



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

**TEMA DE ENSAYO:**

**LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE RESTAURACIÓN ALIMENTICIA  
EN LA COMUNA OLÓN, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2023.**

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

**AUTORA:**

**DEXI PAOLA SUÁREZ REYES**

**PROFESORA GUÍA:**

**LIC. NARCISA BRUSELA VÁSQUEZ FARFÁN, MSc.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2025**

## **APROBACIÓN DE LA PROFESORA TUTORA**

En mi calidad de profesor tutor del ensayo titulado, "**La Calidad de los Servicios de Restauración Alimenticia en la Comuna Olón, Provincia de Santa Elena, Año 2023.**" elaborado por la Srta. DEXI PAOLA SUAREZ REYES, de la Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciada en Gestión y Desarrollo Turístico me permito declarar que luego de haber dirigido científica 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**

A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and flourishes, positioned above a horizontal dotted line.

**Lic. Narcisa Brusela Vásquez Farfán, MSc.**

**Profesora tutora**

## **AUTORÍA DEL TRABAJO**

El presente Trabajo de Titulación denominado “**La Calidad de los Servicios de Restauración Alimenticia en la Comuna Olón, Provincia de Santa Elena, Año 2023**”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Gestión y Desarrollo Turístico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, Dexi Paola Suárez Reyes con cédula de identidad número 240030174-9 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.



.....  
**Dexi Paola Suarez Reyes**

**C.C. No.: 240030174-9**

## **AGRADECIMIENTO**

El más grande agradecimiento a la Universidad Estatal Península de Santa Elena por brindar todas las enseñanzas adquiridas y a la vez ayudarme a culminar mi trabajo de investigación. A los maestros que sin duda fueron las personas que orientaron y ensañaron todos sus conocimientos para así después aplicarlo a nuestra vida profesional, quien nos empujaron y apoyaron para que podamos culminar nuestros estudios haciéndonos amar nuestra carrera.

A sí mismo un agradecimiento a la Tutora Guía, quien tuvo la paciencia durante el trayecto de realización del ensayo.

Agradezco también a mis padres mis pilares fundamentales en mi vida, por ellos tuve las fuerzas de seguir adelante y no rendirme en el camino, quienes estuvieron conmigo apoyándome en todo momento.

**DEXI PAOLA SUAREZ REYES**

## **DEDICATORIA**

Dedico mi trabajo en primer lugar y como mi centro de vida a Dios, quien me permite tener vida y salud, paciencia, fuerza y perseverancia para culminar mi trabajo, quien me da las fuerzas para seguir adelante en cada paso que doy.

A mis padres que fueron los primeros en motivarme y direccionarme para que pueda trabajar duro y no redimirme en mi proceso de estudio, este logro es por ellos y para ellos.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena, por todas las enseñanzas que he adquirido en el transcurso de mi carrera universitaria que sin duda serán de muy provechoso aplicarlo en mi vida profesional.

**DEXI PAOLA SUAREZ REYES**

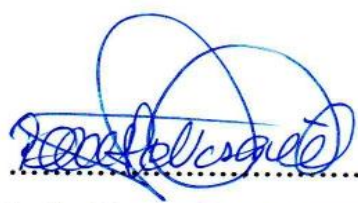
**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**



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



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



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



.....  
Ing. José A. Valencia Medranda, MSc  
**PROFESOR ESPECIALISTA**



.....  
Lcda. Julissa González González  
**ASISTENTE ADMINISTRATIVA**

## ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DE LA PROFESORA TUTORA.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
AUTORÍA DEL TRABAJO .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
AGRADECIMIENTO .....	III
DEDICATORIA .....	IV
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
ÍNDICE GENERAL.....	VI-VII
ÍNDICE DE CUADROS.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS .....	IX
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	X
RESUMEN.....	XI
ABSTRACT.....	XII
INTRODUCCIÓN .....	1
DESARROLLO .....	2-35
Definición de Servicio.....	5
Tipos de servicios .....	5
Productos: .....	5
Servicios: .....	5
Características en los servicios:.....	6
Intangibilidad .....	6
Heterogeneidad .....	6
Inseparabilidad.....	6
Factores a considerar en la atención al cliente .....	6
Calidad de servicios.....	7
Importancia y ventajas del modelo SERVPERF en los servicios de restauración...8	
Dimensiones de la calidad de los servicios de restauración bajo el modelo SERVPERF: .....	9

Elementos tangibles .....	9
Confiabilidad .....	9
Capacidad de respuesta: .....	9
Seguridad: .....	10
Empatía: .....	10
• Indicadores: Accesibilidad, servicios accesibles al alcance del turista.....	10
• Tangibilidad: .....	10
• Confiabilidad:.....	11
• Capacidad de respuesta: .....	11
• Seguridad: .....	11
Estructura del instrumento de evaluación bajo el Modelo Servperf.....	11
Instrumento de evaluación adaptado. ....	12
CONCLUSIONES .....	35
BIBLIOGRAFÍA .....	36-41

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Estructura e ítems de evaluación bajo (Modelo Servperf) .....	12
Cuadro 2: Instrumento de evaluación adaptado .....	13

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Género.....	14
Tabla 2: Edad .....	15
Tabla 3: Lugar de residencia .....	16
Tabla 4: ¿Las instalaciones físicas de los restaurantes de la comuna Olón son cómodas y visualmente atractivas? .....	16
Tabla 5: ¿Los restaurantes disponen de servicios actualizados y última tecnología para brindarle un buen servicio? .....	17
Tabla 6: ¿El personal de trabajo dispone de una buena presentación (vestimenta e higiene)?.....	18
Tabla 7: ¿La limpieza de los establecimientos son agradables y limpias? .....	19
Tabla 8: ¿Los restaurantes han logrado cumplir con los servicios en el tiempo estimado?.....	20
Tabla 9: El restaurante entrega el servicio correcto de acuerdo a lo ordenado.....	21
Tabla 10: Cuando usted tiene problemas con los servicios ¿el restaurante muestra interés en solucionar los problemas?.....	22
Tabla 11: ¿El establecimiento insiste en mantener exentos de errores? .....	23
Tabla 12: ¿Si necesitó resolver alguna duda ¿se le atendió en un tiempo razonable o adecuado?.....	24
Tabla 13: ¿El tiempo que esperó para obtener el servicio por parte del empleado fue satisfactorio? .....	25
Tabla 14: ¿Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas? .....	26
Tabla 15: ¿El personal del restaurante es siempre amable con los clientes? .....	27
Tabla 16: ¿El lenguaje de la persona que lo atendió fue clara? .....	28
Tabla 17: ¿Se siente confiado y seguro con el servicio que presta el establecimiento? .....	29
Tabla 18: ¿El trato de personal fue amable y cortés?.....	30
Tabla 19: ¿Los empleados del establecimiento les brinda una atención personalizada? .....	31
Tabla 20: ¿Los empleados del restaurante comprenden sus necesidades? .....	32

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Género.....	14
Gráfico 2: Edad .....	15
Gráfico 3: Residencia.....	16
Gráfico 4: ¿Las instalaciones físicas de los restaurantes de la comuna Olón son cómodas y visualmente atractivas? .....	17
Gráfico 5: ¿Los restaurantes disponen de servicios actualizados y última tecnología para brindarle un buen servicio? .....	18
Gráfico 6: ¿El personal de trabajo dispone de una buena presentación (vestimenta e higiene)?.....	19
Gráfico 7: ¿La limpieza de los establecimientos son agradables y limpias? .....	20
Gráfico 8: ¿Los restaurantes han logrado cumplir con los servicios en el tiempo estimado?.....	21
Gráfico 9: El restaurante entrega el servicio correcto de acuerdo a lo ordenado.....	22
Gráfico 10: Cuando usted tiene problemas con los servicios ¿el restaurante muestra interés en solucionar los problemas?.....	23
Gráfico 11: ¿El establecimiento insiste en mantener exentos de errores? .....	24
Gráfico 12: Si necesitó resolver alguna duda ¿se le atendió en un tiempo razonable o adecuado?.....	25
Gráfico 13: ¿El tiempo que esperó para obtener el servicio por parte del empleado fue satisfactorio? .....	26
Gráfico 14: ¿Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas? .....	27
Gráfico 15: ¿El personal del restaurante es siempre amable con los clientes? .....	28
Gráfico 16: ¿El lenguaje de la persona que lo atendió fue clara? .....	29
Gráfico 17: ¿Se siente confiado y seguro con el servicio que presta el establecimiento? .....	30
Gráfico 18: ¿El trato de personal fue amable y cortes? .....	31
Gráfico 19: ¿Los empleados del establecimiento les brinda una atención personalizada?.....	32
Gráfico 20: ¿Los empleados del restaurante comprenden sus necesidades? .....	33



**LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE RESTAURACIÓN ALIMENTICIA  
EN LA COMUNA OLÓN, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2023.”**

**AUTORA:**

Dexi Paola Suarez Reyes

**TUTORA:**

Lic. Narcisa Brusela Vásquez Farfán; MSc.

**RESUMEN**

La presente investigación hace referencia al nivel de calidad de servicios de los establecimientos de restauración. Por ende, tiene como objetivo analizar la calidad de servicios que brindan los establecimientos de restauración alimenticia de la comuna Olón a través del modelo SERVPERF el mismo que analiza las siguientes dimensiones como: tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad que nos permitirá conocer el nivel de percepción de los turistas acerca de la calidad de los servicios ofertados. En cuanto a la metodología aplicada es de tipo bibliográfica ya que se utilizaron tesis, artículos, libros y otras fuentes de información secundaria para dar sustento a la investigación. Como resultados se evidencia que la comuna Olón cuenta con variedad de establecimientos restauranteros sin embargo mucho de ellos carecen de mantenimientos en sus instalaciones, personal calificado en atención al cliente de calidad. Por lo que se debe establecer estrategias que permitan aumentar la demanda turística de la localidad y mejorar la calidad de los servicios.

**Palabras claves:** Calidad de servicio, servicios de restauración, satisfacción, turista, modelo SERVPERF



**THE QUALITY OF FOOD CATERING SERVICES IN THE OLÓN  
COMMUNE, PROVINCE OF SANTA ELENA, YEAR 2023."**

**AUTHOR:**

Dexi Paola Suarez Reyes

**ADVISOR:**

Lic. Narcisa Brusela Vásquez Farfán; MSc.

**ABSTRACT**

This research refers to the level of service quality in catering establishments. Therefore, its objective is to analyze the quality of services offered by the catering establishments of the Olón community through the SERVPERF model, which analyzes the following dimensions: tangibility, reliability, responsiveness, empathy and security, which will allow us to know the level of perception of tourists about the quality of the services offered. As for the methodology applied, it is of bibliographic type since theses, articles, books and other sources of secondary information were used to support the research. The results show that the Olón community has a variety of restaurant establishments, however, many of them lack maintenance in their facilities and qualified personnel for quality customer service. Therefore, strategies should be established to increase tourism demand in the locality and improve the quality of services.

