumento para ser validado y certificado.

Para la aplicación se consideró a cinco socios, los mismos que son administradores, gerentes o propietarios de los establecimientos y se eligieron conforme a su experiencia, ubicación o temática en particular.

Para el cuestionario SERVQUAL se adaptó al contexto de investigación, en este caso se usaron 21 preguntas cerradas, mismas que se forman a través de cinco dimensiones para medir la calidad de servicio, de igual manera se revisó el instrumento para luego ser validado. Finalmente, se aplicó el instrumento a la muestra correspondiente.

En cuanto a la entrevista se consideró a cinco socios, los mismos que son administradores, propietarios, o gerentes de los establecimientos, y se les aplicó un cuestionario de preguntas abiertas tomando en cuenta las dimensiones del modelo SERVQUAL de calidad de servicio.

2.4.1. Técnicas de instrumento.

Entrevista.

Lcda. Andrea Gálvez - administradora de la cabaña "NARBINE"

El establecimiento tiene aproximadamente diez años brindando el servicio de alimentación, por lo tanto la Lcda. Andrea Gálvez, facilita la información acerca

del servicio que ofrece el personal que posee, además de los elementos tangibles como las instalaciones físicas, equipos y materiales que emplea para satisfacer las necesidades del consumidor y cubrir sus expectativas, de esta forma aporta a la investigación desde su experiencia en el campo laboral del servicio.

Sra. Ana Chávez - propietaria cabaña “D’ Chirry”.

La segunda persona entrevistada, da su opinión como propietaria y ayuda de forma gentil con información relacionada al servicio que brinda el personal de su establecimiento, resaltando puntos positivos y negativos, así mismo de la tangibilidad que posee, y se la consideró por los años de experiencia que tiene laborando en la localidad, siendo cónyuge de un comunero, el cual es conocido como “Chirry”, por ello el nombre de su cabaña.

Sr. Isidro Suárez - propietario cabaña “Joselyn”.

Entre los socios se escogió a la cabaña Joselyn por estar entre los últimos establecimientos en dirección hacia la Comuna Monteverde, su propietario es nativo de la comuna San Pablo, en este sentido mencionó que su personal de servicio lo conforman sus tres hijos mayores, y manifiesta de qué manera ofertan el servicio de alimentación, también resalta aspectos sobre la dimensión de elementos tangibles, puesto que el indicador de instalaciones físicas es deficiente por su mal estado producto del fuerte oleaje ocurrido en febrero del año 2018.

Cheff. Luis Tenempaguay- Propietario del restaurante “My Bar on the Beach”

Se tomó al restaurante, por encontrarse en el punto medio de todos los establecimientos, el propietario de manera comedida impartió información haciendo énfasis al compromiso de la academia con la sociedad, por lo cual indicó

varios criterios considerando su desenvolvimiento en el área de la restauración, entre estos el servicio que brinda su personal y los elementos tangibles que utiliza para complementar la visita del consumidor.

Lcda. Gina Martiz - propietaria del restaurante “Galeón princesa Gina”

Se eligió el restaurante, por tener la mayor capacidad y por la temática creativa de sus instalaciones, además de tener dieciocho años en el mercado, en este sentido la propietaria estuvo dispuesta a compartir las funciones que realiza en beneficio a su establecimiento, es así que otorgó información acerca del personal de servicio que labora en su establecimiento y destaca la imagen que proyecta a nivel local, porque llama la atención de muchos consumidores.

Encuesta.

Para obtener la información se aplicó el cuestionario SERVQUAL, mismo que se adaptó al contexto de estudio, obteniendo 21 preguntas cerradas que se formularon a través de cinco dimensiones, el instrumento se realiza a la muestra de 372 comensales que adquieren servicios de alimentación en la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus”, por lo cual se procedió a la respectiva distribución del número de encuestas considerando la capacidad de cada establecimiento que conforma dicha Asociación.

Cabe mencionar, que mediante la aplicación del instrumento se puede obtener información importante sobre las percepciones o expectativas que tienen los segmentos referentes al tema de investigación.

Tabla 1: Distribución del número de encuestas de acuerdo a la capacidad de la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus”

Establecimientos que conforman la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus”	Capacidad del establecimiento	Valor proporcional de la capacidad por establecimiento frente a la muestra	Valor muestral distribuido	Frecuencia de la muestra
Restaurante Los Manabas	30	0,03	13	3%
Restaurante EBENEZER	45	0,05	19	5%
Cabaña La Tía No 1	35	0,04	15	4%
Cabaña La Tía	40	0,04	17	4%
Cabaña Sabor Tropical	25	0,03	10	3%
Cabaña Patricia No 1	55	0,06	23	6%
Restaurante Galeón Princesa Gina	100	0,11	42	11%
Cabaña NARBINE	40	0,04	17	4%
Cabaña Stefany	20	0,02	8	2%
Cabaña Joselyn	25	0,03	10	3%
Restaurante Teresita	40	0,04	17	4%
Cabaña Los Tres Platos	40	0,04	17	4%
Cabaña Ámbar	50	0,06	21	6%
Cabaña D' Chirry	40	0,04	17	4%
Cabaña D' Valeska	20	0,02	8	2%
Restaurante My Bar on the Beach	80	0,09	33	9%
Cevichería Johannita	20	0,02	8	2%
Restaurante El Farolito	50	0,06	21	6%
Restaurante Pangea del Galapagueño	30	0,03	13	3%
Cabaña Deli on the Beach	40	0,04	17	4%
Cabaña Brisa Marina	30	0,03	13	3%
Cabaña Bronce on the Beach	35	0,04	15	4%
Total	890	1,00	372	100%

Elaborado por: Doménica Tenempaguay

La Asociación está integrada por 22 establecimientos de restauración entre ellos; catorce cabañas, siete restaurantes y una Cevichería, por ende se realiza el proceso de distribución del número de encuestas aplicar por cada lugar, a través del cálculo entre la capacidad de cada establecimiento frente a la capacidad total de la

Asociación para obtener el valor proporcional individual, mismo que luego se multiplica con la muestra de comensales, para conseguir la cantidad específica de personas a encuestar por cada establecimiento. Por lo tanto, los resultados están basados de acuerdo con la metodología anexada en el apartado anterior.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Análisis de Datos.

La recolección de la información a través de los instrumentos se realizó, en la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de la comuna San Pablo, teniendo entrevistas dirigidas a cinco asociados que se eligieron conforme a su experiencia, ubicación o temática en particular de las instalaciones, así mismo está el cuestionario SERVQUAL, el cual fue aplicado a una muestra de 372 comensales distribuidos de acuerdo con la capacidad de cada establecimiento, obteniendo los siguientes resultados:

3.1.1. Análisis de Entrevistas.

3.1.1.1. Análisis de la entrevista a la Lcda. Andrea Gálvez administradora de la cabaña “NARBINE”

1.- ¿Considera usted que su establecimiento posee instalaciones atractivas?

Aunque no tenga una temática como tal, que llame la atención, el establecimiento tiene una construcción mixta entre los que resalta la madera, paja, caña que se

encuentran en buen estado y que además combinan con la naturaleza del mar y crea un ambiente de paz y relajación para el consumidor.

2.- ¿Considera usted que los equipos que utiliza se ajustan a los requerimientos del consumidor?

Si, debido a que hoy en día los consumidores buscan divertirse sin dejar de lado la conectividad, por ello se cuenta con internet ilimitado. Además se aceptan pagos en efectivo o cualquier tipo de tarjetas, lo cual facilita el servicio.

3.- ¿Cree usted que la imagen que proyecta el personal es adecuada?

Existe preocupación en ese tema, por lo tanto todo el personal antes de empezar a laborar debe estar correctamente uniformado y lucir pulcro. De manera que se toma medidas de sanción para quienes incumplan aquello.

4.- ¿Considera llamativos los materiales de información que emplea durante el servicio?

Entre los materiales; se usan las cartas de menú, lo que se pretende, es que el consumidor comprenda la información y solicite su pedido, por ende los nombres de los platos están escritos claramente con precios e imágenes reales de la presentación del mismo, esto influye en la decisión de compra.

5.- ¿Cree usted que el personal de servicio que labora en su establecimiento cumple con precisión las funciones de atención?

El personal brinda el servicio de manera adecuada, sin embargo en las temporadas altas se evidencia la inconformidad de ciertos consumidores con el servicio prestado, puesto que la gran afluencia de comensales hace una tarea complicada brindar la misma atención a cada individuo.

6.- ¿Considera usted que sus colaboradores muestran interés en resolver los problemas que se presenten durante el servicio?

En este caso mientras el problema que se presente esté al alcance de ser solucionado por sus medios, lo hacen, sino es así, quien esté encargado tiene el deber de intervenir y ayudar a resolver cualquier situación.

7.- ¿El personal de servicio comunica al consumidor el tiempo que requiere para entregar su pedido?

La comunicación es importante, por ello el personal debe mencionar al consumidor el tiempo exacto que tomará realizar su pedido para evitar quejas y reclamos.

8.- ¿Considera usted que brinda seguridad (gastronómica, atención, seguridad interna y externa) a los consumidores, por qué?

Sí, porque la preparación ayuda a cuidar cada detalle en el proceso de elaboración de la comida, así mismo la atención es oportuna porque el personal conoce el área, en cuanto a la seguridad externa la comunidad tiene resguardo policial las 24 horas del día y los establecimientos contamos con botón de pánico.

3.1.1.2. Análisis de la entrevista a la Sra. Ana Chávez propietaria cabaña “D’ Chirry”

1.- ¿Considera usted que su establecimiento posee instalaciones atractivas?

El establecimiento cuenta con dos áreas para elección del consumidor, resaltó que se encuentran en buen estado y que generan distracción en los comensales, en especial aquellas en las que se puede degustar los alimentos con vista al mar.

2.- ¿Considera usted que los equipos que utiliza se ajustan a los requerimientos del consumidor?

Se cuenta con zona wifi ilimitada, música, tv a disposición del consumidor de acuerdo a los gustos y preferencias.

3.- ¿Cree usted que la imagen que proyecta el personal es adecuada?

Como establecimiento no se exige el uso de uniforme, pero se pide al personal de servicio y cocina un vestuario presentable y acorde a la situación. Por lo que se considera adecuado.

4.- ¿Considera llamativos los materiales de información que emplea durante el servicio?

En la actualidad no son llamativos, porque no se ha realizado la renovación del menú y los consumidores han mencionado no visualizar claramente las imágenes de los platos, sin embargo se tomará medidas para mejorar aquello.

5.- ¿Cree usted que el personal de servicio que labora en su establecimiento cumple con precisión las funciones de atención?

El personal trata de realizar bien sus actividades de servicio, de manera que satisface a los consumidores, sin embargo no son netamente profesionales en el área, pero la experiencia laborando en este campo les permite dar un buen servicio.

6.- ¿Considera usted que sus colaboradores muestran interés en resolver los problemas que se presenten durante el servicio?

Generalmente se presentan problemas cuando el establecimiento tiene mayor visitas, frente a esto, el personal no es que no muestre interés en solucionarlos, sino que al encontrarse atendiendo a varios consumidores no logra prestar una atención individual. Cabe indicar que el personal muestra buena actitud y disposición de ayudar aún si los problemas no provienen del establecimiento.

7.- ¿El personal de servicio comunica al consumidor el tiempo que requiere para entregar su pedido?

Dentro de los parámetros determinados en el establecimiento, el personal tiene el deber de comunicar al consumidor el tiempo de espera, puesto que los pedidos se preparan al instante y son atendiendo conforme van llegando.

8.- ¿Considera usted que brinda seguridad (gastronómica, atención, seguridad interna y externa) a los consumidores, por qué?

En cuanto a los alimentos terminados, el proceso es cuidadoso, en cuanto a la atención, el personal efectúa sus funciones de la mejor manera posible. Por otro lado recalca que, la seguridad interna o externa referida a la integridad de los comensales y sus pertenencias es complicada, porque como propietaria ha sido víctima de la delincuencia, pero se pretende cuidar el bienestar de todos.

3.1.1.3. Análisis de la entrevista al Sr. Isidro Suárez -propietario cabaña "Joselyn"

1.- ¿Considera usted que su establecimiento posee instalaciones atractivas?

No en su totalidad, porque a pesar que la cabaña es pequeña, una parte de las instalaciones se evidencia afectada por el fuerte aguaje ocurrido en febrero del año 2018, aunque se pretenden realizar los arreglos necesarios en este periodo.

2.- ¿Considera usted que los equipos que utiliza se ajustan a los requerimientos del consumidor?

En el establecimiento la red de wifi es la más solicitada por los comensales, por lo cual se implementó recientemente, además de equipos de sonidos. En este punto manifiesta que no cuentan con el sistema de pagos con tarjetas de crédito y débito.

3.- ¿Cree usted que la imagen que proyecta el personal es adecuada?

Desde sus inicios la cabaña ha sido familiar, por lo cual el personal de servicio está conformado por los hijos mayores del propietario, así lo manifestó y por ende hizo énfasis en el compromiso que tienen con el establecimiento, aunque no usan un uniforme su imagen es adecuada.

4.- ¿Considera llamativos los materiales de información que emplea durante el servicio?

Al respecto, menciona que en la elaboración del menú no se empleó un diseño como tal, puesto que se creó de manera empírica, además resalta que la carta de menú solo muestra los nombres del plato y su precio.

5.- ¿Cree usted que el personal de servicio que labora en su establecimiento cumple con precisión las funciones de atención?

El personal cumple con los deseos que presenten los consumidores, indica que al establecimiento llegan personas que solicitan platos que no forman parte del menú, pero lo preparan con el fin de obtener nuevos comensales.

6.- ¿Considera usted que sus colaboradores muestran interés en resolver los problemas que se presenten durante el servicio?

Se solucionan los problemas, aunque a veces no se logra contentar al consumidor.

7.- ¿El personal de servicio comunica al consumidor el tiempo que requiere para entregar su pedido?

Se informa el tiempo para que decida por voluntad propia si desea adquirir el servicio, esto hace sentir importante al consumidor y a la vez evita problemas puesto que al establecimiento llegan personas que prefieren ser atendidos rápidamente.

8.- ¿Considera usted que brinda seguridad (gastronómica, atención, seguridad interna y externa) a los consumidores, por qué?

Sí, porque el establecimiento es familiar y todos apuntan hacia un mismo objetivo, de manera que buscan prepararse para tener un mejor desenvolvimiento en el área. Además, la seguridad interna se practica constantemente, ya que el personal vela por la integridad del consumidor y sus pertenencias, de la misma forma la Comuna San Pablo cuenta con un UPC categoría B que da vigilancia todo el tiempo.

3.1.1.4. Análisis de la entrevista al Cheff. Luis Tenempaguay propietario del restaurante “My Bar on the Beach”

1.- ¿Considera usted que su establecimiento posee instalaciones atractivas?

Afirma que las instalaciones físicas que posee el establecimiento son atrayentes por su construcción mixta que expone un estilo rústico, menciona que My Bar on the Beach tiene cuatro áreas para que el consumidor deguste de la gastronomía, siendo estas planta baja, planta alta, carpas y parasoles en la playa, los mismos que tienen vista al mar y zona VIP. También resalta que existe accesibilidad para personas con capacidades diferentes, por lo que recibe visitas frecuentemente.

2.- ¿Considera usted que los equipos que utiliza se ajustan a los requerimientos del consumidor?

Considera que la tecnología se ajustan a los requerimientos del consumidor de hoy en día, porque se desplazan hasta el destino para relajarse y degustar de la comida, sin desconectarse del internet por el manejo de redes sociales o asuntos varios, por ello cada mesa tiene un toma corriente al costado para cargar baterías, así mismo se considera los pagos con tarjetas, música, y tv por cable.

3.- ¿Cree usted que la imagen que proyecta el personal es adecuada?

Como profesional en el área de cocina y experiencia en el servicio, considera la imagen que proyecta el personal, por eso entre las cláusulas que tiene el establecimiento se encuentra el uso correcto del uniforme y sobre todo la limpieza corporal del mesero, porque lucir impecable genera credibilidad en los comensales

4.- ¿Considera llamativos los materiales de información que emplea durante el servicio?

Los materiales como el menú, es llamativo y real, porque las imágenes que exhibe de los platos influyen en la elección del consumidor, de esta manera se evita que se sientan engañados.

5.- ¿Cree usted que el personal de servicio que labora en su establecimiento cumple con precisión las funciones de atención?

Es significativo para el consumidor sentir que el personal de servicio desea satisfacer sus necesidades específicas a cabalidad, por ello, los camareros pretenden cumplir de forma precisa sus funciones o al menos intentarlo.

6.- ¿Considera usted que sus colaboradores muestran interés en resolver los problemas que se presenten durante el servicio?

Superar las expectativas del consumidor, a través de este tipo de eventos que se presentan de forma inusual es valorado, porque va más allá del buen servicio. Por tanto, el personal es capaz de resolver los problemas y produce un sentimiento en el comensal al evidenciar la preocupación o interés.

7.- ¿El personal de servicio comunica al consumidor el tiempo que requiere para entregar su pedido?

Ciertamente hay interacción con el consumidor y se da a conocer el tiempo que se requiere para entregar su pedido, considerando que sea adecuado y se obsequia un aperitivo para el tiempo de espera.

8.- ¿Considera usted que brinda seguridad (gastronómica, atención, seguridad interna y externa) a los consumidores, por qué?

Si, debido a que el personal está apto para brindar un servicio basado en estándares de calidad, incluso el establecimiento tiene categoría "A". Por consiguiente, cuenta con cámaras, botón de pánico, y en los exteriores se evidencia la vigilancia policial, alarmas en caso de tsunami y la señalética a la zona segura más cercana.

3.1.1.5. Análisis de la entrevista a la Lcda. Gina Martiz - propietaria del restaurante "Galeón princesa Gina"

1.- ¿Considera usted que su establecimiento posee instalaciones atractivas?

Si, debido a que tiene una temática en particular, misma que ha permitido diferenciarse de la competencia, siendo una réplica de un galeón del año 1800, menciona que llegan consumidores de diferentes provincias por conocer el establecimiento y los alimentos que ofrece. Así mismo resalta que la construcción no está finalizada y continúa diariamente.

2.- ¿Considera usted que los equipos que utiliza se ajustan a los requerimientos del consumidor?

Probablemente es así, porque están a disposición los equipos que considero necesarios para brindar una experiencia agradable y satisfactoria al consumidor, si no fuese el caso no se recibiría a menudo muchas visitas. Se dispone de equipos de primera mano que permiten brindar un servicio rápido y seguro.

3.- ¿Cree usted que la imagen que proyecta el personal es adecuada?

El personal hace uso de uniforme y luce limpio, por lo cual la imagen que proyecta es la adecuada, cumpliendo un alto nivel de satisfacción en los comensales.

4.- ¿Considera llamativos los materiales de información que emplea durante el servicio?

Hasta el momento no se han presentado inconvenientes con respecto a los materiales de información, por ello considera atractivos para el consumidor.

5.- ¿Cree usted que el personal de servicio que labora en su establecimiento cumple con precisión las funciones de atención?

Se procura dar un servicio de calidad por ende el personal tiene vinculación afectiva con el consumidor y desempeña de forma precisa sus funciones.

6.- ¿Considera usted que sus colaboradores muestran interés en resolver los problemas que se presenten durante el servicio?

Indudablemente, el personal resuelve los inconvenientes que se presenten.

7.- ¿El personal de servicio comunica al consumidor el tiempo que requiere para entregar su pedido?

Para prevenir futuros problemas, los meseros comunican el tiempo de espera, así mismo brindan “cortesía de la casa” para que el espacio no se torne impertinente.

