



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

CALIDAD DE SERVICIO EN "SAN SEBASTIÁN, EVENTOS Y CATERING",

CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2025

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORA:

Joselin Daniela Gualacio Galarza

LA LIBERTAD – ECUADOR

2026

Aprobación del profesor tutor

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, “ **Calidad de servicio en San Sebastián, Eventos y Catering, cantón La Libertad , año 2025** “, elaborado por la **Srta. Joselin Daniela Gualacio Galarza** , egresada de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de **Licenciada en Administración de Empresas**, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

Libi
Caamaño

Firmado digitalmente por Libi
Caamaño.
DN: cn=Libi Caamaño gv+Libi
Caamaño, o=U.E. Ecuador, c=EC
Ecuador,
email=engradinesolito@hotmail.com
Motivo: Soy el autor de este
documento
Ubicación:
Fecha: 2025.08.10 19:38:05.00

**Ing Libi Caamaño López, Mgtr.
Profesora tutora**

Autoría del trabajo

El presente Trabajo de Titulación denominado “**Calidad de servicio en San Sebastián, Eventos y Catering, cantón La Libertad, año 2025**”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Joselin Daniela Gualacio Galarza** con cédula de identidad número **2450596040** 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

Atentamente

.....*Joselin G.*.....
Joselin Daniela Gualacio Galarza

C.C. No: 2450596040

Dedicatoria

En primer lugar, a Dios, por ser mi guía constante, iluminar cada paso de mi camino y concederme la fortaleza, la sabiduría y la perseverancia necesarias para superar los desafíos que se presentaron durante mi formación académica. Expreso un reconocimiento muy especial a mi madre, Olga Galarza Siza, quien ha sido el pilar fundamental de mi vida y la principal inspiración para seguir adelante. Su amor incondicional, sus innumerables sacrificios, su confianza en mis capacidades y el apoyo brindado en cada etapa de este proceso hicieron posible que hoy vea culminado este importante sueño. Gracias por enseñarme, con su ejemplo, que la dedicación, la humildad y la perseverancia son los valores que permiten alcanzar los objetivos más anhelados. Este logro también le pertenece, porque es el resultado del esfuerzo compartido y del inmenso cariño con el que siempre me ha acompañado. De igual manera, manifiesto mi gratitud hacia mi padre, Gonzalo Gualacio, por su presencia, sus enseñanzas y el respaldo brindado a lo largo de este camino. A mis hermanos, por convertirse en una fuente constante de motivación, alegría y fortaleza. Espero que este logro sea también una inspiración para que nunca dejen de creer en sus capacidades y persigan con determinación cada uno de sus sueños.

Extiendo un sincero agradecimiento a mis amigas, quienes compartieron conmigo momentos de aprendizaje, esfuerzo y crecimiento. Gracias por su compañía, por las palabras de aliento en los momentos de mayor dificultad y por celebrar cada pequeño avance alcanzado. Su amistad hizo que este recorrido fuera más llevadero y significativo.

Gualacio Galarza Joselin Daniela

Agradecimiento

Expreso mi más profundo agradecimiento a Dios, por brindarme fortaleza, sabiduría y perseverancia para superar cada desafío durante mi formación académica. Gracias por guiar mis pasos y permitirme alcanzar una de las metas más importantes de mi vida profesional.

Agradezco sinceramente a mi familia, por su amor, comprensión y apoyo incondicional a lo largo de este camino. Su confianza en mis capacidades, sus consejos y sus palabras de aliento fueron fundamentales para mantenerme firme y culminar con éxito esta etapa.

Expreso mi gratitud al Sr. Carlos Hernán Saavedra Núñez, propietario-gerente de San Sebastián Eventos y Catering, por abrirme las puertas de su establecimiento y brindarme el tiempo, la información y la colaboración necesaria para el desarrollo de este trabajo de titulación. Su disposición y confianza hicieron posible la realización de esta investigación.

Asimismo, agradezco a la Ing. Libi Caamaño López, tutora de este trabajo de titulación, por su orientación, paciencia, conocimientos y valiosas Observaciones, las cuales fueron fundamentales para el desarrollo y culminación de esta investigación.

Finalmente, expreso un especial agradecimiento a mis amigas, por su valiosa amistad, por confiar en mí y brindarme su apoyo incondicional durante este proceso. Sus palabras de ánimo y su constante motivación fueron un impulso para no rendirme y continuar adelante hasta alcanzar esta importante meta.

Gualacio Galarza Joselin Daniela

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN



Lic. José Xavier Tomalá Uribe, MSc.
DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Flor María Villao, MSc.
PROFESOR ESPECIALISTA

Libi
Caamaño

Firmado digitalmente por: Libi
Caamaño
DN: cn=Libi Caamaño, gm=Libi
Caamaño, o=EC Ecuador, l=EC
Ecuador
e=geralinesoliz@hotmail.com
Motivo: Soy el autor de este
documento
Ubicación:
Fecha: 2025-08-10 19:38:05.00

Ing. Libi Caamaño López, Mgtr.
PROFESOR TUTOR

Ing. Sabina Gisella Villón Perero, Mgtr.
PROFESOR GUÍA DE LA UIC

Lic. Julissa González González, Mgtr.
SECRETARIA DE LA CARRERA

ÍNDICE DE CONTENIDO

Resumen	13
Abstract	14
Introducción	15
Capítulo I.....	22
Marco Referencial	22
Revisión de la literatura	22
Desarrollo de teorías y conceptos	25
Calidad de Servicio	25
Fundamentos Legales.....	35
Constitución De La República Del Ecuador	35
Ley Orgánica De Defensa Del Consumidor	35
Ley orgánica de la salud.....	36
Resolución ARCSA-DE-2022-016-AKRG	36
Capitulo II	37
Metodología	37
Diseño de la investigación	37
Métodos de la investigación.....	38
Población Y Muestra	38
Recolección y procesamiento de datos	41
Instrumentos:.....	42
Validación y confiabilidad de instrumento	43

Capítulo III.....	44
Resultados y Discusión	44
Análisis de los resultados de las entrevistas	44
Análisis de los resultados Encuesta	47
Discusión.....	65
Propuesta.....	66
Antecedentes	66
Presupuesto de la propuesta	72
Conclusiones.....	77
Recomendaciones.....	78
Apéndice	87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Distribución de la muestra y técnicas de recolección de datos	40
Tabla 2. Estadísticas de fiabilidad	43
Tabla 3. Edad.....	48
Tabla 4. Género	49
Tabla 5. Las Instalaciones proyectan una imagen de calidad y profesionalismo	50
Tabla 6. Los materiales y utensilios utilizados durante el evento se encontraron en buen estado.....	51
Tabla 7. El equipamiento utilizado por la empresa fue moderno, funcional y adecuado.....	52
Tabla 8. La empresa cumplió puntualmente con los horarios establecidos para la prestación del servicio.....	53
Tabla 9. La empresa cumplió con todos los compromisos y servicios ofrecidos inicialmente ..	54
Tabla 10. La calidad del servicio se mantuvo de manera constante durante todo el evento	55
Tabla 11. El personal atendió mis requerimientos con rapidez y eficiencia.	56
Tabla 12. El personal mostró disposición para ayudar cuando fue necesario	57
Tabla 13. Las solicitudes, o inconvenientes presentados fueron resueltos satisfactoriamente..	58
Tabla 14. El personal me brindó una atención amable, cordial y respetuosa.....	59
Tabla 15. El personal proporcionó información clara y comprensible durante la prestación del servicio.	60
Tabla 16. El personal comprendió y atendió adecuadamente mis necesidades como cliente ...	61
Tabla 17. El personal demostró conocimientos suficientes para brindar un servicio profesional	62
Tabla 18. La atención brindada por el personal me generó seguridad y confianza.....	63

Tabla 19. El comportamiento del personal reflejo profesionalismo durante el evento	64
Tabla 20. Matriz MEFI.....	68
Tabla 21. Matriz MEFE.....	69
Tabla 22. Cronograma de Implementación de Estrategias	73
Tabla 23. Presupuesto de la propuesta.....	74

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad	48
Figura 2. Género.....	49
Figura 3 Instalaciones físicas.....	50
Figura 4. Materiales y utensilios.	51
Figura 5. Tangibilidad: equipamiento	52
Figura 6. Fiabilidad: Puntualidad	53
Figura 7. Fiabilidad: Cumplimiento	54
Figura 9. Fiabilidad: Consistencia del servicio	56
Figura 10. Capacidad de respuesta: Atención	57
Figura 14. Empatía: Comprensión.....	61
Figura 15. Seguridad: Conocimiento del personal	62
Figura 16. Seguridad: Confianza.....	63
Figura 18. Matriz FODA	75
Figura 19. CRUCE CAME.....	76

ÍNDICE DE APÉNDICE

Apéndice 1: Matriz de consistencia	87
Apéndice 2 Solicitud carta aval	88
Apéndice 3: Carta aval del establecimiento San Sebastián, Eventos y Catering.....	89
Apéndice 4: Guía de entrevista para el propietario gerente	90
Apéndice 5: Cuestionario de encuesta dirigida a los clientes.....	92
Apéndice 6: Validación de instrumento. Guía de entrevista	96
Apéndice 7: Validación de instrumento. Cuestionario de encuesta	97
Apéndice 8: certificado de validación de instrumentos.....	98
Apéndice 9: Base de Datos en SPSS	99
Apéndice 10: Entrevista al propietario	100
Apéndice 11: Encuestas a los clientes	103
Apéndice 12: Cronograma.....	105
Apéndice 13: Ficha de tutorías	106



Calidad de servicio en San Sebastián, Eventos y Catering, cantón La Libertad, año 2025

Autor:

Joselin Daniela Gualacio Galarza

Tutor:

Ing. Libi Carol Caamaño López, Mgtr.

Resumen

El propósito de este estudio fue determinar cómo los clientes perciben la calidad del servicio en el establecimiento de San Sebastián eventos y catering, Cantón La Libertad en el año 2025. El estudio se diseñó mediante un enfoque mixto, no experimental, con alcance descriptivo y enfoque transversal. Se tuvo un total de 200 clientes del establecimiento de los cuales se calculó una muestra de 132 clientes mediante una fórmula para grupos restringidos seleccionados por conveniencia mediante muestreo no probabilístico. Para el gerente propietario se utilizó un cuestionario con 15 preguntas escala Likert (alfa de Cronbach = 0,970) y una guía de entrevista con 10 preguntas abiertas. Los resultados mostraron que 64 de 132 clientes evaluaron positivamente las instalaciones físicas y 74 el equipamiento, mientras que 76 clientes experimentaron una calidad de servicio uniforme durante el evento. Sin embargo, 61 clientes se mostraron neutrales sobre el conocimiento del personal y 85 expresaron una actitud neutral o negativa hacia su profesionalismo durante el evento. La entrevista confirmó los procesos de mantenimiento de equipos y manejo de quejas, pero ningún programa formal de capacitación del personal. Se concluye que la calidad percibida del servicio es mayormente favorable, pero también hay aspectos negativos que deben mejorar especialmente en los elementos tangibles; sin embargo, se identificaron oportunidades de mejora en las instalaciones, materiales y equipamiento, así como en la fiabilidad, capacidad de respuesta, comunicación, profesionalismo y atención al cliente. En consecuencia, se propone un plan de acción orientado al fortalecimiento de los elementos tangibles, la estandarización de los procesos de atención y la implementación de un plan de capacitación para el personal, con el propósito de mejorar la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes.

Palabras claves: calidad de servicio, SERVQUAL, satisfacción del cliente, catering, tangibilidad.



Service Quality at San Sebastián, Events and Catering, La Libertad Canton, 2025

Author:

Joselin Daniela Gualacio Galarza

Tutor:

Ing. Libi Caamaño López, Mgtr.

Abstract

The purpose of this study was to determine how customers perceive service quality at an event and catering company in San Sebastián, La Libertad Canton, in 2025. The study employed a mixed-methods, non-experimental, descriptive, and cross-sectional approach. A total of 200 customers of the company were surveyed, from which a sample of 132 was calculated using a formula for restricted groups and selected by convenience sampling using non-probability sampling. A questionnaire with 15 Likert-scale questions (Cronbach's alpha = 0.970) and an interview guide with 10 open-ended questions were used for the owner-manager. The results showed that 64 of the 132 customers positively evaluated the physical facilities and 74 the equipment, while 76 customers experienced consistent service quality throughout the event. However, 61 customers were neutral regarding the staff's knowledge, and 85 expressed a neutral or negative attitude toward their professionalism during the event. It is concluded that the perceived quality of the service is mostly favorable, especially in tangible elements; however, opportunities for improvement were identified in the facilities, materials, and equipment, as well as in reliability, responsiveness, communication, professionalism, and customer service. Consequently, an action plan is proposed to strengthen the tangible elements, standardize service processes, and implement a training plan for the staff, with the aim of improving service quality and customer satisfaction.

Keywords: Service quality, SERVQUAL, Customer satisfaction, Catering, Tangibility.

Introducción

La calidad del servicio es un factor determinante para las organizaciones que buscan alcanzar una posición diferenciada y competitiva en el mercado. En este contexto, las expectativas de los clientes han evolucionado, demandando no solo productos o servicios adecuados a sus necesidades, sino también una atención personalizada, un ambiente agradable, agilidad en la prestación del servicio, comodidad y seguridad. Por ello, ofrecer un servicio de calidad resulta fundamental para fortalecer la satisfacción del cliente y contribuir al posicionamiento y sostenibilidad de las organizaciones (Rodríguez Armijos et al., 2023).

Para evaluar estas percepciones, el modelo SERVQUAL resulta de vital importancia, ya que permite identificar las brechas existentes entre las expectativas y las percepciones reales de los usuarios a través de cinco dimensiones esenciales: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Los hallazgos en la literatura demuestran que la calidad del servicio es un aspecto crucial para consolidar percepciones positivas en el mercado (Eslava-Zapata et al., 2024). Por lo tanto, los gerentes deben asegurar que todos los procesos operativos se ejecuten de manera adecuada.

Del mismo modo, la satisfacción del cliente es vista como un resultado inmediato de un servicio de calidad superior. Mejorar y ajustar las funcionalidades para atender las demandas de los clientes incrementará el valor que estos perciben, lo que a su vez contribuye a la fidelización de los clientes y a la maximización de los beneficios de una empresa. Por lo tanto, alcanzar la satisfacción del cliente es uno de los principales objetivos de las empresas, ya que influye directamente en la intención de volver a comprar y en las recomendaciones hacia otras personas.

A nivel global, la calidad del servicio se considera una alternativa esencial para la obtención de ventajas competitivas sostenibles dentro de un entorno económico globalizado. Bajo este panorama, las pequeñas y medianas empresas (pymes) se ven obligadas a ofrecer estándares de atención superiores a los de las grandes corporaciones para captar la preferencia del mercado. Tal como se evidenció en un estudio internacional realizado en México, donde se evaluó el nexo causal entre la calidad del servicio, la satisfacción y la lealtad del cliente (Silva-Treviño et al., 2021).

En el contexto de Ecuador al analizar la gestión de la calidad como factor competitivo en las empresas de servicios específicamente en la provincia de Manabí se ha identificado la presencia de diversos factores que generan insatisfacción, alineados a mecanismos de control interno (Muñoz-Zamora & Flores-Urbáez, 2024). Las evidencias recolectadas demuestran que las prácticas orientadas a gestionar la calidad son aplicables a cualquier organización que busque un posicionamiento estratégico y competitividad mercantil, manteniendo siempre como eje central la satisfacción de los usuarios mediante la identificación y predicción de sus necesidades actuales y futuras.

A nivel regional, la carencia de aplicación de estrategias eficientes ha provocado graves problemas para las empresas pequeñas medianas y grandes. En Ecuador, donde las pymes constituyen más del 80% del tejido empresarial, estas entidades se enfrentan a importantes obstáculos para su desarrollo y continuidad su competitividad se ve amenazada por deficiencias en la gestión eficaz de recursos, la falta de coordinación en las actividades operativas y la incapacidad para adaptarse a las demandas cambiantes del mercado, poniendo en riesgo su rentabilidad y supervivencia en un entorno dinámico (Bourne et al., 2021) .

Particularmente en la provincia de Santa Elena, estudios orientados a la evaluación de la calidad del servicio en la oferta gastronómica de localidades como Libertador Bolívar establecieron que la percepción de la atención y la satisfacción del cliente están relacionadas directamente con las condiciones sanitarias y las prácticas higiénicas (Guadalupe-Moyano et al., 2025). Asimismo, se detectó la necesidad de optimizar elementos operativos vinculados al uso de utensilios y a la organización del servicio, factores indispensables para potenciar los sectores turístico y gastronómico del país.

En este contexto, la calidad del servicio constituye un aspecto fundamental para San Sebastián, Eventos y Catering, debido a la importancia de brindar una atención adecuada y responder a las expectativas de los clientes. Por ello, el presente estudio tiene como propósito analizar la calidad del servicio en San Sebastián, Eventos y Catering, cantón La Libertad, mediante la percepción y expectativa de los clientes, con el fin de identificar fortalezas y oportunidades de mejora en la prestación del servicio. A partir de los resultados obtenidos, se plantean acciones orientadas al fortalecimiento de la calidad del servicio y la atención al cliente.

Como planteamiento del problema, a nivel internacional , Gómez y Johnson (2022) señalan que la calidad del servicio determina la competitividad de las empresas dedicadas a la organización de eventos y catering. Los clientes exigen una atención de excelencia, el estricto cumplimiento de los términos pactados y un alto nivel de profesionalismo por parte del personal. No obstante, muchas organizaciones de sector presentan limitaciones en su capacidad de respuesta y en la prestación del servicio, lo que genera insatisfacción en los usuarios.

En el ámbito nacional, Tobar-Ruiz et al.,(2022) sostienen que la calidad es un elemento esencial debido a su influencia directa en la satisfacción del cliente en Ecuador.

Los elementos como la eficiencia, la confiabilidad y la atención satisfacen la percepción del usuario, los cuales pueden ser evaluados mediante herramientas psicométricas orientadas a diagnosticar áreas críticas y robustecer la competitividad sectorial.

A nivel provincial, Villao Reyes (2024) manifiesta que en Santa Elena se evidencia una limitada atención, baja capacidad de respuesta y carencias en la seguridad percibida por el cliente. Dado que estos factores impactan de forma directa en el comportamiento del consumidor, resulta esencial implementar estrategias que fortalezcan la calidad en los establecimientos de servicios y turismo de la provincia.

Dentro del cantón La Libertad, el establecimiento “San Sebastián, Eventos y Catering” enfrenta ciertas dificultades relacionadas con la calidad del servicio que ofrece a sus clientes. Se evidencia una percepción poco favorable por parte de los usuarios respecto a aspectos como la tangibilidad, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la empatía acompañada de una imagen poco favorecedora para el negocio frente a la competencia.

Por lo tanto, esta investigación se basa en la necesidad de comprender profundamente las percepciones de los clientes, considerando la satisfacción del usuario como un factor importante para la competitividad y sostenibilidad de una empresa en el mercado. En definitiva, a través de esta investigación en San Sebastián Eventos y Catering los resultados serán la base para desarrollar estrategias de gestión de manera que se logren superar las debilidades operativas y maximizar la satisfacción del cliente.

Formulación del Problema

- ¿Cuál es la percepción de los clientes sobre la calidad del servicio en el establecimiento "San Sebastián, Eventos y Catering" del cantón La Libertad, año 2025?

Sistematización del Problema

- ¿Cuál es la situación actual de la calidad del servicio en "San Sebastián, Eventos y Catering", cantón La Libertad, año 2025?
- ¿Cuáles son las expectativas y percepciones de los clientes sobre los elementos tangibles (infraestructura, materiales y equipamiento) de "San Sebastián, Eventos y Catering", cantón La Libertad, año 2025?
- ¿Qué estrategias de gestión pueden implementarse para fortalecer la calidad del servicio en "San Sebastián, Eventos y Catering", cantón La Libertad, año 2025?

Objetivo General

- Determinar la evaluación de la calidad del servicio a través de las expectativas y percepciones de los clientes en el establecimiento "San Sebastián, Eventos y Catering" del cantón La Libertad, año 2025.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual de la calidad del servicio en "San Sebastián, Eventos y Catering", cantón La Libertad, año 2025.
- Evaluar las expectativas y percepciones de los clientes respecto a los elementos tangibles (infraestructura, materiales y equipamiento) percibidos por los clientes de "San Sebastián, Eventos y Catering", cantón La Libertad, año 2025.
- Proponer estrategias de mejora operativa orientadas a fortalecer la calidad del servicio en "San Sebastián, Eventos y Catering", cantón La Libertad, año 2025.