**Key words:** Quality of service, restaurant services, satisfaction, tourist, SERVPERF model.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad la calidad de los servicios de restauración se ha convertido en un elemento fundamental para las empresas turísticas ya que es el motor principal para la captación de clientes, y de tal forma mantener sus ingresos económicos rentable, es motivo por el cual las organizaciones deben optar por nuevos mecanismos o indicadores de valoración basados en características, expectativas y percepciones ya que cada vez las necesidades de los clientes son más demandantes en la calidad de los productos y servicios ofertados. (Monrroy,A y Urcádiz,F., 2019).

En el caso de la comuna Olón el mismo que es considerado un destino ideal para el descanso y relajación, por su hermosa playa, variedad de hospederías, así mismo posee numerosos atractivos naturales y culturales y diversidad actividades turísticas como: parapente, buceo, ciclismo, entre otros, donde su exquisita gastronomía ofrece calidad y diversidad en su platos con precios accesibles, y sobre todo brinda instalaciones a base de materiales rústicos, el cual permite ser considerado como destino de interés para turistas nacionales y extranjeros con la finalidad de descubrir ese encanto único y especial (Fernandez, M y Zhunio, A., 2021).

Por lo consiguiente, la presente investigación tiene como objetivo general analizar la calidad de servicios que brindan los establecimientos de restauración alimenticia de la comuna Olón a través del modelo SERVPERF, y como objetivos específicos: Identificar las dimensiones que utiliza el modelo SERVPERF para medir el nivel de calidad de los servicios de restauración; Analizar las percepciones de los turistas, sobre la calidad de los servicios que brindan los restaurantes de la comuna; Evaluar los servicios de restauración que ofrece la comuna Olón.

De igual forma busca responder a la siguiente interrogante ¿Cómo incide la calidad de los servicios de restauración en el desarrollo turístico de la comuna Olón?

Por ende, es importante recalcar que la gastronomía dentro del destino se considera una de las fuentes de ingresos económicos y generador de empleo del sector. A continuación, se presenta la estructura del ensayo: Introducción basado en previos datos acerca de la comuna, luego con el desarrollo se evidencian las revisiones bibliográficas de varios autores direccionados con el tema de investigación y por último se presentan las conclusiones y referencias de este estudio.

## DESARROLLO

El desarrollo turístico se refiere al crecimiento y mejora de la industria turística en una determinada región o destino. Esto implica la planificación y ejecución de estrategias para atraer a más clientes, mejorar la infraestructura, servicios, y aumentar la calidad de la experiencia del visitante. Así la relación entre el desarrollo turístico y la restauración es muy estrecha, ya que la oferta gastronómica es uno de los principales atractivos para los turistas (Gambarota & Lorda, 2017). Los restaurantes son lugares donde los turistas pueden experimentar la cultura y la gastronomía local, y, por lo tanto, son parte fundamental de la experiencia turística.

Por ende, durante los últimos años el servicio al cliente dentro del sector turístico se ha convertido en una de las categorías de vital importancia en la prestación de bienes y servicios de las diferentes organizaciones. Debido a que una correcta atención y prestación de bienes y servicios de calidad permite contribuir al desarrollo económico de las empresas y a su vez a la satisfacción de las necesidades de un determinado grupo de personas.

La calidad en el servicio de restauración se ha convertido en una de las piezas más fundamentales para garantizar el éxito de los negocios y la satisfacción del cliente, la mayoría de las personas siempre buscan una experiencia que conlleve cumplir con sus expectativas y percepción de un servicio o producto, la higiene, la presentación de los platos y el servicio en general. La calidad no solo se traduce en la oferta de deliciosos alimentos y bebidas, sino también en una experiencia memorable para los visitantes (Orellano,C et al., 2015).

Según (Borbor,B., 2019) manifiesta que: la calidad del servicio se convierte en una herramienta fundamental para los restaurantes, ya que marca el éxito de esta, el cual no solo está enfocado en las perspectivas del cliente, sino que también busca verificar y aprobar cada uno de los procesos que llevan a la creación de un producto o servicio, esto adicional debe ser seguido de una encuesta de satisfacción realizada a los clientes con el fin de conocer la calidad del servicio percibido y cumplimiento de expectativas.

De igual forma, la gestión de la calidad según Cadena et al. (2016) citado por Loor, J et al. (2022) deduce que, debe ser considerada como estrategia y una necesidad

dentro de las empresas a nivel mundial. Para que las empresas opten por impulsar nuevos mecanismos para la mejora de los servicios prestados a los clientes mediante transferencia de conocimientos, experiencia de procesos de calidad y las prácticas para implantarlos.

Por otro lado, el autor, Mateos, P (2019) manifiesta que la calidad en los servicios de restauración está centrada en varios factores incluidos los procedimientos de gestión de calidad, capacitaciones de personal y sistemas de control de calidad con la finalidad servicios seguros confiables de calidad de tal manera que el cliente sienta una atención personalizada.

Por lo que, Hernández, B y Martínez (2018), como se citó en (Ramos, E et al., 2020) destacan que se requiere de una mejor metodología para los procesos del servicio como mantener una escucha activa con el cliente o evaluar sus percepciones mediante encuestas. Debido a que la naturaleza del servicio es multidimensional contiene elementos tangibles y propias que debe ser diagnosticados correctamente, por ello se ponen en la práctica los modelos de medición.

Por lo consiguiente, La importancia de la calidad se vuelve un elemento clave diferenciador para los clientes, obligando así a que los encargados mantengan altos estándares de calidad al momento de ofrecer sus servicios, el cual crea una ventaja competitiva difícil de replicar por sus competidores, ya que aparte de brindar a sus clientes un valor excepcional también optimizan sus procesos para aumentar la productividad y reducir tiempo. (Guallpa,W, 2020)

En consecuencia, las empresas turísticas de la provincia de Santa Elena tienen que asegurarse de que sus productos y servicios ofertados sean de calidad y variedad para que los turistas puedan disfrutar de una experiencia inolvidable y satisfactoria y a su vez el personal de trabajo debe estar preparados para atender a un gran número de turistas, ofreciendo un servicio rápido y eficiente.

Pues bien, en las teorías antes mencionadas se sustenta que las organizaciones deben priorizar la calidad de servicios en el área de restauración, pues los restaurantes son lugares donde existe mucho más contacto directo entre la organización con el consumidor. Debido a que, los clientes que acuden a estos establecimientos esperan percibir atención de calidad, instalaciones cómodas, precios justos en los productos y calidez en el servicio, en el cual esperan que sobrepasen sus altas expectativas.

En este contexto, la comuna Olón está ubicada en la franja costera, dentro de la ruta de Spondylus situada al noroeste del cantón Santa Elena, a 65 km de la cabecera cantonal y es perteneciente a la parroquia Manglaralto. Es un destino turístico que está en constante crecimiento en relación al turismo, para (García Sánchez & González Serrano, 2018) identifica que este sitio tiene como atracción principal “la playa” en conjunto con sus actividades turísticas.

Aparte de este hermoso recurso natural y sus atardeceres, Olón es atractiva por su amplia oferta gastronómica, ya que cuenta con un sin número de restaurantes en cual ofrecen una variedad de platos típicos, por lo que una buena comida debe ir de la mano con un buen servicio. Por lo tanto, esta comuna se ha destacado turísticamente por la afluencia de turistas nacionales y extranjeros que visitan los diversos atractivos turísticos y su degustación de la exquisita comida tradicional en los diversos sitios de restauración sin embargo, se ha logrado evidenciar deficiencia en su desarrollo local por carencia de estrategias que permitan mejorar sus servicios restauranteros, el cual impide asegurar una experiencia satisfactoria en los consumidores que visitan esta localidad.

En consecuencia, es necesario e importante analizar la calidad de los servicios de restauración en cual los productos puedan cumplir y superar las expectativas de los clientes aumentando así la satisfacción y la fidelidad del cliente sobre todo las organizaciones buscan garantizar que aquello ofrecido cumpla con los estándares más altos posibles y genere un impacto positivo dentro de la productividad, eficiencia, logro de objetivo y el desarrollo local dentro del mercado turístico.

En el caso de los clientes cabe hacer énfasis que ellos no solo se enfocan en el servicio o producto percibido, sino también en los elementos complementarios que mejoran su experiencia, es decir, que pueden estar basados desde la infraestructura, el personal, el ambiente y la seguridad que se proporciona, es fundamental considerar una retroalimentación con el fin de realizar mejoras continuas y satisfacer las necesidades de tus clientes de manera más efectiva.

A sí mismo, los restaurantes que buscan ofrecer una experiencia culinaria excepcional, aplican la calidad desde la selección misma de sus ingredientes, esto se evidencia al momento de elegir ingredientes. Por ende, existen restaurantes que aplican la calidad a través de la innovación constante en su menú, de forma que

introducir nuevas opciones, mostrar platillos en temporada o adaptarse a las tendencias culinarias emergentes demuestra el compromiso de brindar a los comensales una experiencia actualizada y diversificada, demostrando la atención a la calidad en términos de sabores y sobre todo en la capacidad de estar atento a las preferencias cambiantes de los clientes. (Rodríguez, E et al., 2019).

Por lo que, para analizar la calidad de los servicios en el área de restauración se debe entender los conceptos de que es servicio, y calidad de servicio ya que es fundamental para comprender el objeto y las dimensiones del modelo de medición a aplicarse.

### **Definición de Servicio.**

Según el autor, Duque, E citado de (Kotler, 1997, p. 656). Un servicio consiste en la prestación intangible de cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a la otra; se basa en mecanismos actuales que atraen la atención al cliente.

De igual forma, Lamb, Hair y McDaniel, "un servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente.

Servicio entonces es entendido como actividad intangible los mismos que son el resultado de los esfuerzos humanos, a su vez implican la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, pero si su producción está vinculada a un producto físico.

### **Tipos de servicios**

**Productos:** hace referencia a los bienes tangibles del negocio comercial y el cliente tiende a relacionar variables como precio y acceso al producto en conjunto con el valor agregado que percibe al consumirlos. Por lo que la satisfacción del cliente va a depender de la calidad del producto y no del trato que recibe por parte de los empleados.

**Servicios:** en cambio consiste en la prestación que espera recibir el cliente con respecto al servicio y la experiencia que vive en el momento que hace uso del servicio. Independiente del tipo de servicios siempre existe la relación directa de lo que espera y recibe el cliente. (Suquilanda, C., 2019)

Al agregar el concepto propio de servicio, se puede plantear una definición para servicio al cliente.

Con respecto al concepto de servicio al cliente, el autor Garcia, A., (2016) citado de Serna (1999) lo define como el conjunto de técnicas que están establecidas y perfiladas en las empresas, basados en requerimientos y expectativas de los usuarios, con el fin de brindarles un servicio superior, en comparación con la competencia.