8.- ¿Considera usted que brinda seguridad (gastronómica, atención, seguridad interna y externa) a los consumidores, por qué?

En lo que respecta al servicio de alimentación y atención sí, porque el personal domina las actividades que realiza, mientras que en la seguridad externa no se puede afirmar, porque se está propenso a la delincuencia que día a día va en aumento.

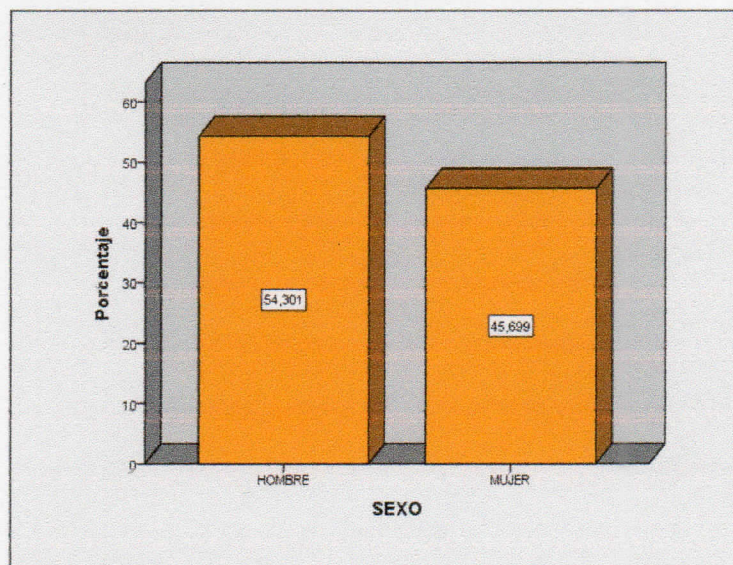
3.1.2 Análisis de Encuestas.

3.1.2.1 Análisis de encuestas aplicadas a los comensales que adquieren servicios de alimentación en la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de la comuna San Pablo.

1. DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

A1. Sexo.

Gráfico 1.Sexo.

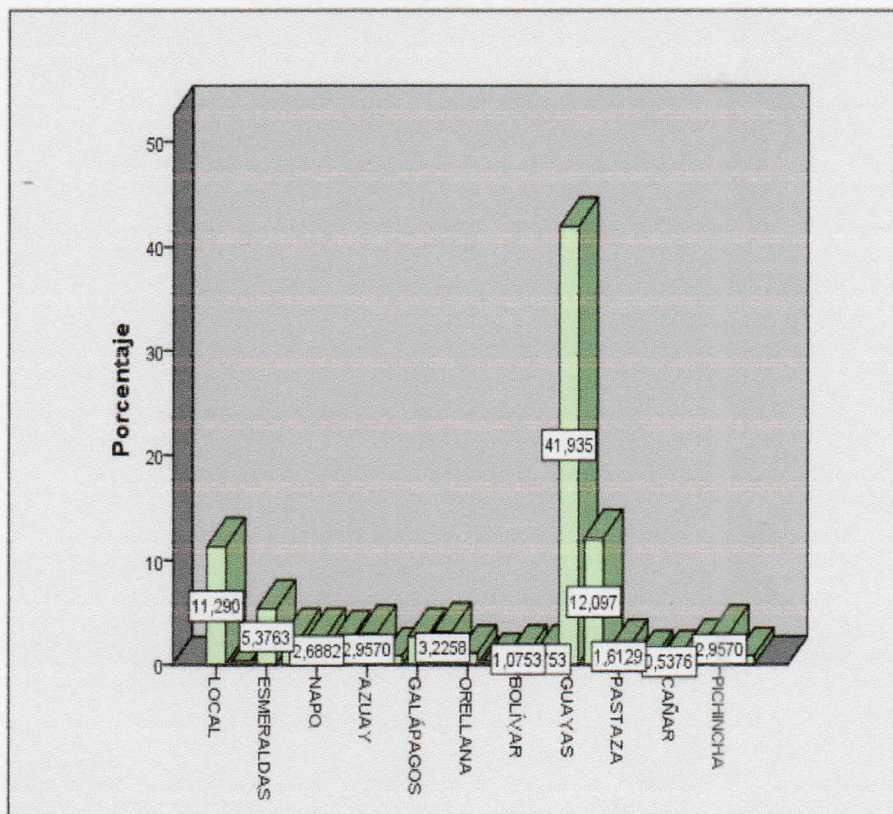


Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

Del total de encuestas realizadas a los comensales, que adquieren servicios de restauración en la “Asociación de cabañas, restantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de la Comuna San Pablo, el 54,3% de los consumidores corresponde a hombres, mientras que el 45,7% son mujeres, lo que quiere decir que los 22 establecimientos son mayormente frecuentados por hombres. Por lo cual los datos obtenidos hacen referencia al reconocimiento de la perspectiva de cada individuo.

A2. Lugar de procedencia.

Gráfico 2. Lugar de procedencia

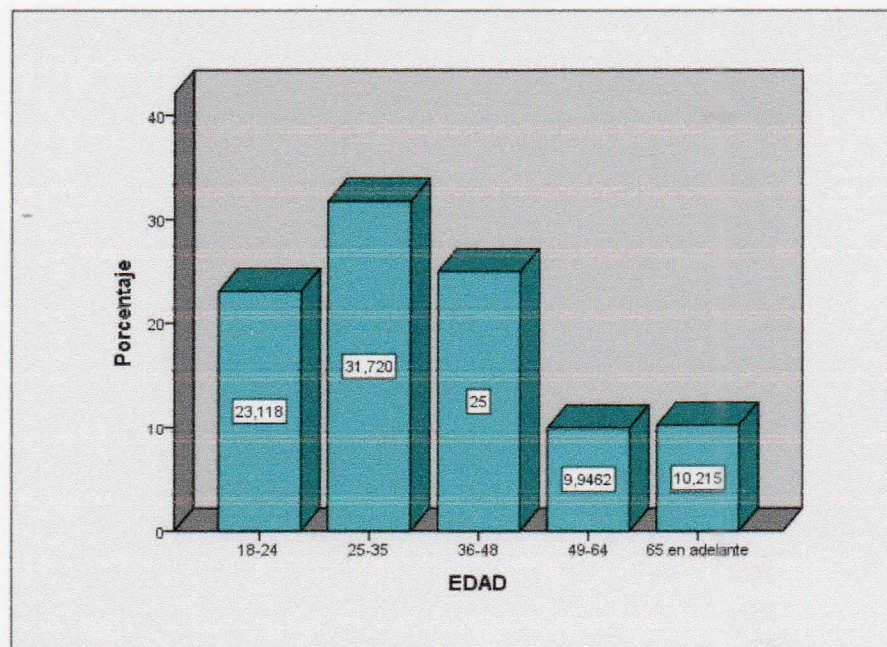


Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

Según el lugar de procedencia evidenciamos que, el 41,9% de los comensales que visitan la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de la Comuna San Pablo son de la Provincia del Guayas, esto se debe a la cercanía del lugar, puesto que se usa un tiempo reducido para llegar al destino, el 12,1% proviene de Manabí, mientras que el 11,3% son del ámbito local, debido a la proximidad que tiene el cantón La Libertad y el cantón Salinas, además por ser un lugar conocido como centro gastronómico, finalmente el 5,4% de encuestados manifestó ser de la provincia de Esmeraldas.

A3. Edad.

Gráfico 3. Edad

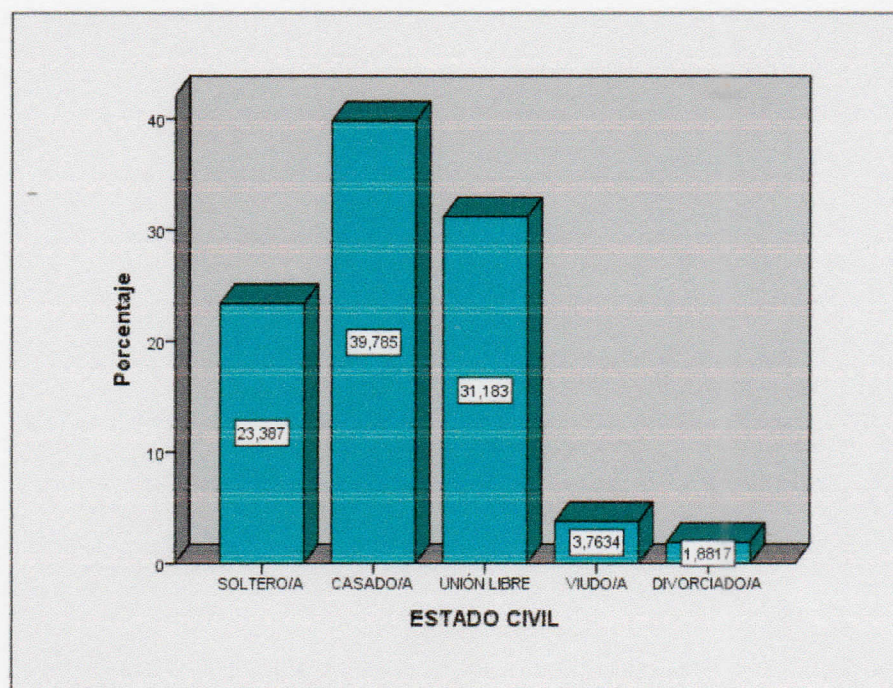


Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

Según la edad de los comensales que adquieren servicios en la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de la Comuna San Pablo, se aprecia que el 31,7% se encuentra en el rango de 25 y 35 años de edad, estos adultos jóvenes tienen poder adquisitivo considerable para consumirlo en recreación y ocio, seguido del 25% que están entre los 36 a 48 años, los cuales prefieren degustar gastronomía elaborada con frutos del mar, no obstante el 23,1% está entre los 18 a 24 años de edad, estos manejan su economía individualmente, aunque varios son estudiantes. El 10,2% tiene 65 años en adelante, mismos que buscan relajarse y consumir mariscos, cabe resaltar que en su mayor parte son jubilados. Por otra el 9,9% de los encuestados está entre los 49 a 64 años, mismos que aprecian la belleza paisajista y aprovechan los servicios complementarios.

A4. Estado civil.

Gráfico 4. Estado civil

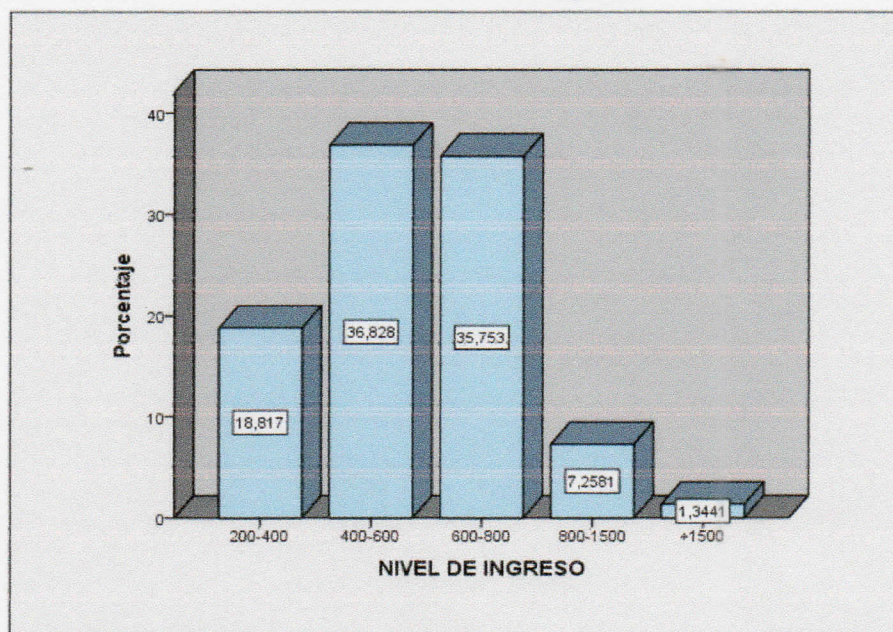


Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

En lo que se refiere al estado civil de los consumidores que asisten a la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de la Comuna San Pablo, el 39,8% son casado/a, seguido del 31,2% de los comensales que tienen unión libre. Por otro lado, el 23,4% de los encuestados no tienen ninguna relación sentimental, es decir son soltero/a, mientras que el 3,8% indicó ser viudo/a, finalmente, el 1,9% de la población son divorciado/a, lo que significa que en su mayoría acuden en familia, esto con la finalidad de aprovechar los recursos de la comunidad disfrutando del tiempo de recreación y ocio, a su vez deleitar la gastronomía que ofertan los establecimientos. De igual manera se destacan aquellos que no tienen un matrimonio concretado y se desplazan junto a su pareja.

A5. Nivel de ingreso.

Gráfico 5. Nivel de ingreso

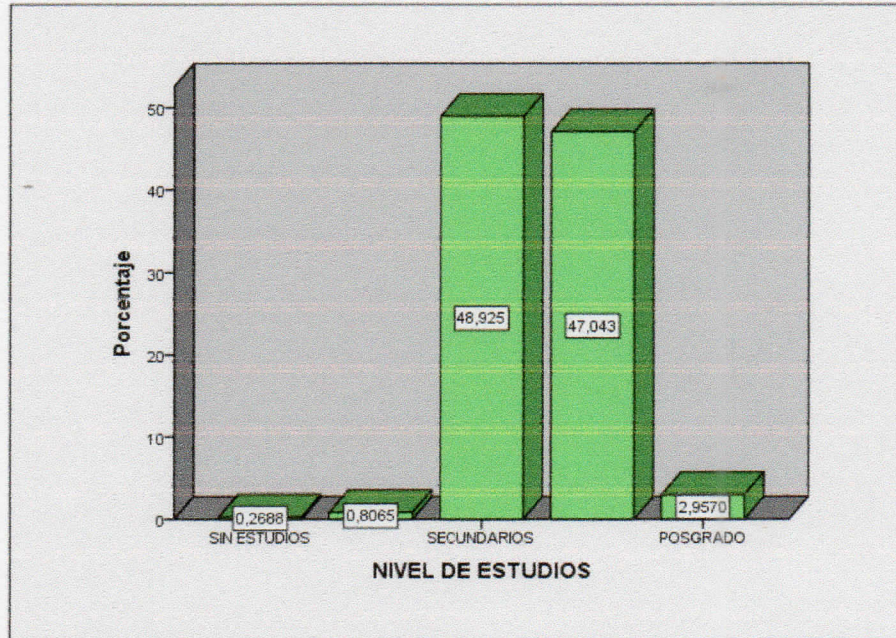


Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

El nivel de ingresos de los comensales que acuden a los establecimientos de restauración que integran la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de la Comuna San Pablo, el 36,8% recibe un salario entre los 400 a 600 dólares americanos, esto se debe a que laboran independientemente en empresas o cuentan con negocio propio, seguido del 35,8% de los encuestados que reciben de 600 a 800 cada mes, mientras que el 18,8% adquiere entre los 200 a 400, lo que significa un sueldo básico, ya que cubre la canasta básica actual de las familias ecuatorianas, continuando con el 7,3% de los consumidores que tiene un estipendio de 600 a 800 dólares, por último, el 1,3% gana más de 1.500 dólares americanos, porque son propietarios o socios en una empresa.

A6. Nivel de estudios

Gráfico 6. Nivel de estudios

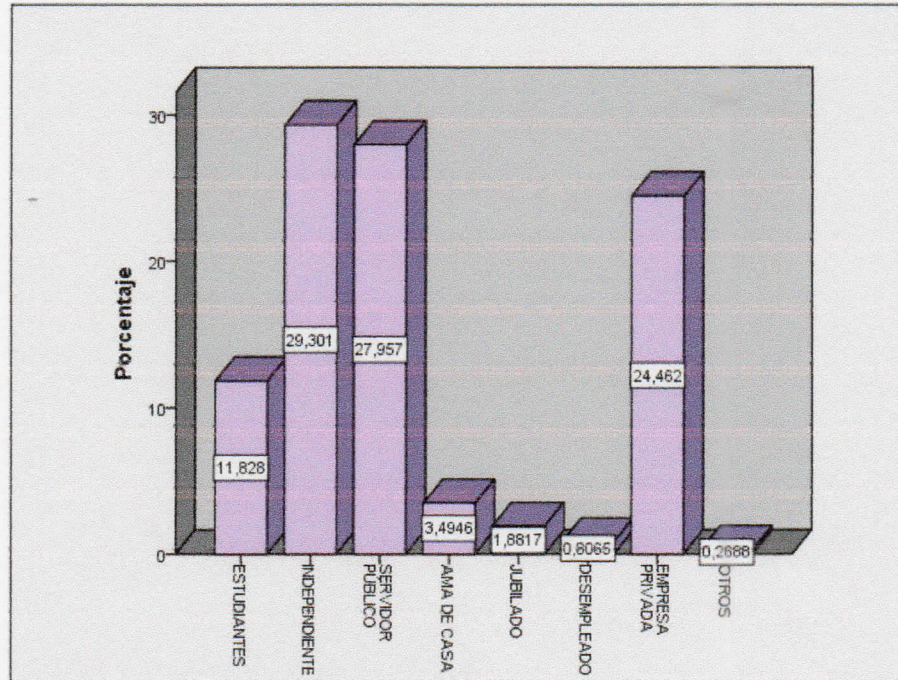


Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

Según el nivel de estudios de los comensales que visitan los establecimientos de la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de la Comuna San Pablo para satisfacer sus necesidades de alimentación, los resultados demuestran que el 48,9% tiene estudios secundarios, lo que significa que es concurrida mayormente por bachilleres. También se destaca el 47,0% que poseen título de tercer nivel en una carrera determinada, mismos que laboran en áreas afines o diferentes a su profesión, por lo cual se dan un tiempo para desplazarse al destino. Por otro lado, el 3,0% de consumidores encuestados obtuvieron un título de cuarto nivel, seguido del 0,8% de comensales que manifestó tener estudios básicos, en pocas palabras no continuaron formándose académicamente, por último, el 0,3% no tuvo ninguna formación académica.

A7. Profesión.

Gráfico 7. Profesión



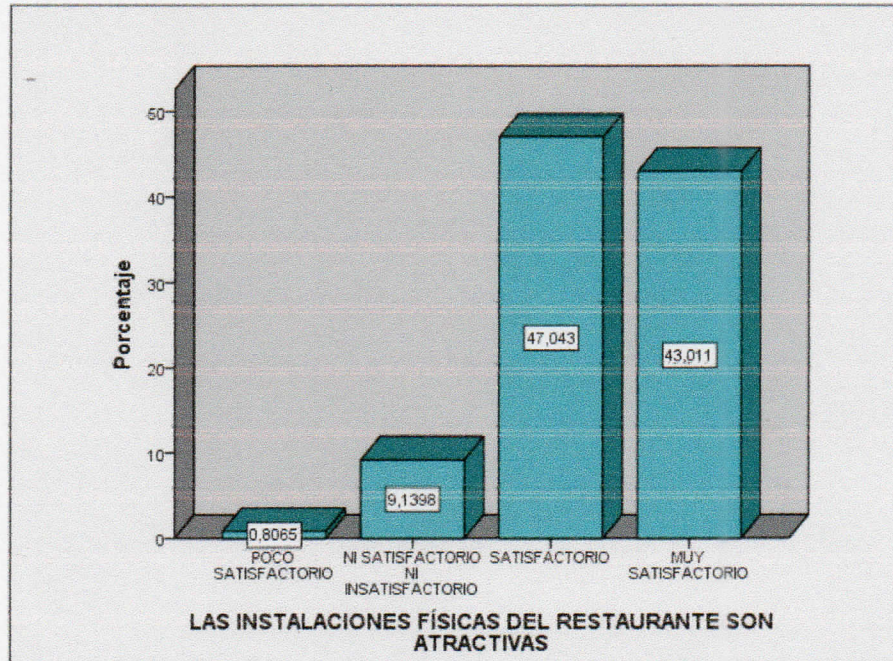
Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

De acuerdo con la profesión de los comensales que adquieren servicios en los establecimientos de restauración alimentario que conforman la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus”, se puede evidenciar que el 29,3% son independientes, puesto que administran su propia empresa y manejan individualmente su economía, el 28,0% de los consumidores trabaja de forma directa con el estado, seguido del 24,5% que labora en compañías privadas, es decir ocupan un lugar de trabajo en empresas o compañías que son ajenas a los mismos, mientras que el 11,8% de los encuestados continúa preparándose académicamente en un nivel particular. Finalmente se encuentra el 0,3% que tiene otro tipo de profesión, mismo que no se especificó por razones ajenas.