Siguiendo con la **justificación teórica**, este proyecto se fundamenta en el requerimiento de entender de qué manera la satisfacción del cliente en el sector de eventos y catering es afectada

por la calidad del servicio. El estudio posibilita una valoración sistemática de la relación entre las expectativas y percepciones de los usuarios en relación con el servicio que han recibido.

Desde la perspectiva conceptual de Carrasco et al. (2023), la calidad del servicio puede ser medida eficazmente mediante el modelo SERVQUAL, el cual determina la brecha existente entre lo que el cliente espera (expectativas) y lo que realmente experimenta (percepciones). La inclusión de ambas variables en esta investigación es fundamental, ya que el modelo seleccionado requiere analizar esta diferencia para diagnosticar con precisión la calidad del establecimiento y fundamentar las estrategias de mejora.

Por otro lado, **la justificación práctica**, en este contexto los resultados de este estudio proporcionarán al establecimiento de San Sebastián, Eventos y Catering herramientas de diagnóstico directo para desarrollar estrategias de mejora que optimicen el servicio al cliente, la amabilidad del personal, la capacidad de respuesta, la eficiencia operativa y las instalaciones adecuadas.

Los resultados ayudarán a tomar decisiones de gestión basadas en la satisfacción del servicio, especialmente en áreas donde la personalización y el cumplimiento son esenciales. Además, la investigación beneficia indirectamente a la comunidad local y al sector de servicios del cantón de La Libertad, contribuyendo al desarrollo de una cultura orientada a la calidad que brinda a la región una ventaja competitiva sostenible.

Idea a Defender

La implementación de estrategias de gestión basadas en las dimensiones de calidad del servicio en "San Sebastián, Eventos y Catering" del cantón La Libertad contribuye significativamente a incrementar el nivel de satisfacción de los clientes.

Mapeo

El mapeo es el proceso de describir cada capítulo de la investigación y mostrar lo que se ha logrado en cada parte del proyecto. La introducción presenta el tema en diferentes aspectos en macro, meso y micro. Se presenta la formulación del problema, sistematización, objetivos generales y específicos, así como la justificación teórica y práctica finalmente la idea a defender. La estructura formal del presente trabajo de investigación se presenta en los siguientes capítulos:

Capítulo I. Marco Referencial: Incorpora apoyo teórico, conceptual y jurídico para el estudio. Supone una revisión sistemática de la literatura científica, tanto a escala global como nacional y local, en relación con la calidad del servicio. Además, las dimensiones, variables e indicadores de la matriz de consistencia y finalmente los fundamentos legales.

Capítulo II. Metodología: Explicar los métodos de investigación, diseño, perspectiva y alcance del estudio. Se explicará la delimitación de la población y el cálculo estadístico de la probabilidad de los usuarios seleccionados finalmente se describen las herramientas y métodos de recogida de datos (entrevistas y encuestas), así como los procedimientos de validación asociados: análisis de fiabilidad mediante el coeficiente alfa de Cronbach y evaluación mediante juicio de expertos.

Capítulo III. Resultados y Discusión: Presenta información empírica obtenida de la realización de encuestas a clientes y entrevistas a propietarios o gerentes, procesada mediante programas estadísticos. Esta sección interpreta los datos, analiza las teorías que las respaldan, sugiere estrategias para mejorar y, finalmente, presenta recomendaciones apropiadas que surgen de la investigación.

Capítulo I

Marco Referencial

Revisión de la literatura

En el presente artículo titulado “Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente en empresas de catering” elaborado por Regidor et al. (2023). en Filipinas publicado en la revista International Journal of Research Publications (IJRP), tiene como objetivo analizar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes de empresas de catering.

La metodología aplicada en esta investigación fue de enfoque cuantitativo, con un diseño descriptivo y de corte transversal. Para la recolección de la información se utilizó un cuestionario de encuestas que tienen relación con las dimensiones del modelo SERVQUAL, de esta manera se pudo realizar a clientes de diferentes empresas de catering con la intención de poder conocer la percepción y expectativa sobre la calidad de servicio recibido y su nivel de satisfacción.

Con base en estos hallazgos, se encontró que brindar un servicio personalizado influye en las percepciones y expectativas de los clientes, lo que les permite recomendar el servicio a otros por su desempeño y satisfacción a los usuarios. Son importantes las dimensiones propuestas de calidad del servicio, especialmente la capacidad de respuesta, la empatía y la confidencialidad, que influyen en la satisfacción del consumidor con el servicio prestado.

En conclusión, en este artículo los autores mencionan que la calidad del servicio es un factor esencial y determinante para la satisfacción del cliente en las empresas de catering. Además, la evaluación de las dimensiones del Modelo SERVQUAL permite identificar oportunidades de estrategias que ayuden a incrementar la competitividad y fidelización. En esta investigación el aporte que realiza este estudio es la importancia de evaluar la percepción de los clientes en las empresas con el propósito de identificar fortalezas y desarrollar estrategias de mejora.

Siguiente artículo científico titulado “La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: una revisión desde Colombia” elaborado por Castañeda (2021), desarrolló esta investigación con el objetivo de realizar una revisión de la literatura sobre la medición de la calidad del servicio en destinos turísticos a nivel internacional identificando escalas de medición y dimensiones más utilizadas para evaluar la calidad de servicio.

La metodología empleada en esta investigación consistió en una revisión sistemática de la literatura que se llevó a cabo a través de una búsqueda de artículos científicos en base de datos especializados como Scopus, Science Direct, Web of Science, Scielo, Redalyc de esta manera se seleccionó los estudios más relevantes con la finalidad de identificar los modelos e instrumentos empleados para medir la calidad.

Los resultados son de gran importancia en esta investigación el modelo SERVQUAL continúa siendo uno de los instrumentos más utilizados para evaluar la calidad del servicio en los destinos turísticos estas dimensiones fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad son esenciales para conocer la percepción de los clientes en la toma de decisiones de las organizaciones del sector turístico.

En conclusión, en este artículo se menciona que la medición de la calidad de servicio es una herramienta estratégica para mejorar la competitividad de los destinos turísticos y fortalecer la satisfacción de los usuarios.

Seguidamente de este artículo científico titulado “Un análisis conjunto de la calidad de servicio : un estudio de caso de los modelos SERVQUAL e INTSERVQUAL en lodges ecuatorianos” elaborado por Manzano Insuasti y Silva (2022), publicado en la revista investigaciones turísticas, el objetivo fue analizar la calidad de servicio en los establecimientos de alojamiento turísticos del Ecuador mediante la aplicación de los modelos SERVQUAL,

INTSERQUAL con el propósito de identificar las fortalezas y oportunidades de mejora en la prestación del servicio.

La metodología que se empleó fue un enfoque cuantitativo con un diseño descriptivo de estudio también se recolectaron información a través de cuestionarios a los clientes para evaluar las percepción y expectativas con respecto a las dimensiones. Por consiguiente, los datos obtenidos fueron analizados mediante técnicas estadísticas.

Los resultados evidenciaron que las dimensiones relacionadas con el modelo SERVQUAL e INSERVQUAL realizan una evaluación sobre el desempeño de los establecimientos turísticos que ayuden a identificar áreas de mejora.

En conclusión, este artículo nos menciona que una excelente evaluación continua a la calidad del servicio es una herramienta importante hacia los establecimientos turísticos ecuatorianos. De esta forma la utilización de instrumentos de medición validados para la implementación de estrategias ayuda a mejorar el servicio al cliente. Este estudio aporta ya que demuestra la importancia de medir la percepción de los clientes mediante dimensiones de calidad.

Seguidamente en este artículo científico titulado “Proceso de evaluación y mejora en la calidad del servicio: caso de estudio de restaurantes en Manabí” publicado en la revista DYNA elaborado por Ramos-Alfonso et al. (2024), objetivo principal Diseñar y realizar una evaluación que permita diagnosticar la calidad de servicio en restaurantes de la provincia de Manabí, Ecuador lo que fortalecerá la satisfacción de los clientes realizando estrategias de mejora.

La metodología de este artículo se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, transversal, descriptivo y correlacional la información se recolectó mediante encuestas aplicadas a clientes de restaurantes representativos de la provincia de Manabí (uno de

cocina tradicional y de cocina moderna. También se implementaron una evaluación para identificar áreas que necesitan ser mejoradas en los procesos de atención.

Los resultados evidenciaron la necesidad de fortalecer estrategias de diferenciación que son dirigidas hacia clientes mayores de 50 años lo que logró realizar un proceso de atención mediante un estudio de investigación y mejorar la eficiencia del servicio.

En conclusión, este artículo demuestra que la medición de calidad del servicio permite identificar desventajas que ayuden a los clientes a tener una excelente satisfacción del servicio. Esta investigación respalda la importancia de evaluar la percepción de los usuarios con el propósito de incluir estrategias que ayuden a el fortalecimiento de los restaurantes.

Desarrollo de teorías y conceptos

Calidad de Servicio

Matute et al. (2023) Sostienen que la calidad del servicio es un factor importante en el crecimiento de cualquier empresa manufacturera porque es un factor clave en la satisfacción del cliente y el éxito organizacional la idea de calidad ha evolucionado con el tiempo desde un enfoque puramente operativo y transaccional hacia un modelo de gestión estratégica integral que se centra en la mejora continua y la co-creación de experiencias de consumidor positivas y memorables.

La calidad del servicio es un aspecto importante para el crecimiento y el éxito de una empresa, porque permite a los clientes satisfacer sus necesidades y expectativas; Se esfuerza no solo por centrarse en los servicios, sino también por mejorar continuamente los procesos y ofrecer experiencias positivas. Por ello las empresas deben mantener procesos orientados a la mejora continua, buscando fortalecer sus servicios y responder de manera adecuada a las expectativas de los usuarios.

Tangibilidad

De acuerdo con Adhikari et al. (2023), la tangibilidad representa una dimensión crítica de la calidad que engloba todos los estímulos físicos, materiales y visuales que proyecta una organización. Esta dimensión incluye la infraestructura arquitectónica, el equipamiento tecnológico, los soportes de comunicación corporativa y la apariencia del personal de primera línea. Estos estímulos resultan determinantes, ya que permiten al consumidor estructurar una percepción inicial sobre la fiabilidad de la empresa antes y durante la experiencia del servicio.

La tangibilidad son los elementos físicos que los clientes pueden observar durante la prestación del servicio. Esto incluye locales, equipos, presentación del personal y materiales utilizados por la empresa. Aspectos afectan la primera impresión y percepción de la calidad del servicio. Además, el adecuado mantenimiento y presentación de estos elementos contribuyen a generar confianza y una imagen de profesionalismo. Por ello, mantener condiciones físicas apropiadas resulta fundamental para ofrecer una experiencia satisfactoria a los clientes.

Instalaciones físicas

Botines-Carreño & Briones-Saltos (2024) señalan que el entorno arquitectónico influye de manera sustancial en la experiencia del usuario. Factores como el diseño constructivo, la higiene, el orden espacial y la distribución de los entornos físicos comunican de manera implícita profesionalismo y seguridad, coadyuvando a la edificación de una atmósfera de bienestar y confort para el cliente.

Las instalaciones físicas son los locales e infraestructura donde la empresa presta sus servicios a los clientes. Estos incluyen espacios como oficinas, salones, recepciones, cocinas o

cualquier ambiente destinado al cuidado. Su estado de limpieza, orden, comodidad y mantenimiento incide en la percepción de la calidad del servicio del cliente en este aspecto el espacio donde se desarrollen los eventos deben estar en buenas condiciones.

Materiales y utensilios

Carballo-Mendivil et al. (2024) Las herramientas operativas empleadas en la entrega de un servicio son evaluadas rigurosamente por el consumidor en términos de funcionalidad, presentación, estética e higiene. El estado óptimo de estos elementos físicos mitiga la incertidumbre del cliente y proyecta los estándares profesionales de la organización.

Los materiales y utensilios son elementos físicos que se utilizan para brindar un servicio a un cliente; Deberán estar en buen estado, limpios y aptos para su uso. Durante el servicio, los clientes evalúan su apariencia, funcionalidad e higiene. El adecuado mantenimiento de estos elementos contribuye a proyectar una imagen de orden y profesionalismo. Por ello, su conservación y renovación son importantes para fortalecer la percepción de calidad del servicio.

Equipamiento

El equipamiento comprende el mobiliario y los recursos técnicos indispensables para la ejecución del servicio. Disponer de bienes de capital e insumos operativos modernos y funcionales no solo viabiliza la optimización de los procesos internos de la empresa, sino que incrementa la percepción de confianza en el consumidor final. (Hernández Tello et al., 2022).

El equipamiento es un conjunto de mobiliario, equipos y recursos tecnológicos utilizados por la empresa para prestar los servicios. Estos elementos deben ser modernos, funcionales y en buen estado para facilitar el trabajo del personal. Además, un equipamiento adecuado mejora la

eficiencia de los procesos. Su correcto funcionamiento contribuye a evitar retrasos o inconvenientes durante la prestación del servicio. Asimismo, el estado y la apariencia de los equipos pueden influir en la percepción que tienen los clientes sobre el nivel de calidad y profesionalismo de la empresa.

Fiabilidad

Piedra et al. 2024) La fiabilidad como la capacidad intrínseca de una organización para suministrar el servicio prometido de manera exacta, íntegra y oportuna. Esta dimensión exige el cumplimiento riguroso de los acuerdos pactados en los contratos de servicio, lo cual reduce las asimetrías de información, minimiza la incidencia de quejas y consolida la credibilidad institucional en el largo plazo.

La fiabilidad es la capacidad de una empresa para realizar adecuadamente el servicio que ofrece a sus clientes. Esto incluye entregar lo prometido de manera precisa, responsable y puntual. El propósito de esta dimensión es generar confianza a través del cumplimiento de obligaciones y acuerdos establecidos. Por ello, mantener un servicio confiable contribuye a fortalecer la satisfacción y la percepción positiva de la empresa.

Puntualidad

La puntualidad como un factor crítico que impacta la percepción del tiempo del usuario. El respeto estricto por los cronogramas fijados optimiza la eficiencia del servicio y previene fricciones que pudiesen deteriorar la evaluación general de la experiencia de consumo (Sani & Susanto., 2024).

La puntualidad es la capacidad de la empresa para cumplir con los tiempos y horarios establecidos durante la prestación del servicio. Esto incluye la entrega prometida en el tiempo

acordado, evitando cualquier retraso o molestia al cliente. Los horarios de reuniones generan confianza y demuestran la responsabilidad organizacional. Es esencial la puntualidad en todo ámbito de esta manera demuestra responsabilidad con el servicio brindado.

Cumplimiento

Pérez y Moreno (2017) Argumentan que el cumplimiento normativo y contractual de los compromisos adquiridos refleja el nivel de responsabilidad y madurez organizativa de una empresa. La consistencia entre lo ofrecido comercialmente y lo ejecutado operativamente es la base de la lealtad del cliente.

El cumplimiento es la capacidad de la empresa para cumplir los compromisos, acuerdos y promesas hechas al cliente. Esto incluye entregar el servicio tal como se ofrece, manteniendo la responsabilidad, la puntualidad y la coherencia entre las expectativas del consumidor y la experiencia recibida. Se debe cumplir los lineamientos con el servicio recibido para que el cliente este satisfecho con el mismo.

Consistencia del servicio

Yépez y Villegas (2024) Definen la consistencia como la facultad adaptativa de una empresa para estandarizar la entrega de valor, garantizando que el cliente reciba un nivel homogéneo de calidad y atención en cada punto de contacto a lo largo de toda la jornada del servicio.

La consistencia se refiere a la capacidad de la empresa para brindar un servicio consistente y de calidad en cada atención al cliente. Esto incluye mantener en todo momento los estándares establecidos, sin importar el tiempo o el personal atendido. Esto garantiza que los clientes tengan la misma experiencia positiva en cada interacción, lo que fortalece su confianza y satisfacción es importante que el cliente pueda percibir que la calidad del servicio se brindo durante todo el evento.

Capacidad de respuesta

Lee y Hing (1995) Mencionan que la capacidad de respuesta denota el nivel de disposición, agilidad y proactividad que manifiesta el personal para atender de manera oportuna, rápida y eficaz los requerimientos ordinarios y extraordinarios de los usuarios.

La capacidad de respuesta es la capacidad de los empleados para satisfacer de forma rápida, oportuna y eficaz las necesidades y solicitudes de los clientes. Significa estar dispuesto a ayudar, solucionar problemas y ofrecer soluciones en el menor tiempo posible. Una capacidad de respuesta suficiente mejora la experiencia del cliente y refuerza su satisfacción con el servicio es de gran importancia que el personal brinde con rapidez lo que requiere el cliente.

Rapidez

Destacan que la velocidad de atención es un determinante prioritario en la calidad percibida. Reducir los tiempos muertos de espera y resolver con prontitud las dudas del usuario se asocia directamente con altos niveles de satisfacción. (Siavichay C et al., 2023).

La velocidad a la que se atiende tiene un impacto directo en cómo el cliente evalúa la calidad del servicio, Cuando una empresa reduce los tiempos de espera y responde a las preguntas o problemas de manera oportuna, los clientes se sienten mejor atendidos. Esto conduce a una mayor satisfacción y una percepción más positiva del servicio recibido es importante que se tome importancia que la atención brindada siempre será evaluada por las personas que contrataron los servicios.

Atención

La atención al cliente abarca las acciones interpersonales programadas para asistir al consumidor en las fases de pre-venta, venta y post-venta, demandando un personal dotado de competencias comunicativas y orientadas al servicio (Caballero & Lara, 2023).

La atención al cliente es el conjunto de acciones que realizan los empleados de una empresa para comunicarse con los clientes, satisfacer sus necesidades, resolver sus inquietudes y brindarles una buena experiencia antes, durante y después de recibir un servicio una atención adecuada requiere amabilidad, respeto, disposición y comunicación clara durante cada etapa del servicio. Además, permite identificar las necesidades de los clientes y ofrecer respuestas oportunas ante posibles inconvenientes.

Solución

La capacidad de resolución mide el éxito con el cual el personal solventa contingencias críticas durante el despliegue del servicio por eso se requiere de personal con empoderamiento y autonomía para la toma de decisiones inmediatas (Gu et al., 2022).

La solución es la capacidad del personal para identificar los problemas de los clientes y brindar respuestas oportunas y efectivas, tomar decisiones apropiadas para resolver los problemas y brindar un servicio satisfactorio. Asimismo, permite reducir posibles inconvenientes y evitar que estos afecten la experiencia del cliente. En el sector de eventos y catering, ofrecer soluciones rápidas y adecuadas resulta fundamental para mantener la continuidad del servicio y cumplir con las expectativas establecidas.

Empatía

Yusuf et al., (2024) Argumentan que la empatía en los servicios se traduce en la habilidad de la organización para brindar un trato individualizado, humano y genuino a sus clientes.

Comprender las motivaciones y emociones del consumidor facilita la personalización de las ofertas en mercados altamente volátiles y cambiantes.

La empatía se refiere a la capacidad del personal para comprender las necesidades, sentimientos y expectativas del cliente, resultando en un trato amable y personalizado. Esto incluye escuchar a los consumidores, mostrar interés genuino y adaptar el servicio a sus necesidades una adecuada empatía permite establecer una comunicación cercana y generar confianza durante la prestación del servicio. En el sector de eventos y catering, comprender las preferencias de cada cliente es importante para brindar una atención acorde con las características y requerimientos de cada evento.

Amabilidad

Manosalvas-Vaca et al. (2022) Explican que las expresiones de cortesía, respeto y calidez por parte del personal de contacto directo configuran un vector relacional que impacta positivamente el estado anímico del cliente.

La amabilidad se refiere a la actitud, respetuosa y positiva que muestran los empleados cuando atienden a los clientes es una actitud cálida, escuchando las necesidades del consumidor y mostrando ganas de ayudar. Hacerlo genera confianza, mejora la experiencia del cliente y fortalece la relación con la organización el cliente siempre espera recibir un trato cordial por parte del personal.

Comunicación

Rather y Camilleri (2019) Definen la comunicación como un proceso estratégico e interactivo que asegura un intercambio fluido, transparente y libre de ambigüedades entre la empresa y el mercado, robusteciendo los lazos de confianza mutua.