El servicio al cliente implica actividades orientadas a una tarea, que no sea la venta proactiva, que incluyen interacciones con los clientes en persona, por medio de telecomunicaciones o por correo. Esta función se debe diseñar, desempeñar y comunicar teniendo en mente dos objetivos: la satisfacción del cliente y la eficiencia operacional” (Lovelock, 1990, p. 491).

Bajo el concepto de estos autores se deduce que el servicio de atención al cliente en los restaurantes se ha convertido en un factor diferenciador frente a la competencia, y a su vez un instrumento de fidelización y captación de clientes, para lograr lo antes mencionado se debe tener en cuenta los siguientes factores y las características de los servicios para lograr el incremento de sus ingresos económicos y su desarrollo local dentro del mercado turístico. (Cabrera, S., 2014).

### **Características en los servicios:**

Las principales características que destaca el autor

**Intangibilidad.** – hace referencia a los servicios intangible. Es decir, los que no se pueden ver, degustar, tocar, escuchar u percibir por el consumidor antes de su compra, para asegurarse de su calidad. Por tanto, las empresas suelen tener a veces dificultades para comprender como perciben sus clientes la calidad de los servicios que presta.

**Heterogeneidad.** - Los servicios en general son heterogéneos, en el sentido de que el efecto de su prestación puede ser variable. Por lo tanto, es complejo brindar a cada consumidor un servicio de calidad idéntico. Porque para cada cliente su nivel de percepción y la forma en la que recibe el servicio es totalmente diferente a la de otro.

**Inseparabilidad.** – En muchos servicios, la producción y el consumo son indisolubles (Grönroos, 1978). En servicios intensivos en capital humano, a menudo

tiene lugar una interacción entre el cliente y la persona de contacto de la empresa de servicios. Esto afecta considerablemente la calidad y su evaluación. (Duque, E., 2005).

#### **Factores a considerar en la atención al cliente:**

- **Mejorar la atención y el servicio a los clientes:** consiste en mantener una correcta comunicación con el equipo de trabajo con el fin de brindar excelencia en el servicio al cliente.
- **Falencias en los servicios ofertados:** deduce que es obligación del gerente prestar atención durante el funcionamiento del negocio en el cual permitirá acciones correctivas para el futuro.
- **Tratamiento de quejas de los clientes:** se debe tener en cuenta que una queja debe ser atendida y resuelta adecuadamente de forma rápida.
- **Sugerencias:** tomar en cuenta las anomalías de los clientes para la mejora de los servicios.
- **Crear confianza en los clientes:** se basa en la capacidad de resolver las necesidades de los clientes en los servicios prestados, y permite mantener una relación comercial duradera. Es decir, si una persona confía en la marca de la empresa se sentirá seguro en comprar productos o servicios debido a que logran satisfacer sus necesidades y superar sus expectativas.
- **Capacidad de brindar servicios correctos:** la atención al cliente es la clave fundamental de la empresa, por ello brindar servicio de calidad fomenta la fidelidad del cliente, mejora el nivel de ventas y genera crecimiento económico para las organizaciones.

#### **Calidad de servicios.**

Sobre la calidad de servicio es el resultado de la diferencia que existe entre las perspectivas y el servicio percibido por el cliente.

El autor Duque, E., (2005) citado de Imai, (1998): La calidad se refiere, no solo a productos o servicios terminados, sino también a la calidad de los procesos que se relacionan con dichos productos o servicios. La calidad pasa por todas las fases de la actividad de la empresa, es decir, por todos los procesos de desarrollo, diseño, producción, venta y mantenimiento de los productos o servicios.

A diferencia del autor Bou, J., (1997) establece que: la calidad del servicio implica que dadas sus características se establezcan diferentes dimensiones de evaluación que permitan un juicio global de ella. Estas dimensiones son elementos de comparación que utilizan los sujetos para evaluar los distintos objetos.

En este contexto, uno de los principales métodos para analizar la calidad de los servicios restauranteros es evaluar la satisfacción de los clientes, y una de las herramientas para determinar la brecha de calidad del servicio consiste en realizar un estudio de las percepciones del consumidor mediante el modelo SERVPERF, que es una herramienta en el cual fue diseñado específicamente para medir y evaluar los estándares de calidad de servicio en el sector turístico con la finalidad de identificar el grado de satisfacción de los clientes. (Coronel, J et al., 2019)

SERVPERF, se considera un modelo de medición en los aspectos importante de un servicio. Es decir, es la forma de como el usuario reciben y perciben el servicio de alimentación. En el año 1992 el modelo SERVPERF nace como un modelo alternativo de SERVQUAL en donde Cronin & Taylor establecen que es más adecuado medir la calidad de los servicios mediante las percepciones de los clientes, es por ello, que Cabrera (2020) opina sobre utilizar este modelo para tener una mejor identificación de la satisfacción del cliente, mediante la aplicación de métodos evaluativos desde la percepción tanto de servicios o productos que son proporcionados a los clientes.

El término SERVPERF o también conocido como Service Performance fue desarrollado para evaluar y medir la calidad de los servicios basados en las percepciones de los clientes, ayuda a los negocios a comprender cómo los clientes experimentan el servicio y a identificar oportunidades para elevar la satisfacción de calidad. Cabe recalcar que este modelo considera que su medición debe estar basado bajo la calidad percibida y no en las expectativas para evitar la subjetividad y permita guiar a las empresas hacia una toma de decisiones informada, optimiza recursos y fomenta la diferenciación competitiva. (Grapain, N et al., 2021)

### **Importancia y ventajas del modelo SERVPERF en los servicios de restauración.**

La ejecución de esta herramienta permitirá medir el nivel de calidad de cualquier producto o servicio que brindan las empresas restauranteras, considerando

las percepciones de sus clientes, generando la eliminación de sus expectativas. Actualmente en la actualidad los consumidores pretenden percibir un servicio eficiente, comprometido y con empatía de forma sistemática. (Quispe,B.,2022)

Por ende, los autores (Ramos, E et al., 2020) deducen que esta escala brinda mayor enfoque a la valoración del desempeño para medir la calidad de un producto o servicio, es decir hace énfasis en las siguientes ventajas que proporciona aplicar este modelo, tales como:

- Se plantea un cuestionario el cual requiere poco tiempo para contestar cada ítem, cabe destacar que está basado en las características del servicio o producto que ofrece la empresa.
- Al establecer medidas de valoración se puede identificar de mejor manera la satisfacción de los clientes.
- Cada información recolectada es sometida a un análisis cuyo propósito facilita la planificación de técnicas o estrategias que brinden solución.

Para aplicar el modelo SERVPERF el cual facilita medir el nivel de calidad de acuerdo con las valoraciones proporcionadas por los clientes, Ramos et al. (2020) indica que se consideran las siguientes dimensiones en conjunto con sus indicadores:

### **Dimensiones de la calidad de los servicios de restauración bajo el modelo**

#### **SERVPERF:**

**Elementos tangibles:** se refiere a la presentación visual relacionado con las instalaciones ordenadas, equipos especializados, materiales necesarios, entre otros.

- Indicadores: Equipos, era tecnológica, personal y materiales de comunicación.

**Confiabilidad** el cual es un factor importante ya que este trata de cumplir plazos, mantener estándares de calidad y cumplir las promesas hechas a los clientes.

- Indicadores: cumplimiento de promesas, interés sincero en la resolución de problemas, eficacia en el servicio, no cometer errores, etc.

**Capacidad de respuesta:** el cual conlleva brindar información de manera rápida y efectiva a las consultas, comentarios o cambios en el mercado, demostrando su compromiso con la satisfacción del cliente, en relación con la empatía tiene que ver

con el escucha activa al momento de recibir comentarios, personalizar la comunicación y ofrecer soluciones que se alineen con las necesidades individuales de los clientes.

- **Indicadores:** Servicios rápidos, ayuda en los servicios por parte de los empleados y comunicación.

**Seguridad:** consiste en que los empleados deben estar capacitados e inspiren credibilidad y confianza ya que son pilares fundamentales de toda empresa dedicada a la prestación de servicios.

- **Indicadores:** profesionalismo o competencia técnica, cortesía y credibilidad.

**Empatía:** está basado en la atención individualizada de empresas a consumidores, con el propósito de conocer que necesidades y expectativas del cliente se debe satisfacer.

- **Indicadores:** Accesibilidad, servicios accesibles al alcance del turista.

Cabe destacar, que la composición de las dimensiones del modelo SERVPERF, se da mediante la integración de ciertos elementos que ayudan a obtener un correcto análisis, por lo general estas dimensiones como sus elementos son de vital importancia para que el investigador pueda obtener resultados apropiados con respecto al estudio que se desarrolle.

En consecuencia, la aplicación del modelo SERVPERF, es el que brinda un mejor manejo a la hora de realizar los ítems ya que se enfoca en la percepción de los clientes. Por esto es necesario evidenciar cuales de las dimensiones antes mencionadas son las más factibles de ejecutar dentro del área de restauración de la comuna Olón, para que así los restaurantes mejoren la calidad de sus servicios ofertados y potencializarse dentro del sector turístico. A continuación, se presentan las dimensiones más acordes: (Velasquez,U 2019).

- **Tangibilidad:** Este aspecto se refiere a la apariencia física de los elementos tangibles del servicio, tales como las instalaciones, equipos, personal y materiales utilizados. Por ejemplo, en el caso de un restaurante, la tangibilidad podría ser evaluada por la limpieza, comodidad, apariencia de las

instalaciones, la presentación de los platos y la vestimenta del personal (Guzman, 2022).

- **Confiabilidad:** Se relaciona con capacidad de ofrecer el servicio prometido de manera consistente y precisa. Esto implica que el restaurante debe cumplir con las expectativas del cliente en términos de calidad de los alimentos, precisión en los pedidos, cumplimiento de horarios y disponibilidad de productos, incluso tiene que ver con la capacidad de resolver problemas y manejar situaciones imprevistas de manera efectiva.
- **Capacidad de respuesta:** Es la disposición y prontitud del personal del restaurante para ayudar y atender las necesidades de los clientes, esto implica a su vez que el personal sea amable, atento y está dispuesto a resolver cualquier problema o duda que pueda surgir durante la experiencia del cliente. Por otro lado, ciertos restaurantes se caracterizan por brindar un servicio rápido, eficiente, minimizando los tiempos de espera y maximizando la satisfacción del cliente.
- **Seguridad:** En el caso de un restaurante esto se evidencia cuando proporciona una seguridad alimentaria, asegurando que los alimentos sean manipulados y preparados de manera higiénica y segura, adicional a esto también proporciona un ambiente seguro, libre de riesgos para los clientes y sobre todo crea medidas para prevención de accidentes. (Bardales, J 2021).