B. Nivel de satisfacción (siendo 1 nada satisfactorio y 5 muy satisfactorio)

B1. Las instalaciones físicas del restaurante son atractivas.

Gráfico 8. Las instalaciones físicas del restaurante son atractivas.



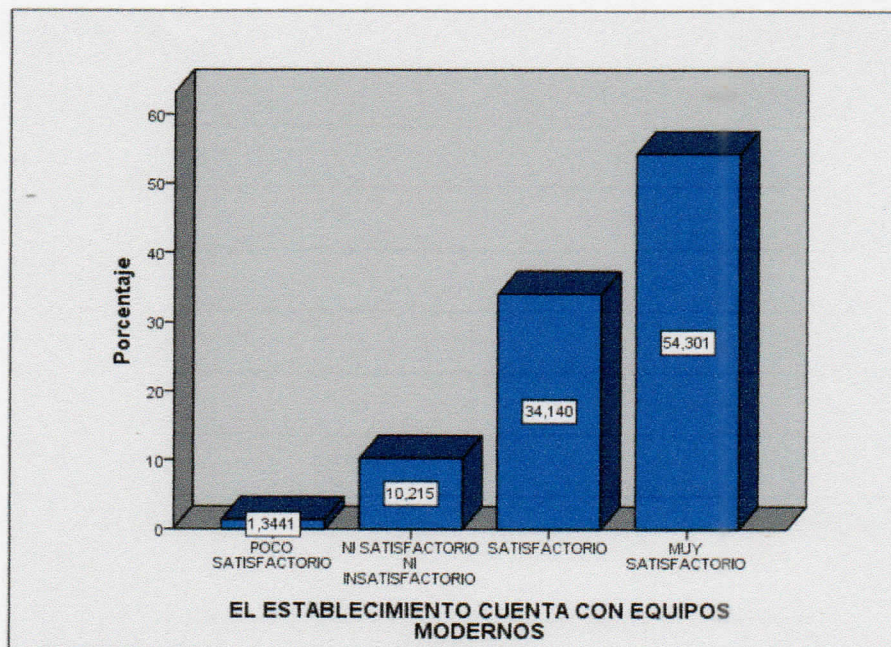
Fuente: Encuestas realizadas a comensales.

Elaborado por: Doménica Tenempaguay

Las instalaciones físicas de los establecimientos que integran la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus”, son satisfactorias, pues así lo expone el 47,0% de los encuestados, esto se debe al buen estado y distribución de las áreas, el 43,0% mencionó muy satisfactorio, por el estilo rústico de los establecimientos, es decir por su construcción mixta y decoración llamativa, lo cual genera una experiencia positiva en el comensal. El 9,1% muestra indiferencia ante la infraestructura, puesto que señalaron el nivel tres que corresponde a ni satisfactorio ni insatisfactorio, lo que significa que las instalaciones no lucen atractivas, esto se debe al deterioro de materiales en ciertas áreas.

B2. El establecimiento cuenta con equipos modernos.

Gráfico 9. El establecimiento cuenta con equipos modernos



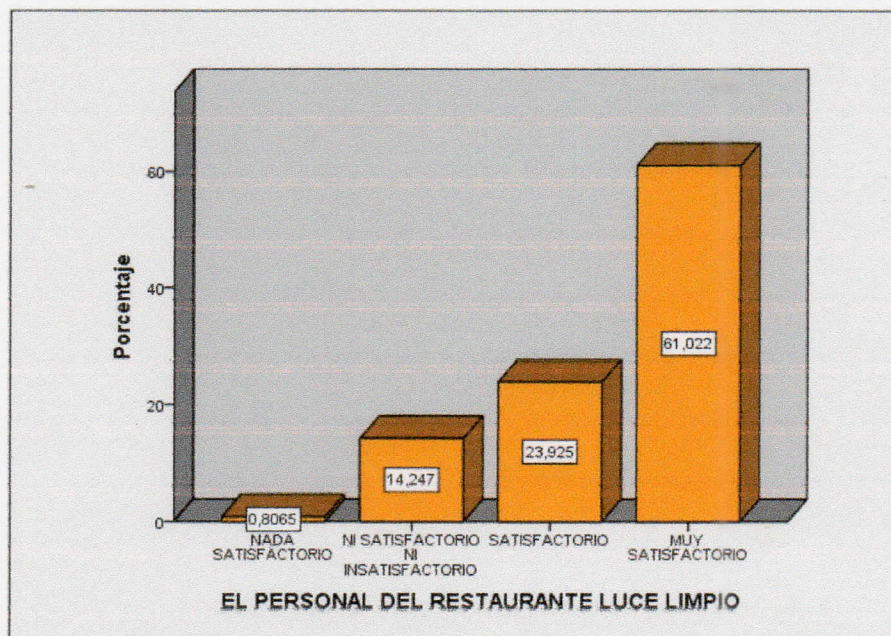
Fuente: Encuestas realizadas a comensales.

Elaborado por: Doménica Tenempaguay

De acuerdo con los equipos modernos que poseen los establecimientos que forman parte de la Asociación, el 54,3% de encuestados indicó estar muy satisfecho, porque cuentan con dispositivos que contribuyen al buen servicio como red de wifi, toma corriente, pagos con varios tipo de tarjetas, tv cable entre otros, continuando con el 34,1% que lo apreció como satisfactorio, puesto que los equipos en su momento presentaron alguna anomalía. El 10,2% de los comensales señaló ni satisfactorio ni insatisfactorio, es decir término medio a causa de no utilizar nuevas tecnologías, como los pagos con teléfono móvil, o aplicaciones que permitan la interacción con el comprador, reservación de mesas y pedidos. Por último el 1,3% indicó poco satisfactorio por el uso inadecuado de los equipos.

B3. El personal del restaurante luce limpio

Gráfico 10. El personal del restaurante luce limpio

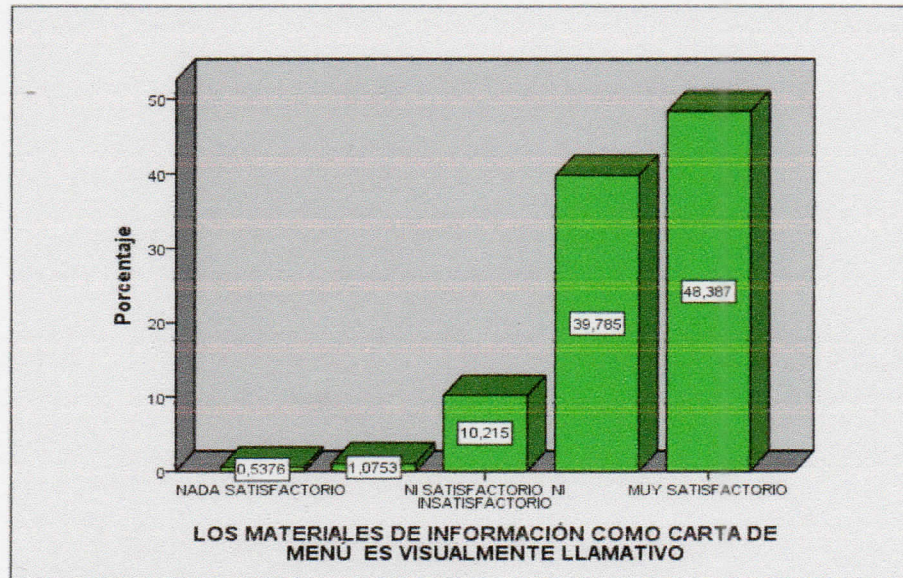


Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

Dentro de la apariencia del personal de servicio que labora en los diferentes establecimientos que conforman la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus”, el 61,0% de comensales mencionó estar muy satisfecho, lo que significa que el personal de servicio proyecta una imagen pulcra y agradable que cubre sus expectativas, el 23,9% indicó un nivel satisfactorio, porque los servidores muestran preocupación en el aseo corporal. Por consiguiente, el 14,2% de los consumidores señaló lo contrario, porque alcanzaron el nivel medio que pertenece a ni satisfactorio ni insatisfactorio, debido a que observó una imagen poco agradable del personal de servicio. Por último, el 0,8% de los encuestados no obtuvo satisfacción, puesto que percibió una imagen desagradable e inapropiada del servidor, lo cual genera un mal concepto del establecimiento.

B4. Los materiales de información como cartas de menú que emplea el restaurante son visualmente llamativos.

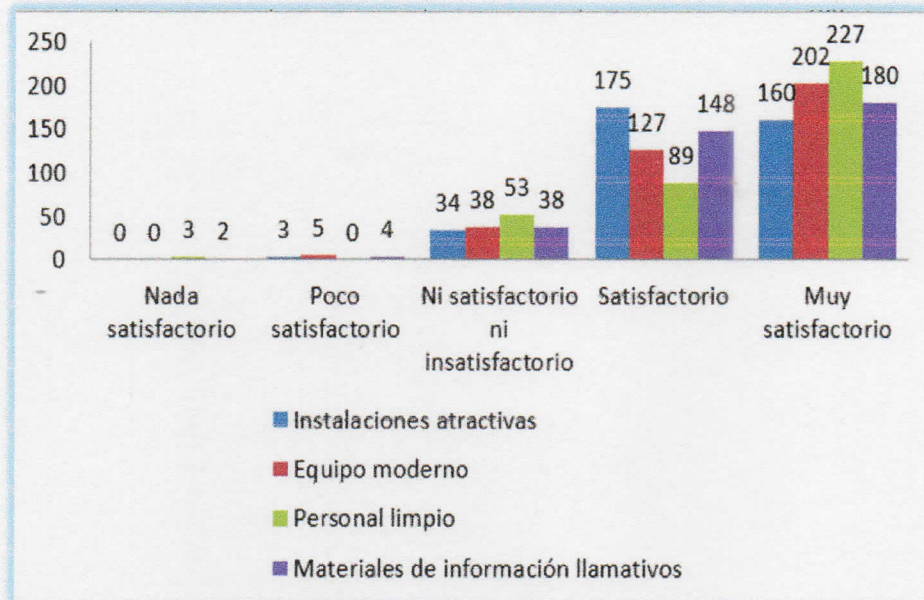
Gráfico 11. Los materiales de información como cartas de menú que emplea el restaurante son visualmente llamativos.



Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

En cuanto a los materiales de información que emplean los establecimientos que constituyen la Asociación, el 48,4% de comensales manifestó estar muy satisfecho, porque el menú muestra los platillos, las cuales influyen en la elección del consumidor. El 39,8% indicó estar satisfecho con los materiales directos porque son interesantes, contrariamente el 10,2% de consumidores mencionó el nivel medio que corresponde a ni satisfactorio ni insatisfactorio, debido a que se evidencia poco asesoramiento profesional en los materiales de información, algo similar ocurre con el 1,1% de encuestados que señaló poca satisfacción, porque no se aplican técnicas en el menú y el 0,5% restante obtuvo nada de satisfacción, por falta de conocimiento en el diseño en la realización de los materiales.

Gráfico 12. Dimensión de elementos tangibles

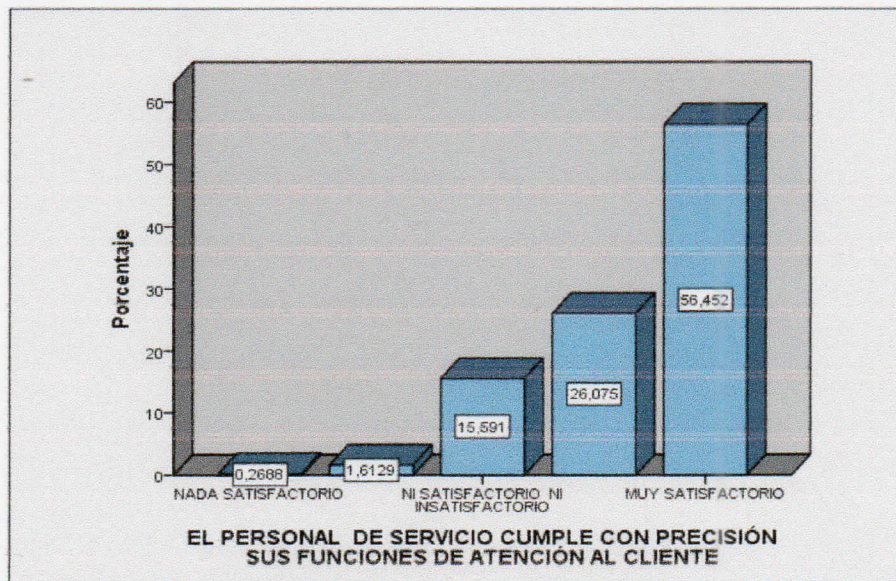


Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
 Elaborado por: Domenica Tenempaguay

La “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de la Comuna San Pablo, cuenta con instalaciones físicas atractivas que conservan un estilo rústico generando un ambiente agradable para el comensal, no obstante, para un número mínimo de encuestados no lo aprecia así, puesto que ciertos espacios están en deterioro. En lo que respecta a los equipos, complementan el servicio al consumidor, sin embargo, no se aplican nuevas tendencias en tecnología que permita personalizar su experiencia. El personal de servicio muestra una imagen positiva, puesto que lucen limpios y correctamente uniformados, esto trasmite confianza, aunque en ciertas ocasiones se visualiza el poco interés en la higiene personal. Finalmente, los materiales asociados al servicio como cartas de menú, tarjetas de presentación, trípticos, entre otros son llamativos, pero se resalta que un minúsculo número de encuestados no comparten el diseño de las mismas.

B5. El personal de servicio cumple con precisión sus funciones de atención al cliente.

Gráfico 13. El personal de servicio cumple con precisión sus funciones de atención al cliente

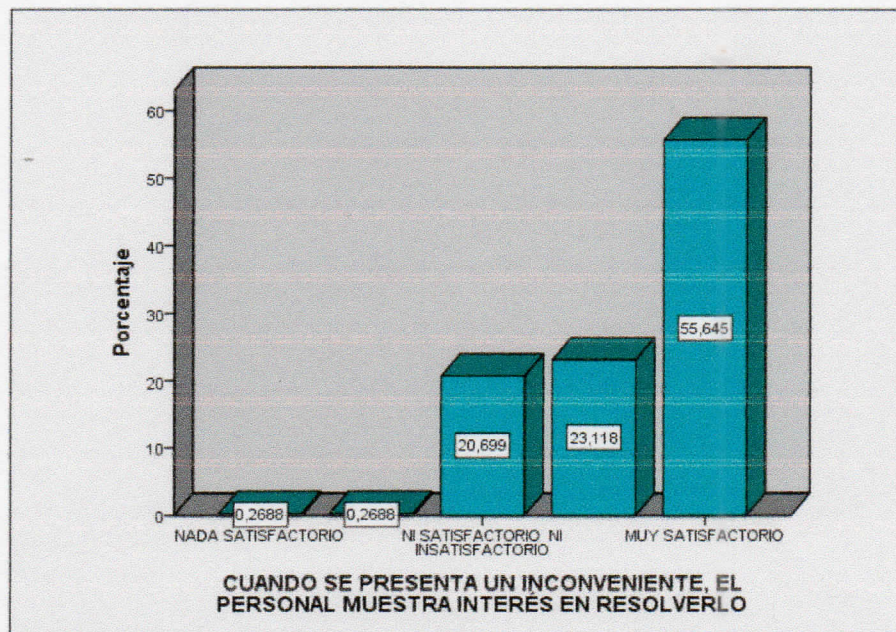


Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

En cuanto al cumplimiento con precisión de las funciones de atención al consumidor que efectúa el personal de servicio que trabaja en los establecimientos de restauración que pertenecen a la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus”, el 56,5% de los comensales encuestados tuvo el nivel muy satisfactorio, debido a la eficacia que muestra el servidor en sus actividades, el 26,1% alcanzó el cuarto nivel que corresponde a satisfactorio, puesto que los meseros comprenden su requerimiento, a diferencia del 15,6% que señaló ni satisfactorio ni insatisfactorio, por evidenciar el incumplimiento del personal, continuando con el 1,6% de individuos que indicó poco satisfactorio, porque la atención fue brindada en un tiempo inapropiado.

B6. Cuando se presenta un inconveniente, el personal muestra interés en resolverlo

Gráfico 14. Cuando se presenta un inconveniente, el personal muestra interés en resolverlo

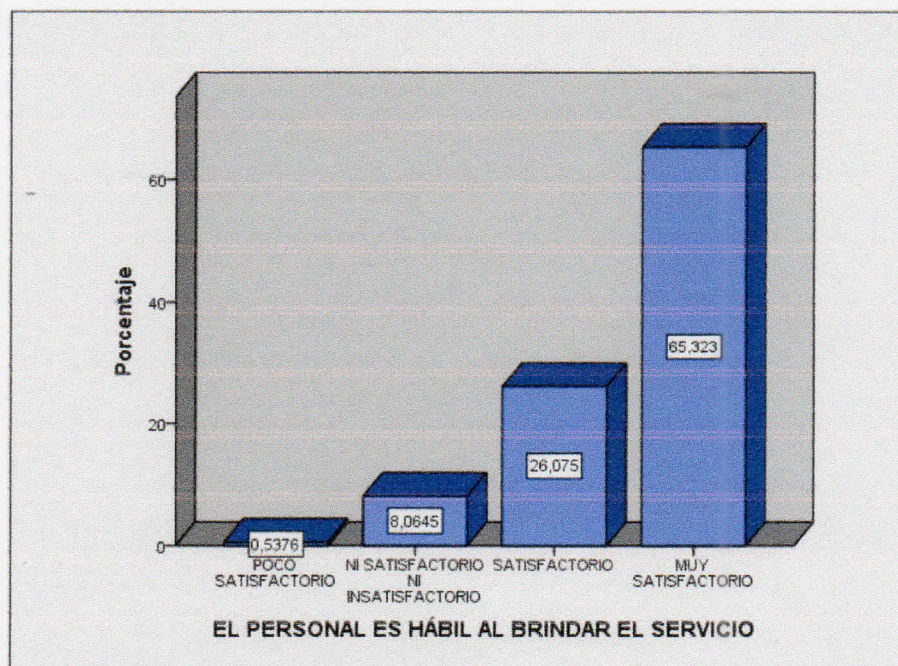


Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

En lo que se refiere al interés del personal de servicio de la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” en resolver un inconveniente cuando este se presenta, el 55,7% de encuestados respondió muy satisfactorio, por el ánimo del servidor en solucionar los problemas durante su visita. El 23,1% tuvo un nivel satisfactorio, porque percibió la preocupación continua del mesero, mientras que el 20,7% de los consumidores señaló ni satisfactorio ni insatisfactorio, puesto que evidenció poco interés en el personal en remediar los inconvenientes, seguido del 0,3% de comensales que mencionó poco satisfactorio por la escasa preocupación o importancia en este indicador, y el otro 0,3% nada satisfactorio, debido a la deficiencia del personal de servicio en este aspecto.