La comunicación se refiere a la capacidad de la empresa y su personal para transmitir información al cliente de manera clara, oportuna y comprensible, permitiendo un intercambio efectivo de ideas, necesidades y expectativas. Una comunicación adecuada facilita la coordinación de las actividades y permite conocer con precisión los requerimientos del cliente. Asimismo, contribuye a evitar confusiones, errores o inconvenientes durante la prestación del servicio en el sector de eventos y catering,

Comprensión

Malpartida-Meza et al. (2022) La comprensión exige que los colaboradores posean habilidades de escucha activa para descodificar las necesidades específicas del cliente y transformarlas en características de diseño del servicio.

La comprensión se refiere a la capacidad del personal para identificar y comprender las necesidades, expectativas y deseos de los clientes a través de la escucha activa. Esto incluye interpretar correctamente sus requerimientos para poder ofrecerle una atención adecuada y personalizada. Una buena comprensión permite al personal responder de manera precisa a las solicitudes y anticiparse a posibles necesidades durante la prestación del servicio.

Seguridad

Alemu (2023) La dimensión de seguridad implica la minimización de riesgos físicos, financieros o psicológicos durante la prestación de un servicio, garantizando un entorno confiable que proteja la integridad de los consumidores.

La seguridad se refiere a la capacidad de la empresa para generar confianza y seguridad con el cliente durante la prestación del servicio. Esto incluye reducir los riesgos físicos, financieros o emocionales y garantizar una atención responsable y confiable. Asimismo, implica que el

personal actúe de manera profesional, respetuosa y cuidadosa en el desarrollo de sus actividades. En el sector de eventos y catering, la seguridad es importante para brindar tranquilidad al cliente y garantizar que el servicio se desarrolle bajo condiciones adecuadas.

Confianza

Toala-Manjarrez et al. (2025) La confianza legítima nace de la predictibilidad del comportamiento organizacional. El cliente asume una posición de vulnerabilidad debido a que confía en la reputación, la ética y la coherencia conductual de la empresa.

La confianza se refiere a la creencia del cliente de que la empresa cumplirá sus promesas y actuará de manera responsable. Esto sucede cuando la organización demuestra un comportamiento consistente, ético y transparente en la prestación del servicio. Esto permite que el consumidor se sienta seguro y reduce la incertidumbre a la hora de elegir una empresa.

Conocimiento del personal

Juni y Hutasuhut (2023) Las competencias conceptuales, operativas y técnicas de los empleados les habilitan para gestionar de forma idónea las interacciones con el cliente, respondiendo con solvencia ante cualquier eventualidad.

El conocimiento del personal se refiere al conjunto de habilidades y conocimientos que poseen los empleados para desempeñar adecuadamente sus funciones y satisfacer las necesidades de los clientes. Esto incluye el aprendizaje de los procedimientos, productos o servicios que ofrece la empresa y la preparación necesaria para resolver problemas de manera efectiva es importante tener las bases necesarias para poder brindar al cliente un servicio excelente.

Profesionalismo

Apriyanti (2023) Indica que el profesionalismo condensa el apego a códigos éticos, la pulcritud en la ejecución técnica de los deberes y el mantenimiento constante de una postura de respeto hacia el consumidor.

El profesionalismo refiere a la manera responsable, ética y competente en que los empleados desempeñan sus funciones mientras prestan el servicio. Esto incluye seguir los procedimientos establecidos, mostrar respeto, mantener una actitud adecuada y tratar con el cliente. Esto brinda la oportunidad de crear confianza y una imagen positiva de la organización también en lo que el cliente espera recibir por parte del establecimiento y el personal.

Fundamentos Legales

Constitución De La República Del Ecuador

(Constitución de la República del Ecuador, 2008) 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 de 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.

(Constitución de la República del Ecuador, 2008) **Art. 55:** "Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades " Judiciales o administrativas

Ley Orgánica De Defensa Del Consumidor

Derechos y Obligaciones de los Consumidores

Art. 4. Derechos del consumidor: Son fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la constitución Política de la República, Tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

Numeral 1: Establece como derecho fundamental del consumidor la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como el acceso a la satisfacción de necesidades fundamentales. (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor 4 , 2000)

Art. 27: Norma la prestación de servicios profesionales, obligando al proveedor a atender a sus usuarios bajo estrictos principios de calidad, ética y transparencia tarifaria desde el inicio de la gestión. (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor 27, 2000)

Ley orgánica de la salud

La Ley Orgánica de Salud (2006), en el artículo 129, determina que todas las empresas dedicadas a la producción, almacenamiento, transporte y comercialización de alimentos deben cumplir obligatoriamente las normas de vigilancia y control sanitario

Ley Orgánica de Salud, 2006, art. 129) Dispone que el cumplimiento de las normas de vigilancia y control sanitario es obligatorio para todos los establecimientos que produzcan, almacenen, transporten o comercialicen alimentos. Ley Orgánica de Salud, 2006, art. 16) establece que el Estado debe garantizar el acceso a alimentos sanos, nutritivos e inocuos, aspecto que constituye un fundamento para asegurar la calidad en los servicios de alimentación.

Resolución ARCSA-DE-2022-016-AKRG

La Resolución ARCSA-DE-2022-016-AKRG (2022), **Art. 167:** establece que los establecimientos de alimentación colectiva deben cumplir con las condiciones sanitarias y las Buenas Prácticas de Manufactura para proteger la salud de los consumidores.

Capítulo II

Metodología

Diseño de la investigación

Este estudio utiliza un enfoque de métodos mixtos (cualitativo y cuantitativo), permitiendo una triangulación metodológica que aumenta la validez interna de los resultados al combinar el análisis estadístico estructurado con una perspectiva analítica cualitativa. (Pons et al., 2021).

Este diseño es no experimental y transversal, ya que las variables de interés se observarán en su entorno natural sin manipulación intencional y la recopilación de datos se limitará a un único momento (Grosz, 2023).

Asimismo, posee un **alcance descriptivo**, puesto que se orienta a caracterizar, registrar y detallar de forma concisa las dimensiones que configuran la calidad del servicio del establecimiento bajo estudio, a partir de la percepción de los actores involucrados (Ramos-Galarza, 2021).

Se eligió un enfoque mixto porque permitió combinar la información cuantitativa obtenida mediante las encuestas aplicadas a los clientes con la información cualitativa obtenida a través de la entrevista al propietario, logrando una visión más completa sobre la calidad del servicio en San Sebastián, Eventos y Catering. El diseño fue no experimental y transversal, debido a que no se manipularon las variables y los datos fueron recopilados en un período determinado, observando la situación tal como se presenta en la empresa. Finalmente, se utilizó un alcance descriptivo porque permitió conocer y caracterizar la percepción de los clientes sobre la calidad del servicio e identificar fortalezas y oportunidades de mejora en las diferentes dimensiones analizadas.

Métodos de la investigación

Se aplicó el **método deductivo**, el cual facilitó la derivación de conclusiones particulares partiendo de los constructos generales provistos por las teorías de la administración de servicios y el modelo SERVQUAL (Jiménez, 2021)

Complementariamente, se utilizó el **método analítico**, mediante el cual se descompuso la variable compleja "calidad del servicio" en dimensiones e indicadores específicos con el propósito de examinar de forma individualizada el comportamiento de la tangibilidad, fiabilidad y capacidad de respuesta en el negocio (Talavera, 2020)

Se utilizaron los métodos deductivo y analítico porque fueron adecuados para analizar la calidad del servicio en San Sebastián, Eventos y Catering. El método deductivo permitió partir de los fundamentos generales de la calidad del servicio y del modelo SERVQUAL para aplicarlos al contexto específico de la empresa. Por otra parte, el método analítico permitió descomponer la variable calidad del servicio en sus diferentes dimensiones e indicadores, facilitando el análisis individual de aspectos como la tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, con el propósito de identificar las fortalezas y oportunidades de mejora percibidas por los clientes.

Población Y Muestra

En este sentido, se destaca la identificación de la población y muestra, que son determinadas en razón de cada estudio y acorde a los propósitos del mismo.

Etikan y Bala (2017) sostienen que el muestreo es el proceso mediante el cual se selecciona un subconjunto de una población para obtener información representativa del fenómeno de estudio.

Dicha identificación implica la comprensión e incorporación de términos y definiciones asociadas a los mismos, comprendiendo que la población involucra a la totalidad de elementos que

coinciden con ciertos aspectos o características de interés para el estudio y la muestra corresponde a aquella parte que representa a la población y, por tanto, queda implícito que dicha muestra posee aspectos de interés que permiten asumir la certeza de los resultados (Chero-Pacheco, 2024).

- **Población (N):** Constituida por un universo finito estimado de 200 clientes que han contratado los servicios de organización de eventos y *catering* en el establecimiento durante el periodo evaluado. Esta cifra referencial fue suministrada por la gerencia a partir de sus registros internos de contratación.
- **Muestra (n):** Para el cálculo del tamaño muestral en poblaciones finitas, se aplicó la fórmula estadística:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Al fijar un nivel de confianza del **95%** ($Z = 1.96$), un margen de error del **5%** ($e = 0.05$), y una variabilidad de pyme ($p = 0.5$; $q = 0.5$), el procedimiento algebraico determinó un tamaño de muestra ajustado de **132 clientes**.

$$n = \frac{(200 \times 1,96^2 \times 0,50 \times 0,50)}{[(0,05^2 \times (200 - 1)) + (1,96^2 \times 0,50 \times 0,50)]}$$

$$n = \frac{(200 \times 3,8416 \times 0,25)}{[(0,0025 \times 199) + 0.9604]}$$

$$n = \frac{192.08}{1.4579}$$

$$n = 131.75$$

$$= 132$$

Por lo tanto, la muestra quedó conformada por 132 clientes.

Tipo de muestreo

Muestreo no probabilístico por conveniencia.

Mulisa (2022) señala que el muestreo no probabilístico se caracteriza por seleccionar a los participantes sin recurrir a procedimientos aleatorios; entre sus modalidades se encuentra el muestreo por conveniencia, en el que los sujetos son elegidos por su accesibilidad y disponibilidad para el investigador.

Se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia. Aunque el tamaño de la muestra se estimó mediante la fórmula para poblaciones finitas con el propósito de establecer un número adecuado de participantes, la selección de los encuestados no fue aleatoria, debido a que el establecimiento, no autorizó el acceso a la base de datos de clientes por motivos de confidencialidad. En consecuencia, participaron aquellos clientes que habían contratado los servicios de organización de eventos y catering, que se encontraban disponibles durante el período de recolección de la información y aceptaron participar voluntariamente, hasta completar los 132 clientes.

Tabla 1.

Distribución de la muestra y técnicas de recolección de datos

Participantes	Cantidad	Técnica
Propietario / Gerente	1	Entrevista
Clientes	132	Encuesta
Total, de participantes	133	

Nota: Se presenta la distribución de los participantes según la técnica de recolección de datos empleada. La muestra estuvo conformada por 132 clientes, cuyo tamaño se determinó mediante la fórmula para población finita. Adicionalmente, se entrevistó al gerente/propietario como informante clave para obtener información complementaria sobre la calidad del servicio.

Recolección y procesamiento de datos

Para la obtención de la información se utilizaron las siguientes técnicas:

Entrevista

La entrevista fue dirigida al propietario de San Sebastián, Eventos y Catering, con la finalidad de obtener información relevante sobre la gestión de la empresa, los procesos de atención al cliente y las acciones implementadas para garantizar la calidad del servicio; Como instrumento se utilizó una guía de entrevista estructurada compuesta por preguntas abiertas relacionadas con las dimensiones de estudio.

Sánchez Martínez (2022) señala que la entrevista es una técnica de recolección de datos que permite obtener información directa de los participantes, facilitando la comprensión de sus opiniones, experiencias y percepciones sobre el fenómeno investigado.

Encuesta

La encuesta estuvo dirigida a los clientes que han contratado los servicios de San Sebastián, Eventos y Catering. El propósito principal fue conocer la percepción de los usuarios respecto a la calidad del servicio recibido.

Cisneros-Caicedo et al. (2022) señalan que la encuesta es una de las técnicas de recolección de datos más utilizadas en investigaciones con enfoque cuantitativo, ya que permite obtener información de un gran número de participantes mediante un cuestionario estructurado

Para facilitar la recolección de datos, el cuestionario fue elaborado mediante la plataforma Google Forms, permitiendo que los participantes respondieran de forma digital y presencial (impresos) a clientes que también se encontraban en el lugar.

El instrumento estuvo conformado por preguntas estructuradas basadas en escala de Likert, relacionadas con las dimensiones e indicadores de la calidad de servicio establecidos en la investigación.

Guia de entrevista: La entrevista estuvo compuesta por 10 preguntas abiertas, las cuales fueron dirigidas al gerente propietario del establecimiento San Sebastián Eventos Catering con el propósito de obtener información clara y concisa.

Cuestionario: Se elaboro un formulario de 15 preguntas cerradas vinculadas con los indicadores, establecidos en la matriz de consistencia. Este instrumento se aplicó a los clientes que nos ayuden respondiendo las preguntas según la percepción que tienen sobre la calidad de servicio del establecimiento. Este instrumento cuenta con preguntas basadas en la escala de Likert los resultados obtenidos servirán de base para plantear estrategias sobre la calidad y satisfacción del cliente para fortalecer su lealtad en el establecimiento.

Para el proceso de tabulación de datos se emplearon aplicaciones y herramientas tecnológicas como Google forms, que tuvo un papel clave e importante al facilitar la creación y aplicación del cuestionario que fue dirigido a los clientes del establecimiento San Sebastián Eventos Catering optimizando la recolección de información.

Por consiguiente, se utilizó el software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Este programa fue importante durante la fase de análisis, ya que brinda múltiples funciones, para procesar, organizar y representar los resultados de manera clara y eficiente, gracias a su uso fue posible generar tablas y gráficos que reflejaron con precisión los valores de los datos recopilados.

La integración de Google forms y SPSS permitió desarrollar un proceso completo de recolección y análisis de la información, estas herramientas tecnológicas representaron la

obtención de datos relevantes a partir de respuestas de los clientes que ayudo a obtener una base sólida para la toma de decisiones dentro del establecimiento.

EL software SPSS es una herramienta estadística utilizada para el análisis de datos cuantitativos en investigaciones sociales, facilitando la interpretación de resultados obtenidos mediante encuestas(Esponda & Pérez, 2024).

Validación y confiabilidad de instrumento

Los instrumentos de recolección de datos utilizados en el estudio, tanto encuesta como entrevista, fueron revisados, y validados, por un experto en el área, con esto se confirma que son aptos para los clientes y propietario de San Sebastián Eventos Catering ubicado en el cantón La Libertad. Por consiguiente, la confiabilidad del cuestionario se probó analizando el coeficiente alfa de Cronbach utilizando la plataforma SPSS en base a los resultados recopilados

Tabla 2. *Estadísticas de fiabilidad*

Estadísticas de fiabilidad		
	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
Alfa de Cronbach	,970	,972
		15

Nota: Se observa un valor de 0,970 por lo cual es confiable el cuestionario

Capítulo III

Resultados y Discusión

Análisis de los resultados de las entrevistas

A continuación, se muestra los resultados de la entrevista dirigida al propietario gerente del establecimiento "San Sebastián, Eventos y Catering" del cantón La Libertad.

Objetivo: Obtener información sobre las estrategias y prácticas implementadas por San Sebastián Eventos y Catering para garantizar la calidad del servicio ofrecido a sus clientes.

Nombre del propietario: Carlos Hernan Saavedra Núñez

1. ¿Cómo evalúa las condiciones del espacio físico donde opera la empresa para brindar un servicio de calidad?

Las condiciones del espacio físico son esenciales y procuramos que todo se encuentre de manera adecuada para que el cliente se sienta satisfecho también podemos decir que el establecimiento cuenta con varios salones para la capacidad de clientes y eventos que desean contratar esto nos ayuda a que los eventos sean realizados en salones donde el cliente se sienta cómodo y satisfecho del servicio de calidad recibido

2. ¿De qué manera considera que el equipamiento influye en la satisfacción de los clientes y en el éxito de los eventos?

Los equipos tienen gran impacto en la satisfacción del cliente y el desempeño de los eventos, por eso la empresa se preocupa en incorporar equipos modernos y hacer recomendaciones qu

e ayuden a mejorar el desarrollo de cada operación. La finalidad de estas actividades es brindar una experiencia de calidad e incentivar la confianza del cliente de cara a futuros contratos.

3. ¿Qué procedimientos realiza para garantizar el mantenimiento y correcto funcionamiento de los equipos utilizados?

El establecimiento hace inspecciones periódicas y cuenta con equipos de respaldo para garantizar la continuidad del servicio ante una emergencia. Se controla, además, el funcionamiento de los equipos antes, durante y después de cada evento, con el fin de garantizar un rendimiento óptimo y dar un servicio de calidad.

4. ¿Qué acciones implementa para asegurar el cumplimiento de los horarios establecidos en cada evento?

Se trata de cumplir con los horarios establecidos para cada evento, y en caso de que las circunstancias lo permitan y sin afectar el orden o la seguridad se da tiempo extra para procurar la satisfacción del cliente y el correcto desarrollo de las operaciones que es importante que se tomen en cuenta para facilitar el cumplimiento de los horarios en que se desarrollaran los eventos previstos.

5. ¿Cómo verifica que los servicios prestados cumplan con los requerimientos y expectativas de los clientes?

Supervisa continuamente el cumplimiento de los requisitos y expectativas del cliente durante el desarrollo de cada evento. Asimismo, manifestó que asiste a la mayoría de las actividades y nombra un responsable por cada área para coordinar al personal y atender posibles inconvenientes. Esta estructura nos permite reaccionar rápidamente a las exigencias del cliente y asegurar que el servicio se desarrolle tal como se programó, incentivando una experiencia positiva.

6. ¿Qué mecanismos utiliza para evaluar el nivel de satisfacción de los clientes una vez finalizado el evento?

Se mide el nivel de satisfacción de los clientes en una conversación directa para conocer su opinión sobre el servicio recibido. Es necesario también prestar atención a los comentarios de los clientes, tanto felicitaciones como posibles quejas. Si se detectan inconsistencias, investiga la situación junto con los empleados responsables y toma medidas correctivas para fortalecer la calidad del servicio y evitar que se repitan situaciones similares en eventos futuros.

7. Cuándo surgen solicitudes imprevistas durante un evento, ¿cómo responde la empresa para atenderlas oportunamente?

El personal está organizado para atender cualquier requerimiento adicional, asumiendo incluso diferentes funciones, de ser necesario. También se tratan de cubrir las necesidades de los asistentes, ya que cualquier ajuste que se tenga que hacer se le notifica inmediatamente al cliente. Estas acciones están orientadas a lograr la satisfacción del cliente y el adecuado desarrollo del evento.

8. ¿Qué características considera indispensables en el personal para ofrecer una atención de calidad?

Las características básicas del personal para garantizar una atención de calidad son la amabilidad, el respeto y una actitud positiva con el cliente. Asimismo, manifestó que cada socio conoce sus funciones y asume sus responsabilidades con compromiso. También, resaltó la

necesidad de dar soluciones oportunas a cualquier reclamo, evitando respuestas negativas y priorizando la satisfacción del cliente durante el desarrollo del evento.

9. ¿Cómo gestiona las sugerencias o reclamos presentados por los clientes?

Las sugerencias y quejas de los clientes se tratan de manera inmediata y con respeto. Lo primero que hace es escuchar las observaciones del cliente, expresar las disculpas del caso y analizar la situación con los empleados responsables para determinar la causa del inconveniente. Además, en caso necesario, intenta compensar al cliente con una atención adicional a fin de mantener su satisfacción y afianzar su confianza en el servicio ofrecido

10. ¿Qué estrategias utiliza para fomentar una atención amable, personalizada y orientada a la satisfacción del cliente?