### **Estructura del instrumento de evaluación bajo el Modelo Servperf.**

El instrumento se compone por 22 preguntas que miden las expectativas del cliente y 22 frases similares que miden las percepciones del cliente en cinco dimensiones. La calidad del servicio se establece mediante la diferencia de las puntuaciones que el cliente asignó a las expectativas y las percepciones.

Las expectativas se definen como los deseos de los consumidores o lo que ellos esperan de lo que sería un servicio ideal.

A continuación, se presenta la estructura y los ítems de evaluación bajo (Modelo Servperf) la misma que demuestra que su aplicación tiene altos niveles de validez y confiabilidad. Por ende, puede ser utilizado en los establecimientos

restauranteros de la comuna OLÓN, y a su vez poder conocer las diversas percepciones de los clientes referente a la calidad de servicios y los productos ofertados.

**Cuadro 1:** Estructura e ítems de evaluación bajo (Modelo Servperf)

<b>Dimensión</b>	<b>Ítems de evaluación por la dimensión</b>
<b>Elementos tangibles</b>	Instalaciones físicas. Equipos y Herramientas Personal de trabajo Limpieza y modernización
<b>Confiabilidad</b>	Servicio prometido de forma seria. Seguridad en los servicios Solución de reclamos e interés en resolverlos Errores mínimos en los registros y anotación de pedidos.
<b>Capacidad de respuesta</b>	Disposición de ayuda por parte de los empleados. Los empleados ofrecen servicios con rapidez Respuesta de los empleados hacia las preguntas de los consumidores.
<b>Seguridad</b>	Cortesía del personal de trabajo trasmite confianza. Conocimiento del servicio. Capacidad para inspirar confianza en los usuarios.
<b>Empatía</b>	Atención individualizada del cliente Preocupaciones por los intereses del consumidor Comprensión por las necesidades del cliente

*Elaborado por: Suarez, D.,(2024).*

*Fuente: elaboración propia en base al Modelo de Parasuraman et al. (1991)*

### **Instrumento de evaluación adaptado.**

A si mismo, se describe la adaptación de las preguntas del instrumento SERVPERF que pueden aplicarse en los restaurantes de la comuna Olón para constatar la satisfacción de los turistas al momento de adquirir un producto o servicio.

**Cuadro 2: Instrumento de evaluación adaptado**

<b>Dimensión</b>	<b>ítems</b>	<b>Interrogante</b>
Elementos Tangibles	1	¿las instalaciones físicas de los restaurantes de la comuna Olón son cómodas y visualmente atractivas?
	2	¿Los restaurantes disponen de servicios actualizados y última tecnología para brindarle un buen servicio??
	3	El personal de trabajo dispone de una buena presentación (vestido y aseado).?
	4	¿La limpieza de los establecimientos son agradables y limpias?
Confiabilidad	5	los restaurantes han logrado cumplir con los servicios en el tiempo estimado?
	6	El restaurante entrega el servicio correcto de acuerdo a lo ordenado.?
	7	¿Cuándo usted tiene problema en los servicios el restaurante muestra intereses en solucionar los problemas?
	8	¿El establecimiento insiste en mantener exentos de errores?
Capacidad de respuesta	9	¿Si necesitó resolver alguna duda, se le atendió en un tiempo razonable o adecuado?
	10	¿El tiempo que esperó para obtener el servicio por parte del empleado fue satisfactorio?
	11	¿Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas?
Seguridad	12	¿El personal del restaurante es siempre amable con los clientes?
	13	¿El lenguaje de la persona que le atendió fue clara?
	14	¿Se siente confiado y seguro con el servicio que presta el establecimiento?
Empatía	15	¿El trato de personal fue amable y cortés?
	16	¿Los empleados del establecimiento les brinda una atención personalizada?
	17	¿Los empleados del restaurante comprenden sus necesidades?

*Elaborado por: Suarez, D.,(2024).*

Para lograr cumplir con el objetivo propuesto se utilizó el instrumento de la encuesta mediante el modelo Servperf para medir el nivel de calidad de los servicios de restauración de la comuna Olón, con un muestreo por conveniencia que se desarrolló mediante la investigación recolectada, para esta modalidad se encuesta a los turistas que visitaron la comuna Olón en los establecimiento en días normales con un promedio de cincuenta personas, mediante un cuestionario donde se detalló

preguntas que ayudaron a obtener la información deseada para mejor interpretación permitiendo obtener resultados certeros de la información y dar soluciones de los problemas.

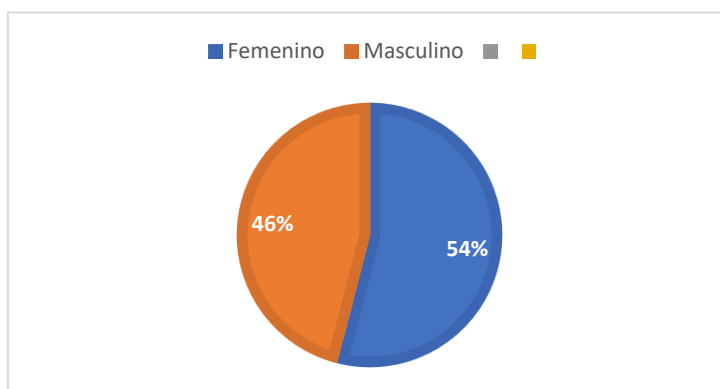
### 1. Datos de Clasificación: Género

**Tabla 1: Género**

#### Genero

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Femenino	27	54%
Masculino	23	46%
Total general	50	100%

**Gráfico 1: Género**



**Fuente:** Comuna Olón (2023).

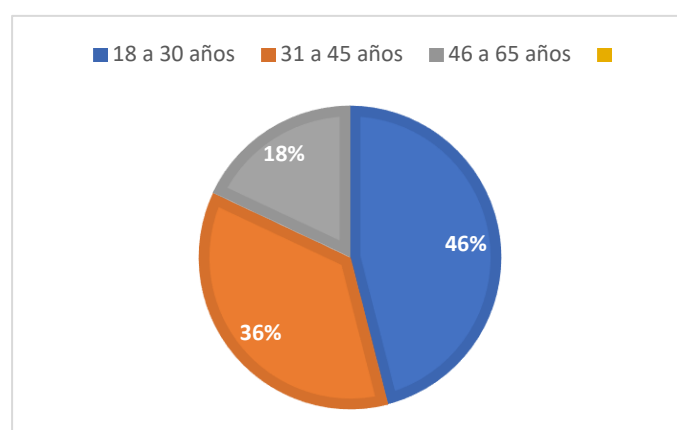
**Elaborado por:** Suarez, D.,(2024).

Mediante los datos obtenidos en las encuestas, a los turistas que visitaron la playa de la comuna Olón, se evidencia que la mayoría de los turistas son del género femenino, quienes frecuentan y visitan el destino Olón para pasar un día agradable dentro del atractivo de sol y playa consumiendo los servicios de restauración y los demás servicios que cuenta la comuna.

## 2. Datos de Clasificación: Rango de Edad

**Tabla 2: Edad**

Edad		
Alternativas	Cantidad	Porcentaje
18 a 30 años	23	46%
31 a 45 años	18	36%
46 a 65 años	9	18%
Total general	50	100%



**Gráfico 2: Edad**

*Fuente:* Comuna Olón (2023).  
*Elaborado por:* Suarez, D.,(2024).

Los turistas que visitaron ese día las playas de la comuna olon tienen entre la edad 18 a 30 años de edad un nicho de mercado joven y adultos medios que les gusta el atractivo y a la vez disfrutar de los servicios del sol y playa y su gastronomía en los establecimientos de restauración representan la mayoría, al igual que los adultos de 31 a 45 años de edad, y con un nicho de adulto de 46 a 65 años que disfrutaron del atractivo junto a su familia.

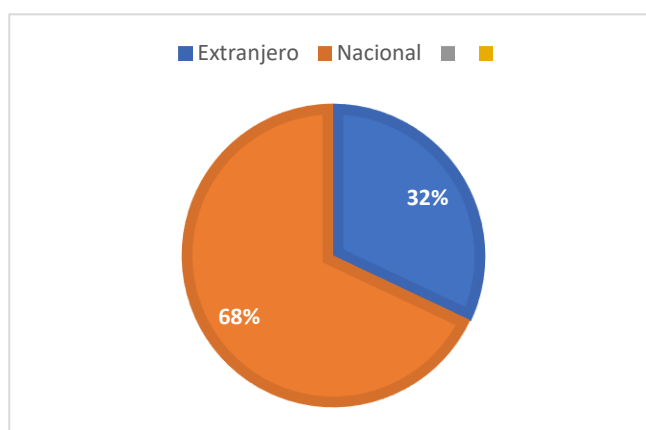
## 3. Datos de Clasificación: Lugar de Residencia

**Tabla 3:** *Lugar de residencia*

**Lugar de residencia**

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Extranjero	16	68%
Nacional	34	32%
Total general	50	100%

**Gráfico 3:** *Residencia*



**Fuente:** Comuna Olón (2023).  
**Elaborado por:** Suarez, D.,(2024).

Los resultados obtenidos demuestran que los turistas nacionales son quienes visitan mas el atractivos de Olon, mientras que las personas extranjeras que visitan los establecimientos representa un tercio de la poblacion encuestada, llamando la atencion el sitio por su gran vista y servicios.

**4. Datos de Clasificacion: Instalaciones fisicas**

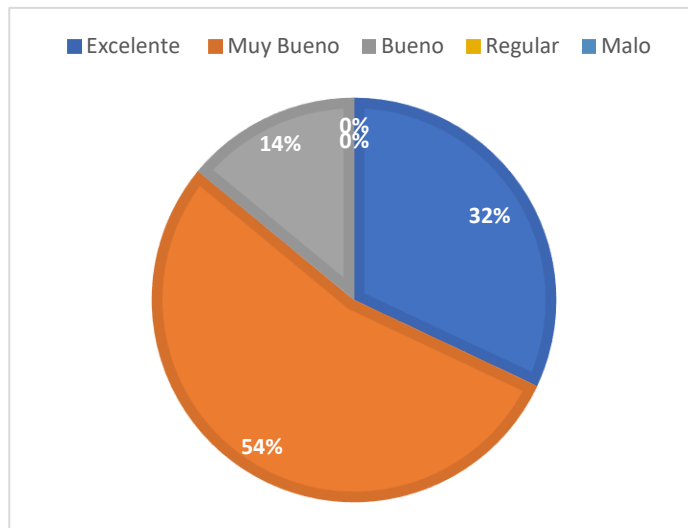
**Tabla 4:** *¿Las instalaciones físicas de los restaurantes de la comuna Olón son cómodas y visualmente atractivas?*

**Instalaciones fisicas**

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Excelente	16	32%

<b>Muy bueno</b>	<b>27</b>	<b>54%</b>
<b>Bueno</b>	<b>7</b>	<b>14%</b>
<b>Regular</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Malo</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Total general</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 4:** ¿Las instalaciones físicas de los restaurantes de la comuna Olón son cómodas y visualmente atractivas?