B7. El personal es hábil al brindar el servicio.

Gráfico 15. El personal es hábil al brindar el servicio

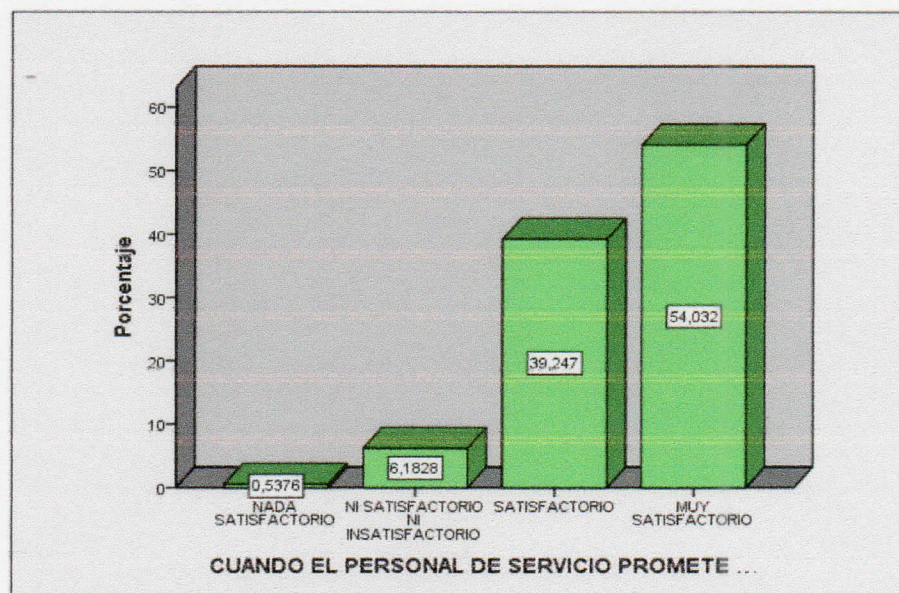


Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

De acuerdo con la habilidad del personal de servicio que labora en los establecimientos que integran la Asociación, al momento de brindar el servicio, el 65,3% de los comensales tuvo un nivel muy satisfactorio, esto se debe a la confianza que muestra el servidor al efectuar sus tareas, puesto que demuestra que domina las actividades que le asignan. El 26,1% respondió estar satisfecho, debido a las actitudes que presenta el mesero mientras atiende, continuando del 8,1% de consumidores que manifestó ni satisfactorio ni insatisfactorio, porque evidenció falencias en el comportamiento del personal. Por último, el 0,5% de los encuestados respondió poco satisfactorio, porque no observaron buen desempeño del personal en sus funciones de atención.

B8. Cuando el personal de servicio promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple.

Gráfico 16. Cuando el personal de servicio promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple.

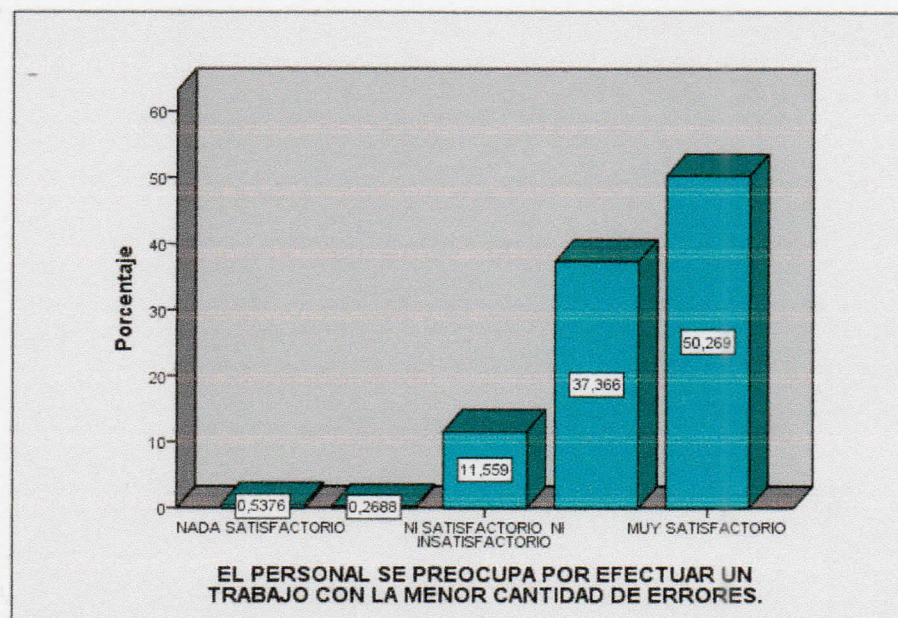


Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

Según el cumplimiento del personal de servicio de la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus”, que promete hacer algo en un tiempo determinado, el 54,0% de los encuestados respondió estar muy satisfecho, puesto que los servidores son de palabra y cumplen con lo solicitado en el tiempo acordado. El 39,2% manifestaron estar satisfecho, por el desempeño que realizó el mesero considerando el tiempo de espera, por consiguiente, el 6,2% de comensales mencionó el término medio que pertenece a ni satisfactorio ni insatisfactorio, puesto que no percibió la puntualidad del personal de servicio, y el otro 0,5% de consumidores nada satisfactorio, debido al incumplimiento de lo establecido por ambas partes, creando un ambiente desagradable para los mismos.

B9. El personal se preocupa por efectuar un trabajo con la menor cantidad de errores.

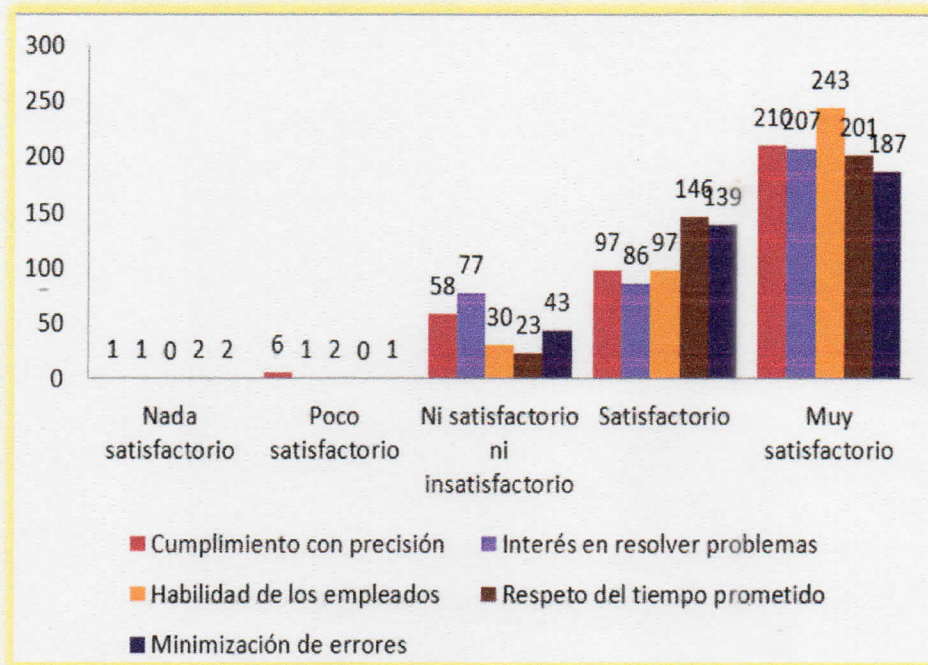
Gráfico 17. El personal se preocupa por efectuar un trabajo con la menor cantidad de errores



Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

En cuanto a la preocupación del personal por efectuar un trabajo con la menor cantidad de errores, el 50,3% de los encuestados señaló el nivel muy satisfactorio, esto se debe a que los empleados realizan su labor de forma apropiada. El 37,4% indicó estar satisfecho con la prestación de servicio adquirida, lo contrario sucede con el 11,6% de consumidores que manifestó estar en el nivel medio que corresponde a ni satisfactorio ni insatisfactorio, debido a que los servidores no son cautelosos al ofrecer el servicio, por otro lado, el 0,3% mencionó estar poco satisfecho, por el desinterés de los colaboradores, y el otro 0,5% mencionó no tener satisfacción, porque el personal no realizó adecuadamente sus funciones.

Gráfico 18. Dimensión de fiabilidad

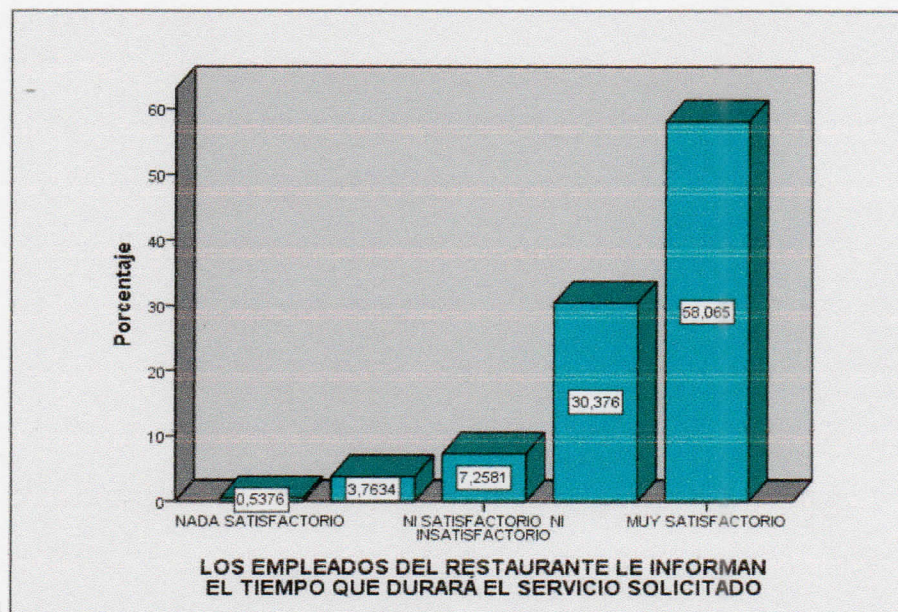


Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

La “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” cuenta con personal que brinda de forma oportuna el servicio, por lo cual la mayoría de encuestados indicaron estar muy satisfecho con el cumplimiento de lo ofrecido, haciendo uso de un tiempo determinado. Además, el personal muestra interés en resolver los inconvenientes que se presenten durante la atención ofrecida, de esta forma pretenden fidelizar al consumidor, porque efectúan un buen desempeño en sus actividades, evadiendo futuros problemas y acercándose a la perfección creando un ambiente agradable y placentero, sin embargo, en temporadas altas por la afluencia de comensales se generan cuellos de botella en el proceso de prestación de servicio, por ejemplo el incumplimiento de las funciones asignadas de forma precisa y se logra evidenciar el desinterés del personal de servicio en la solución de problemáticas que se presenten durante el servicio.

B10. Los empleados del restaurante le informan el tiempo que durará el servicio solicitado.

Gráfico 19. Los empleados del restaurante le informan el tiempo que durará el servicio solicitado.

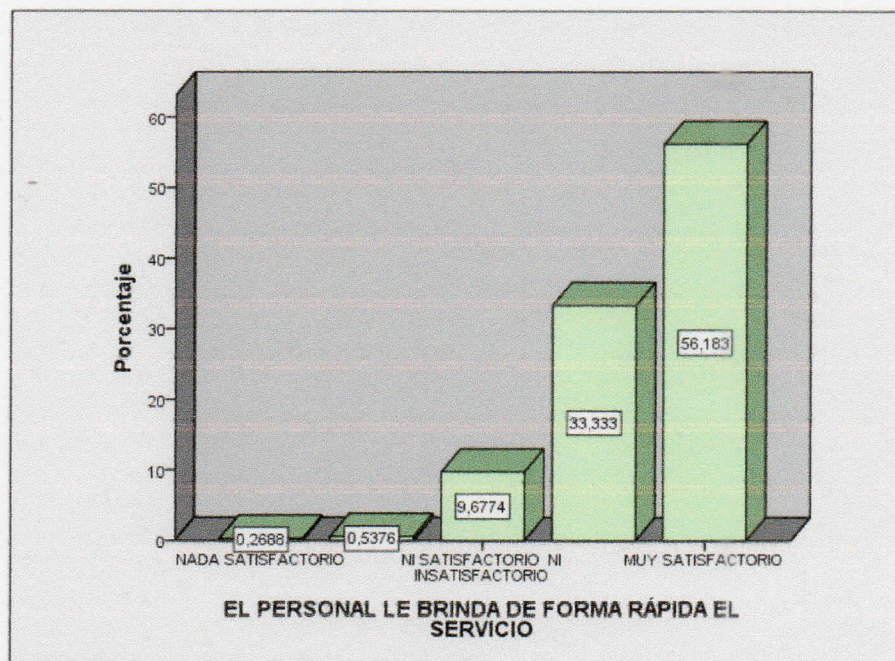


Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

Con respecto al informe del tiempo que dura el servicio solicitado el personal de servicio que trabaja en los establecimientos que forman la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus”, mismo indicador que resalta la comunicación, el 58,1% de los consumidores manifestó estar muy satisfecho, debido a que el camarero dio a conocer el tiempo de espera máximo para que la orden este lista, el 30,4% alcanzó un nivel satisfactorio, debido a que no tuvo comunicación efectiva, el 7,3% de los comensales señaló el punto medio que corresponde a ni satisfactorio ni insatisfactorio, puesto que no se le informó el tiempo que debía esperar para su pedido, mientras que el 3,8% poco satisfactorio y el 0,5% indicó no estar satisfecho, porque no tuvo interacción con los servidores.

B11. El personal le brinda de forma rápida el servicio.

Gráfico 20. El personal le brinda de forma rápida el servicio.

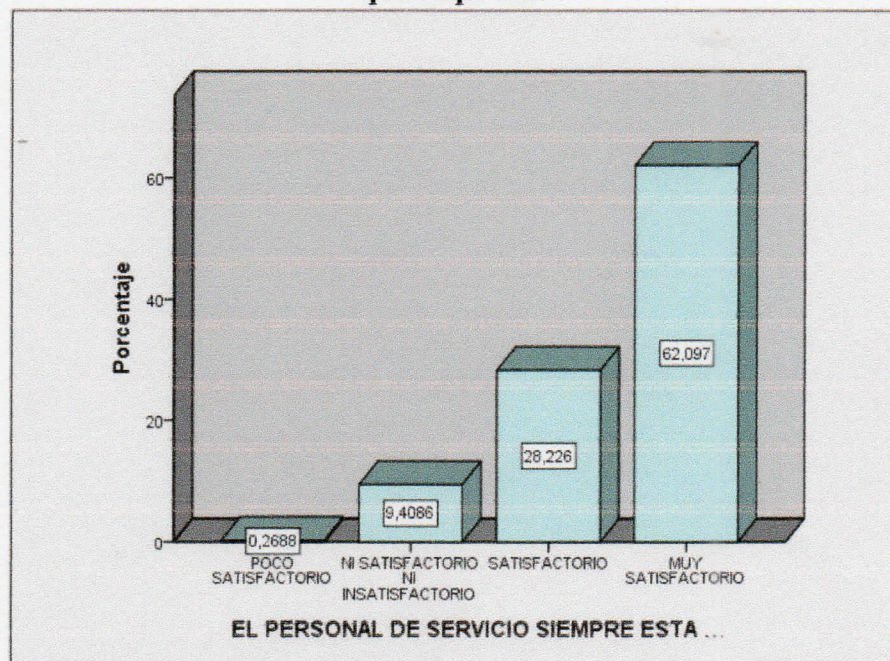


Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

De acuerdo a la rapidez del personal de servicio que labora en la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus”, el 56,2% de encuestados mencionó estar muy satisfecho, por el tiempo reducido que se tomó el servidor para atender sus necesidades de alimentación, seguido del 33,4% que indicó estar satisfecho debido a la prontitud del personal en responder sus exigencias, mientras que en el 9,7% de consumidores consiguió el nivel ni satisfactorio ni insatisfactorio, porque no hubo se ocupó un tiempo prudente para atender los requerimientos, el 0,6% poco satisfecho, puesto que se sintieron menos apreciados por la demora, y el 0,3% señaló nada satisfactorio, ya que esperaron demasiado tiempo para ser atendidos, lo cual produce incomodidad en los comensales y por ende mal servicio.

B12. El personal de servicio siempre está dispuesto ayudarlo/a en lo que requiera.

Gráfico 21. El personal de servicio siempre está dispuesto ayudarlo/a en lo que requiera.

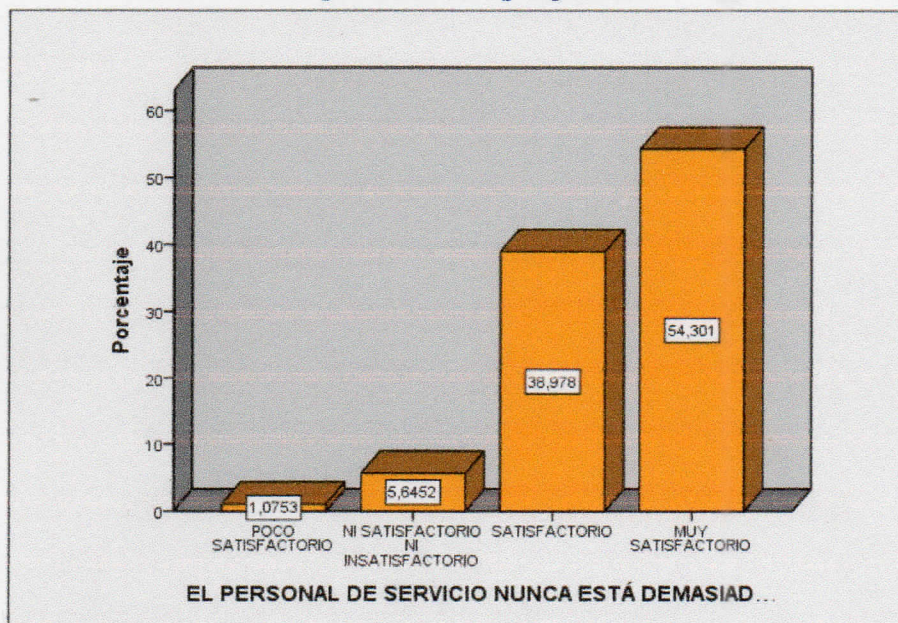


Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

En lo que corresponde a la disposición de ayudar al consumidor por parte del personal de servicio que trabaja en la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus”, el 62,1% contestó muy satisfactorio, por la amabilidad y disponibilidad que demuestran los servidores al conseguir lo que el comensal desee, el 28,2% estuvo satisfecho, porque observó el interés del personal para conseguir peticiones específicas, continuando con el 9,4% de encuestados que respondió el nivel medio que pertenece a ni satisfactorio ni insatisfactorio, por la conducta inadecuada del mesero al atender sus requerimientos, el 0,3% tuvo poca satisfacción, puesto que la actitud de los camareros del establecimiento fue inadecuada mientras cumplían con las actividades solicitadas.

B13. El personal de servicio nunca está demasiado ocupado para responder a sus preguntas.