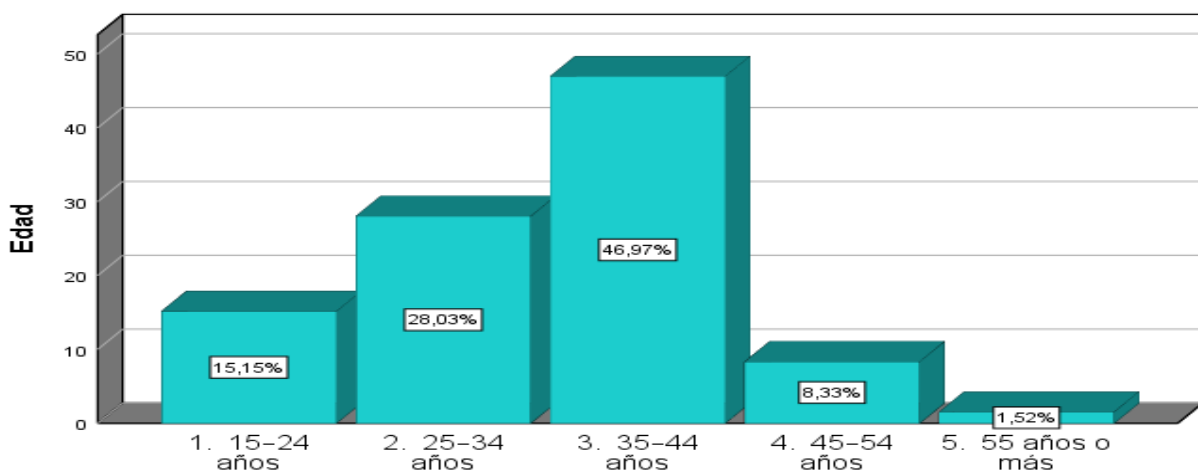
El establecimiento fomenta un trato cordial y personalizado con empleados dispuestos a atender las demandas de los clientes con respeto y sinceridad. Además, afirmó que procura atender sus demandas en la medida en que sea factible, realizar debates y priorizar la cortesía. Adicionalmente, subrayó que los trabajadores reciben instrucciones adecuadas para asegurar un servicio de alta calidad, con la finalidad de asegurar la satisfacción del cliente durante la ejecución del evento.

Análisis de los resultados Encuestas

Tabla 3.**Edad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1. 15–24 años	20	15,2	15,2	15,2
	2. 25–34 años	37	28,0	28,0	43,2
	3. 35–44 años	62	47,0	47,0	90,2
	4. 45–54 años	11	8,3	8,3	98,5
	5. 55 años o más	2	1,5	1,5	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a los clientes

Figura 1. Edad

Nota: Encuesta dirigida a clientes

Los resultados evidencian que la mayor parte de los clientes encuestados pertenece al rango de 35 a 44 años, seguido por el grupo de 25 a 34 años. En menor proporción participaron clientes de 15 a 24 años, mientras que los grupos de 45 años en adelante registraron una menor participación. Esto indica que la evaluación de la calidad del servicio se sustenta principalmente en la percepción de clientes adultos que han contratado los servicios de organización de eventos y catering.

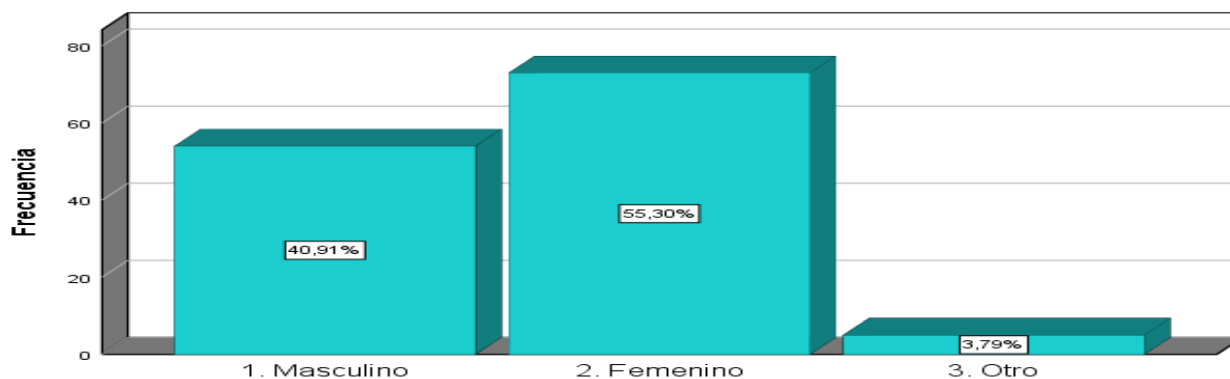
Tabla 4.

Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1. Masculino	54	40,9	40,9	40,9
	2. Femenino	73	55,3	55,3	96,2
	3. Otro	5	3,8	3,8	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a los clientes

Figura 2. Género



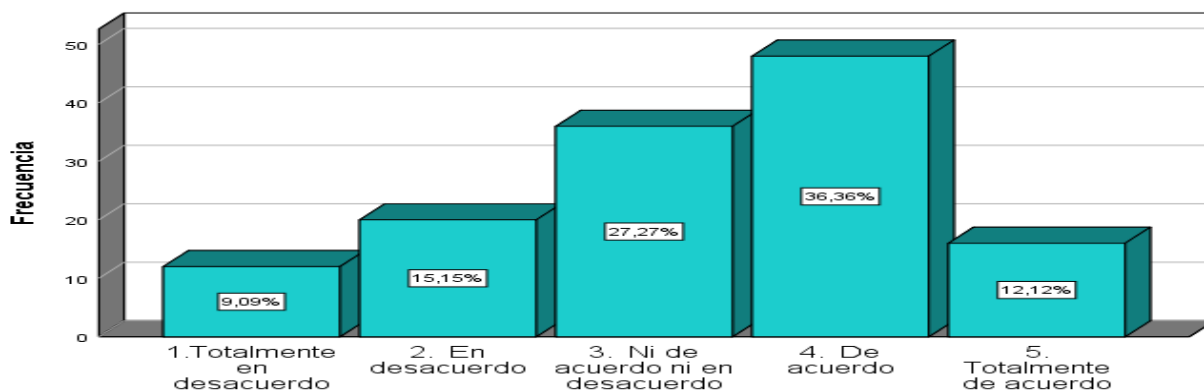
Nota: Encuesta dirigida a clientes

Los resultados evidencian una mayor participación del género Femenino con una frecuencia de 73 mujeres, en comparación con el masculino y otros grupos lo que sugiere que las mujeres tienen un papel más activo en la elección de establecimientos para la realización de estos tipos de eventos, ya que están involucradas en la planificación, evaluación de aspectos como las instalaciones, presentación visual, y la calidad de servicio que se desea recibir.

Tabla 5. Las Instalaciones proyectan una imagen de calidad y profesionalismo

	Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1.Totalmente en desacuerdo	12	9,1	9,1	9,1
	2. En desacuerdo	20	15,2	15,2	24,2
	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	36	27,3	27,3	51,5
	4. De acuerdo	48	36,4	36,4	87,9
	5. Totalmente de acuerdo	16	12,1	12,1	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a los clientes

Figura 3 Instalaciones físicas

Nota: Encuesta dirigida a clientes

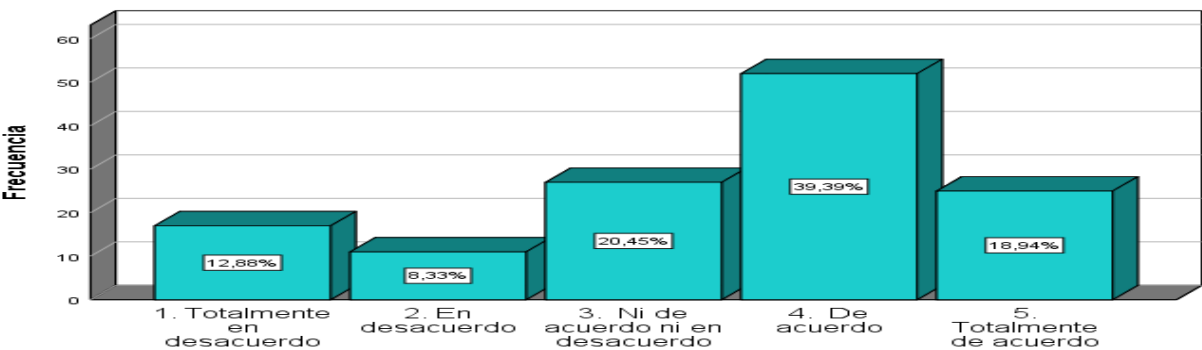
La mayoría de los clientes percibe favorablemente las instalaciones y su imagen de calidad esto refleja una valoración positiva de las condiciones físicas del establecimiento. Sin embargo, algunos clientes presentan opiniones neutrales o desfavorables por ello se identifican oportunidades de mejora en infraestructura, orden y presentación el espacio en donde se desarrollaron requiere un fortalecimiento esencial.

Tabla 6 . *Los materiales y utensilios utilizados durante el evento se encontraron en buen estado.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
			válido	acumulado
1.Totalmente en desacuerdo	17	12,9	12,9	12,9
2. En desacuerdo	11	8,3	8,3	21,2
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	20,5	20,5	41,7
4. De acuerdo	52	39,4	39,4	81,1
5. Totalmente de acuerdo	25	18,9	18,9	100,0
Total	132	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a los clientes

Figura 4. Materiales y utensilios.



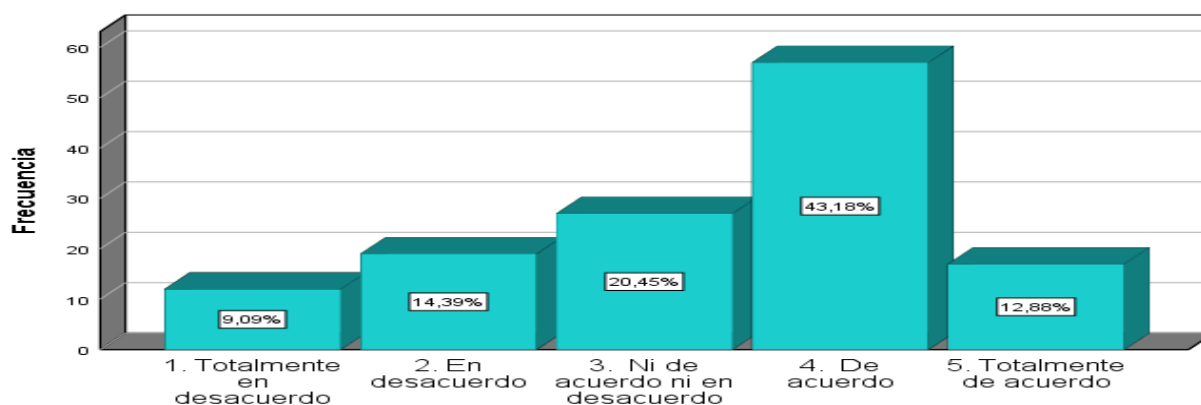
Nota: Encuesta dirigida a clientes

La mayoría de los clientes considera que los materiales y utensilios están en buen estado, embargo algunos mantienen una percepción neutral, por ello es necesario fortalecer su mantenimiento y control así se garantiza la calidad del servicio y una experiencia satisfactoria es importante que los materiales se encuentran en buen estado a través de los resultados se implementa una estrategia para fortalecer estos aspectos.

Tabla 7. *El equipamiento utilizado por la empresa fue moderno, funcional y adecuado.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1. Totalmente en desacuerdo	12	9,1	9,1	9,1
	2. En desacuerdo	19	14,4	14,4	23,5
	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	20,5	20,5	43,9
	4. De acuerdo	57	43,2	43,2	87,1
	5. Totalmente de acuerdo	17	12,9	12,9	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a los clientes

Figura 5. *Tangibilidad: equipamiento*

Nota: Encuesta dirigida a clientes

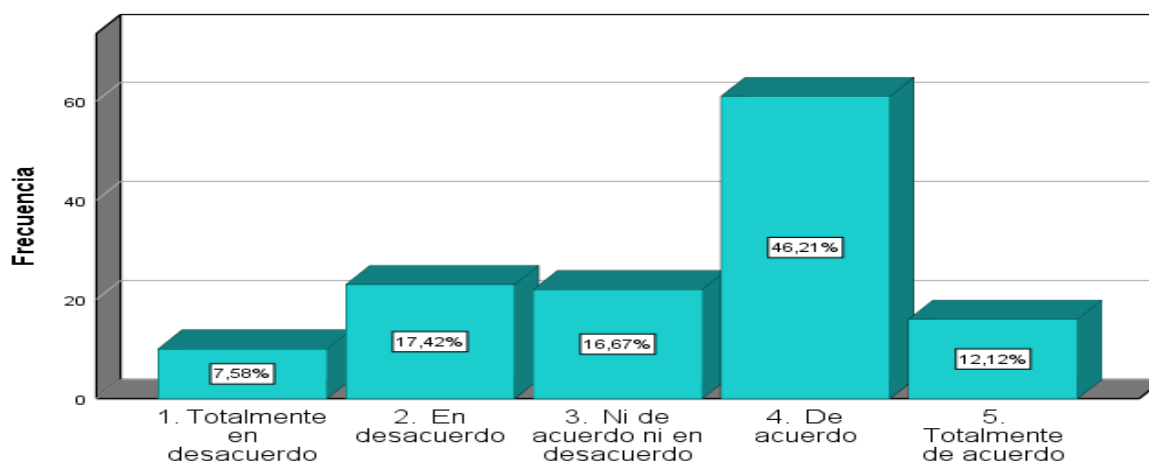
Los resultados evidencian que la mayoría de los clientes considera que el equipamiento utilizado por la empresa es moderno, funcional y adecuado, lo que muestra una percepción favorable sobre la calidad de recursos empleados durante los eventos no obstante una parte minorista de los encuestados manifestó una opinión neutral o desfavorable, lo que evidencia la necesidad de mantener un proceso continuo de actualización y mantenimiento del equipamiento.

Tabla 8. *La empresa cumplió puntualmente con los horarios establecidos para la prestación del servicio.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1. Totalmente en desacuerdo	10	7,6	7,6	7,6
	2. En desacuerdo	23	17,4	17,4	25,0
	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22	16,7	16,7	41,7
	4. De acuerdo	61	46,2	46,2	87,9
	5. Totalmente de acuerdo	16	12,1	12,1	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a los clientes

Figura 6. *Fiabilidad: Puntualidad*



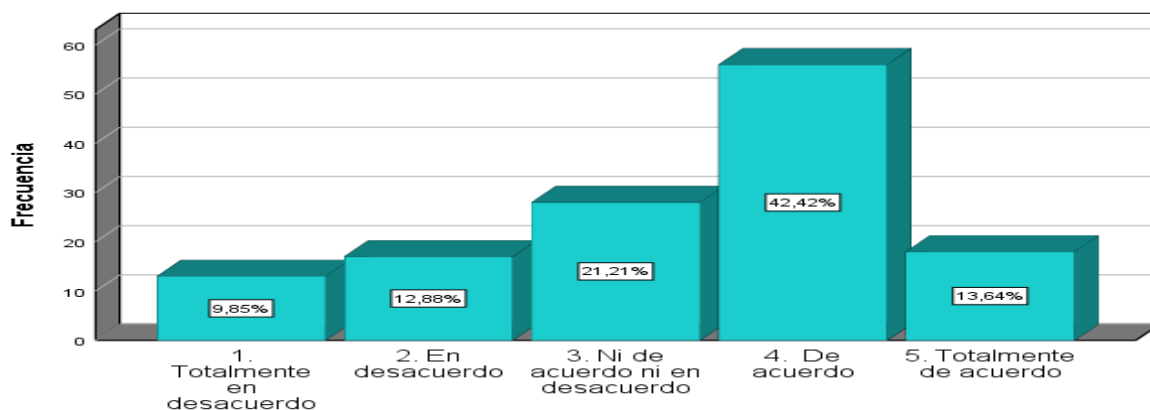
Nota: Encuesta dirigida a clientes

Los resultados obtenidos evidencian que la mayoría de clientes considera que la empresa cumplida puntualmente con los horarios establecidos para la prestación de servicios, sin embargo, una parte minorista de los encuestados manifestó que no están tan satisfechos en ese sentido con la puntualidad brindada lo que sugiere la importancia de continuar fortaleciendo la puntualidad para garantizar una buena experiencia y mantener la confianza de los clientes.

Tabla 9. *La empresa cumplió con todos los compromisos y servicios ofrecidos inicialmente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1. Totalmente en desacuerdo	13	9,8	9,8	9,8
	2. En desacuerdo	17	12,9	12,9	22,7
	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28	21,2	21,2	43,9
	4. De acuerdo	56	42,4	42,4	86,4
	5. Totalmente de acuerdo	18	13,6	13,6	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a los clientes

Figura 7. *Fiabilidad: Cumplimiento*

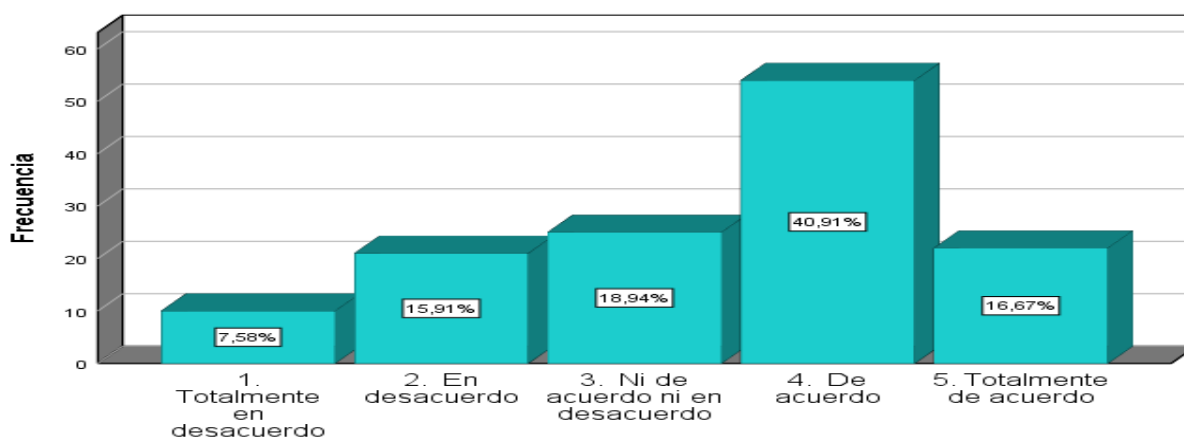
Nota: Encuesta dirigida a clientes

Los resultados obtenidos muestran que aunque la mayoría de clientes manifestó que la empresa cumplió con los compromisos y servicios ofrecidos inicialmente, se evidencia un porcentaje de opiniones desfavorables y neutral, lo que sugiere que el cumplimiento no fue percibido de manera uniforme por todos los clientes lo que conlleva a que estos resultados ponen en manifiesto la necesidad de fortalecer el seguimiento y compromisos asumidos, con el fin de garantizar una prestación de un servicio más consistente y mejorar la satisfacción de los usuarios.

Tabla 10. *La calidad del servicio se mantuvo de manera constante durante todo el evento*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1. Totalmente en desacuerdo	10	7,6	7,6	7,6
2. En desacuerdo	21	15,9	15,9	23,5
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	18,9	18,9	42,4
4. De acuerdo	54	40,9	40,9	83,3
5. Totalmente de acuerdo	22	16,7	16,7	100,0
Total	132	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a los clientes

Figura 8. *Fiabilidad Consistencia del servicio*

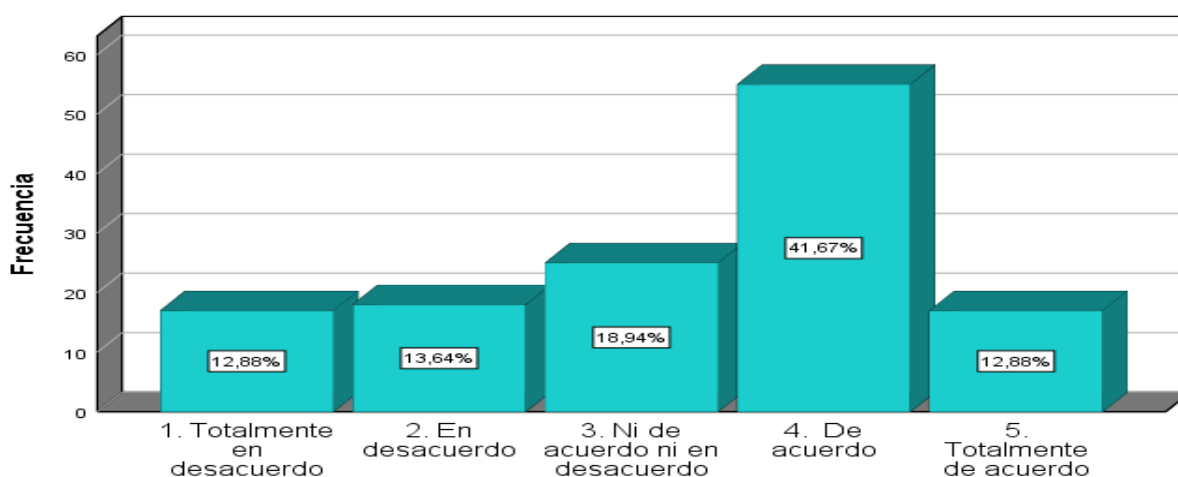
Nota: Encuesta dirigida a clientes

Estos resultados ponen en evidencia una debilidad en la consistencia de la calidad de servicios, ya que casi una cuarta parte manifestó insatisfacción respecto a la continuidad del servicio recibido esto sugiere que durante algunos eventos pueden presentarse variaciones en la atención, coordinación y desempeño del personal afectando la experiencia del cliente, por ende, se debe fortalecer la estandarización de los procesos.