*Fuente:* Comuna Olón (2023).  
*Elaborado por:* Suarez, D.,(2024).

Entre las dimensiones del modelo servperf, los visitantes destacaron el elemento tangible sobre las instalaciones físicas de los restaurantes de la comuna Olón debido a su vista atractiva, el 86% consideran que las instalaciones están entre muy buena y excelente y una pequeña porción de los encuestados consideran que es bueno.

### 5. Datos de Clasificación: Servicios

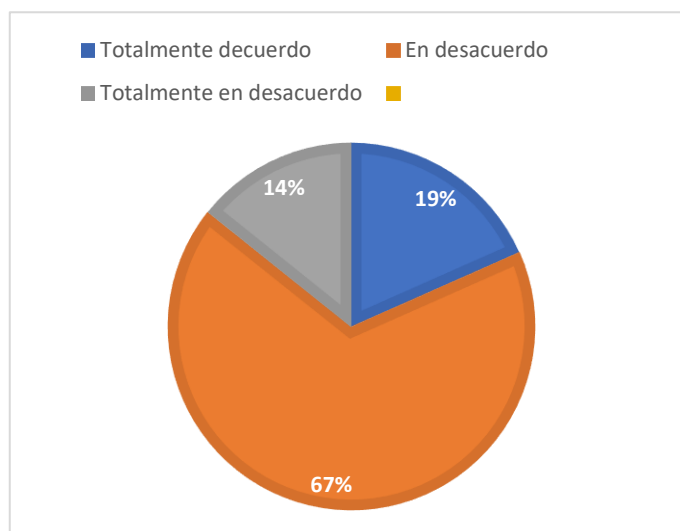
**Tabla 5:** ¿Los restaurantes disponen de servicios actualizados y última tecnología para brindarle un buen servicio?

#### SERVICIOS Y TECNOLOGIA

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	<b>9</b>	<b>19%</b>

En desacuerdo		<b>33</b>	<b>67%</b>
Totalmente en desacuerdo		<b>7</b>	<b>14%</b>
Total general		<b>50</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 5:** ¿Los restaurantes disponen de servicios actualizados y última tecnología para brindarle un buen servicio?



**Fuente:** Comuna Olón (2023).

**Elaborado por:** Suarez, D.,(2024).

Según los resultados la mayoría de los encuestado no estan de acuerdo con los medios tecnologicos que utilizan los restaurante, porque consideran que le falta incorporar e ignovar las herraminetas TIC, y solo una quinta parte de los encuestados se manifiestan que estan de acuerdo.

## 6. Datos de Clasificacion: Imagen e Higiene

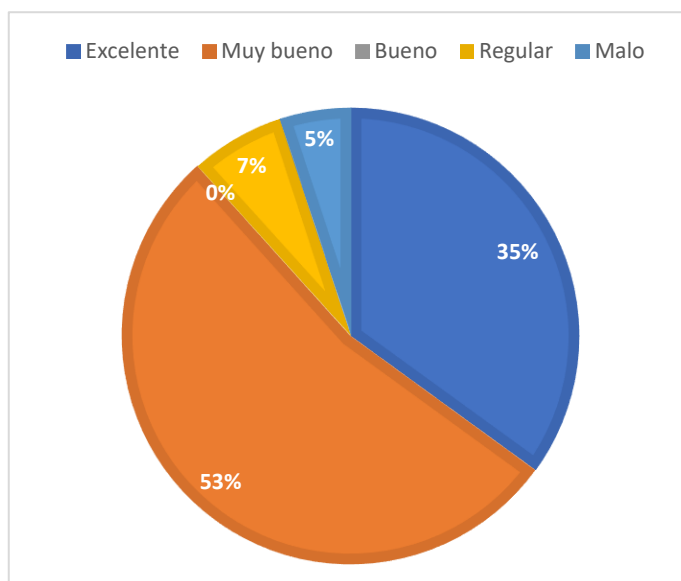
**Tabla 6:** ¿El personal de trabajo dispone de una buena presentación (vestimenta e higiene)?

### IMAGEN E HIGIENE PERSONAL

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Excelente	<b>21</b>	<b>35%</b>
Muy Bueno	<b>32</b>	<b>53%</b>

Bueno	0	0%
Regular	4	7%
Malo	3	5%
Total general	50	100%

**Gráfico 6:** ¿El personal de trabajo dispone de una buena presentación (vestimenta e higiene)?



**Fuente:** Comuna Olón (2023).  
**Elaborado por:** Suarez, D.,(2024).

La encuesta refleja que el 88% de los encuestados consideran que la vestimenta que utilizan el personal en los restaurantes están entre muy buena y excelente, apenas el 12% consideran que están en regular y malo.

## 7. Datos de Clasificación: Higiene

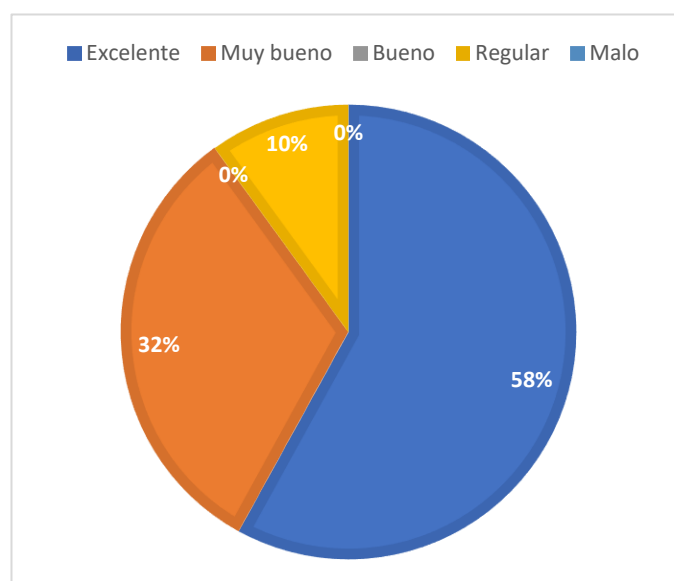
**Tabla 7:** ¿La limpieza de los establecimientos son agradables y limpias?

### HIGIENE ESTABLECIMIENTOS

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Excelente	29	58%
Muy Bueno	16	32%

Bueno	0	0%
Regular	5	10%
Malo	0	0%
Total general	50	100%

**Gráfico 7:** ¿La limpieza de los establecimientos son agradables y limpias?



*Fuente:* Comuna Olón (2023).  
*Elaborado por:* Suarez, D.,(2024).

Con respecto a esta pregunta los encuestados en general consideran que es buena la limpieza de los restaurantes, y con la mínima respuestas de los encuestados consideran que deberían mejorar y lo califican como regular.

### 8. Datos de Clasificación: Tiempo de espera

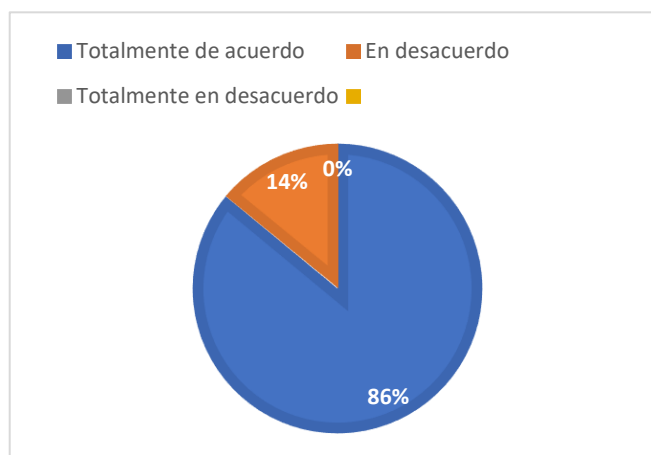
**Tabla 8:** ¿Los restaurantes han logrado cumplir con los servicios en el tiempo estimado?

#### TIEMPO DE ESPERA

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	43	86%

En desacuerdo		<b>7</b>	<b>14%</b>
Totalmente en desacuerdo		<b>0</b>	<b>0%</b>
Total general		<b>50</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 8:** ¿Los restaurantes han logrado cumplir con los servicios en el tiempo estimado?



**Fuente:** Comuna Olón (2023).  
**Elaborado por:** Suarez, D.,(2024).

El cliente considera el tiempo de espera por el servicio unos de los factores importante para calificar un servicio excelente, los resultados del estudio demuestran que en su mayoría el tiempo cumple con la espera establecida, sin embargo existen ciertos establecimientos que fallan en esto, si bien no es un punto negativo pero si a mejorar.

### 9. Datos de Clasificación: Servicio ordenado

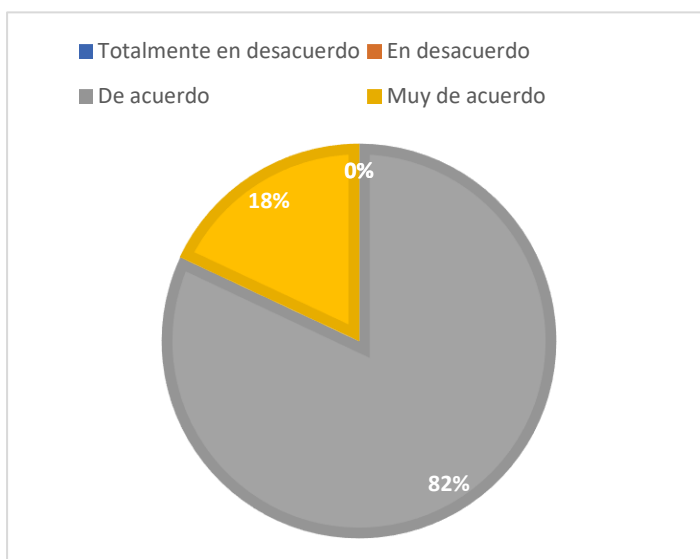
**Tabla 9:** El restaurante entrega el servicio correcto de acuerdo a lo ordenado

#### SERVICIO ORDENADO

Alternativas		Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo		<b>0</b>	<b>0%</b>

En desacuerdo	<b>0</b>	<b>0%</b>
De acuerdo	<b>41</b>	<b>82%</b>
Muy de acuerdo	<b>9</b>	<b>18%</b>
Total general	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 9:** El restaurante entrega el servicio correcto de acuerdo a lo ordenado



*Fuente:* Comuna Olón (2023).

*Elaborado por:* Suarez, D.,(2024).

En cuanto a los resultados de lo que la gente ordena los encuestados están 100% conforme, con este aspecto no ha habido ninguna novedad alguna.