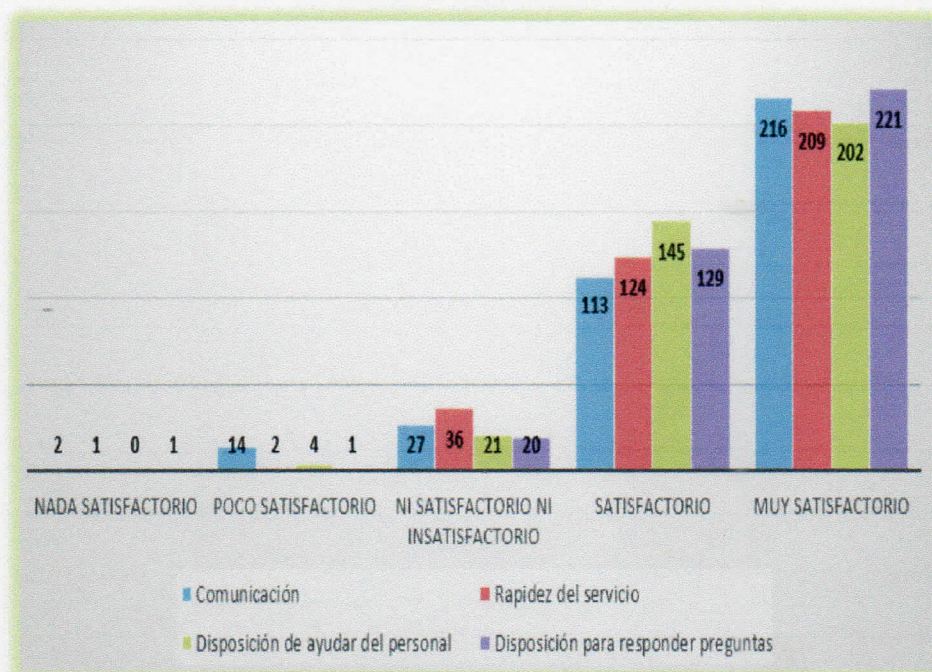
Gráfico 22. El personal de servicio nunca está demasiado ocupado para responder a sus preguntas.



Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

En cuanto al personal de servicio que labora en la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus”, no está ocupado para responder a sus preguntas, el 54,3% contestó estar muy satisfecho, debido a que los servidores se toman un tiempo para responder las inquietudes que presenten, sin importar el tema. Por consiguiente, el 39,0% manifestó satisfactorio, esto se debe a la preocupación de los meseros con este indicador, por ende responde las preguntas en un tiempo definido sin descuidar otras actividades, seguido el 5,6% que señaló un nivel medio, por la poca importancia en despejar las dudas del consumidor, mientras que solo el 1,1% tuvo poca satisfacción, puesto que el personal no organizó su tiempo, por lo tanto no hubo interacción con los comensales.

Gráfico 23. Dimensión capacidad de respuesta

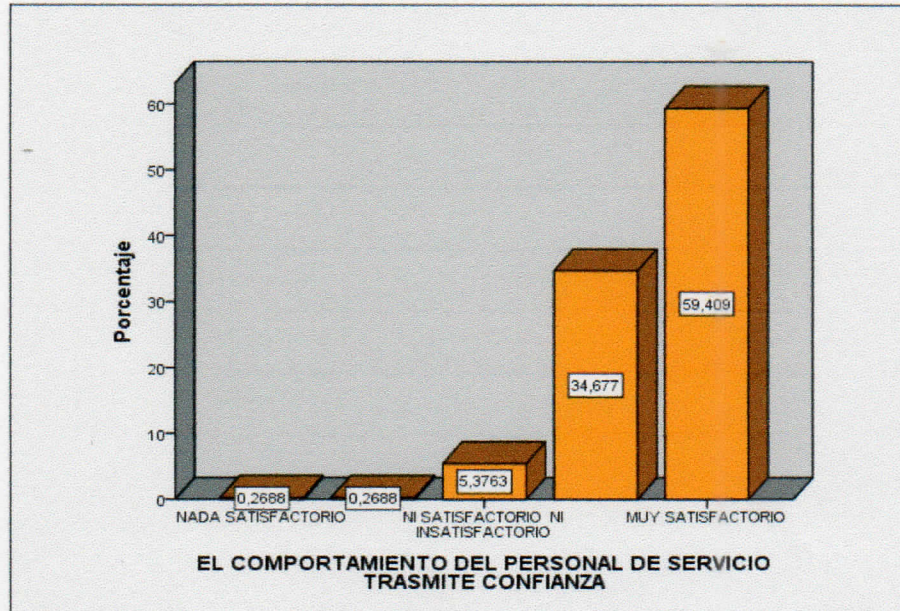


Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

La capacidad de respuesta que brinda el personal de servicio que labora en los establecimientos de la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de la Comuna San Pablo, es altamente valorada por los consumidores, debido a que es eficiente, porque los camareros crean una comunicación efectiva, y se evidencia la disposición para responder cualquier inquietud del consumidor, a su vez están atentos para aportar en una situación determinada que suscite durante la estancia del mismo, esta dimensión logra satisfacer sus deseos de forma individual mediante la escucha activa y comunicación efectiva, haciendo uso de un tiempo considerable. Aunque se evidencia un número minoritario de comensales que obtienen un nivel medio en lo que respecta a la rapidez del servicio, es decir este grupo tuvo un extenso tiempo de espera para la adquisición del servicio o pedido, lo cual influye negativamente en la buena atención.

B14. El comportamiento del personal de servicio le trasmite confianza.

Gráfico 24. El comportamiento del personal de servicio le trasmite confianza

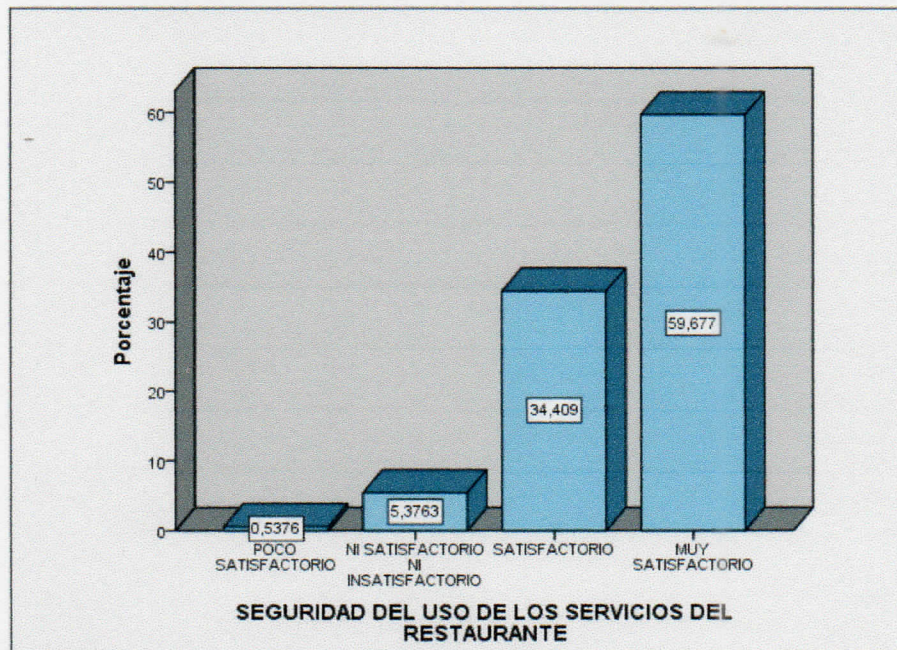


Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

En cuanto a la confianza que le trasmite el comportamiento del personal de servicio que labora en los establecimientos de la Asociación, el 59,4% señaló estar muy satisfecho, puesto que los servidores realizan de forma adecuada sus acciones, continuando el 34,7% señaló este punto como satisfactorio, puesto que les agradó el desempeño de los meseros. El 5,4% de los consumidores tuvo nivel medio que corresponde a ni satisfactorio ni insatisfactorio, porque evidenció nervios en el personal que los atendió, seguido del 0,3% de comensales que alcanzó el nivel poco satisfactorio, puesto que los camareros no mostraron familiaridad con las actividades que se realizan para dar servicio, y el 0,3% de los encuestados no tuvo satisfacción, debido a que observó una mala práctica en el personal.

B15. Usted se siente seguro al hacer uso de los servicios del restaurante (gastronomía, atención al cliente, seguridad interna y externa).

Gráfico 25. Seguridad del uso de los servicios del restaurante

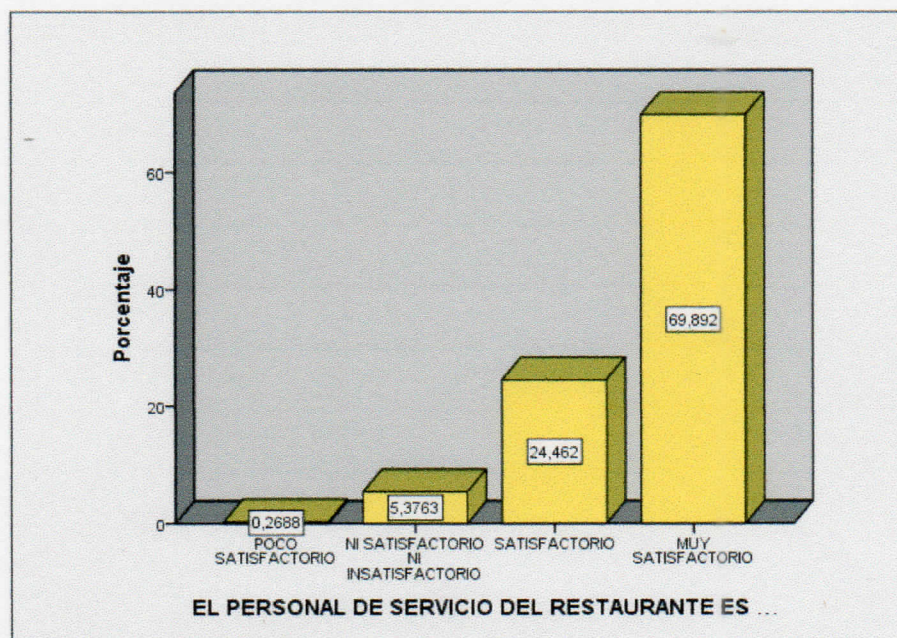


Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

Lo que corresponde a la seguridad de los comensales al hacer uso de los servicios en los establecimientos que forman la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” como gastronomía, atención, seguridad interna y externa, el 59,7% manifestó estar muy satisfecho, porque el personal muestra seguridad al efectuar sus funciones, además en los exteriores hay vigilancia policial, el uso de cámaras, alarmas en el caso de fenómenos naturales. El 34,4% de los consumidores estuvo satisfecho con la atención brindada y la gastronomía, seguido del 5,4% que obtuvo un nivel ni satisfactorio ni insatisfactorio, debido a que percibieron intranquilidad en las instalaciones, mientras que el 0,5% tuvo poca satisfacción, por el proceso de los alimentos y la inseguridad externa.

B16. El personal de servicio del restaurante es amable en todo momento.

Gráfico 26. El personal de servicio del restaurante es amable en todo momento

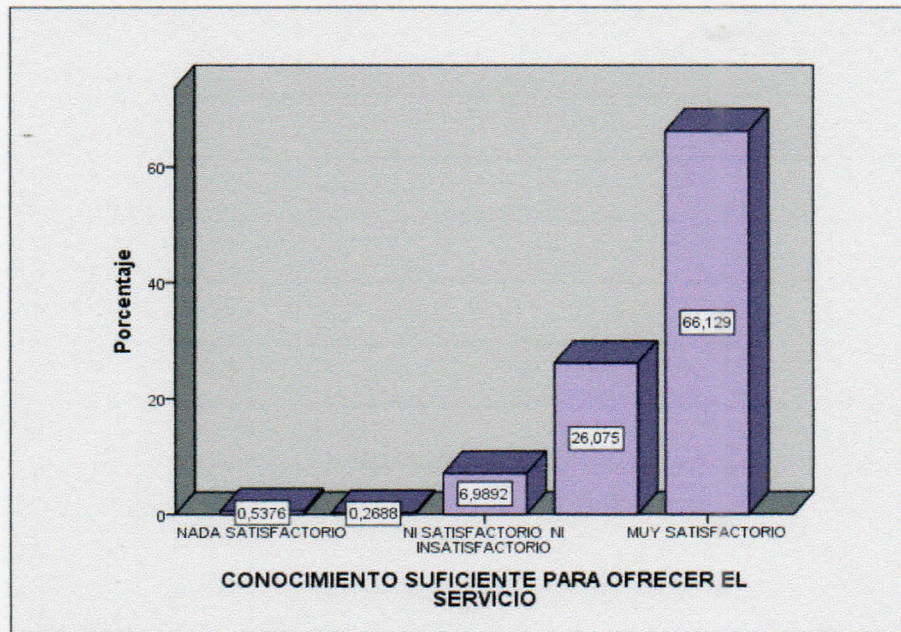


Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

Según los resultados que se muestran, la amabilidad del personal de servicio que trabaja en los establecimientos que integran la Asociación, el 69,9% de comensales afirman estar muy satisfechos, porque desde su llegada son recibidos con una sonrisa, respeto, y cortesía, algo similar ocurre con el 24,5% de consumidores que tuvo un nivel satisfactorio, por la disposición del camarero en todo momento. Por otro lado, el 5,4% tuvo un nivel medio que pertenece a ni satisfactorio ni insatisfactorio, puesto que los servidores no fueron educados durante la prestación del servicio, y el 0,3% señaló poca satisfacción, debido a que no observó amabilidad por parte del personal de servicio mientras solicitó su pedido, es decir utilizó términos despectivos.

B17. El personal de servicio tiene el conocimiento suficiente para ofertar un buen servicio.

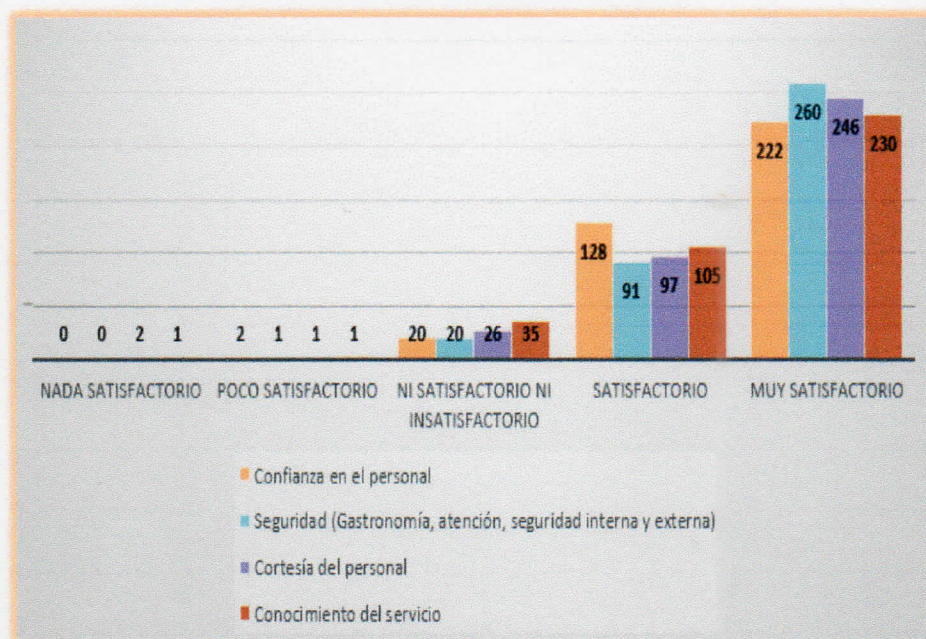
Gráfico 27. Conocimiento suficiente para ofrecer el servicio



Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

Según los datos obtenidos el conocimiento que tiene el personal que se desenvuelve en los establecimientos que forman la Asociación son adecuados para ofertar un buen servicio, porque el 66,1% manifestó estar muy satisfecho, esto por la seguridad y dominio que muestran al realizar sus actividades, seguido del 26,0% que mencionó satisfactorio porque evidenció el conocimiento del servidor durante la práctica, el 6,9% tuvo un nivel medio que se reflejan en ni satisfactorio ni insatisfactorio por alguna función mal realizada durante el servicio, el 0,3% tuvo poca satisfacción y el 0,5% que mencionó no estar satisfecho con la prestación de servicios, puesto que ciertos camareros trabajan de forma empírica y no tienen vocación de servicio.

Gráfico 28. Dimensión de seguridad

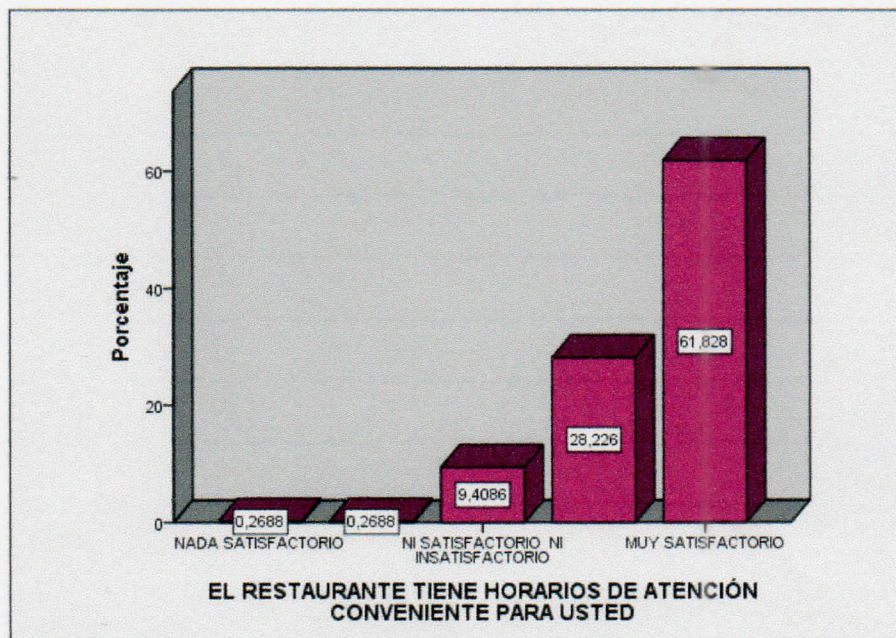


Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

En lo que respecta a la dimensión de seguridad, los establecimientos que conforman la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus”, posee un nivel significativo, así lo indican los resultados, sin embargo, se presentan minúsculos problemas debido a las falencias que poseen en cuanto al conocimiento necesario del área que manejan (atención al cliente, manipulación de alimentos, gastronomía, etc.). Además, la seguridad interna y externa es efectiva, puesto que el sector cuenta con vigilancia policial y el destino como tal posee un UPC de categoría B, esto trasmite confianza a los comensales. El personal en todo momento es respetuoso, amable y dispuesto ayudar al consumidor en lo que requiera, aunque un porcentaje mínimo mencionó no estar satisfecho con el proceso de preparación de los alimentos, y la atención brindada, porque no evidenció dominio o vocación del servicio que impartió el personal.

B18. El restaurante tiene horario de atención conveniente para usted.

Gráfico 29. El restaurante tiene horario de atención conveniente para usted.