Tabla 11. *El personal atendió mis requerimientos con rapidez y eficiencia.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1. Totalmente en desacuerdo	17	12,9	12,9	12,9
2. En desacuerdo	18	13,6	13,6	26,5
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	18,9	18,9	45,5
Válido 4. De acuerdo	55	41,7	41,7	87,1
5. Totalmente de acuerdo	17	12,9	12,9	100,0
Total	132	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a los clientes

Figura 9. *Fiabilidad: Consistencia del servicio*

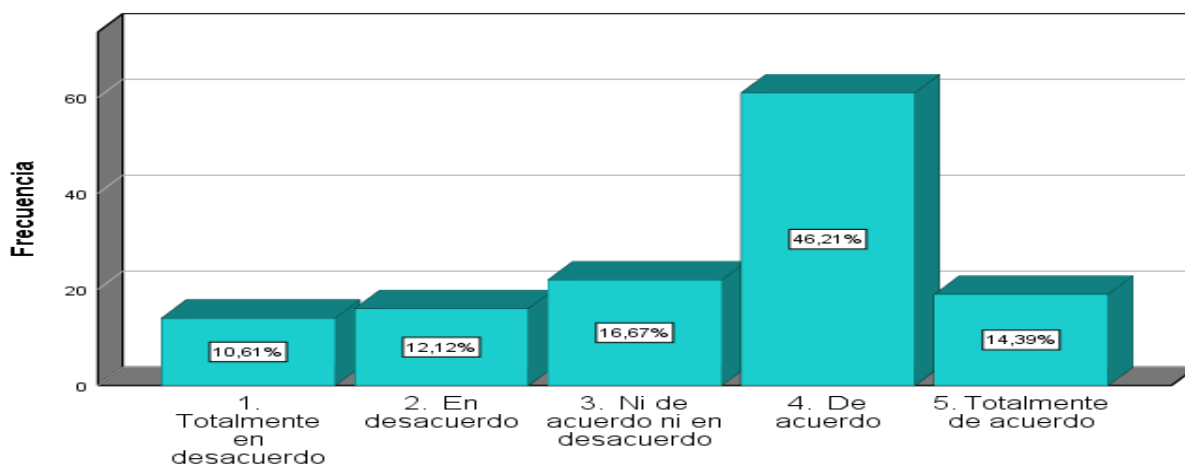
Nota: Encuesta dirigida a clientes

Los resultados reflejan que la mayoría de los clientes considera que el personal respondió con rapidez y eficiencia a sus requerimientos, sin embargo, existe un porcentaje significativo que percibió deficiencias en este aspecto lo que demuestra que la atención pudo haber presentado demoras o no respondió oportunamente a las necesidades de los clientes por ello es importante un fortalecimiento de mejora para eventos catering.

Tabla 12. *El personal mostró disposición para ayudar cuando fue necesario*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1. Totalmente en desacuerdo	14	10,6	10,6	10,6
	2. En desacuerdo	16	12,1	12,1	22,7
	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22	16,7	16,7	39,4
	4. De acuerdo	61	46,2	46,2	85,6
	5. Totalmente de acuerdo	19	14,4	14,4	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a los clientes

Figura 10. *Capacidad de respuesta: Atención*

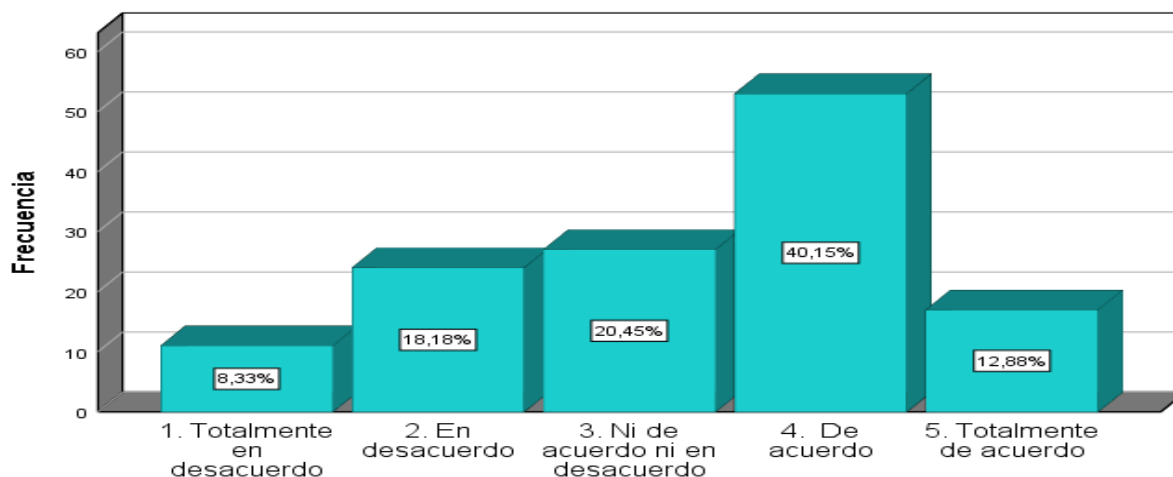
Nota: Encuesta dirigida a clientes

Los resultados obtenidos indican que, aunque predomina una valoración positiva, aún existen clientes que percibieron una limitada disposición del personal para brindar apoyo oportuno, lo que indica el fortalecimiento constante para mejorar la experiencia del cliente que es indispensable fortalecer estos aspectos que indican los clientes para que el cliente pueda tener una calidad de servicio excelente y es importante en su atención.

Tabla 13. Las solicitudes, o inconvenientes presentados fueron resueltos satisfactoriamente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1. Totalmente en desacuerdo	11	8,3	8,3	8,3
	2. En desacuerdo	24	18,2	18,2	26,5
	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	20,5	20,5	47,0
	4. De acuerdo	53	40,2	40,2	87,1
	5. Totalmente de acuerdo	17	12,9	12,9	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a los clientes

Figura 11. Capacidad de respuesta: Solución

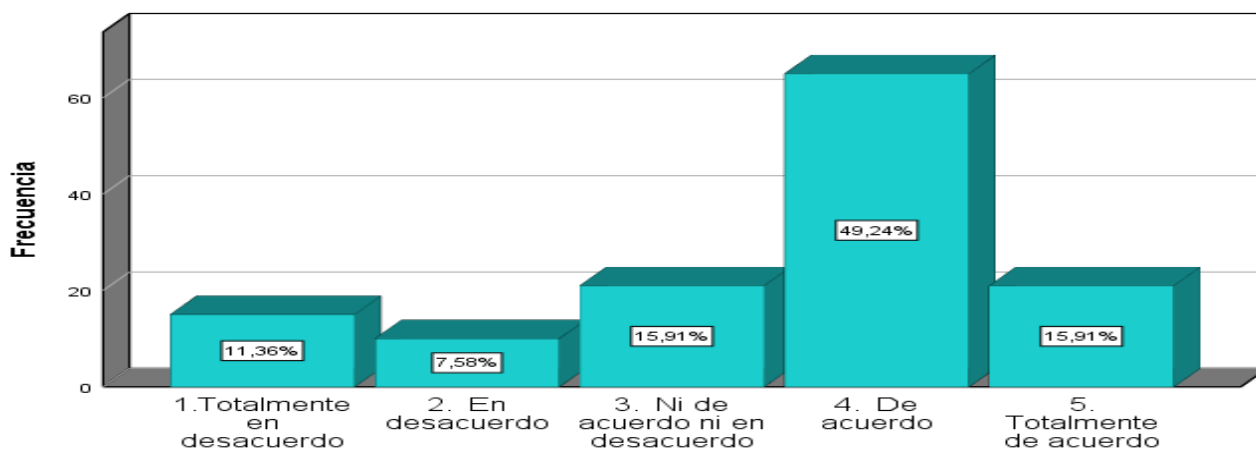
Nota: Encuesta dirigida a clientes

Los resultados obtenidos evidencian que la mayoría de clientes consideran que las solicitudes o inconvenientes fueron resueltos de manera satisfactoria, sin embargo, un número importante de encuestados manifestó la percepción desfavorable y otros mantuvieron una opinión neutral, esto evidencia la necesidad de fortalecer los procesos para atender y solucionar los requerimientos de manera eficiente que es lo más importante dentro de un inconveniente que se presente encontrar una solución.

Tabla 14. *El personal me brindó una atención amable, cordial y respetuosa*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1.Totalmente en desacuerdo	15	11,4	11,4	11,4
	2. En desacuerdo	10	7,6	7,6	18,9
	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	15,9	15,9	34,8
	4. De acuerdo	65	49,2	49,2	84,1
	5. Totalmente de acuerdo	21	15,9	15,9	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a los clientes

Figura 12. *Empatía: Amabilidad*

Nota: Encuesta dirigida a clientes

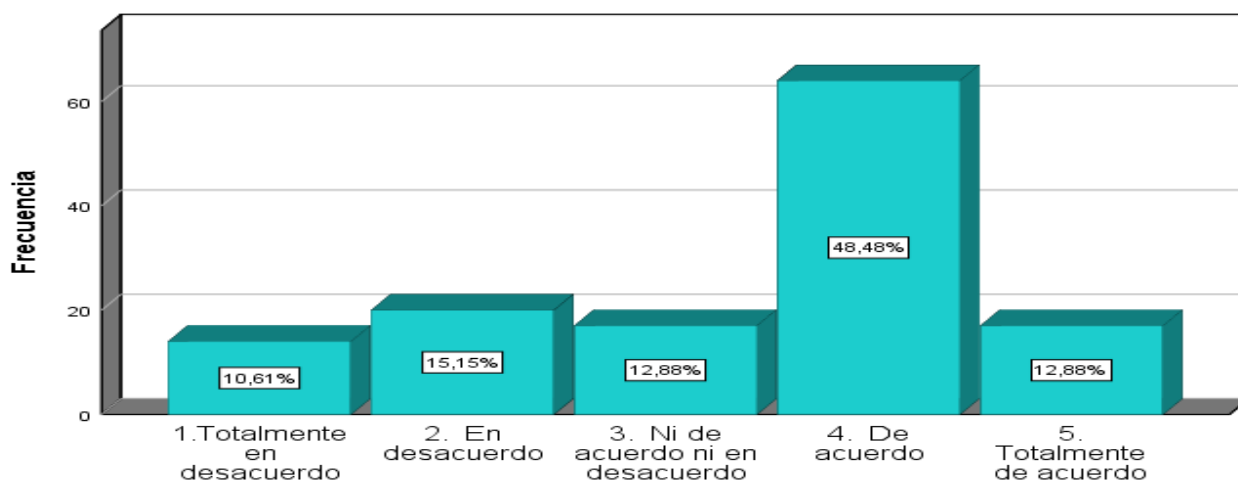
Los resultados reflejan que la mayoría de clientes percibió una atención amable, cordial y respetuosa por parte del personal no obstante, algunos encuestados mostraron una opinión neutral o por situaciones no tuvieron una buena experiencia sin embargo, se pudo notar dentro de las encuestas personalmente que fueron por malos entendidos o acuerdos confusos de ambas partes, lo que evidencia que aún existen aspectos por mejorar.

Tabla 15. *El personal proporcionó información clara y comprensible durante la prestación del servicio.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1.Totalmente en desacuerdo	14	10,6	10,6	10,6
	2. En desacuerdo	20	15,2	15,2	25,8
	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	17	12,9	12,9	38,6
	4. De acuerdo	64	48,5	48,5	87,1
	5. Totalmente de acuerdo	17	12,9	12,9	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a los clientes

Figura 13. *Empatía: Comunicación*



Nota: Encuesta dirigida a clientes

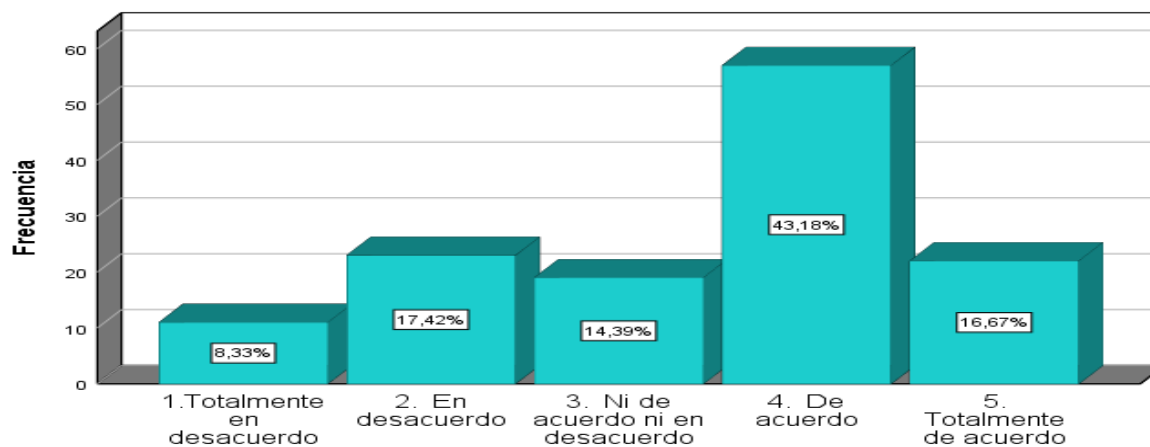
Los resultados muestran que la mayoría de clientes considero que el personal brindo información clara y compresible durante la prestación de servicios sin embargo, algunos encuestados expresaron una percepción desfavorable y otros se mantuvieron neutral, lo que se da a notar que debe existir oportunidades de mejora en la comunicación con los clientes para garantizar una mejor experiencia del servicio que el personal brinde para que el cliente y las personas que visiten se sientan satisfechos.

Tabla 16. *El personal comprendió y atendió adecuadamente mis necesidades como cliente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1.Totalmente en desacuerdo	11	8,3	8,3	8,3
	2. En desacuerdo	23	17,4	17,4	25,8
	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19	14,4	14,4	40,2
	4. De acuerdo	57	43,2	43,2	83,3
	5. Totalmente de acuerdo	22	16,7	16,7	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a los clientes

Figura 14. *Empatía: Comprensión*



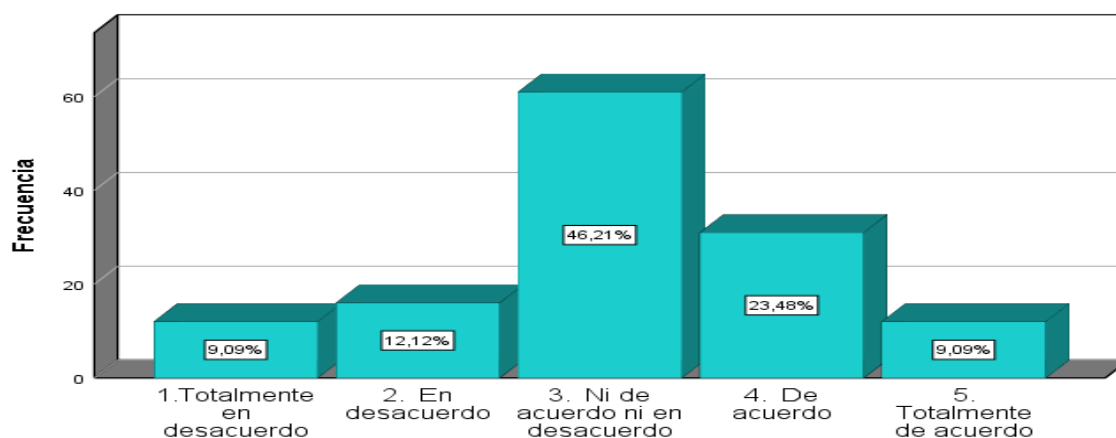
Nota: Encuesta dirigida a clientes

Los resultados reflejan de manera positiva que el personal atendió comprendió sus necesidades, sin embargo, un grupo de encuestados manifestó una percepción negativa y otros se mantuvieron neutrales, lo que indica que la atención brindada no siempre logro responder plenamente las expectativas de todos los clientes y hay cosas que se debe aún fortalecer en el servicio por parte del personal de esta manera el cliente se sentirá satisfecho.

Tabla 17. *El personal demostró conocimientos suficientes para brindar un servicio profesional*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1.Totalmente en desacuerdo	12	9,1	9,1	9,1
	2. En desacuerdo	16	12,1	12,1	21,2
	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	61	46,2	46,2	67,4
	4. De acuerdo	31	23,5	23,5	90,9
	5. Totalmente de acuerdo	12	9,1	9,1	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a los clientes

Figura 15. *Seguridad: Conocimiento del personal*

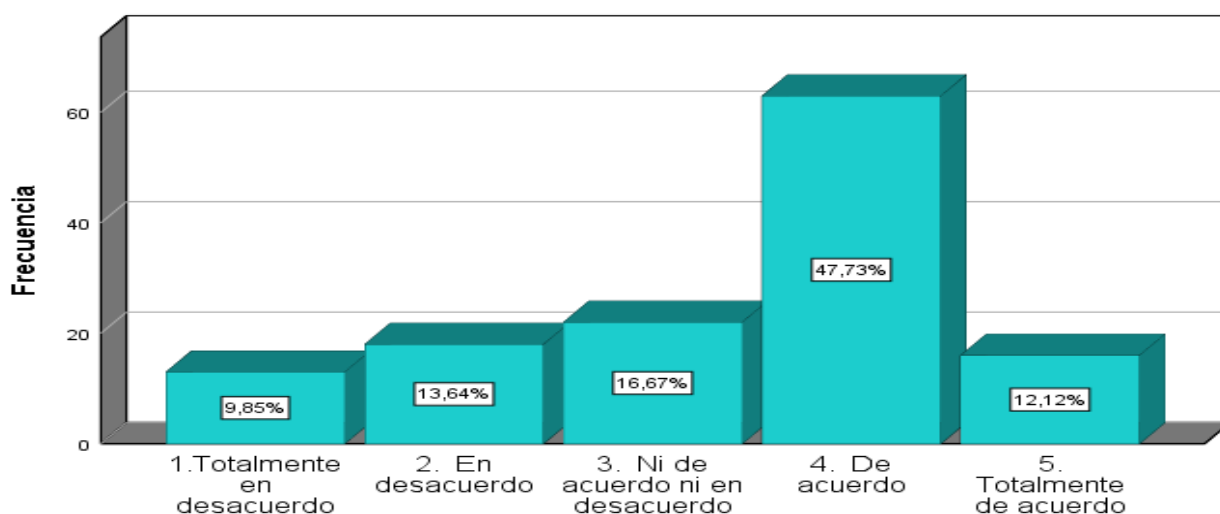
Nota: Encuesta dirigida a clientes

Los resultados dan en evidencia que la mayor parte de clientes mantuvo una posición neutral respecto a los conocimientos del personal para brindar un servicio profesional además un grupo importante manifestó una percepción no tan buena, mientras que un menor número expreso una valoración favorable, esto sugiere que San Sebastián, eventos Catering debe fortalecer la capacitación de su personal para transmitir mayor confianza y profesionalismo durante la prestación del servicio.