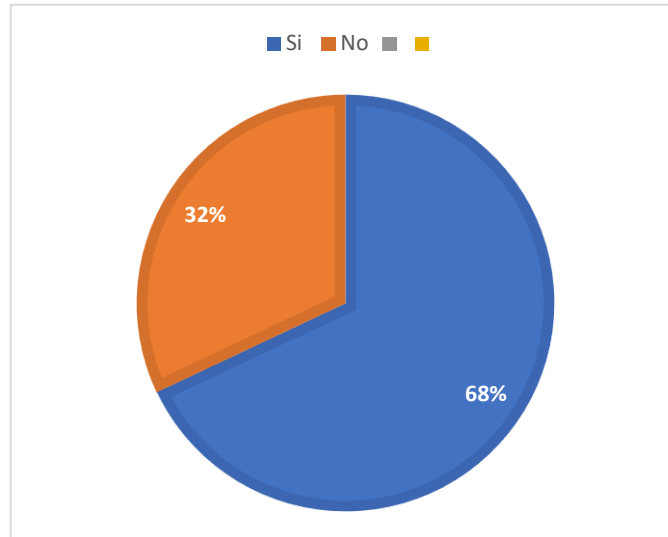
#### 10. Datos de Clasificación: Brinda soluciones

**Tabla 10:** Cuando usted tiene problemas con los servicios ¿el restaurante muestra interés en solucionar los problemas?

##### BRINDA SOLUCIONES

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Si	<b>34</b>	<b>68%</b>
No	<b>16</b>	<b>32%</b>
Total general	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 10:** *Cuando usted tiene problemas con los servicios ¿el restaurante muestra interés en solucionar los problemas?*



*Fuente:* Comuna Olón (2023).  
*Elaborado por:* Suarez, D.,(2024).

Según los resultados obtenidos la mayoría respondieron que los empleados les daban soluciones a los problemas que se les puedan presentar, evidenciando así la predisposición y la empatía que tienen los colaboradores en solucionar los problemas de los turistas.

#### 11. Datos de Clasificación: Exentos de error

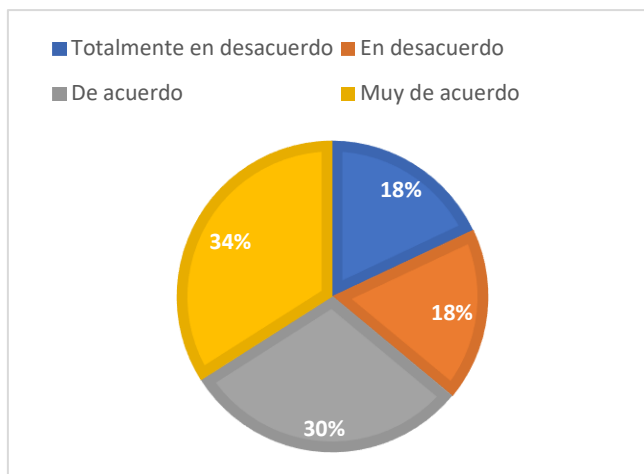
**Tabla 11:** *¿El establecimiento insiste en mantener exentos de errores?*

##### EXENTOS DE ERROR

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	9	18%
En desacuerdo	9	18%
De acuerdo	15	30%

Muy de acuerdo	17	34%
Total general	50	100%

**Gráfico 11:** ¿El establecimiento insiste en mantener exentos de errores?



*Fuente:* Comuna Olón (2023).

*Elaborado por:* Suarez, D.,(2024).

Según los resultados el 64% de los turistas encuestados están de acuerdo y muy de acuerdo que los establecimientos están exentos de errores mientras que 36% están totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, lo que significa que los restaurantes deben prestar atención y dedicación en perfeccionar sus servicios y que los turistas ven la buena atención de ellos y se vea reflejado en sus servicios.

## 12. Datos de Clasificación: Tiempo

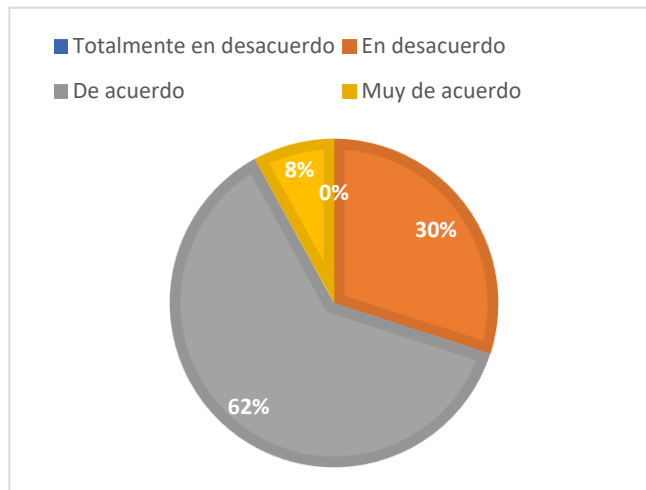
**Tabla 12:** ¿Si necesitó resolver alguna duda ¿se le atendió en un tiempo razonable o adecuado?

### TIEMPO

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	4	8%

De acuerdo	31	62%
Muy de acuerdo	15	30%
Total general	50	100%

**Gráfico 12:** Si necesitó resolver alguna duda ¿se le atendió en un tiempo razonable o adecuado?



*Fuente:* Comuna Olón (2023).  
*Elaborado por:* Suarez, D.,(2024).

En su mayoría de los encuestado con 92% estan de acuerdo y muy de acuerdo en que el tiempo que los trabajadores le dieron solucion a sus problemas fueron inmediatamente con un rago de tiempo razonable, mientras que un pequeño porcentaje estan en desacuerdo.

### 13. Datos de Clasificacion: Servicio Ordenado

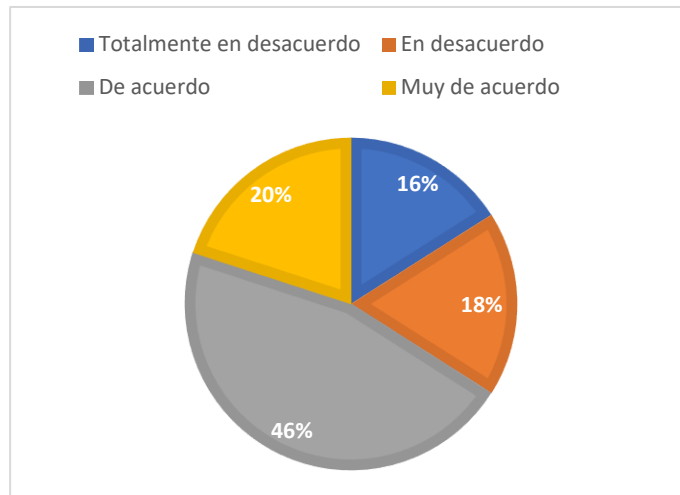
**Tabla 13:** ¿El tiempo que esperó para obtener el servicio por parte del empleado fue satisfactorio?

#### SERVICIO ORDENADO

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	8	16%
En desacuerdo	9	18%

De acuerdo	23	46%
Muy de acuerdo	10	20%
Total general	50	100%

**Gráfico 13:** ¿El tiempo que esperó para obtener el servicio por parte del empleado fue satisfactorio?



**Fuente:** Comuna Olón (2023).  
**Elaborado por:** Suarez, D.,(2024).

Según los resultados el 66% de los encuestados están de acuerdo y muy de acuerdo con la satisfacción con los tiempos que les brindaron los empleados en su servicio siendo rápidos en la preparación y atención, mientras que 34% están totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, lo que ocasiona una disconformidad en el servicio.

#### 14. Datos de Clasificación: Capacidad de dar respuesta

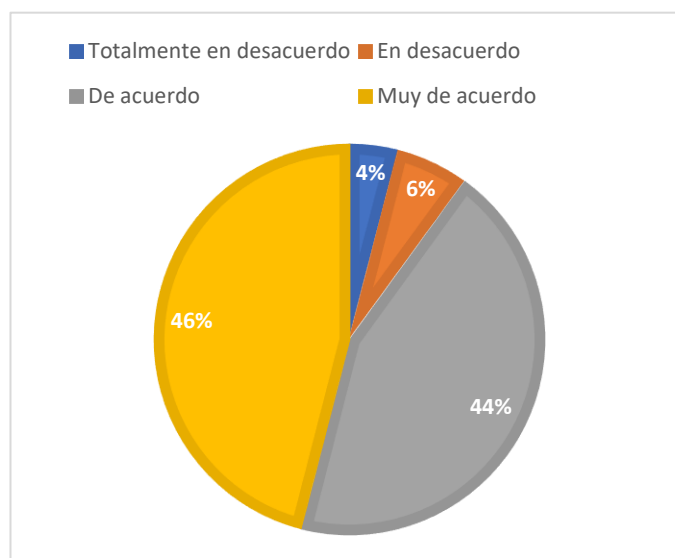
**Tabla 14:** ¿Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas?

##### CAPACIDAD DE DAR RESPUESTA

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	4%

En desacuerdo	<b>3</b>	<b>6%</b>
De acuerdo	<b>22</b>	<b>44%</b>
Muy de acuerdo	<b>23</b>	<b>46%</b>
Total general	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 14:** *¿Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas?*



*Fuente:* Comuna Olón (2023).  
*Elaborado por:* Suarez, D.,(2024).

Como resultado se obtiene que en su mayoría con un 90% de los encuestados están de acuerdo y muy de acuerdo y satisfechos con las respuestas a sus inquietudes o necesidades que les brinda el personal del restaurante, mientras que con un porcentaje pequeño están inconformes.

### 15. Datos de Clasificación: Generosidad

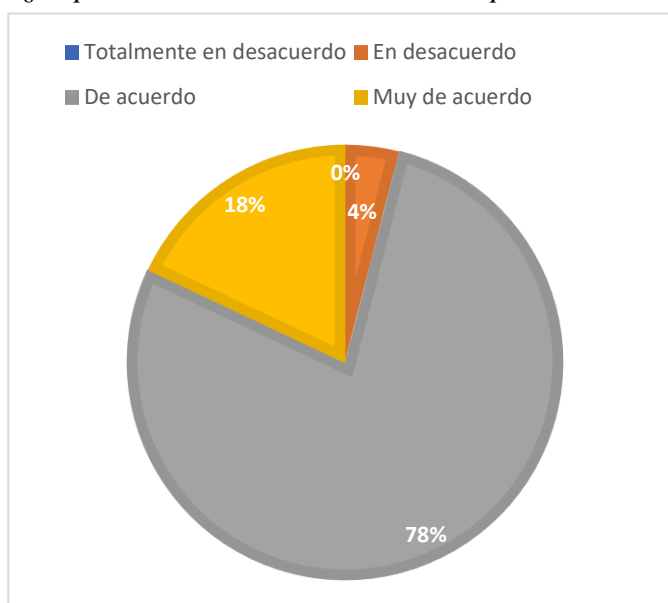
**Tabla 15:** *¿El personal del restaurante es siempre amable con los clientes?*

#### GENEROSIDAD

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	<b>0</b>	<b>0%</b>

En desacuerdo	<b>2</b>	<b>4%</b>
De acuerdo	<b>39</b>	<b>78%</b>
Muy de acuerdo	<b>9</b>	<b>18%</b>
Total general	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 15:** *¿El personal del restaurante es siempre amable con los clientes?*



**Fuente:** Comuna Olón (2023).  
**Elaborado por:** Suarez, D.,(2024).

Según los resultados se puede evidenciar que el 96% de las personas confirmaron que el personal que los atendió en los restaurantes fueron muy amables con ellos al brindar los servicio y solo un mínimo porcentaje mencionaron que no les gusto y estan en desacuerdo con el servicio brindado.