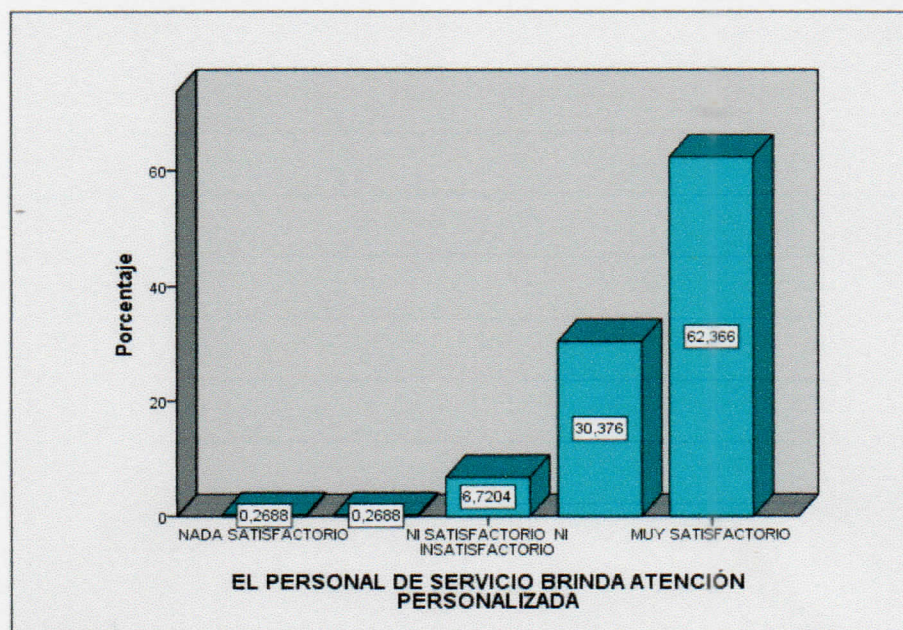


Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

De acuerdo a la información recopilada se logra evidenciar si los establecimientos que integran la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus”, atiende en horarios convenientes para los comensales, en este sentido el 61,8% de encuestados manifestó estar muy satisfecho por el horario que se ajusta a lo que buscan, seguido del 28,2% que señaló satisfactorio, por el horario de atención disponible en sus tiempo libre, por consiguiente, el 9,4% de los consumidores tuvo un nivel medio de satisfacción en cuanto a la disponibilidad, mientras que el 0,3% tuvo poca satisfacción, porque no concuerda con su tiempo de recreación y ocio. Por último, el 0,3% de comensales restantes no tuvo satisfacción, ya que el horario se expande tomando en cuenta su disponibilidad.

B19. El personal de servicio brinda atención personalizada.

Gráfico 30. El personal de servicio brinda atención personalizada

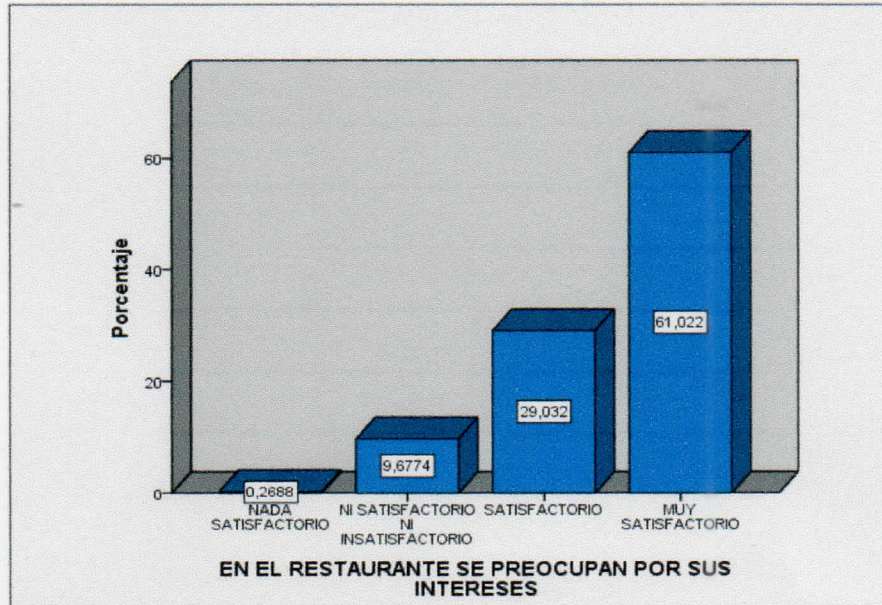


Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

Según los datos estadísticos obtenidos, el nivel de satisfacción referente a la atención personalizada que el personal de servicio de los establecimientos que conforman la Asociación brinda, por lo cual el 62,4% de los encuestados indicó estar muy satisfecho, porque los servidores estuvieron atentos y cumplieron con requerimientos individuales, el 30,4% manifestó estar satisfecho, por adquirir los servicios predilectos. Por otro lado, el 6,7% de comensales consiguió un nivel medio que corresponde a ni satisfactorio ni insatisfactorio, ya que el servicio no se ajustó a sus preferencias, el 0,3% mencionó tener poca satisfacción por el descuido del personal en cada detalle, el otro 0,3% de los consumidores señaló nada satisfactorio, porque el servicio recibido no se compara a lo que solicitaron de manera especial.

B20. En el restaurante se preocupan por sus intereses.

Gráfico 31. En el restaurante se preocupan por sus intereses.

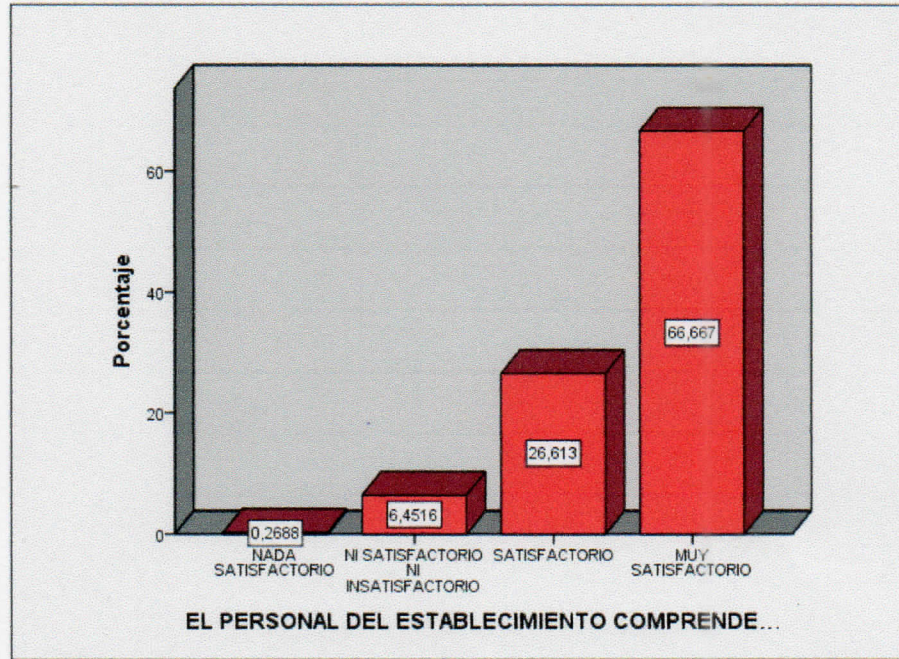


Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

Preocuparse por los intereses de los comensales es significativo para el servicio de calidad, por lo que los establecimientos de la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de la Comuna San Pablo, el 61,0% de los encuestados mencionó estar muy satisfecho, esto se debe al compromiso que tiene el servidor con el consumidor, porque es capaz de sentir sus necesidades como propias y logra satisfacerlas, lo contrario ocurre con el 0,3% que indicó nada satisfactorio, porque no percibieron preocupación por parte del personal para atender los requerimientos solicitados. El 29,0% de los consumidores que consiguió un nivel satisfactorio, puesto que observó preocupación en el personal por conseguir sus intereses individuales, por último, el 9,7% manifestó el término medio porque no se evidenció mayor esfuerzo en superar las expectativas.

B22. El personal del establecimiento comprende sus necesidades específicas.

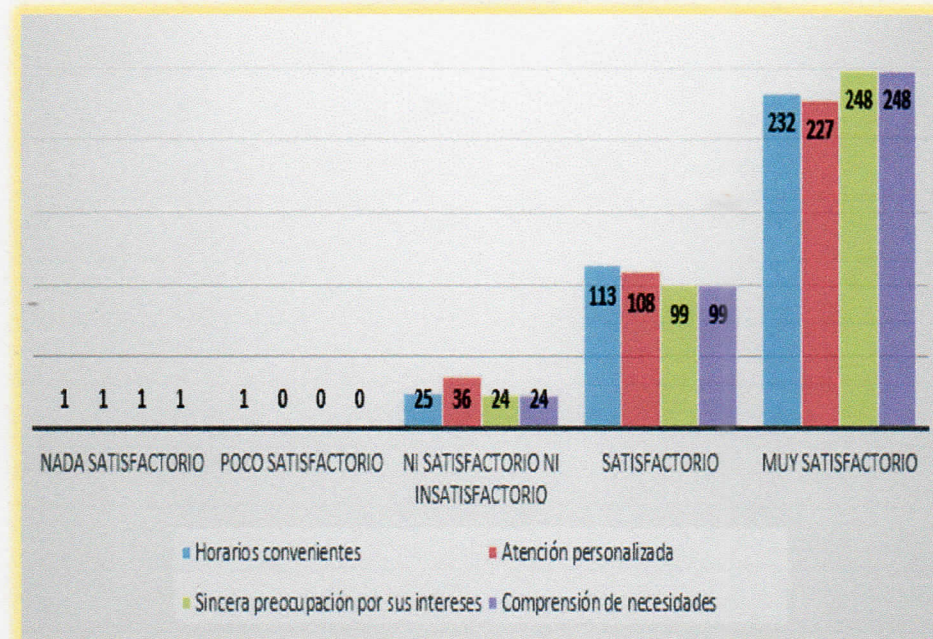
Gráfico 32. El personal del establecimiento comprende sus necesidades



Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

Es importante comprender las necesidades específicas del consumidor, por lo que se evidencia que los establecimientos que conforman la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus”, el 66,7% de los encuestados señalaron muy satisfactorio, porque los camareros satisfacen sus deseos y preferencias individuales, continuando con el 26,6% que manifestó estar satisfecho por la preocupación que mostró el personal en complacer sus pedidos específicos. El 6,5% de los comensales consiguió el término medio, debido a que el personal no comprendió sus preferencias y erró en el servicio solicitado. Finalmente, el 0,3% no obtuvo satisfacción, es decir el personal de servicio no acertó con su requerimiento solicitado y se visualizó el poco interés en comprenderlo.

Gráfico 33. Dimensión de empatía



Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

En cuanto a la dimensión de empatía, los resultados demuestran el nivel muy satisfactorio, es decir los establecimientos que forman parte de la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” tienen personal de servicio que se preocupa por los intereses del consumidor y comprende las necesidades como propias, es decir siente aquello que el comensal desea, por ende, brinda atención personalizada con el fin de satisfacer gustos y preferencias. También tiene horarios flexibles para el público y se ajusta de acuerdo al tiempo libre, lo cual aporta positivamente a la fidelización. Aunque un grupo minúsculo no tuvo satisfacción, sin embargo, hay que considerarlo resaltando que hubo falencias en la atención personalizada, puesto que el personal no cubrió las expectativas con el servicio, es decir no se evidenció sincera preocupación por satisfacer sus necesidades individuales.

3.2. Limitaciones.

Las limitaciones que se presentaron antes y durante la investigación son las siguientes:

Los establecimientos de restauración alimentario que conforman la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de la Comuna San Pablo no cuentan con un registro oficial que enumere las visitas de los consumidores, lo cual ayudaría a tener una estadística detallada del número de visitas que recibe anualmente.

De igual manera los gerentes, administradores o propietarios no poseen un registro individual que identifique aquellos consumidores potenciales que acuden a menudo al establecimiento, puesto que así se puede obtener información cercana referente al servicio que imparten, así mismo esto permitirá brindar atención personalizada.

Durante la aplicación de los instrumentos se evidenció malestar en ciertos consumidores, puesto que se genera incomodidad en el proceso del levantamiento de información, principalmente el cuestionario SERVQUAL, ya que requiere ser aplicado después de recibir el servicio y por ende se esperó hasta la finalización del mismo, y los comensales demostraban poca disponibilidad.

Finalmente, para la aplicación del instrumento, el procedimiento de la distribución del número de encuestas dirigida a cada establecimiento de restauración tomando en cuenta su capacidad total, se dificultó debido a que existen pocos estudios que impartan el proceso específico.

3.3. Resultados

COD	ITEM	NADA SATISFACTORIO	POCO SATISFACTORIO	NI SATISFACTORIO NI INSATISFACTORIO	SATISFACTORIO	MUY SATISFACTORIO
B1.	LAS INSTALACIONES FÍSICAS DEL RESTAURANTE SON ATRACTIVAS	0	3	34	175	160
B2.	EL ESTABLECIMIENTO CUENTA CON EQUIPO MODERNOS	0	5	38	127	202
B3.	EL PERSONAL DEL RESTAURANTE LUCE LIMPIO	3	0	53	89	227
B4.	LOS MATERIALES DE INFORMACIÓN COMO CARTA DE MENÚ QUE EMPLEA EL RESTAURANTE SON VISUALMENTE LLAMATIVOS	2	4	38	148	180
B5.	EL PERSONAL DE SERVICIO CUMPLE CON PRECISIÓN SUS FUNCIONES DE ATENCIÓN AL CLIENTE	1	6	58	97	210
B6.	CUANDO SE PRESENTA UN INCONVENIENTE, EL PERSONAL MUESTRA INTERÉS EN RESOLVERLO	1	1	77	86	207
B7.	EL PERSONAL ES HÁBIL AL BRINDAR EL SERVICIO	0	2	30	97	243
B8.	CUANDO EL PERSONAL DE SERVICIO PROMETE HACER ALGO EN UN TIEMPO DETERMINADO, LO CUMPLE	2	0	23	146	201
B9.	EL PERSONAL SE PREOCUPA POR EFECTUAR UN TRABAJO CON LA MENOR CANTIDAD DE ERRORES	2	1	43	139	187
B10.	LOS EMPLEADOS DEL RESTAURANTE LE INFORMAN EL TIEMPO QUE DURARÁ EL SERVICIO SOLICITADO	2	14	27	113	216
B11.	EL PERSONAL LE BRINDA DE FORMA RÁPIDO EL SERVICIO	1	2	36	124	209
B12.	EL PERSONAL DE SERVICIO SIEMPRE ESTÁ DISPUESTO AYUDARLO/A EN LO QUE REQUIERE	0	4	21	145	202
B13.	EL PERSONAL DE SERVICIO NUNCA ESTÁ DEMASIADO OCUPADO PARA RESPONDER A SUS PREGUNTAS	1	1	20	129	221
B14.	EL COMPORTAMIENTO DEL PERSONAL DE SERVICIO LE TRASMITE CONFIANZA	0	2	20	128	222
B15.	USTED SE SIENTE SEGURO AL HACER USO DE LOS SERVICIOS DEL RESTAURANTE (GASTRONOMÍA, ATENCIÓN AL CLIENTE, SEGURIDAD INTERNA Y EXTERNA)	0	1	20	91	260
B16.	EL PERSONAL DE SERVICIO DEL RESTAURANTE ES AMABLE EN TODO MOMENTO	2	1	26	97	246
B17.	EL PERSONAL DE SERVICIO TIENE EL CONOCIMIENTO SUFICIENTE PARA OFERTAR UN BUEN SERVICIO	1	1	35	105	230
B18.	EL RESTAURANTE TIENE HORARIOS DE ATENCIÓN CONVENIENTE PARA USTED	1	1	25	113	232
B19.	EL PERSONAL DE SERVICIO BRINDA ATENCIÓN PERSONALIZADA	1	0	36	108	227
B20.	EN EL RESTAURANTE SE PREOCUPA POR SUS INTERESES	1	0	24	99	248
B21.	EL PERSONAL DEL ESTABLECIMIENTO COMPRENDE SUS NECESIDADES ESPECÍFICAS	1	0	24	99	248

Referente a los datos socio demográficos los establecimientos que conforman la Asociación es mayormente visitada por familias que se encuentran en un rango de edad entre los 25 y 35 años, mismas que en porcentaje significativo proceden de la provincia del Guayas, esto se debe a la cercanía del destino.

De la misma forma los resultados demuestran los consumidores reciben un salario mensual entre 400 a 600 dólares americanos, cabe recalcar la mayoría tiene un título de bachiller y al menos el 29,3% labora de manera independiente.

Mediante el modelo SERVQUAL, se logró medir la calidad de servicio de los establecimientos de la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de la Comuna San Pablo, de acuerdo con los valores obtenidos se pudo reconocer la perspectiva de los comensales en base al servicio recibido.

Los resultados reflejan que “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de la comuna San Pablo, brinda buen servicio, por lo cual recibe muchos consumidores, mismos que aumentan en tiempos de feriados, vacacionales y fines de semana. Aunque, es importante mencionar que existe un porcentaje minúsculo pero significativo de comensales que señalaron no tener satisfacción en cada indicador establecido, en pocas palabras la calidad de servicio no se cumple en su totalidad.

Según la perspectiva de los consumidores la dimensión que produce mayor satisfacción es “seguridad”, así lo resalta el indicador de seguridad (gastronómica, atención, seguridad interna y externa), puesto que el personal de servicio se desenvuelve de manera apropiada, así mismo el proceso de los alimentos genera

confianza en los comensales, en cuanto a la seguridad interna los establecimientos cuentan con cámaras, extintor de fuego, botón de pánico y la seguridad externa la comunidad tiene vigilancia policial, alarmas para fenómenos naturales y zona segura. Mientras que la “fiabilidad”, tiene el mayor porcentaje negativo por el poco interés del personal de servicio en resolver problemas.

CONCLUSIONES.

La calidad de servicio es una herramienta importante dentro de los establecimientos de restauración que conforman la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de la Comuna San Pablo, porque permite diferenciarse entre la competencia, brindando al consumidor una buena experiencia, lo cual no solo logra su fidelización, sino que también lo recomendarán a personas cercanas, por ende se alcanza el éxito. Dado que la comunidad es caracterizada por el servicio de alimentación y los comensales son cada vez más exigentes, es significativo para la Asociación brindar un buen servicio.

Se aplicó las cinco dimensiones establecidas por el modelo SERVQUAL, mismas que miden la calidad de servicio de la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” a través de indicadores, siendo la dimensión de “seguridad” la mejor valorada por los consumidores, esto en base al indicador de seguridad (gastronómica, atención, seguridad interna y externa), seguido de “empatía” en la que los comensales resaltaron la comprensión del personal en sus necesidades específicas y la sincera preocupación en atender sus intereses. Por consiguiente, la dimensión de “capacidad de respuesta” esto se debe a la disposición

del personal en responder las inquietudes que se presentan durante el servicio, continuando con “elementos tangibles” debido a la buena apariencia del personal, equipos e instalaciones de los establecimientos, finalmente “fiabilidad” que refleja el mayor valor negativo por el desinterés de los meseros en resolver problemas. Cabe indicar que se adaptó el cuestionario para cumplir con el objetivo del estudio.

La medición de la calidad de servicio en la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de la Comuna San Pablo permitió reconocer la perspectiva de los comensales luego de recibir el servicio, por lo cual se analiza considerando su experiencia, siendo muy satisfactoria para la mayoría de encuestados, porque se sintieron bien atendidos como en casa, mientras que un porcentaje mínimo obtuvo una perspectiva negativa. En este sentido se desplazan hasta la comunidad para deleitar de su variada gastronomía realizada con frutos del mar y la buena atención que reciben, cabe resaltar que la ubicación de los establecimientos es conveniente, por la cercanía que tiene con los cantones aledaños y otras provincias del país, puesto que los comensales acuden aún sin conocer el servicio que ofertan.

RECOMENDACIONES.

Se recomienda a los propietarios o gerentes de los establecimientos de restauración que conforman la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” asignar fechas específicas cada año para medir la calidad de servicio,

esto con el fin de identificar los problemas que no les permite a los consumidores tener un alto nivel de satisfacción y a la vez tomar acciones de mejoras.