Tabla 18. La atención brindada por el personal me generó seguridad y confianza

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1.Totalmente en desacuerdo	13	9,8	9,8	9,8
	2. En desacuerdo	18	13,6	13,6	23,5
	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22	16,7	16,7	40,2
	4. De acuerdo	63	47,7	47,7	87,9
	5. Totalmente de acuerdo	16	12,1	12,1	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a los clientes

Figura 16. Seguridad: Confianza

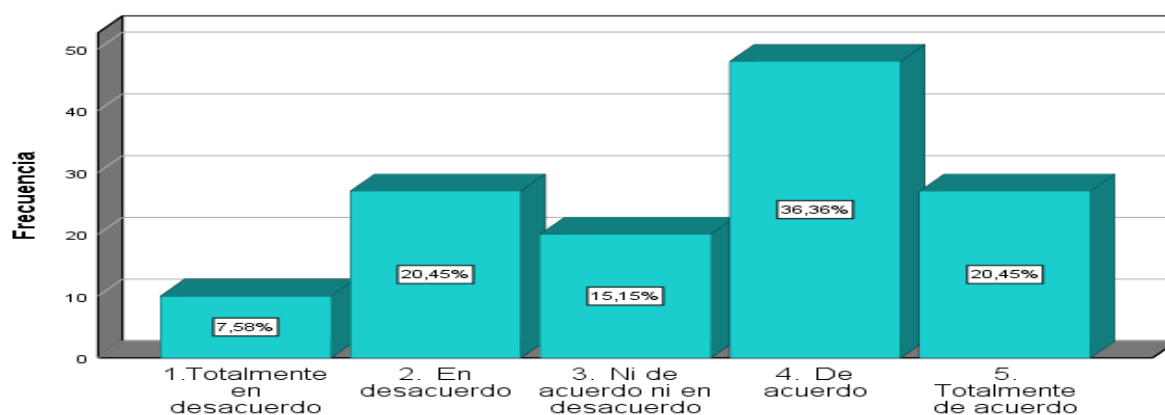
Nota: Encuesta dirigida a clientes

Los resultados muestran que en su mayoría los clientes tuvieron una buena atención por parte del personal lo que le generó seguridad y confianza, sin embargo, algunos encuestados manifestaron una percepción negativa y otros se mantuvieron neutrales, lo que se evidencia es que aún hay aspectos que se debe fortalecer para transmitir esa confianza a los clientes en este aspecto es importante conocer a través de estos resultados.

Tabla 19. *El comportamiento del personal refleja profesionalismo durante el evento*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1.Totalmente en desacuerdo	10	7,6	7,6	7,6
	2. En desacuerdo	32	24,2	24,2	31,8
	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	43	32,6	32,6	64,4
	4. De acuerdo	33	25,0	25,0	89,4
	5. Totalmente de acuerdo	14	10,6	10,6	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a los clientes

Figura 17. *Seguridad: Profesionalismo*

Nota: Encuesta dirigida a clientes

Los resultados obtenidos dieron en su mayoría una opinión neutral respecto al profesionalismo del personal durante el evento, asimismo, un número considerable manifestó una percepción negativa y un grupo de clientes estaba de acuerdo con el servicio recibido por parte del personal, esto sugiere que San Sebastián, evento catering debe fortalecer las competencias y actitudes profesionales de su personal para proyectar una imagen más consiente y generar confianza aunque, ya la tiene como se pudo observar, pero ese grupo significativo desfavorable se debe de trabajar y mejorar para brindar un servicio excepcional.

Discusión

Los resultados de la investigación evidenciaron que la calidad del servicio en San Sebastián, Eventos y Catering presenta una percepción mayoritariamente favorable, sin embargo, se identificaron oportunidades de mejora relacionadas principalmente con los elementos tangibles, la capacidad de respuesta, la atención al cliente y el profesionalismo del personal.

En relación con la capacidad de respuesta y atención al cliente, los resultados coinciden con Regidor et al. (2023), quienes determinaron que la capacidad de respuesta y la empatía son dimensiones importantes para la percepción de calidad y satisfacción en empresas de catering. De manera similar, en San Sebastián, Eventos y Catering se obtuvo una valoración favorable en estos aspectos, aunque las respuestas neutrales evidencian la necesidad de fortalecer la atención y respuesta a las necesidades de los clientes.

Respecto a los elementos tangibles, los resultados muestran una percepción generalmente favorable sobre las instalaciones, materiales y equipamiento, aunque se identificaron aspectos que requieren mantenimiento y renovación. Estos resultados guardan relación con Castañeda (2021), quien destaca la utilidad del modelo SERVQUAL para identificar las dimensiones que requieren mejoras en la calidad del servicio. Por tanto, la evaluación de estos elementos permitió reconocer aspectos específicos que pueden ser fortalecidos dentro de la empresa.

Asimismo, los resultados coinciden con Manzano Insuasti y Silva (2022), quienes sostienen que la evaluación de la calidad del servicio permite identificar fortalezas y oportunidades de mejora. En el presente estudio, la aplicación de las dimensiones de calidad permitió determinar que, aunque existe una percepción favorable, es necesario mantener una evaluación Continúa para detectar oportunamente las necesidades de los clientes.

Finalmente, los resultados relacionados con el profesionalismo y conocimiento del personal presentan oportunidades de mejora, debido a la presencia de respuestas neutrales y desfavorables. Este hallazgo se relaciona con Ramos-Alfonso et al. (2024), quienes resaltan la importancia de diagnosticar la calidad del servicio para establecer estrategias de mejora. En este sentido, los resultados obtenidos sustentan la propuesta de implementar acciones de capacitación en atención al cliente, comunicación efectiva y manejo de situaciones durante los eventos.

En síntesis, los resultados de la investigación coinciden con los antecedentes revisados, al demostrar que la evaluación de la calidad del servicio permite identificar fortalezas y aspectos susceptibles de mejora. La principal aportación del presente estudio radica en identificar estas necesidades específicamente en San Sebastián, Eventos y Catering, permitiendo plantear estrategias orientadas al fortalecimiento de la calidad del servicio

Propuesta

Plan de capacitación para fortalecer la calidad del servicio en San Sebastián, Eventos y Catering, cantón La Libertad.

Antecedentes

Esta propuesta se origina a partir de los resultados de las encuestas realizadas a los clientes que han contratado, los servicios de San Sebastián, Eventos y Catering. Los datos obtenidos tanto en forma presencial como a través de formularios de Google Forms, permitieron descubrir oportunidades de mejora en la calidad del servicio que ofrece el establecimiento.

Los clientes encuestados en forma presencial manifestaron que, si bien es favorable su percepción general del servicio, existen aspectos que podrían fortalecerse, para brindar una mejor experiencia durante la prestación del servicio especialmente en lo que se refiere a la atención del personal, su disposición para atender las necesidades de los usuarios.

Por otra parte, los resultados obtenidos mediante las encuestas en Google Forms demostraron que no todos los clientes tuvieron una experiencia totalmente satisfactoria. Entre las principales observaciones se identificó la necesidad de reforzar el profesionalismo del personal, ampliar sus conocimientos sobre atención al cliente y promover la implementación de nuevas prácticas que contribuyan a mejorar la calidad del servicio. En base a estos resultados se justifica el diseño de un plan de capacitación orientado a fortalecer competencias del personal y elevar el nivel de satisfacción.

Objetivo General

Fortalecer la calidad del servicio de "San Sebastián, Eventos y Catering" mediante la implementación de estrategias orientadas al mejoramiento de los elementos tangibles, la optimización de los procesos de atención y la capacitación continua del personal, con el propósito de incrementar la satisfacción de los clientes.

Objetivos específicos

- **Fortalecer los elementos tangibles** del servicio mediante acciones de mantenimiento y mejora de las instalaciones, materiales y equipamiento utilizados durante la prestación del servicio.
- **Optimizar los procesos de atención al cliente** mediante la estandarización de procedimientos que permitan mejorar la puntualidad, el cumplimiento de los compromisos y la capacidad de respuesta del personal.
- **Implementar un plan continuo de capacitación** para fortalecer las competencias del personal en comunicación, atención al cliente, profesionalismo y resolución de conflictos, contribuyendo a mejorar la experiencia del cliente.

Tabla:20 Matriz MEFI

Factor interno	Peso	Calificación	Ponderado
F1. Instalaciones con buena imagen	0,10	3	0,30
F2. Equipamiento moderno y funcional	0,15	4	0,60
F3. Atención amable y respetuosa	0,15	4	0,60
F4. Cumplimiento puntual de horarios	0,10	3	0,30
D1. Conocimientos técnicos débiles del personal	0,15	1	0,15
D2. Profesionalismo inconsistente	0,15	1	0,15
D3. Capacidad de respuesta limitada	0,10	2	0,20
D4. Sin programa formal de capacitación	0,10	1	0,10
Total	1,00		2,40

(Escala: 1 = debilidad mayor, 2 = debilidad menor, 3 = fortaleza menor, 4 = fortaleza mayor. Un total de 2,40, por debajo del punto medio de 2,5, indica una posición interna moderadamente débil, coherente con las debilidades detectadas en capacitación y profesionalismo.)

Tabla 21. Matriz MEFE

Factor externo	Peso	Calificación	Ponderado
O1. Crecimiento del sector turístico/gastronómico	0,15	4	0,60
O2. Herramientas tecnológicas de bajo costo	0,10	3	0,30
O3. Modelos de calidad y capacitación externa disponibles	0,15	4	0,60
O4. Demanda de experiencias personalizadas	0,10	3	0,30
A1. Alta competencia local	0,15	2	0,30
A2. Normativa sanitaria estricta	0,10	2	0,20
A3. Sensibilidad del cliente a la inconsistencia	0,15	1	0,15
A4. Rotación de personal eventual	0,10	2	0,20
Total	1,00		2,65

(Un total de 2,65, por encima del punto medio, indica que la empresa responde moderadamente bien a su entorno externo, con oportunidades ligeramente superiores a las amena

Estrategias son:

-  Fortalecimiento de los elementos tangibles.
-  Estandarización de los procesos de atención.
-  Capacitación del personal

Plan de Acción**ESTRATEGIA 1****Problema**

Oportunidades de mejora en los elementos tangibles del servicio, debido a que algunos clientes manifestaron percepciones neutrales o desfavorables respecto a las instalaciones, materiales y equipamiento utilizados durante los eventos.

Estrategia

Fortalecimiento de los elementos tangibles del servicio.

Medios

Mantenimiento preventivo de instalaciones.

Renovación de materiales y utensilios.

Actualización del equipamiento.

Cronograma de inspecciones periódicas.

Ejecución

Se ejecutará un programa de mantenimiento preventivo y revisión periódica de las instalaciones, materiales y equipos utilizados durante los eventos, con el propósito de garantizar espacios adecuados, recursos en óptimas condiciones y una mejor percepción de la calidad del servicio por parte de los clientes.

ESTRATEGIA 2

Problema

Se identifican oportunidades de mejora en la fiabilidad y capacidad de respuesta, debido a que algunos clientes manifestaron percepciones neutrales o desfavorables respecto a la puntualidad, cumplimiento de compromisos, rapidez en la atención y solución de requerimientos.

Estrategia

Estandarización de los procesos de atención al cliente.

Medios

Protocolos de atención.

Listas de verificación para cada evento.

Cronograma de seguimiento.

Registro de incidencias.

Ejecución

Se implementarán procedimientos estandarizados que orienten el desarrollo de cada evento desde la contratación hasta su finalización, estableciendo controles para garantizar el cumplimiento de horarios, compromisos adquiridos y una atención oportuna a los requerimientos de los clientes.

ESTRATEGIA 3

Problema

Se evidencian oportunidades de fortalecer las competencias del personal, debido a que algunos clientes manifestaron percepciones neutrales o desfavorables respecto a la comunicación, comprensión de necesidades, conocimientos, confianza y profesionalismo durante la prestación del servicio.

Estrategia

Plan de capacitación en atención al cliente y calidad del servicio.

Medios

Talleres de atención al cliente.

Capacitación en comunicación efectiva.

Formación en resolución de conflictos.

Manual de atención al cliente.

Evaluaciones periódicas del desempeño.

Ejecución

Se desarrollará un plan de capacitación continua dirigido al personal de "San Sebastián, Eventos y Catering" enfocado en fortalecer las habilidades de comunicación, atención al cliente, profesionalismo y resolución de conflictos. Además, se implementarán evaluaciones periódicas para verificar la aplicación de los conocimientos adquiridos y promover la mejora continua de la calidad del servicio.

Tabla 22. Cronograma de Implementación de Estrategias

Fase	Tiempo	Actividad
Diseño y planificación	Semanas 1–2	• Definición de detalles para fortalecer elementos tangibles • Diseño de procesos, estructura del manual de atención • Elaboración del plan de capacitación del personal
Preparación y contratación	Semanas 3–4	• Mantenimiento para la adecuación de instalaciones y equipamiento • Compra de materiales, utensilios y papelería de apoyo • Contratación del consultor y capacitador externo
Ejecución	Semanas 5–7	• Implementación de mejoras físicas, entrega de herramientas • Aplicación de talleres: atención al cliente para una comunicación efectiva • Entrega de manuales, material didáctico y certificados
Seguimiento y ajustes	Semana 8	• Revisión del cumplimiento de procesos estandarizados • Verificación de la calidad del servicio para el uso de instalaciones • Análisis de resultados para correcciones finales

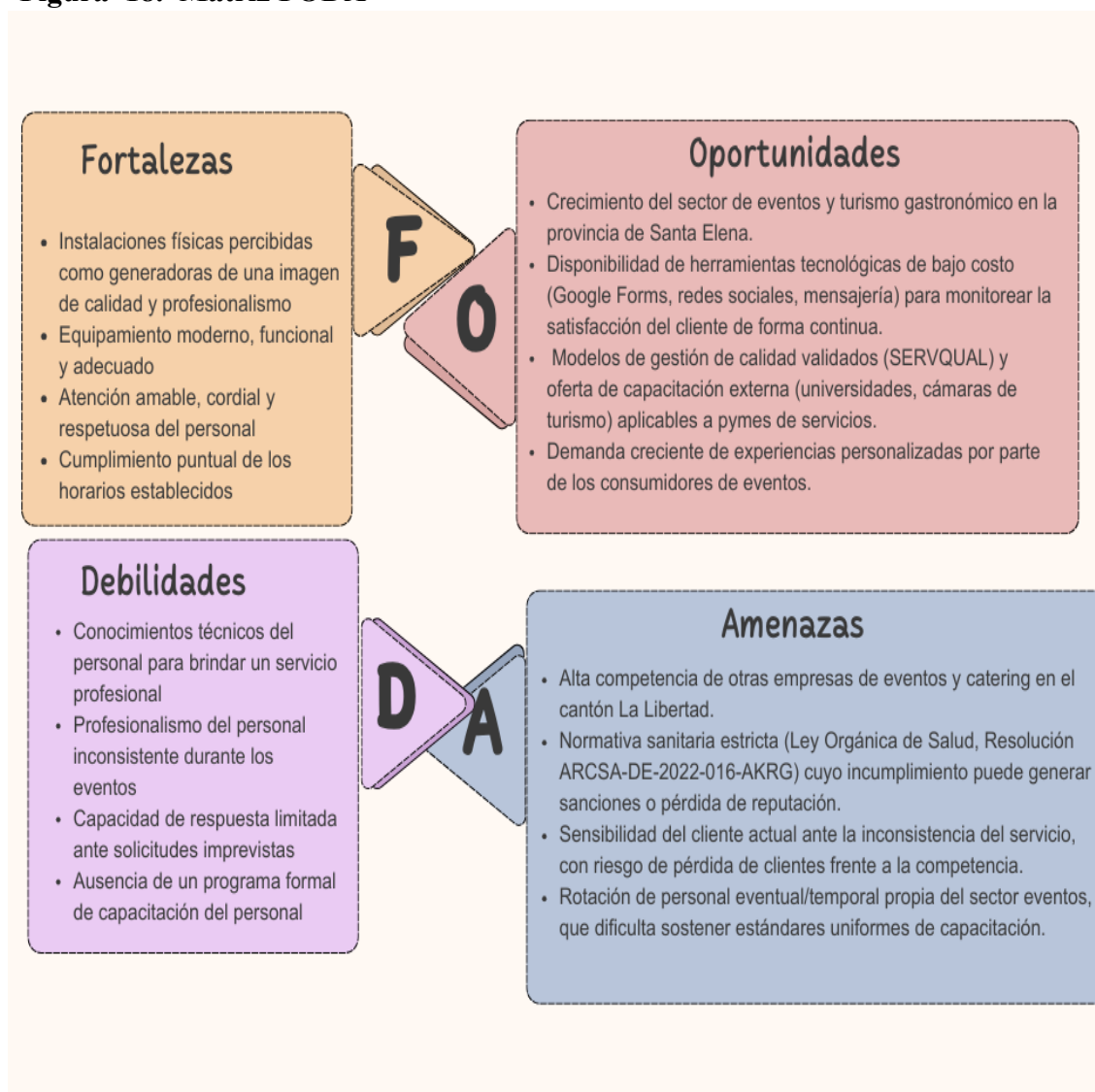
Nota: *Cronograma de actividades de la propuesta*

Tabla 23. Presupuesto de la propuesta

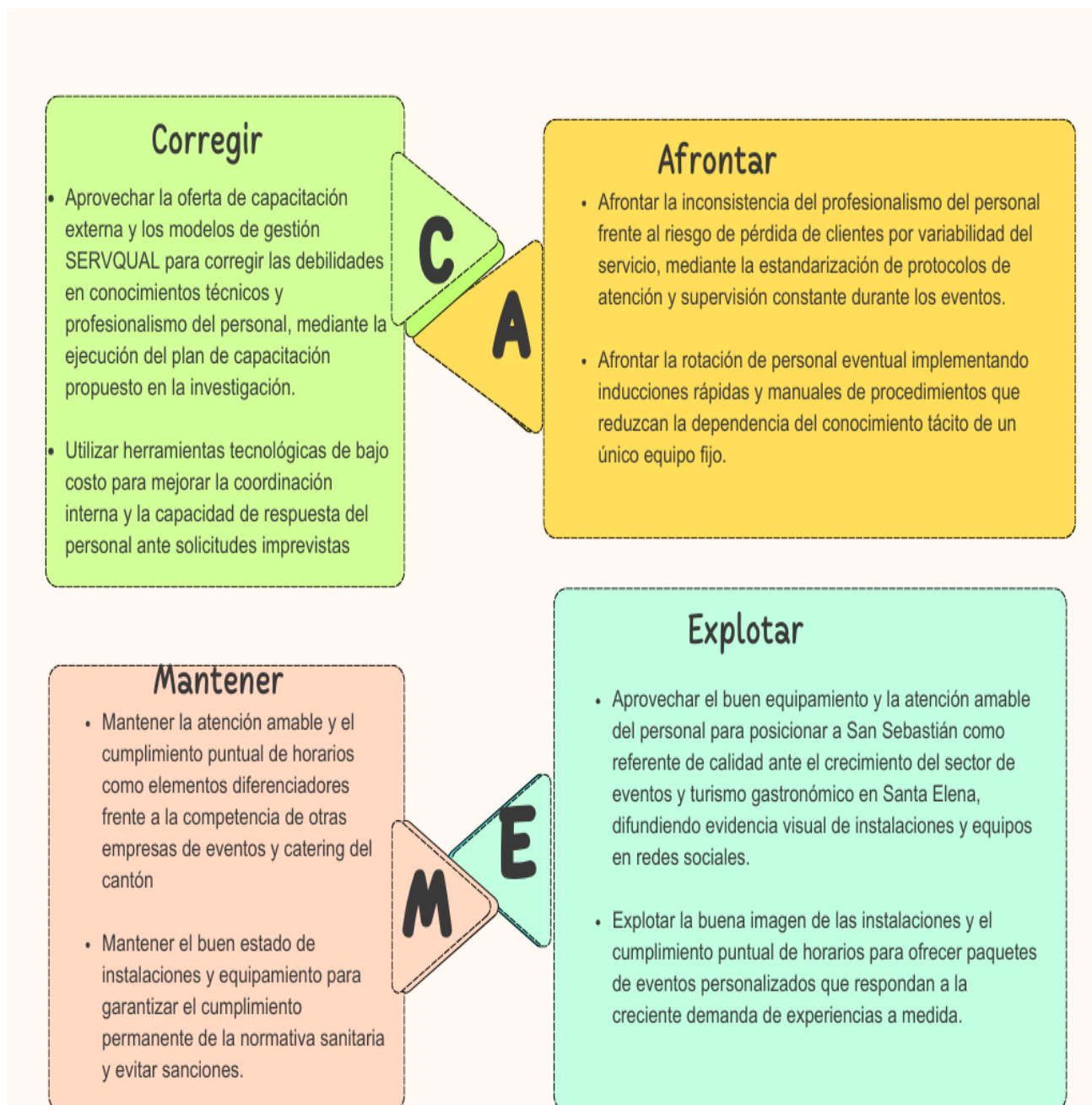
Estrategia	Actividad	Cantidad	Costo unitario (USD)	Costo total (USD)
Estrategia 1. Fortalecimiento de los elementos tangibles	Mantenimiento de instalaciones	1	250,00	250,00
	Renovación de materiales y utensilios	1	180,00	180,00
	Mantenimiento del equipamiento	1	220,00	220,00
Estrategia 2. Estandarización de procesos	Elaboración del manual de atención al cliente	1	80,00	80,00
	Impresión de manuales y listas de verificación	10	8,00	80,00
	Papelería y material de apoyo	1	40,00	40,00
Estrategia 3. Capacitación del personal	Taller de atención al cliente	1	220,00	220,00
	Taller de comunicación efectiva	1	180,00	180,00
	Material didáctico	10	12,00	120,00
	Certificados de participación	10	3,00	30,00
TOTAL, GENERAL				USD 1.400,00

Nota. El presupuesto presentado es referencial y ha sido elaborado con base en una estimación de los recursos necesarios para la implementación de las estrategias propuestas. Los costos pueden variar de acuerdo con las condiciones del mercado y las decisiones administrativas de "San Sebastián, Eventos y Catering"

Figura 18. Matriz FODA



Nota: Elaboración de la Matriz foda a partir de los resultados de la encuesta a los clientes, entrevista al propietario y observación realizada en San Sebastián, Eventos y Catering.