### 16. Datos de Clasificación: Lenguaje

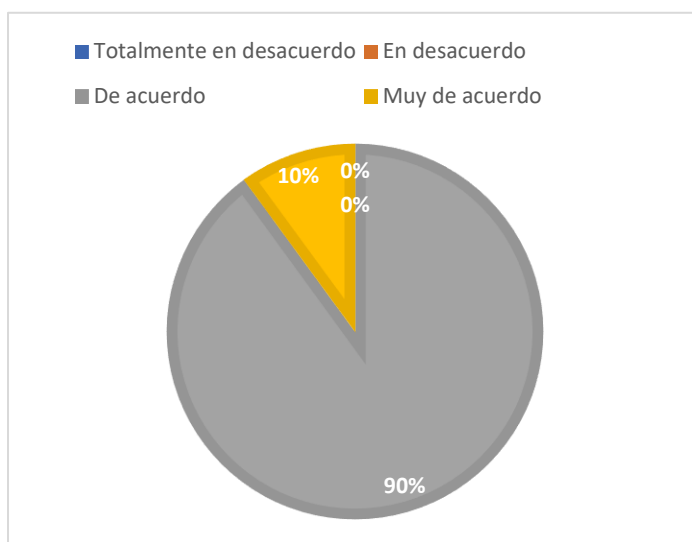
**Tabla 16:** *¿El lenguaje de la persona que lo atendió fue clara?*

#### LENGUAJE

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	<b>0</b>	<b>0%</b>

En desacuerdo	<b>0</b>	<b>0%</b>
De acuerdo	<b>45</b>	<b>90%</b>
Muy de acuerdo	<b>5</b>	<b>10%</b>
Total general	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 16:** ¿El lenguaje de la persona que lo atendió fue clara?



**Fuente:** Comuna Olón (2023).

**Elaborado por:** Suarez, D.,(2024).

Con respecto a el lenguaje empleado por el personal de trabajo de los restaurantes el 100% están satisfechos con el lenguaje claro y entendible que les brindaron, no habiendo ningún punto negativo en ellos.

### 17. Datos de Clasificación: Seguridad del servicio

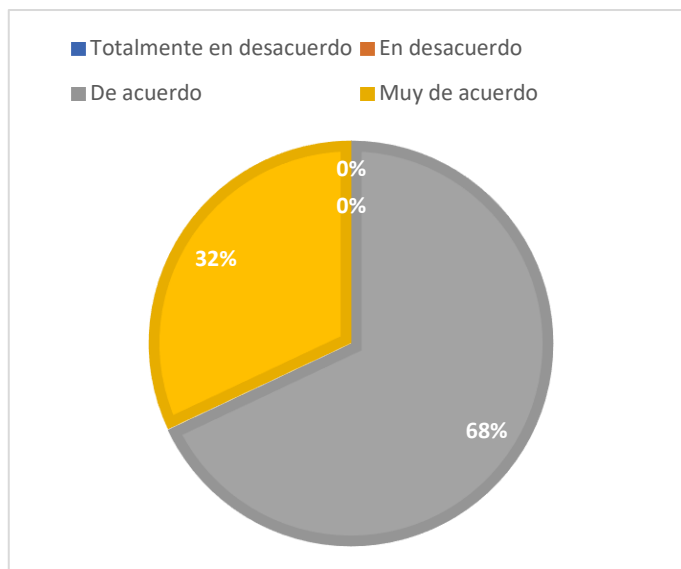
**Tabla 17:** ¿Se siente confiado y seguro con el servicio que presta el establecimiento?

#### SEGURIDAD DEL SERVICIO

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	<b>0</b>	<b>0%</b>
En desacuerdo	<b>0</b>	<b>0%</b>
De acuerdo	<b>34</b>	<b>68%</b>

Muy de acuerdo	<b>16</b>	<b>32%</b>
Total general	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 17:** ¿Se siente confiado y seguro con el servicio que presta el establecimiento?



**Fuente:** Comuna Olón (2023).  
**Elaborado por:** Suarez, D.,(2024).

Según los resultado obtenidos el 100% de los encuestados indicaron que se sienten confiados y seguros con el servicio brindado, siendo un resultado positivo para los establecimientos en su gestion.

### 18. Datos de Clasificacion: Trato del personal

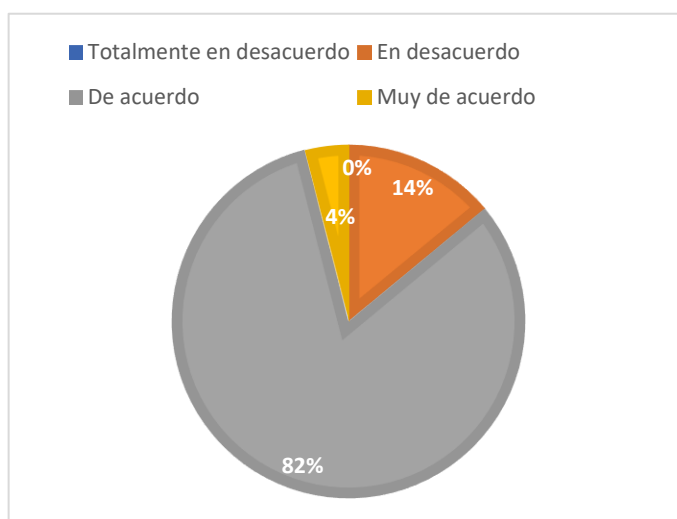
**Tabla 18:** ¿El trato de personal fue amable y cortes?

#### TRATO DEL PERSONAL

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	<b>0</b>	<b>0%</b>

En desacuerdo	7	4%
De acuerdo	41	82%
Muy de acuerdo	2	14%
Total general	50	100%

**Gráfico 18:** ¿El trato de personal fue amable y cortes?



**Fuente:** Comuna Olón (2023).  
**Elaborado por:** Suarez, D.,(2024).

El 84% de los resultados obtenidos afirmaron que el trato que les brindó el personal fue amable y cortes mientras recibían su servicio, mientras que con una diferencia del 14% mencionaron que están en desacuerdo con el trato brindado, considerando un punto a mejorar en esos establecimientos.

### 19. Datos de Clasificación: Atención Personalizada

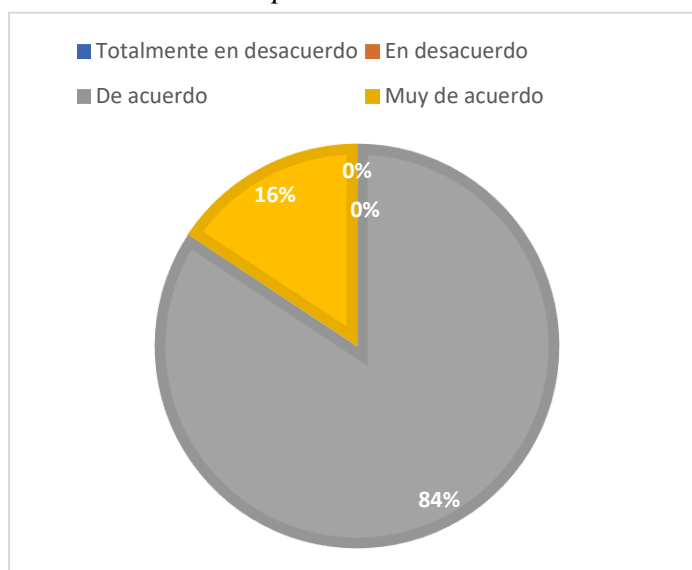
**Tabla 19:** ¿Los empleados del establecimiento les brinda una atención personalizada?

#### TRATO DEL ATENCION PERSONALIZADA

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%

En desacuerdo	<b>0</b>	<b>0%</b>
De acuerdo	<b>43</b>	<b>84%</b>
Muy de acuerdo	<b>8</b>	<b>16%</b>
Total general	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 19:** ¿Los empleados del establecimiento les brinda una atención personalizada?



**Fuente:** Comuna Olón (2023).  
**Elaborado por:** Suarez, D.,(2024).

Según los resultados de los encuestados en su totalidad de los turistas encuestados afirmaron recibir una atención personalizada en los restaurantes por parte de los empleados.

## 20. Datos de Clasificación: Necesidades

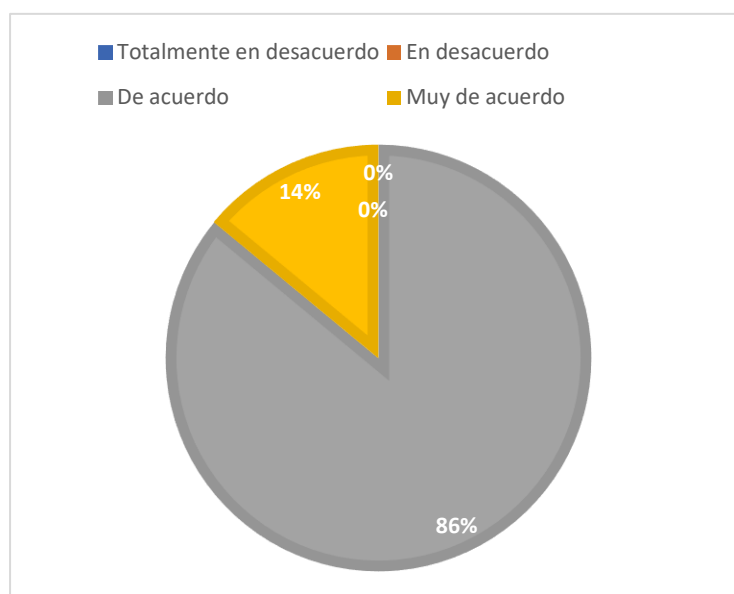
**Tabla 20:** ¿Los empleados del restaurante comprenden sus necesidades?

### TRATO DEL ATENCION PERSONALIZADA

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	<b>0</b>	<b>0%</b>

En desacuerdo	<b>0</b>	<b>0%</b>
De acuerdo	<b>43</b>	<b>86%</b>
Muy de acuerdo	<b>7</b>	<b>14%</b>
Total general	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 20:** ¿Los empleados del restaurante comprenden sus necesidades?