Se recomienda a la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de la Comuna San Pablo, establecer acciones que aporten positivamente a la calidad de servicio, tomando en cuenta las dimensiones que tienen un bajo nivel de satisfacción en los consumidores, en este caso “empatía”, puesto que se debe preparar al personal de servicio para que genere habilidades de comunicación e interactúe fácilmente con los comensales, asimismo claves para una escucha activa, de manera que comprenda y ayude con los requerimientos específicos. Además de tener personal con la categoría de mediador para atender en resolución de quejas y reclamos.

Se recomienda a la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de la comuna San Pablo realizar programas como “El mejor empleado del mes” para reconocer e incentivar al personal de servicio que en el establecimiento se destaca por su profesionalismo en la atención, lo cual fomenta un ambiente de sana convivencia y reconocimiento que fortifique el engagement y motivación del empleado, con la finalidad de brindar equitativamente la atención sin generar diferencias y a la vez mejorar la perspectiva del consumidor en cuanto al servicio.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación*. Caracas: EPISTEME, C.A. .
- Awour Ayieko, M., Otieno Obonyo, G., & Ouma Kambona, O. (2013). Key Determinants of Food Preparation Attributes in Staging Memorable Experiences: Perspectives of Hotel Managers in Western Kenya. *International journal oh hospitality & toursm administration*, 314-331.
- Dávila Torres, K., & Flores Díaz, M. (2017). Evaluación de la calidad del servicio en el restaurante turístico El Cántaro E.I.R.L. de Lambayeque. (*Tesis de licenciatura*). Universidad católica Santa Toribio de Mogrovejo, Chiclayo. Obtenido de UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO.
- Druker. (1990). *INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales*. Universidad Nacional de Colombia. Obtenido de INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia: <https://www.redalyc.org/html/818/81802505/>
- Gardié Suárez, A., & Rausseo Molina, R. (2006). Repositorio UCAB. (*Trabajo de titulación de licenciatura*). Universidad católica Andres Bello, Caracas. Obtenido de Repositorio UCAB.
- López Cardoza, M., Magaña Sánchez, D., & Santos Varquez, J. (2013). Análisis de la calidad en el servicio en una cadena de restaurantes de la ciudad de Mérida, Yucatán. (*Tesis de licenciatura*). XVII Congreso Internacional en ciencias administrativas - 2013, Yucatán. Obtenido de XVII CONGRESO INTERNACIONAL EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.
- Lorenty, L. M. (2015). Análisis para la mejora de la calidad del servicio del restaurante "La casa blanca" de la comuna Montañita provincia de Santa Elena año 2015. (*Tesis de licenciatura*). Universidad de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.
- Maldonado Radillo, S., Guillén Jiménez, A., & Carranza Prieto, R. (2013). Factores determinantes de la calidad del servicio de una cafetería en el campus de

- una universidad pública. *Revista internacional administración & finanzas*, 109-118.
- Neyra, C. (2002). Teoría y elementos del servicio al cliente. (*Tesis de licenciatura en marketing y publicidad*). EAE Business School, España.
- Nieto Álvarez, P., & Pacheco Quizhpilema, L. (2015). Análisis de la calidad del servicio del sector hotelero, categorización cuatro estrellas en la ciudad de Cuenca; y, propuesta de diseño del modelo SERVQUAL para: Hotel Zahir 360, año 2015. (*Tesis de Ingeniería*). Universidad de Cuenca, Cuenca. Obtenido de UNIVERSIDAD DE CUENCA.
- Nishizawa, R. M. (2014). Development of Servqual Model for the measurement of the service quality in the publicity company Ayuda Experto. (*Tesis de licenciatura*). Universidad Católica Boliviana-San Pablo, Cochabamba. Obtenido de Development of Servqual Model for the measurement of the service quality in the publicity company Ayuda Experto.
- Oliva, E. J. (Junio de 2005). *INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales*. Universidad Nacional de Colombia. Obtenido de INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia: <https://www.redalyc.org/html/818/81802505/>
- Parasuraman, Zeithaml, & Berry. (1988). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. (*Artículo de revista*). The Marketing Science Institute.
- PAUCAR, M. R. (2011). Caracterización de la calidad del servicio bajo el modelo SERVQUAL en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro restaurantes campestres en el distrito de Huaraz, 2016. (*Tesis de licenciatura*). Universidad Católica Los Ángeles, Huaraz.
- Pineros, J. B. (2009). Medición de la satisfacción del cliente del restaurante Museo Taurino, y formulación de estrategias de servicio para la creación de valor. (*Tesis de Licenciatura*). Pontificia universidad javeriana, Bogotá. Obtenido de PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA.
- Pizzo. (2013). Importancia de la calidad de servicio al cliente. *La importancia del control interno*. Instituto tecnológico de Sonora, Obregón.

- Rivadeneira, G. V. (2016). Diseño e implementación del modelo SERVQUAL para mejorar la atención al cliente de los restaurantes categoría I de la zona urbana de Riobamba, en el periodo 2015. (*Tesis de Maestría*). Universidad nacional de Chimborazo, Riobamba. Obtenido de UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO.
- Sánchez, L. (2017). EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE EN EL RESTAURANTE PIZZA. (*Tesis de grado de licenciatura*). Universidad Rafael Landívar, Zacapa. Obtenido de UNIVERSIDAD RAFAEL LANDIVAR.
- Tamayo, F. V. (2016). Desarrollo de una propuesta de modelo de gestión de calidad de servicio en un estudio de caso de un restaurante del sector turístico de la ciudad de Quito DM. (*Tesis de maestría*). Pontificia universidad católica del Ecuador-Matriz, Quito. Obtenido de PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR-MATRIZ.
- Torres, M. (11 de Octubre de 2015). Instructivo Mejor Colaborador del Mes. (*Instructivo*). SCRIB, Lima. Obtenido de SCRIBD: <https://es.scribd.com/doc/284413054/Instructivo-Mejor-Empleado-Del-Mes>
- Turismo, M. d. (29 de Diciembre de 2014). *LEY DE TURISMO*. Obtenido de LEY DE TURISMO: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Victorio, R. A. (2015). La calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente en el Hotel Trapiche Suites Huánuco 2014 - 2015. (*Tesis de licenciatura*). Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco. Obtenido de Universidad Nacional Hermilio Valdizán.

ANEXOS

Asociación de Propietarios de Cabañas Cevicherías

Y restaurantes de La Comuna San Pablo.

Acuerdo Ministerial N° 0008



San Pablo, 05 de Agosto del 2019

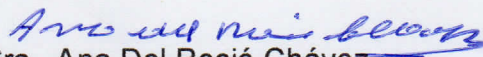
Yo, **ANA DEL ROCIO CHAVEZ** con C.I. **0910684489**, presidente encargado de la asociación de propietarios de cabañas, restaurantes y cevicherías de la comuna San Pablo – Ruta Del Spondylus, doy aval a la estudiante **TENEMPAGUAY SUAREZ DELIA DOMENICA** con C.I. **0931458111**, estudiante de la universidad estatal península de Santa Elena para continuar con su investigación denominada:

“LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA ASOCIACION DE CABAÑAS, RESTAURANTES Y CEVICHERIAS RUTA DEL SPONDYLUS DE LA COMUNA SAN PABLO – CANTON SANTA ELENA - PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018”

El trabajo de titulación efectúa en el periodo de 2018 -2019, contando para ello con la disposición de la Asociación para el desarrollo de la investigación, nos comprometemos a facilitarle la información requerida por la estudiante a fin de que cumpla con su propósito.

En constancia de lo anterior suscribo la presente declaración a la parte interesada en la ASOCIACION DE CABAÑAS, RESTAURANTES Y CEVICHERIAS DE LA COMUNA SAN PABLO RUTA DEL SPONDYLUS a los 5 días del mes de Agosto del 2019.

Atentamente


Sra. Ana Del Roció Chávez
Presidenta (e) de Asoc.Ruta Spondylus

San Pablo – Via Ruta del Spondylus diagonal a los laboratorios Quirola

E-mail: pacifico_sur1@hotmail.com

Telefonos: 042 912 122 – 0986951910 – 042 912 077 – 0989245835 – 042 912 096 - 0993547081

Oficio n° 135

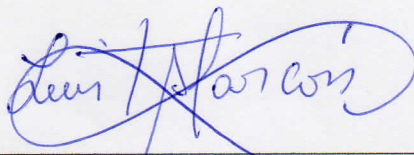
San Pablo, 14 de Septiembre de 2018

Yo, **TENEMPAGUAY ALARCÓN LUIS VICENTE** con C.I **0909664575** **PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE CABAÑAS, RESTAURANTES Y CEVICHERÍAS DE LA COMUNA SAN PABLO – RUTA DEL SPONDYLUS**, doy aval a la estudiante **TENEMPAGUAY SUAREZ DELIA DOMENICA** con C.I **0931458111**, estudiante de la Universidad Estatal Península De Santa Elena, quien realizará el **LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN ACADEMICA** de la Asociación a la que represento.

Quien está interesada en iniciar su tema de tesis en sus periodos de estudio 2018 – 2019, contando para ello con la disposición de la Asociación para el desarrollo de la investigación, nos comprometemos a facilitarle la información requerida por la estudiante a fin de que cumpla con su propósito.

En constancia de lo anterior suscribo la presente declaración a la parte interesada en la Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías de la comuna san pablo “RUTA DEL SPONDYLUS” a los 15 días del mes de septiembre del 2018.

Atentamente;



Luis Tenempaguay Alarcón
Presidente de la Asoc. Ruta del Spondylus

Anexo 1: Matriz de Operacionalización

Tema	Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Instrumentos
La Calidad de servicio de la Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus de la comuna San Pablo - Cantón Santa Elena – Provincia de Santa Elena, Año 2018.	Calidad de Servicio	La calidad de servicio se basa en la percepción que tienen los consumidores, sobre el desempeño que les brindó el personal, por lo que proponen el cuestionario SERVQUAL con cinco dimensiones: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, y empatía, las cuales se utilizan para la evaluación. Parasuraman, Zeithaml & Berry(1988)	Elementos Tangibles	<ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones Físicas • Equipo • Apariencia del Personal • Materiales asociados al servicio. 	Cuestionario SERVQUAL Entrevista
			Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento con precisión • Interés en resolver problemas • Habilidad de los empleados • Respeto del tiempo prometido • Minimización de errores 	
			Capacidad de Respuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación • Rapidez del Servicio • Disposición de ayudar del personal • Disposición para responder preguntas 	
			Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Confianza en el personal • Seguridad (gastronómica, atención al cliente, seguridad interior y exterior) • Amabilidad del personal • Conocimiento del servicio 	
			Empatía	<ul style="list-style-type: none"> • Horarios de trabajo • Atención personalizada • Sincera preocupación por sus intereses • Comprensión de necesidades 	

Elaborado por: Doménica Tenempaguay

Anexo 2: Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Indicadores
<p>Pregunta General</p> <p>¿Qué calidad de servicio reciben los comensales de la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de la comuna San Pablo, cantón de la comuna San Pablo, cantón de Santa Elena, provincia de Santa Elena?</p>	<p>Objetivos General</p> <p>- Medir la calidad de servicio de la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” de la comuna San Pablo, a través del modelo SERVQUAL logrando el reconocimiento de la perspectiva de los comensales.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Identificar la importancia de la calidad de servicio de la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” ➤ Aplicar las dimensiones del modelo SERVQUAL, para medir la calidad de servicio de la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” ➤ Analizar la perspectiva que tienen los comensales que visitan la “Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus” 	<p>Calidad de Servicio</p>	<p>1.- Instalaciones Físicas</p> <p>1.- Equipo</p> <p>1.- Apariencia del Personal</p> <p>1.- Materiales asociados al servicio.</p> <p>2.- Cumplimiento con precisión</p> <p>2.- Interés en resolver problemas</p> <p>2.- Habilidad del personal</p> <p>2.- Respeto del tiempo prometido</p> <p>2.- Minimización de errores</p> <p>3.- Comunicación</p> <p>3.- Rapidez del Servicio</p> <p>3.- Disposición de ayudar del personal</p> <p>3.- Disposición para responder preguntas</p> <p>4.- Confianza en el personal</p> <p>4.- Seguridad (gastronómica, atención al cliente, interna y externa)</p> <p>4.- Cortesía del personal</p> <p>4.- Conocimiento del personal</p> <p>5.- Horarios de trabajo</p> <p>5.- Atención personalizada</p> <p>5.- Sincera preocupación por sus intereses</p> <p>5.- Comprensión de necesidades</p>

Elaborado por: Doménica Tenempaguay

Anexo 3. Cronograma

TEMA: "LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA ASOCIACION DE CABAÑAS, RESTAURANTES Y CEVICHERÍAS RUTA DEL SPONDYLUS DE LA COMUNA SAN PABLO - CANTON SANTA ELENA - PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018"
TENEMPAGUAY SUAREZ DELIA DOMENICA

ACTIVIDADES	AÑO 2018-2019																												TOTAL		
	MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				Suma										
	11 Se	18 Se	25 Se	01 Se	08 Se	15 Se	22 Se	29 Se	06 Se	13 Se	20 Se	27 Se	03 Se	10 Se	17 Se	24 Se	01 Se	08 Se	15 Se	22 Se		29 Se	05 Se	12 Se	19 Se	26 Se	02 Se	09 Se		16 Se	23 Se
Planteamiento del Problema		2 Hrs.																													4
Cap. 1 Revisión del Marco Teórico.			2 Hrs.	2 Hrs.	2 Hrs.	2 Hrs.																									8
Cap. 2 Revisión de La Metodología y Recolección de Datos.						2 Hrs.	2 Hrs.	2 Hrs.																							8
Cap. 3 Revisión de Análisis e Interpretación De Resultados.											4 Hrs.	4 Hrs.	4 Hrs.	4 Hrs.	4 Hrs.																20
Desarrollo y revisión de Conclusiones y Recomendaciones.																	2 Hrs.	2 Hrs.	4 Hrs.											12	
Revisión final y preparación para la sustentación.																										4 Hrs.	4 Hrs.			8	

Compromiso: Yo, Tenempaguay Suarez Della Doménica me comprometo a cumplir responsablemente el presente cronograma de tesis socializado.

Anexo 4: Instrumento de entrevista dirigida a los asociados



Universidad Estatal Península de Santa Elena
Facultad de Ciencias Administrativas
Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico

Nombre del Entrevistador: _____

Nombre del Entrevistado: _____

Tema: La calidad de servicio de la Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus de la Comuna San Pablo, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, Año 2028.

Objetivo: Obtener los criterios de los asociados sobre el servicio que brindan.

- 1.- **¿Considera usted que su establecimiento posee instalaciones atractivas?**
- 2.- **¿Considera usted que los equipos que utiliza se ajustan a los requerimientos del consumidor?**
- 3.- **¿Cree usted que la imagen que proyecta el personal es adecuada?**
- 4.- **¿Considera llamativos a los materiales de información que emplea durante el servicio?**
- 5.- **¿Cree usted que el personal de servicio que labora en su establecimiento cumple con precisión las funciones de atención?**
- 6.- **¿Considera usted que sus colaboradores muestran interés en resolver los problemas que se presenten durante el servicio?**
- 7.- **¿El personal de servicio comunica al consumidor el tiempo que requiere para entregar su pedido?**
- 8.- **¿Considera usted que brinda seguridad (gastronómica, atención, seguridad interna y externa) a los consumidores, por qué?**

Anexo 5: Instrumento de encuesta dirigida a comensales



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO



Nº de encuesta	Fecha de realización:	Hora de Realización:	Encuestador:
Controlado por:	Fecha de Control:	Fecha de evaluación	Evaluador:

Buenos días/tardes, estoy realizando una investigación previa a la obtención del título de tercer nivel en la Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, el estudio tiene como objetivo medir la calidad de servicio de la "Asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus" de la comuna San Pablo, a través del modelo SERVQUAL logrando el reconocimiento de la perspectiva de los clientes/consumidores. Antes de iniciar es importante mencionar que la información obtenida es anónima y será utilizada exclusivamente para cumplir con los objetivos de la presente investigación. De antemano le agradezco su participación.

A. DATOS SOCIODEMOGRAFICOS

A1. Sexo		A2- Lugar de procedencia			
<input type="checkbox"/> Hombre -1		Local -1	Azuay -2	Bolívar -3	Cañar -4
<input type="checkbox"/> Mujer -2		Carchi -5	Chimborazo -6	Cotopaxi -7	El Oro -8
		Esmeraldas -9	Galápagos -10	Guayas -11	Imbabura -12
		Loja -13	Los Ríos -14	Manabí -15	Morona -16
		Napo -17	Orellana -18	Pastaza -19	Pichincha -20
		Santo Domingo de los Tsáchilas -21	Sucumbios -22	Tungurahua -23	Zamora Chinchipe -24
A3. Edad					
<input type="checkbox"/> 18-24 -1					
<input type="checkbox"/> 25-35 -2					
<input type="checkbox"/> 36-48 -3					
<input type="checkbox"/> 49-64 -4					
<input type="checkbox"/> 65 en adelante -5					
A4. Estado Civil		A5. Nivel de Ingresos	A6. Nivel de Estudios	A7. Profesión	
<input type="checkbox"/> Soltero/a -1		<input type="checkbox"/> \$200 - 400 -1	<input type="checkbox"/> Sin estudios -1	<input type="checkbox"/> Estudiante -1	<input type="checkbox"/> Desempleado -6
<input type="checkbox"/> Casado/a -2		<input type="checkbox"/> \$400 - 600 -2	<input type="checkbox"/> Primarios -2	<input type="checkbox"/> Independiente -2	<input type="checkbox"/> Empresa Privada -7
<input type="checkbox"/> Unión Libre -3		<input type="checkbox"/> \$600 - 800 -3	<input type="checkbox"/> Secundarios -3	<input type="checkbox"/> Servidor público -3	<input type="checkbox"/> Otros -8
<input type="checkbox"/> Viudo/a -4		<input type="checkbox"/> \$800 - 1.500 -4	<input type="checkbox"/> Universitarios -4	<input type="checkbox"/> Ama de casa -4	
<input type="checkbox"/> Divorciado/a -5		<input type="checkbox"/> +1500 -5	<input type="checkbox"/> Posgrado -5	<input type="checkbox"/> Jubilado -5	

B. NIVEL DE SATISFACCIÓN (Siendo 1 Nada satisfactorio Y 4 Muy Satisfactorio)

COD	ITEM	1	2	3	4	5
B1.	Las Instalaciones físicas del restaurante son atractivas					
B2.	El establecimiento cuenta con equipos modernos					
B3.	El personal de servicio luce limpio					
B4.	Los materiales de información como cartas de menú que emplea el establecimiento son visualmente llamativos					
B5.	El personal de servicio cumple con precisión sus funciones de atención al cliente					
B6.	Cuando se presenta un inconveniente, el personal muestra interés en resolverlo					
B7.	El personal es hábil al brindar el servicio					
B8.	Cuando el personal de servicio promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple					



B9.	El personal se preocupa por efectuar un trabajo con la menor cantidad de errores					
COD	ITEM	1	2	3	4	5
B10.	Los empleados del establecimiento le informan el tiempo que durará el servicio solicitado					
B11.	El personal le brinda de forma rápida el servicio					
B12.	El personal de servicio siempre está dispuesto ayudarlo/a en lo que requiera					
B13.	El personal de servicio nunca está demasiado ocupado para responder a sus preguntas					
B14.	El comportamiento del personal de servicio le transmite confianza					
B15.	Usted se siente seguro al hacer uso de los servicios del restaurante (gastronomía, atención al cliente, seguridad interna y externa)					
B16.	El personal de servicio del establecimiento es amable en todo momento					
B17.	El personal de servicio tiene el conocimiento suficiente para ofertar un buen servicio					
B18.	El establecimiento tiene horarios de atención conveniente para usted					
B19.	El personal de servicio brinda atención personalizada					
B20.	En el restaurante se preocupan por sus intereses					
B21.	El personal del establecimiento comprende sus necesidades específicas					

Anexo 6: Validación de instrumentos

VALIDACIÓN DE CUESTIONARIO

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y nombres del docente especialista:** Ing. Datzania Villao Burgos, MSc
- 1.2. **Institución educativa:** Universidad Estatal Península de Santa Elena
- 1.3. **Título de la investigación:** LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA ASOCIACIÓN DE CABAÑAS, RESTAURANTES Y CEVICHERIAS RUTA DEL SPONDYLUS DE LA COMUNA SAN PABLO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018
- 1.4. **Nombre del instrumento:** Cuestionario de Encuesta
- 1.5. **Autor del instrumento:** Domenica Tenempaguay Suarez
- 1.6. **Alumno de:** Ingeniería en Gestión y Desarrollo Turístico

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					/
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					/
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					/
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					/
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					/
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					/
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos de la investigación.					/
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					/
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					/
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					/

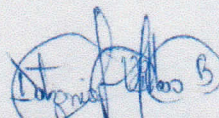
III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

100%

Lugar y fecha: La Libertad, 18 de Marzo de 2019



Ing. Datzania Villao Burgos, MSc.