Figura 19. CRUCE CAME

Nota: Elaboración del Cruce Came a partir de los resultados de la encuesta a los clientes, entrevista al propietario y observación realizada en San Sebastián, Eventos y Catering.

Conclusiones

- Se determinó que la percepción de los clientes sobre la calidad del servicio en San Sebastián, Eventos y Catering es favorable pero también una parte de los resultados son negativos, principalmente en los elementos tangibles y en el cumplimiento del servicio. Sin embargo, se identificaron oportunidades de mejora relacionadas con los conocimientos y el profesionalismo del personal, aspectos que requieren fortalecimiento para mantener una experiencia satisfactoria para los clientes.
- Se diagnosticó que San Sebastián, Eventos y Catering presenta condiciones tanto positivas como negativas en la prestación del servicio y cuenta con procesos relacionados con el mantenimiento de equipos y la atención de quejas. No obstante, se evidenció la ausencia de un programa formal de capacitación para el personal, además de percepciones neutrales y desfavorables respecto a su desempeño lo que representa una oportunidad para fortalecer sus competencias.
- Se concluyó que los factores tangibles afectan la satisfacción del cliente, pues elementos como la infraestructura, el estado de los equipos, los materiales y una correcta distribución de los espacios ayudan a crear una percepción favorable respecto a la calidad del servicio. Sin embargo, ciertos resultados muestran que es necesario seguir mejorando estos aspectos para proporcionar una experiencia más satisfactoria.
- Los resultados del estudio señalaron la necesidad de implementar estrategias de mejoramiento orientadas al fortalecimiento de la calidad del servicio que busca mejorar. Esto propiciara una mejora constante y un incremento del nivel de satisfacción del cliente.

Recomendaciones

- Se recomienda realizar evaluaciones periódicas de la percepción de los clientes mediante encuestas de satisfacción, con el propósito de conocer la evolución de la calidad del servicio, identificar nuevas necesidades y establecer oportunamente acciones de mejora.
- Se recomienda implementar un programa formal de capacitación dirigido al personal de San Sebastián, Eventos y Catering, considerando las necesidades identificadas a partir de los resultados de la investigación. Este programa deberá incluir actividades periódicas de formación orientadas a fortalecer los conocimientos y habilidades necesarias para brindar un servicio de calidad. Asimismo, se sugiere abordar temas relacionados con atención al cliente, comunicación efectiva, manejo de quejas, resolución de situaciones y profesionalismo.
- Consolidar los componentes tangibles, equipos y materiales que son parte del servicio, a través de la conservación constante de los equipos que se encuentren en buen estado, que parte del personal antes de los eventos previstos realicen una inspección para que todo salga bien y no se presenten inconvenientes al momento de haber comenzado el evento de bodas, quinceañeras etc.
- Implementar el plan de capacitación, que ayude al personal a mejorar las competencias en la atención al cliente, la comunicación afectiva y la solución de situaciones que se presenten durante el servicio, para optimizar la experiencia del cliente con un buen servicio ser recomendados aumenta las posibilidades que el establecimiento sea más reconocido.

Referencias

- Adhikari, Y., Wagley, M. P., & Dahal, N. (2023). Developing the Contextualized SERVQUAL Instrument for Measuring the Service Quality of Nepali Resorts: An Application of the Modified Delphi Technique. *Sage Open*, 13(3), 21582440231195952.
<https://doi.org/10.1177/21582440231195952>
- Alemu, A. (2023). Assessing service quality in tertiary Education using adapted SERVQUAL scale. *Cogent Education*, 10(2), 2259733.
<https://doi.org/10.1080/2331186X.2023.2259733>
- Apriyanti, R. (2023). (PDF) THE INFLUENCE OF EMPLOYEE PROFESSIONALISM AND COMPETENCE IN IMPROVING THE QUALITY OF EMPLOYEE SERVICE ONE STOP INTEGRATED SERVICES, KEMBANGAN DISTRICT, WEST JAKARTA ADMINISTRATIVE CITY. *ResearchGate*. <https://doi.org/10.33701/jipwp.v49i1.3246>
- Botines-Carreño, F., & Briones-Saltos, L. (2024). *La calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la Empresa CNEL EP Manabí | 593 Digital Publisher CEIT*.
https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/2498
- Bourne, T. M. E., Castro, C. R. M., Ramírez, T. A. E., & Véliz, R. A. M. (2021). El aseguramiento de la calidad en las PYMES ecuatorianas. *Revista Publicando*, 8(31), 71-81. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2235>
- C, E. A. S., C, M. F. C., R, L. G. V., M, D. C. A., & Barragán-Landy, M. F. (2023). Percepción de los clientes sobre la calidad del servicio: Un estudio empírico. *Maskana*, 14(1), 9-21.
<https://doi.org/10.18537/mskn.14.01.01>

- Caballero, R. J. P., & Lara, O. M. N. (2023). LA IMPORTANCIA DEL MARKETING DE SERVICIOS Y LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE. *Revista Colegiada de Ciencia*, 5(1), 107-118. <https://doi.org/10.48204/j.colegiada.v5n1.a4410>
- Carballo-Mendivil, B., Arellano-González, A., & Molina-Armenta, D. A. (2024). Atributos de calidad que valora el cliente de un restaurante identificados con el modelo Kano. *ECA Sinergia*, 15(1), 95-107. <https://doi.org/10.33936/ecasinergia.v15i1.5631>
- Carrasco, R. J. R., Kajatt, J. U., & Hidalgo, D. E. R.-C. (2023). La calidad de servicio del cliente interno basado en el modelo SERVQUAL y su relación con la satisfacción laboral en una empresa de transporte de carga pesada de Lima Metropolitana, 2021. *Industrial Data*, 26(1), 179-202. <https://doi.org/10.15381/idata.v26i1.24243>
- Castañeda, E. D. C. (2021). La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: Una revisión desde Colombia. *Innovar*, 31(81), 35-48. <https://doi.org/10.15446/innovar.v31n81.95571>
- Chero-Pacheco, V. (2024). Población y muestra. *International journal of interdisciplinary dentistry*, 17(2), 66-66. <https://doi.org/10.4067/s2452-55882024000200066>
- Eslava-Zapata, R. A., Chacón-Guerrero, E. J., Mogrovejo-Andrade, J. M., & Valero-Valencia, A. (2024). Calidad del servicio: Un estudio en hoteles con el modelo SERQVUAL. *AiBi Revista de Investigación, Administración e Ingeniería*, 12(1), 1-10. <https://doi.org/10.15649/2346030X.3286>
- Esponda, D. C., & Pérez, L. M. (2024). Experiencias con el uso del SPSS en las clases virtuales de Estadística. *Prohominum*, 6(3), 68-82. <https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0262>

- Gómez, E. S., & Johnson, G. L. L. (2022). Modelo teórico de gestión de la calidad del servicio para promover la competitividad de los restaurantes de cocina tradicional de la costa ecuatoriana. *Siembra*, 9(1), e3594-e3594. <https://doi.org/10.29166/siembra.v9i1.3594>
- Grosz, M. P. (2023). Should researchers make causal inferences and recommendations for practice on the basis of nonexperimental studies? *Educational Psychology Review*, 35(2), 57. <https://doi.org/10.1007/s10648-023-09777-7>
- Gu, S., Wang, K., Gao, L., & Liu, J. (2022). Research on express service defect evaluation based on semantic network diagram and SERVQUAL model. *Frontiers in Public Health*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.1056575>
- Guadalupe-Moyano, V., Carvache-Franco, M., Villagómez-Buele, C., & Carvache-Franco, O. (2025). Evaluación de calidad del servicio y condiciones sanitarias en oferta gastronómica de destino turístico costero en Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, 31(4), 429-446. <https://doi.org/10.31876/rcs.v31i4.44872>
- Hernández Tello, P. K., Lugo García, J., & Ordóñez Valencia, H. J. (2022, octubre). *Service quality, user expectations, and effective communication sources of user satisfaction*. <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/items/2f55a4e6-f0a1-4b54-8b81-36ad90fdd3de>
- Jiménez, A. J. G. (2021). El razonamiento deductivo, inductivo y abductivo: Diferencias e integración desde ejemplos empresariales. *Phainomenon*, 20(2), 203-222. <https://doi.org/10.33539/phai.v20i2.2458>
- Lee, Y. L., & Hing, N. (1995). Measuring quality in restaurant operations: An application of the SERVQUAL instrument. *International Journal of Hospitality Management*, 14(3), 293-310. [https://doi.org/10.1016/0278-4319\(95\)00037-2](https://doi.org/10.1016/0278-4319(95)00037-2)

- Malpartida-Meza, D., Granada-López, A., Salas-Canales, H. J., Malpartida-Meza, D., Granada-López, A., & Salas-Canales, H. J. (2022). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una empresa comercializadora de sistemas de climatización doméstica e industrial, distrito de Surquillo (Lima—Perú), 2021. *Revista Científica de la UCSA*, 9(3), 23-35.
<https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2022.009.03.023>
- Manosalvas-Vaca, C. A., Manosalvas-Vaca, L. O., Quevedo-Amay, D. V., & Haro-Acosta, S. N. (2022). Quality, satisfaction and loyalty in the emergency service of public hospitals, from the central zone of Ecuador. *INNOVA Research Journal*, 7(2), 194-204.
<https://doi.org/10.33890/innova.v7.n2.2022.2030>
- Manzano Insuasti, P. R., & Silva, E. (2022). A joint analysis of service quality: A case study of SERVQUAL and INTSERVQUAL models in Ecuadorian lodges. *Investigaciones Turísticas*, (23), 239. <https://doi.org/10.14198/INTURI2022.23.11>
- Martínez, D. V. S. (2022). Técnicas e instrumentos de recolección de datos en investigación. *TEPEXI Boletín Científico de la Escuela Superior Tepeji del Río*, 9(17), 38-39.
<https://doi.org/10.29057/estr.v9i17.7928>
- Matute, W. G. V., Orellana, C. P. O., Orellana, E. F. O., & Cortazar, M. P. Q. (2023). Percepción de los usuarios sobre la calidad de los servicios públicos en el Cantón La Troncal-Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, 29(3), 204-218.
<https://doi.org/10.31876/rcs.v29i3.40706>
- Muñoz-Zamora, K., & Flores-Urbáez, M. (2024). Medición de la calidad del servicio en el Registro Civil ecuatoriano desde el modelo SERVQUAL. *Revista de Ciencias Sociales*, 30(3), 459-475. <https://doi.org/10.31876/rcs.v30i3.42684>

- Pérez, F. M. D., & Moreno, M. C. M. (2017). Compliance with the promises related to the quality of the Merida state tourist accommodation service, Venezuela. *Tec Empresarial*, 11(2), págs 27-40. <https://doi.org/10.18845/te.v11i2.3231>
- Piedra, Y. A. M., Vilcapuma, R. E. Q., & Subia, L. E. C. (2024). Calidad del servicio y satisfacción del cliente en una Panificadora del Cono Este de Lima, 2023. *Revista de Investigación Valor Agregado*, 11(1), 17-34. <https://doi.org/10.17162/riva.v11i1.2095>
- Pons, S. B., Ramon, M. R. R., Lourido, B. P., & Verger, S. (2021). El Enfoque integrador de la metodología mixta en la investigación educativa. *RELIEVE - Revista Electrónica de Investigación y Evaluación Educativa*, 27(1). <https://doi.org/10.30827/relieve.v27i1.21053>
- Ramli, M. A. B. (2023). Quality Service: A Benchmark Setting for Customer Satisfaction in Food Catering Services in Kuala Lumpur Region. *Online Journal for TVET Practitioners*, 8(1), 89-98.
- Ramos-Alfonso, Y., Ruiz-Cedeño, A. B., Sánchez-Briones, A., & Cossío, N. S. (2024). Proceso de evaluación y mejora en la calidad del servicio: Caso de estudio restaurantes en Manabí. *DYNA*, 91(232), 77-85. <https://doi.org/10.15446/dyna.v91n232.112813>
- Ramos-Galarza, C. (2021). Editorial: Diseños de investigación experimental. *CienciAmérica*, 10(1), 1-7. <https://doi.org/10.33210/ca.v10i1.356>
- Rather, R. A., & Camilleri, M. A. (2019). The effects of service quality and consumer-brand value congruity on hospitality brand loyalty. *Anatolia*, 30(4), 547-559. <https://doi.org/10.1080/13032917.2019.1650289>
- Regidor, L. B., Gador, M. E., Beneson, J. J., & Burlas, N. J. V. (2023). INFLUENCE OF SERVICE QUALITY TO CUSTOMER SATISFACTION AMONG CATERING

- SERVICES IN TAGUM CITY. *International Journal of Research Publications*, 117(1), 246-259. <https://doi.org/10.47119/IJRP1001171120234429>
- Rodríguez Armijos, D. Y., Arista Huamán., A. M., Cruz-Tarrillo, J. J., Rodríguez Armijos, D. Y., Arista Huamán., A. M., & Cruz-Tarrillo, J. J. (2023). Calidad de servicio y su efecto en la satisfacción y lealtad de los clientes. *Revista San Gregorio*, 1(55), 65-77. <https://doi.org/10.36097/rsan.v1i55.2326>
- Sani, W. T., & Susanto, E. (2024). The Influence of Service Quality, Punctuality, and Price Perception on Customer Satisfaction of LRT Jabodebek PT Kereta Api Indonesia. *Journal of Management and Energy Business*, 4(2). <https://doi.org/10.54595/jmeh.v4i2.80>
- Silva-Treviño, J. G., Macías-Hernández, B. A., Tello-Leal, E., Delgado-Rivas, J. G., Silva-Treviño, J. G., Macías-Hernández, B. A., Tello-Leal, E., & Delgado-Rivas, J. G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: Un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 15(2), 85-101. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>
- Talavera, F. J. H. (2020). Fundamentos Metodológicos de la Investigación: El Génesis del Nuevo Conocimiento. *Revista Scientific*, 5(16), 99-119. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2020.5.16.5.99-119>
- Toala-Manjarrez, E., Manjarrez-Fuentes, N., & Campos-Cárdenas, J. (2025). *Análisis de la calidad del servicio y su impacto en la satisfacción del cliente en una compañía nacional* | 593 Digital Publisher CEIT. https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/3261

- Tobar-Ruiz, G. J., Romero-Fernández, A. J., & Suarez-Torres, C. E. (2022). Evaluación de la calidad de servicio en el sector hotelero ecuatoriano. *CIENCIAMATRIA*, 8(15), 145-153. <https://doi.org/10.35381/cm.v8i15.828>
- Yépez, R. M. M., & Villegas, R. A. M. (2024). Gestión de calidad Estandarización y Competitividad en Restaurantes de Cuenca. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(6), 9403-9419. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i6.15613
- Yusuf, K. M., Tamjid, U. A., Susmita, S., & Intekhab. (2024). *custom: Bangladeshi Banking: Customer Satisfaction Insights through SERVQUAL Model*. <https://www.ijstab.com/ijstab/volume-40-issue-1/7107>
- Siavichay, C. E.-L. (2023). Percepción de los clientes sobre la calidad del servicio: un estudio empírico. *MASKANA*, 14(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.18537/mskn.14.01.0>
- Constitución de la Republica del Ecuador. (2008). Constitución de la Republica del Ecuador. <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-06/CONSTITUCION%202008.pdf>
- La Ley Orgánica de Salud. (2006). La Ley Orgánica de Salud. https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-10/Documento_ley-org%C3%A1nica-salud.pdf
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. (2000). Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-09/Documento_Ley-Org%C3%A1nica-Defensa-Consumidor.pdf
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2022). *Resolución ARCSA-DE-2022-016-AKRG: Expídesse la normativa técnica sanitaria sustitutiva para alimentos procesados, plantas procesadoras, establecimientos de distribución, comercialización y*

- transporte de alimentos procesados y de alimentación colectiva*. Registro Oficial, Cuarto Suplemento N.º 234. <https://www.controlsanitario.gob.ec>
- Ramli, M. A. B. (2023). Quality Service: A Benchmark Setting for Customer Satisfaction in Food Catering Services in Kuala Lumpur Region. *Online Journal for TVET Practitioners*, 8(1), 89-98.
- Sánchez Martínez, D. V. (2022). *Técnicas e instrumentos de recolección de datos en investigación*. TEPEXI Boletín Científico de la Escuela Superior Tepeji del Río, 9(17), 38–39. <https://doi.org/10.29057/estr.v9i17.7928>
- Cisneros-Caicedo, A. J., Guevara-García, A. F., Urdánigo-Cedeño, J. J., & Garcés-Bravo, J. E. (2022). *Técnicas e instrumentos para la recolección de datos que apoyan a la investigación científica en tiempo de pandemia*. Dominio de las Ciencias, 8(1), 1165–1185. <https://doi.org/10.23857/dc.v8i1.2546>
- Mulisa, F. (2022). *Sampling techniques involving human subjects: Applications, pitfalls, and suggestions for further studies*. *International Journal of Academic Research in Education*, 8(1), 74–83. <https://doi.org/10.17985/ijare.1225214>
- Etikan, I., & Bala, K. (2017). Sampling and sampling methods. *Biometrics & Biostatistics International Journal*, 5(6), 00149. <https://doi.org/10.15406/bbij.2017.05.0014>

Apéndice 1: Matriz de Consistencia

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	IDEA A DEFENDER	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
CALIDAD DE SERVICIO EN "SAN SEBASTIÁN, EVENTOS Y CATERING", CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2025	¿Cuál es la percepción de los clientes sobre la calidad del servicio en el establecimiento "San Sebastián, Eventos y Catering del cantón La Libertad, año2025?	Determinar la evaluación de la calidad del servicio a través de las expectativas y percepciones de los clientes en el establecimiento "San Sebastián, Eventos y Catering del cantón La Libertad, año2025	.	Calidad de Servicio	Tangibilidad	Instalaciones físicas Materiales y utensilios Equipamiento	Enfoque: Mixto (Cualitativo y Cuantitativo) Alcance: Descriptivo Método Deductivo y analítico Población Clientes Muestra: No probabilística por conveniencia Técnica e instrumentos: encuesta entrevista.
	SISTEMATIZACIÓN DE LOS PROBLEMAS ESPECÍFICOS	ESPECIFICOS			Fiabilidad	Puntualidad Cumplimiento Consistencia del servicio	
	¿Cuál es la situación actual de la calidad del servicio en “San Sebastián, Eventos y Catering”, cantón La Libertad, año2025?	Diagnosticar la situación actual de la calidad del servicio en “San Sebastián, Eventos y Catering”, cantón La Libertad, año2025.			Capacidad de respuesta	Rapidez Atención Solución	
	¿Cuáles son las expectativas y percepciones de los clientes sobre los elementos tangibles (infraestructura, materiales y equipamiento) de "San Sebastián, Eventos y Catering”, cantón La Libertad, año2025?	Evaluar las expectativas y percepciones de los clientes respecto a los elementos tangibles (infraestructura, materiales y equipamiento) percibidos por los clientes de “San Sebastián, Eventos y Catering”, cantón La Libertad, año2025.			Empatía	Amabilidad Comunicación Comprensión	
	¿Qué estrategias de gestión pueden implementarse para fortalecer la calidad del servicio en "San Sebastián, Eventos y Catering”, cantón La Libertad, año2025?	Proponer estrategias de mejora operativa orientadas a fortalecer la calidad del servicio en “San Sebastián, Eventos y Catering”, cantón La Libertad, año2025.			Seguridad	Confianza Conocimiento del personal Profesionalismo	

Apéndice 2 Solicitud carta aval



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Oficio N° 107 - JXTU-ADE-2026
La Libertad, 27 de mayo del 2026

Señor.

Carlos Hernán Saavedra Núñez.