**Fuente:** Comuna Olón (2023).

**Elaborado por:** Suarez, D.,(2024).

Según los resultados obtenidos afirmaron que los trabajadores supieron atender y entender sus necesidades mientras consumían sus alimentos y a su vez dándoles soluciones a ellos.

De la misma manera el nivel de perspectiva de la calidad del servicio en su visita en los establecimientos en una escala de cinco a uno, fueron considerados buenos, excelentes, satisfactorio y regulares, evidenciando que a pesar de que en su mayoría los establecimientos de restauración cumplen con la perspectiva de los turistas, existen ciertos establecimientos que aún le falta mejorar sus servicios, tanto en calidad del servicio al igual que la atención al cliente y el tiempo de espera por ello, puntos esenciales para mantener la satisfacción del cliente.

El resultado de esta investigación dio a conocer que el nivel de calidad del los servicios en su mayoría cumplen con sus perspectivas, alcanzando un nivel alto, sin embargo hay puntos a considerar para que estos establecimientos crezcan y sean catalogados y conocidos por brindar servicio eficaz, por ello es esencial resaltar la importancia de cumplir las dimensiones de este modelo para brindar un servicio satisfactorio.

Por ello, el mercado turístico está cada vez más globalizados, en el cual deben plantear nuevas estrategias que permitan lograr satisfacer las necesidades de los consumidores de la mejor manera posible, ubicándose un paso más adelante de la competencia, mediante el establecimiento de una eficaz ventaja competitiva que logre posicionar al restaurante como primera opción en la mente de cada uno de los consumidores.

Finalmente, la aplicación de un modelo en donde se mide la percepción de los usuarios, en un contexto amplio y en donde los conocimientos profesionales de las personas a cargo no son de gran ayuda, mostrará la importancia que tiene el mejorar la calidad en el servicio para todas esas micro empresas, les ayudará a crear un plan administrativo y obtener un mayor número de clientes, eh aquí la importancia del modelo ServPerf.

## CONCLUSIONES

- La calidad de los servicios de restauración alimenticia en la comuna Olón son factor esencial influyente en la experiencia del turista, en el presente trabajo se ha evidenciado como la satisfacción del cliente se convierte en un objetivo primordial, ya que servicios que cumplen y superan las expectativas generan fidelización y recomendaciones positivas, las dimensiones más valoradas por los clientes acerca del servicio de restauración que brinda la comuna Olón son elementos tangibles. Confiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad las cuales requieren un trato directo con el cliente.

- Se analizo que el modelo SERVPERF permitió medir el nivel de calidad de un servicio que brinda un establecimiento considerando las valoraciones de los clientes con respecto a la prestación que reciben y de esta manera establecer estrategias que permita la mejora continua.

- Para ello, los restaurantes en la comuna Olón deben reconocer que la calidad va más allá del sabor de los platos y que implica la tangibilidad de las instalaciones, la confiabilidad en la entrega de servicios, la capacidad de respuesta a las necesidades del cliente, la empatía en la atención y la seguridad en la experiencia culinaria, de manera que sería adecuado que apliquen modelos de calidad en este caso podría ser el SERVPERF ya que no solo permite tener una respuesta clara de los clientes sino que se la podría utilizar para la creación de estrategias que ayuden a posicionar los servicios de restauración dentro del mercado y así marcar efectos diferenciadores de la competencia.

## BIBLIOGRAFÍA

- Bardales, J. (2021). *Calidad del servicio bajo el modelo SERVPERF en la escuela academica profesional de ingeniera de sistemas de la Universidad de Caja Marca*. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/29855/Bardales%20M%20embrillo%20Judith.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Becerra Bizarron, M. (2020). Factores que inciden en la calidad en el servicio en el sector de los restaurantes de Puerto Vallarta Jalisco. *Lúmina* 21.
- Borbor Beltrán, O. (2019). *La calidad del servicio de restauración, medido a través del modelo Servqual, en la comuna Libertador Bolívar, provincia de Santa Elena*. UPSE, Matriz. Facultad de Ciencias Administrativas, La Libertad. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/4929>
- Cabrera, S. (2014). La fidelización del cliente en negocios de restauración. *Dialnet*, 155-164. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4200831>
- Coronel, J., Basantes, R., y Vinueza, A. (2019). Un estudio de la calidad del servicio en restaurantes de mariscos (Ecuador). *Revista Espacios*, 40. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a19v40n07/19400709.html>
- Cruz Cruz, W. (2017). *La Calidad del Servicio de Alimentos y Bebidas y su Incidencia en el Área Nacional de Recreación Playas de Villamil*. Tesis. Universidad Estatal Peninsula de Santa Elena, Libertad.
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 64-80. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>
- Edison, D. (Junio de 2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *SciELO*. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-50512005000100004#:~:text=%E2%80%9CEs%20cualquier%20actividad%20o%20beneficio,656](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512005000100004#:~:text=%E2%80%9CEs%20cualquier%20actividad%20o%20beneficio,656).

- Fernandez, M., y Zhunio, A. (2021). *El impacto de las nuevas tecnologías en los modelos de negocios de las empresas alimenticias de mdiana escala, como respuesta ala pandemia de la ciudad de Cuenca*. Cuenca. Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/11265/1/16802.pdf>
- Franco Machuca, R. (2020). Calidad del servicio en los negocios de restauración del sector malecón del cantón Salinas. *Tesis*. Univeridad Estatal Peninsula de Santa Elena, La Libertad.
- Fuentes Gómez, L., González Álvarez, R., Parrado Hernández, C., y Gálvez Pereira, K. (2020). Evaluación de la calidad percibida de servicios en restaurante a la carta. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 179-191.
- Galarza, P., Yazuma, J., y Jumbo, M. (Marzo de 2022). nnovación tecnológica en la industria de restaurantes del Cantón Pedro Vicente Maldonado. *Economic and Social Science Research*, 2. Obtenido de <https://economicsocialresearch.com/index.php/home/article/view/45/277>
- Gambarota, D., y Lorda, M. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista geografica venezuela*.
- García Aparisi, G. (2019). *Gestión de la Calidad y de la seguridad e Higiene Alimentaria*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S. A.
- García Sánchez, M., y González Serrano, M. (2018). Plan de mejora de los servicios turísticos en la Comuna Olón, Provincia de Santa Elena. *Tesis*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil.
- García, A. (Septiembre de 2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Redalyc; Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 381-398. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/993/99346931003.pdf>
- Grace Marilyn, S. (2021). Estudio de la calidad del servicio en los establecimientos de alimentos y bebidas y su aporte al desarrollo turístico de la parroquia Ulba, cantón Baños de Agua Santa. *Tesis*. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Sangolquí. Obtenido de

<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/24361/1/T-ESPEL-ITH-0167.pdf>

Grapain, N., Cortez, E., y Fernandez, E. (2021). Calidad del servicio de una empresa comercializadora, empleando un modelo SERVPERF difuso. *Revista del Centro de Investigación de la Universidad La Salle*, 14(56). Obtenido de <https://repositorio.lasalle.mx/bitstream/handle/lasalle/2522/2800-Texto%20del%20art%C3%ADculo-18777-3-10-20211109.pdf?sequence=1>

Guallpa, W. (2020). *Análisis de los servicios de restauración*. Obtenido de <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/12255/1/UDLA-EC-TLG-2020-12.pdf>

Guerra Carrión, G. (2019). *Análisis de la calidad del servicio de alimentos y bebidas del sector Humboldt Canton Playas para el diseño de un plan de capacitación*. Universidad de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/38956/1/GABRIELA%20MERC EDES%20GUERRA%20CARRION.pdf>

Guzman, N. (27 de 07 de 2022). *Q de Calidad en los Servicios de Restauración*. Obtenido de Integra: <https://blog.consultoresdesistemasdegestion.es/q-de-calidad-en-los-servicios-de-restauracion/>

Loor Bravo, J., y Vélez Moreira, E. (2022). Gestión de la calidad del servicio en los restaurantes de cuatro tenedores, estudio de caso Portoviejo. *593 Digital Publisher CEIT*, 382-393.

Melo Fiallos, D. (2020). Calidad del servicio en el área de restauración en hosterías. *Tesis*. Universidad Técnica Ambato, Ambato.

Monroy Ceseña, M., y Urcádiz Cázares, F. (2019). Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México. *SciELO*, vol.48.

Monroy, A., y Urcádiz, F. (2019). Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México. *Redalyc*, vol.48. Obtenido de

[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-76782019000100006#B15](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782019000100006#B15)

Naal Espinosa, J, Novelo Pat, M, y González Sánchez, A. (2018). Calidad en el servicio de los establecimientos de alimentos y bebidas del municipio de Escárcega, Campeche. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*.

Orellano Castro, J., y Tafur Moya, D. (2018). Nivel de satisfacción de la atención al cliente en el restaurante mama juana. *Tesis*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo.

Quispe, B. (2022). Calidad del servicio en restaurantes de Cañete – Perú. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*. Obtenido de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/38078/42067>

Ramos Rosa, C. (2021). Gestión de calidad del servicio y la satisfacción del cliente en los restaurantes de Sullana. *Revista Tecnológica - Espol*, 33( 3), 230-241.

Ramos, C. (2021). Gestión de calidad del servicio y la satisfacción del cliente en los restaurantes de Sullana. *Revista Tecnológica Espol, Vol 33*.

Ramos, E., Mogollón, F., Santur, L., y Cherre, I. (2020). El modelo Servperf como herramienta de evaluación de la calidad de los servicios en una empresa. *scielo*. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n2/2218-3620-rus-12-02-417.pdf>

Rivera Heredia, P. (2019). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente en establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Alausi*. Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba.

Rodríguez Méndez, A. (8 de Septiembre de 2009). *Modelo SERVPERF para la gestión de la calidad en una empresa de servicios*. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/modelo-servperf-para-gestion-calidad-empresa-servicios-marco-teorico/>

Rodriguez, E., Charris, A., y Guerrero, E. (2019). Mejora Continua del Servicio al Cliente Mediante ServQual y Red de Petri en un Restaurante de Santa Marta, Colombia. *SciELO*, 30(2). Obtenido de

[https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642019000200073&script=sci\\_arttext&tIng=en](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642019000200073&script=sci_arttext&tIng=en)

Suquilanda, C. (2019). *El servicio al cliente en los establecimientos de restauración y su aporte al desarrollo turísticos de la parroquia San José de Ancón*. San José de Ancón. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5072/1/UPSE-TDT-2019-0016.pdf>

Torres Samuel, M., y Vásquez Stanescu, C. (2015). Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis. *Compendium*, 57-76.

Velasquez, U. (2019). *Propuesta de mejora en la calidad del servicio al cliente mediante la aplicación del modelo SERVPERF en las microempresas restauranteras*. Obtenido de <http://repositorio.utm.mx/bitstream/123456789/292/1/2019-MAN-UVH.pdf>