Docente Especialista Metodológica

**PCERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE
TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

A QUIEN LE INTERESE CERTIFICO QUE:

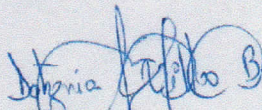
Habiendo revisado el instrumento a ser aplicado en el proyecto de investigación "LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA ASOCIACIÓN DE CABAÑAS, RESTAURANTES Y CEVICHERIAS RUTA DEL SPONDYLUS DE LA COMUNA SAN PABLO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018" planteado por la egresada Srta. TENEMPAGUAY SUÁREZ DELIA DOMENICA, doy por validado el siguiente formato presentado.

- ✓ Cuestionario de Encuesta a Turistas

La herramienta anteriormente mencionada refleja pertinencia en las preguntas en base al tema planteado, además se ajustan a la información que necesita recabarse para los fines del tema especificado por la egresada.

Es todo como puedo certificar en honor a la verdad autorizando al peticionario dé el uso necesario de este documento que más convenga a su interés.

La Libertad, 18 de marzo de 2019



Ing. Datzania Villao Burgos, MSc.

Docente Especialista Metodológica


Anexo 7: Lista de asociados

ASOCIACIÓN DE PROPIETARIOS DE CABAÑAS CIVICHERÍAS Y RESTAURANTES DE LA COMUNA
SAN PABLO
ACUERDO MINISTERIAL N.- 0008

NÓMINA DE SOCIOS

N.-	ESTABLECIMIENTO	PROPIETARIO
1	LOS MANABAS	BAZURTO CHAVEZ MAGALY BUFTY
2	EBENEZER	CHÁVEZ VILLEGAS EDUARDO
3	LA TIA N.-1	CRUZ AGUIRRE ESPERANZA ESTHER
4	LA TIA	CRUZ AGUIRRE SARA DOLORES
5	SABOR TROPICAL	DE LA CRUZ VERA MELIDA
6	PATRICIA N.-1	DOMÍNGUEZ PANCHANA JUAN
7	GALEÓN PRINCESA GINA	MARTIZ GINA
8	MARBINE	NETO GÁLVEZ NESTOR JAVIER/ GÁLVEZ ANDREA
9	STEFANINY	ORRALA QUIRUMBAY VILMA
10	JOSELYN	ORRALA SUÁREZ ISIDRO
11	TERESITA	PANCHANA BOBBOR TERESA
12	LOS TRES PLATOS	PEREIRA TINOCO KEPTI LENIN
13	AMBAR	SANCHEZ FRANCO JOSÉ
14	D° CHERRY	SUÁREZ BOBBOR ASTOLFO
15	D° VALESKA	SUÁREZ ORRALA FÉLIX JAVIER
16	BRONCE ON THE BEACH	ALEJANDRO SUÁREZ DARWIN WILMER
17	JHOANNITA	REYES ALEJANDRO MARIO
18	MY BAR ON THE BEACH	TEMPAGUAY ALARCON LUIS VICENTE
19	FAROLITO	TOALA ALAVA EDOCLECIANA
20	PANGEA DEL GALAPAQUEÑO	MEJA DANLO
21	DELI ON THE BEACH	ALARCON ÉRIKA
22	BRSA MARINA	PLUÁS ESPERANZA

Dado y firmando en San Pablo, 12 de abril de 2019.


Sra. Ana Chávez

Presidenta de la Aso. Cabañas y restaurantes
"Ruta del Spondylus"

Anexo 8: Fundamentos Legales

Ley Constitucional del Ecuador

Sección octava Trabajo y seguridad social Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Sección novena Personas usuarias y consumidoras Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Capítulo sexto Trabajo y producción Sección primera Formas de organización de la producción y su gestión Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de

la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Ley de Turismo

Capítulo II - de las actividades turísticas y de quienes las ejercen.

Art. 11.- Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

Capítulo V - de las categorías.

Art. 19.- El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría.

Capítulo X - protección al consumidor de servicios turísticos.

Art. 45.- Habrá lugar al resarcimiento de daños y perjuicios, en los siguientes casos:

- a. El que anuncie al público, a través de medios de comunicación colectiva, de Internet o de cualquier otro sistema, servicios turísticos de calidad superior a los que realmente ofrece; o en su propaganda use fotografías o haga descripciones distintas a la realidad;
- b. El empresario cuyo servicio tenga una calidad inferior a la que corresponda a su categoría a la oferta pública de los mismos;

Art. 52.- Para efectos de esta Ley, se establecen los siguientes instrumentos de carácter general, para el efectivo control de la actividad turística:

Multa entre USD \$ 1000 y USD \$ 5000 que se regularán de manera gradual y proporcional a las personas que incumplan normas de calidad, no cumplan los contratos turísticos o infrinjan las disposiciones de esta Ley y sus reglamentos.

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

Capítulo III - regulación de la publicidad y su contenido.

Art. 6.- Publicidad Prohibida. - Quedan prohibidas todas las formas de publicidad engañosa o abusiva, o que induzcan a error en la elección del bien o servicio que puedan afectar los intereses y derechos del consumidor.

Anexo 9: Tablas de resultados

1. DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

A1. Sexo

Tabla 2. Sexo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
HOMBRE	202	54,3	54,3	54,3
Válidos MUJER	170	45,7	45,7	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

A2. Lugar de procedencia

Tabla 3. Lugar de procedencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
LOCAL	42	11,3	11,3	11,3
CARCHI	1	,3	,3	11,6
ESMERALDAS	20	5,4	5,4	16,9
LOJA	10	2,7	2,7	19,6
NAPO	10	2,7	2,7	22,3
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	9	2,4	2,4	24,7
AZUAY	11	3,0	3,0	27,7
CHIMBORAZO	3	,8	,8	28,5
GALÁPAGOS	10	2,7	2,7	31,2
LOS RÍOS	12	3,2	3,2	34,4
ORELLANA	4	1,1	1,1	35,5
Válidos SUCUMBÍOS	1	,3	,3	35,8
BOLÍVAR	4	1,1	1,1	36,8
COTOPAXI	4	1,1	1,1	37,9
GUAYAS	156	41,9	41,9	79,8
MANABÍ	45	12,1	12,1	91,9
PASTAZA	6	1,6	1,6	93,5
TUNGURAHUA	2	,5	,5	94,1
CAÑAR	2	,5	,5	94,6
IMBABURA	6	1,6	1,6	96,2
PICHINCHA	11	3,0	3,0	99,2
ZAMORA CHINCHIPE	3	,8	,8	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.

Elaborado por: Doménica Tenempaguay

A3. Edad

Tabla 4. Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
18-24	86	23,1	23,1	23,1
25-35	118	31,7	31,7	54,8
36-48	93	25,0	25,0	79,8
Válidos 49-64	37	9,9	9,9	89,8
65 en adelante.	38	10,2	10,2	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

A4. Estado civil.

Tabla 5. Estado civil.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SOLTERO/A	87	23,4	23,4	23,4
CASADO/A	148	39,8	39,8	63,2
UNIÓN LIBRE	116	31,2	31,2	94,4
Válidos VIUDO/A	14	3,8	3,8	98,1
DIVORCIADO /A	7	1,9	1,9	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

A5. Nivel de ingreso

Tabla 6. Nivel de ingreso

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
200-400	70	18,8	18,8	18,8
400-600	137	36,8	36,8	55,6
600-800	133	35,8	35,8	91,4
Válidos 800-1500	27	7,3	7,3	98,7
+1500	5	1,3	1,3	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.

Elaborado por: Doménica Tenempaguay

A6. Nivel de estudios

Tabla 7. Nivel de estudios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SIN ESTUDIOS	1	,3	,3	,3
PRIMARIOS	3	,8	,8	1,1
SECUNDARIOS	182	48,9	48,9	50,0
Válidos UNIVERSITARIO	175	47,0	47,0	97,0
S POSGRADO	11	3,0	3,0	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.

Elaborado por: Doménica Tenempaguay

A7. Profesión.

Tabla 8. Profesión

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
ESTUDIANTES	44	11,8	11,8	11,8
INDEPENDIENTE	109	29,3	29,3	41,1
SERVIDOR PÚBLICO	104	28,0	28,0	69,1
AMA DE CASA	13	3,5	3,5	72,6
Válidos JUBILADO	7	1,9	1,9	74,5
DESEMPLEADO	3	,8	,8	75,3
EMPRESA PRIVADA	91	24,5	24,5	99,7
OTROS	1	,3	,3	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

B1. Las instalaciones físicas del restaurante son atractivas.

Tabla 9. Las instalaciones físicas del restaurante son atractivas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
POCO SATISFACTORIO	3	,8	,8	,8
NI SATISFACTORIO NI INSATISFACTORIO	34	9,1	9,1	9,9
SATISFACTORIO	175	47,0	47,0	57,0
MUY SATISFACTORIO	160	43,0	43,0	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

B2. El establecimiento cuenta con equipos modernos.

Tabla 10. El establecimiento cuenta con equipos modernos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
POCO SATISFACTORIO	5	1,3	1,3	1,3
NI SATISFACTORIO NI INSATISFACTORIO	38	10,2	10,2	11,6
Válidos SATISFACTORIO	127	34,1	34,1	45,7
MUY SATISFACTORIO	202	54,3	54,3	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

B3. El personal del restaurante luce limpio.

Tabla 11. El personal del restaurante luce limpio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NADA SATISFACTORIO	3	,8	,8	,8
NI SATISFACTORIO NI INSATISFACTORIO	53	14,2	14,2	15,1
Válidos SATISFACTORIO	89	23,9	23,9	39,0
MUY SATISFACTORIO	227	61,0	61,0	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

B4. Los materiales de información como cartas de menú que emplea el restaurante son visualmente llamativos.

Tabla 12. Los materiales de información como carta de menú son visualmente llamativos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NADA SATISFACTORIO	2	,5	,5	,5
POCO SATISFACTORIO	4	1,1	1,1	1,6
NI SATISFACTORIO NI INSATISFACTORIO	38	10,2	10,2	11,8
SATISFACTORIO	148	39,8	39,8	51,6
MUY SATISFACTORIO	180	48,4	48,4	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

B5. El personal de servicio cumple con precisión sus funciones de atención al cliente.

Tabla 13. El personal de servicio cumple con precisión sus funciones de atención al cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NADA SATISFACTORIO	1	,3	,3	,3
POCO SATISFACTORIO	6	1,6	1,6	1,9
NI SATISFACTORIO NI INSATISFACTORIO	58	15,6	15,6	17,5
SATISFACTORIO	97	26,1	26,1	43,5
MUY SATISFACTORIO	210	56,5	56,5	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

B6. Cuando se presenta un inconveniente, el personal muestra interés en resolverlo

Tabla 14. Cuando se presenta un inconveniente, el personal muestra interés en resolverlo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NADA SATISFACTORIO	1	,3	,3	,3
POCO SATISFACTORIO	1	,3	,3	,5
Válidos NI SATISFACTORIO NI INSATISFACTORIO	77	20,7	20,7	21,2
SATISFACTORIO	86	23,1	23,1	44,4
MUY SATISFACTORIO	207	55,6	55,6	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

B7. El personal es hábil al brindar el servicio.

Tabla 15. El personal es hábil al brindar el servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
POCO SATISFACTORIO	2	,5	,5	,5
Válidos NI SATISFACTORIO NI INSATISFACTORIO	30	8,1	8,1	8,6
SATISFACTORIO	97	26,1	26,1	34,7
MUY SATISFACTORIO	243	65,3	65,3	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

B8. Cuando el personal de servicio promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple.

Tabla 16. Cuando el personal de servicio promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NADA SATISFACTORIO	2	,5	,5	,5
NI SATISFACTORIO NI INSATISFACTORIO	23	6,2	6,2	6,7
SATISFACTORIO	146	39,2	39,2	46,0
MUY SATISFACTORIO	201	54,0	54,0	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.

Elaborado por: Doménica Tenempaguay

B9. El personal se preocupa por efectuar un trabajo con la menor cantidad de errores.

Tabla 17. El personal se preocupa por efectuar un trabajo con la menor cantidad de errores.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NADA SATISFACTORIO	2	,5	,5	,5
POCO SATISFACTORIO	1	,3	,3	,8
NI SATISFACTORIO NI INSATISFACTORIO	43	11,6	11,6	12,4
SATISFACTORIO	139	37,4	37,4	49,7
MUY SATISFACTORIO	187	50,3	50,3	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.

Elaborado por: Doménica Tenempaguay

B10. Los empleados del restaurante le informan el tiempo que durará el servicio solicitado.

Tabla 18. Los empleados del restaurante le informan el tiempo que durará el servicio solicitado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NADA SATISFACTORIO	2	,5	,5	,5
POCO SATISFACTORIO	14	3,8	3,8	4,3
NI SATISFACTORIO NI INSATISFACTORIO	27	7,3	7,3	11,6
SATISFACTORIO	113	30,4	30,4	41,9
MUY SATISFACTORIO	216	58,1	58,1	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.

Elaborado por: Doménica Tenempaguay

B11. El personal le brinda de forma rápida el servicio.

Tabla 19. El personal le brinda de forma rápida el servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NADA SATISFACTORIO	1	,3	,3	,3
POCO SATISFACTORIO	2	,5	,5	,8
NI SATISFACTORIO NI INSATISFACTORIO	36	9,7	9,7	10,5
SATISFACTORIO	124	33,3	33,3	43,8
MUY SATISFACTORIO	209	56,2	56,2	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.

Elaborado por: Doménica Tenempaguay

B12. El personal de servicio siempre está dispuesto ayudarlo/a en lo que requiera.

Tabla 20. El personal de servicio siempre está dispuesto ayudarlo/a en lo que requiera

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
POCO SATISFACTORIO	1	,3	,3	,3
NI SATISFACTORIO NI INSATISFACTORIO	35	9,4	9,4	9,7
Válidos SATISFACTORIO	105	28,2	28,2	37,9
MUY SATISFACTORIO	231	62,1	62,1	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

B13. El personal de servicio nunca está demasiado ocupado para responder a sus preguntas.

Tabla 21. El personal de servicio nunca está demasiado ocupado para responder a sus preguntas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
POCO SATISFACTORIO	4	1,1	1,1	1,1
NI SATISFACTORIO NI INSATISFACTORIO	21	5,6	5,6	6,7
Válidos SATISFACTORIO	145	39,0	39,0	45,7
MUY SATISFACTORIO	202	54,3	54,3	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

B14. El comportamiento del personal de servicio le trasmite confianza.

Tabla 22. El comportamiento del personal de servicio trasmite confianza

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NADA	1	,3	,3	,3
SATISFACTORIO	1	,3	,3	,5
POCO SATISFACTORIO	20	5,4	5,4	5,9
NI SATISFACTORIO NI INSATISFACTORIO	129	34,7	34,7	40,6
SATISFACTORIO	221	59,4	59,4	100,0
MUY SATISFACTORIO	372	100,0	100,0	
Total				

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

B15. Usted se siente seguro al hacer uso de los servicios del restaurante (gastronomía, atención al cliente, seguridad interna y externa).

Tabla 23. Seguridad del uso de los servicios del restaurante

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
POCO SATISFACTORIO	2	,5	,5	,5
NI SATISFACTORIO NI INSATISFACTORIO	20	5,4	5,4	5,9
SATISFACTORIO	128	34,4	34,4	40,3
MUY SATISFACTORIO	222	59,7	59,7	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

B16. El personal de servicio del restaurante es amable en todo momento.

Tabla 24. El personal de servicio del restaurante es amable en todo momento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
POCO SATISFACTORIO	1	,3	,3	,3
NI SATISFACTORIO NI INSATISFACTORIO	20	5,4	5,4	5,6
SATISFACTORIO	91	24,5	24,5	30,1
MUY SATISFACTORIO	260	69,9	69,9	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.

Elaborado por: Doménica Tenempaguay

B17. El personal de servicio tiene el conocimiento suficiente para ofertar un buen servicio.

Tabla 25. Conocimiento suficiente para ofrecer el servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NADA SATISFACTORIO	2	,5	,5	,5
POCO SATISFACTORIO	1	,3	,3	,8
NI SATISFACTORIO NI INSATISFACTORIO	26	7,0	7,0	7,8
SATISFACTORIO	97	26,1	26,1	33,9
MUY SATISFACTORIO	246	66,1	66,1	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.

Elaborado por: Doménica Tenempaguay

B18. El restaurante tiene horario de atención conveniente para usted.

Tabla 26. El restaurante tiene horarios de atención conveniente para usted

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NADA SATISFACTORIO	1	,3	,3	,3
POCO SATISFACTORIO	1	,3	,3	,5
Válidos NI SATISFACTORIO NI INSATISFACTORIO	35	9,4	9,4	9,9
SATISFACTORIO	105	28,2	28,2	38,2
MUY SATISFACTORIO	230	61,8	61,8	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

B19. El personal de servicio brinda atención personalizada.

Tabla 27. El personal de servicio brinda atención personalizada

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NADA SATISFACTORIO	1	,3	,3	,3
POCO SATISFACTORIO	1	,3	,3	,5
Válidos NI SATISFACTORIO NI INSATISFACTORIO	25	6,7	6,7	7,3
SATISFACTORIO	113	30,4	30,4	37,6
MUY SATISFACTORIO	232	62,4	62,4	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

B20. En el restaurante se preocupan por sus intereses.

Tabla 28. En el restaurante se preocupan por sus intereses

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NADA SATISFACTORIO	1	,3	,3	,3
NI SATISFACTORIO NI INSATISFACTORIO	36	9,7	9,7	9,9
Válidos SATISFACTORIO	108	29,0	29,0	39,0
MUY SATISFACTORIO	227	61,0	61,0	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

B22. El personal del establecimiento comprende sus necesidades específicas.

Tabla 29. El personal del establecimiento comprende sus necesidades específicas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NADA SATISFACTORIO	1	,3	,3	,3
NI SATISFACTORIO NI INSATISFACTORIO	24	6,5	6,5	6,7
Válidos SATISFACTORIO	99	26,6	26,6	33,3
MUY SATISFACTORIO	248	66,7	66,7	100,0
Total	372	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas realizadas a comensales.
Elaborado por: Doménica Tenempaguay

Anexo 10: Encuestas realizadas a comensales