GERENTE-PROPIETARIO DE SAN SEBASTIÁN, EVENTOS & CATERING

En su despacho. -

De mi consideración:

Estimado reciba un cordial y atento saludo de quienes conformamos la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE).

Me dirijo a usted con el propósito de poner en su conocimiento que hemos recibido la solicitud de la señorita Gualacio Galarza Joselin Daniela, portadora de la Cédula de Ciudadanía N° 2450596040, estudiante de nuestra carrera, quien expresa su interés en desarrollar su Trabajo de Titulación bajo el tema:

**“CALIDAD DE SERVICIO EN “SAN SEBASTIÁN, EVENTOS Y CATERING”,
CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2025”**

Dado que el desarrollo de este estudio requiere el respaldo institucional de su distinguida empresa, le solicitamos respetuosamente la emisión de una **Carta Aval**, a través de la cual se ratifique la aceptación y se brinden las facilidades necesarias para la ejecución del trabajo. Asimismo, solicitamos su autorización para que el resumen del estudio pueda ser publicado en la página oficial de la UPSE.

Cabe destacar que el presente trabajo contará con la tutoría de la Ing. Libi Carol Caamaño López Mgtr., quien guiará el proceso de investigación y garantizará el cumplimiento de los objetivos planteados.

Agradecemos de antemano su colaboración y quedamos atentos a su pronta respuesta.

Atentamente,



Validar documento en línea:
Escaneo electrónicamente por:
**JOSÉ XAVIER TOMALÁ
URIBE**

Lcdo. José Xavier Tomalá Uribe, Mgs.

DIRECTOR DE CARRERA

C.c. archivo
JXTU/JG.



Apéndice 3: Carta aval del establecimiento San Sebastián, Eventos y Catering

La Libertad, 20 de junio del 2026

Señor:

Lcdo. José Xavier Tomalá Uribe, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Facultad de Ciencias Administrativas

Universidad Estatal Península de Santa Elena

En su despacho. –

De mi consideración:

En atención al Oficio **N.º 107 - JXTU-ADE-2026**, donde se notifica sobre la petición realizada por la señorita **Joselin Daniela Gualacio Galarza**, portadora de la cédula de ciudadanía N.º 2450596040, estudiante de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, **Carlos Hernán Saavedra Núñez, Gerente propietario**, manifiesto por medio de la presente la aceptación para el desarrollo del Trabajo de Titulación bajo el tema:

“CALIDAD DE SERVICIO EN “SAN SEBASTIÁN, EVENTOS Y CATERING”, CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2025”

Además, brindando todas las facilidades necesarias para la ejecución del estudio dentro de la empresa y autorizando a que el trabajo de investigación sea publicado en la página oficial de la UPSE, conforme a lo solicitado.

Atendiendo a su requerimiento, me suscribo de usted.

Atentamente:



Carlos Hernán Saavedra Núñez

GERENTE – PROPIETARIO

San Sebastián, Eventos & Catering

Apéndice 4: Guía de entrevista para el propietario gerente del establecimiento San Sebastián, Eventos y Catering ubicado en el Cantón La Libertad



**FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Entrevista dirigida al propietario gerente de la empresa

Tema: Calidad de servicio en “San Sebastián, Eventos y Catering”, cantón La Libertad, año 2025

Objetivo: Obtener información sobre las estrategias y prácticas implementadas por San Sebastián Eventos y Catering para garantizar la calidad del servicio ofrecido a sus clientes.

Instrumentos: Guía de entrevista elaborada para recopilar información

Guía de entrevista

Nombre:

Edad:

Género:

Nivel de instrucción:

Preguntas

1. ¿Cómo evalúa las condiciones del espacio físico donde opera la empresa para brindar un servicio de calidad?

2. ¿De qué manera considera que el equipamiento influye en la satisfacción de los clientes y en el éxito de los eventos?

3. ¿Qué procedimientos realiza para garantizar el mantenimiento y correcto funcionamiento de los equipos utilizados?



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

4. ¿Qué acciones implementa para asegurar el cumplimiento de los horarios establecidos en cada evento?

5. ¿Cómo verifica que los servicios prestados cumplan con los requerimientos y expectativas de los clientes?

6. ¿Qué mecanismos utiliza para evaluar el nivel de satisfacción de los clientes una vez finalizado el evento?

7. Cuando surgen solicitudes imprevistas durante un evento, ¿cómo responde la empresa para atenderlas oportunamente?

8. ¿Qué características considera indispensables en el personal para ofrecer una atención de calidad?

9. ¿Cómo gestiona las sugerencias o reclamos presentados por los clientes?

10. ¿Qué estrategias utiliza para fomentar una atención amable, personalizada y orientada a la satisfacción del cliente?

Apéndice 5: Cuestionario de encuesta dirigida a los clientes del establecimiento San Sebastián, Eventos y Catering ubicado en el Cantón La Libertad



**FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Encuesta dirigida a los clientes de "SAN SEBASTIÁN, EVENTOS Y CATERING", CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2025

Tema: Calidad de servicio en “San Sebastián, Eventos y Catering”, cantón La Libertad, año 2025

Objetivo:

El presente cuestionario tiene como finalidad identificar su percepción sobre la calidad del servicio brindado por San Sebastián Eventos y Catering. La información proporcionada será utilizada exclusivamente con fines académicos y será tratada con absoluta confidencialidad

Instrucciones:

Marque con una (X) la alternativa que mejor refleje su nivel de acuerdo con cada afirmación. El cuestionario de la encuesta está estructurado en una escala valorativa de 1 a 5, con los siguientes criterios con base a la escala de Likert:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Datos generales del encuestado

Edad	Género
☐ 15–24 años ☐ 25–34 años ☐ 35–44 años ☐ 45–54 años ☐ 55 años o más	☐ Mujer ☐ Hombre ☐ Otro: _____

1. Las instalaciones proyectan una imagen de calidad y profesionalismo

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Totalmente de acuerdo



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

- UPSE** 2. . Los materiales y utensilios utilizados durante el evento se encontraron en buen estado.
- ☐ Totalmente en desacuerdo
 - ☐ En desacuerdo
 - ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - ☐ De acuerdo
 - ☐ Totalmente de acuerdo
3. El equipamiento utilizado por la empresa fue moderno, funcional y adecuado
- ☐ Totalmente en desacuerdo
 - ☐ En desacuerdo
 - ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - ☐ De acuerdo
 - ☐ Totalmente de acuerdo
4. La empresa cumplió con todos los compromisos y servicios ofrecidos inicialmente.
4. La empresa cumplió puntualmente con los horarios establecidos para la prestación del servicio.
- ☐ Totalmente en desacuerdo
 - ☐ En desacuerdo
 - ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - ☐ De acuerdo
 - ☐ Totalmente de acuerdo
5. La empresa cumplió con todos los compromisos y servicios ofrecidos inicialmente.
- ☐ Totalmente en desacuerdo
 - ☐ En desacuerdo
 - ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - ☐ De acuerdo
 - ☐ Totalmente de acuerdo
6. . La calidad del servicio se mantuvo de manera constante durante todo el evento.
- ☐ Totalmente en desacuerdo
 - ☐ En desacuerdo
 - ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - ☐ De acuerdo
 - ☐ Totalmente de acuerdo



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

7. El personal atendió mis requerimientos con rapidez y eficiencia.
 - ☐ Totalmente en desacuerdo
 - ☐ En desacuerdo
 - ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - ☐ De acuerdo
 - ☐ Totalmente de acuerdo

8. El personal mostró disposición para ayudar cuando fue necesario.
 - ☐ Totalmente en desacuerdo
 - ☐ En desacuerdo
 - ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - ☐ De acuerdo
 - ☐ Totalmente de acuerdo

9. Las solicitudes, o inconvenientes presentados fueron resueltos satisfactoriamente.
 - ☐ Totalmente en desacuerdo
 - ☐ En desacuerdo
 - ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - ☐ De acuerdo
 - ☐ Totalmente de acuerdo

10. El personal me brindó una atención amable, cordial y respetuosa
 - ☐ Totalmente en desacuerdo
 - ☐ En desacuerdo
 - ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - ☐ De acuerdo
 - ☐ Totalmente de acuerdo

11. El personal proporcionó información clara y comprensible durante la prestación del servicio.
 - ☐ Totalmente en desacuerdo
 - ☐ En desacuerdo
 - ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - ☐ De acuerdo
 - ☐ Totalmente de acuerdo



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

12. El personal comprendió y atendió adecuadamente mis necesidades como cliente

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Totalmente de acuerdo

13. El personal demostró conocimientos suficientes para brindar un servicio profesional.

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Totalmente de acuerdo

14. La atención brindada por el personal me generó seguridad y confianza.

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Totalmente de acuerdo

15. El comportamiento del personal refleja profesionalismo durante el evento.

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Totalmente de acuerdo

Apéndice 6: Validación de instrumento. Guía de entrevista



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

1. DATOS GENERALES:

Título de la Investigación: "Calidad de servicio en "San Sebastián, Eventos y Catering", cantón La Libertad, año 2025"

Autor del Instrumento: Joselin Daniela Gualacio Galarza

Nombre del Instrumento: Guía de Entrevista

2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

No.	INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1	CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiado.					/
2	OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.					/
3	ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					/
4	ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia 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 teóricos-científicos de la investigación.			/		
8	COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.					/
9	METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					/
10	PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					/

3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

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

Lugar y fecha: La Libertad, 18 de junio de 2026



Firma del Experto Informante
 Ing. Carola Annabell Alejandro Lindao, Mgt.

UPSE ¡crece SIN LÍMITES!

Apéndice 7: Validación de instrumento. Cuestionario de encuesta



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

1. DATOS GENERALES:

Título de la Investigación: "Calidad de servicio en "San Sebastián, Eventos y Catering", cantón La Libertad, año 2025"

Autor del Instrumento: Joselin Daniela Gualacio Galarza

Nombre del Instrumento: Cuestionario de Encuesta

2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

No.	INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1	CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiado.					/
2	OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.					/
3	ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					/
4	ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia 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 teóricos-científicos de la investigación.					/
8	COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.					/
9	METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					/
10	PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					/

3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

☒ El instrumento puede ser aplicado tal como está elaborado.

☐ El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

Lugar y fecha: La Libertad, 18 de junio de 2026



Validar documento en Firmat?
Carola Annabell Alejandro Lindao

Firma del Experto Informante
 Ing. Carola Annabell Alejandro Lindao, Mgt.

us matriz, La Libertad - Santa Elena - ECUADOR
o Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781 - 732

UPSE ¡crece SIN LÍMITES!

f @ v www.upse.edu.ec

Apéndice 8: certificado de validación de instrumentos



**FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:

Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en el Trabajo de Integración Curricular titulado: **"Calidad de servicio en "San Sebastián, Eventos y Catering", cantón La Libertad, año 2025"**, planteado por la estudiante **Joselin Daniela Gualacio Galarza** con cédula de identidad **#2450596040**, doy por validado los siguientes formatos presentados:

1. Cuestionario de Encuesta
2. Guía de Entrevista

Las herramientas anteriormente mencionadas reflejan pertinencia en las preguntas con base a los indicadores del tema planteado en la matriz de consistencia del trabajo, además se ajustan a la información que necesita recabarse para los fines del tema especificado por el estudiante.

Es todo cuanto 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 junio de 2026.



VERIFICACIÓN DEL DOCUMENTO
CAROLA ANNABELL
ALEJANDRO LINDAO

Ing. Carola Annabell Alejandro Lindao, Mgt.
DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

Campus matriz, La Libertad - Santa Elena - ECUADOR
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781 - 732

UPSE ¡crece SIN LÍMITES!

f @ t v www.upse.edu.ec

Apéndice 9: Datos en SPSS

Sin título3 [ConjuntoDatos5] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

ES Español (Ecuador)

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Edad	Cadena	19	0		{1., 15-24 a...	Ninguno	19	tzquierda	Ordinal	Entrada
2	Género	Cadena	12	0		{1. Masculi...	Ninguno	12	tzquierda	Ordinal	Entrada
3	@1 Lasinst...	Cadena	34	0	1. Las instala...	{1. Totalme...	Ninguno	34	tzquierda	Ordinal	Entrada
4	@2 Losmat...	Cadena	34	0	2. Los material...	{1. Totalme...	Ninguno	34	tzquierda	Ordinal	Entrada
5	@3 Elequip...	Cadena	34	0	3. El equipamie...	{1. Totalme...	Ninguno	34	tzquierda	Ordinal	Entrada
6	@4 Laempr...	Cadena	34	0	4. La empresa...	{1. Totalme...	Ninguno	34	tzquierda	Ordinal	Entrada
7	@5 Laempr...	Cadena	33	0	5. La empresa...	{1. Totalme...	Ninguno	33	tzquierda	Ordinal	Entrada
8	@6 Localid...	Cadena	34	0	6. La calidad d...	{1. Totalme...	Ninguno	34	tzquierda	Ordinal	Entrada
9	@7 Elperso...	Cadena	33	0	7. El personal a...	{1. Totalme...	Ninguno	33	tzquierda	Ordinal	Entrada
10	@8 Elperso...	Cadena	34	0	8. El personal...	{1. Totalme...	Ninguno	34	tzquierda	Ordinal	Entrada
11	@9 Lassoli...	Cadena	33	0	9. Las solicitu...	{1. Totalme...	Ninguno	33	tzquierda	Ordinal	Entrada
12	@10 Elpers...	Cadena	34	0	10. El personal...	{1. Totalme...	Ninguno	34	tzquierda	Ordinal	Entrada
13	@11 Elpers...	Cadena	34	0	11. El personal...	{1. Totalme...	Ninguno	34	tzquierda	Ordinal	Entrada
14	@12 Elpers...	Cadena	34	0	12. El personal...	{1. Totalme...	Ninguno	34	tzquierda	Ordinal	Entrada
15	@13 Elpers...	Cadena	34	0	13. El personal...	{1. Totalme...	Ninguno	34	tzquierda	Ordinal	Entrada
16	@14 Laaten...	Cadena	34	0	14. La atención...	{1. Totalme...	Ninguno	34	tzquierda	Ordinal	Entrada
17	@15 Elicom...	Cadena	34	0	15. El comport...	{1. Totalme...	Ninguno	34	tzquierda	Ordinal	Entrada
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

Sin título3 [ConjuntoDatos5] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

ES Español (Ecuador)

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 17 de 17 variables

	Edad	Género	@1 Las instalaciones proyectan una imagen de calidad y profesionalismo	@2 Los materiales y utensilios utilizados durante el evento se encontraron	@3 El equipamiento utilizado por la empresa fue moderno, funcional y adecuado
1	2 25-34 años	2 Femenino	5. Totalmente de acuerdo	5. Totalmente de acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
2	1 15-24 años	2 Femenino	4. De acuerdo	4. De acuerdo	4. De acuerdo
3	2 25-34 años	2 Femenino	4. De acuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5. Totalmente de acuerdo
4	2 25-34 años	2 Femenino	4. De acuerdo	4. De acuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
5	2 25-34 años	2 Femenino	1. Totalmente en desacuerdo	1. Totalmente en desacuerdo	1. Totalmente en desacuerdo
6	3 35-44 años	3 Otro	2. En desacuerdo	4. De acuerdo	1. Totalmente en desacuerdo
7	1 15-24 años	1 Masculino	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
8	1 15-24 años	2 Femenino	4. De acuerdo	4. De acuerdo	4. De acuerdo
9	2 25-34 años	2 Femenino	5. Totalmente de acuerdo	5. Totalmente de acuerdo	4. De acuerdo
10	1 15-24 años	1 Masculino	4. De acuerdo	4. De acuerdo	4. De acuerdo
11	1 15-24 años	1 Masculino	4. De acuerdo	4. De acuerdo	4. De acuerdo
12	1 15-24 años	2 Femenino	2. En desacuerdo	4. De acuerdo	4. De acuerdo
13	1 15-24 años	1 Masculino	4. De acuerdo	4. De acuerdo	4. De acuerdo
14	1 15-24 años	2 Femenino	5. Totalmente de acuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo
15	3 35-44 años	2 Femenino	4. De acuerdo	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
16	2 25-34 años	1 Masculino	4. De acuerdo	4. De acuerdo	4. De acuerdo
17	1 15-24 años	1 Masculino	4. De acuerdo	4. De acuerdo	4. De acuerdo
18	1 15-24 años	1 Masculino	5. Totalmente de acuerdo	5. Totalmente de acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
19	2 25-34 años	2 Femenino	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5. Totalmente de acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
20	2 25-34 años	2 Femenino	4. De acuerdo	4. De acuerdo	4. De acuerdo
21	1 15-24 años	1 Masculino	4. De acuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo
22	1 15-24 años	2 Femenino	5. Totalmente de acuerdo	4. De acuerdo	4. De acuerdo

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

Apéndice 10: Certificado de anti plagio.



Biblioteca General

Formato No. BIB-01

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

La Libertad, 24 de JULIO de 2026

001-TUTOR LCCL -2026

En calidad de tutor del trabajo de titulación denominado "**CALIDAD DESERVICIO EN "SAN SEBASTIÁN, EVENTOS Y CATERING", CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2025.**", elaborado por el(la) estudiante **Joselin Daniela Gualacio Galarza**, egresado(a) de la Carrera de ADMINISTRACION DE EMPRESAS, de la Facultad de CIENCIAS ADMINISTRATIVAS de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS, me permito declarar que una vez analizado en el sistema antiplagio, luego de haber cumplido con los requerimientos de valoración, el presente proyecto, se encuentra con 02 % de la valoración permitida, por consiguiente se procede a emitir el presente certificado.

Adjunto el reporte de análisis.

Atentamente,

Libi
Caamaño

Docente Tutor
Carrera de Administración de Empresas
Facultad de Ciencias Administrativas
Universidad Estatal Península de Santa Elena

C.I.:0910348572

DOCENTE TUTOR



Biblioteca General

Formato No. BIB-01

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

Reporte de análisis. Joselin Daniela Gualacio Galarza



Plagiarism Checker X - Report

Originality Assessment

2%

Overall Similarity

Date: jul 24, 2026 (01:52 p. m.)
Matches: 276 / 15167 words
Sources: 14

Remarks: Low similarity
detected, consider making
necessary changes if needed.

Verify Report:
Scan this QR Code



Libre Copiar

Porcentaje de plagio de 0.2%

Apéndice 11: Entrevista al gerente propietario del establecimiento "San Sebastián, Eventos y Catering"



Apéndice 12: Encuestas a los clientes





Apéndice 13: Cronograma

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES TUTORIALES 2026-1

Estudiante: Joselin Daniela Gualacio Galarza

Modalidad de Titulación: Trabajo de Integración Curricular

Tutor: Ing. Libi Carol Caamaño López, Mgt

No.	ACTIVIDADES	FECHA	ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Desarrollo de los Trabajos de Integración Curricular:	28/4/26																
2	Introducción	15/5/26																
	Planteamiento	15/5/26																
	Objetivos	15/5/26																
	Justificación	15/5/26																
3	Capítulo I: Marco Referencial	29/5/26																
	Revisión de literatura	29/5/26																
	Desarrollo de teorías y conceptos	29/5/26																
	Fundamentos legales	29/5/26																
4	Capítulo II: Metodología	11 /6/26																
	Diseño de investigación	12/6/26																
	Población y muestra procesamiento de datos	12/6/26																
5	Capítulo III: Resultados y Discusión	14/6/26																
	análisis de datos: Entrevista y Encuesta	14/6/26																
	Discusión	16/7/26																
6	Capítulo IV: Propuesta de Valor	17/7/26																
7	Conclusiones, Recomendaciones y Resumen	19/7/26																
8	Certificado Antiplagio	24/7/26																
9	Entrega de Informe de Aprobación del TT, por parte del Tutor	27/7/26																

Libi Caamaño Firmado digitalmente por Libi Caamaño DN: cn=Libi Caamaño, o=Libi Caamaño, ou=EC Ecuador, email=libi.caamaño@hotmail.com Motivo: Soy el autor de este documento. Fecha: 2026-08-10 19:38:05.00	Joselin G.
Libi Carol Caamaño López, Mgtr. DOCENTE TUTORA	Joselin Daniela Gualacio Galarza ESTUDIANTE

Apéndice 14: Ficha de tutorías

FICHA DE CONTROL DE TUTORÍAS DEL T.I.C.
PERÍODO ACADÉMICO

Modalidad de Titulación: Trabajo de Integración Curricular

Docente: Libi Carol Caamaño López, Mgt ☒ Tutor ☐ Especialista
Estudiante: Joselin Daniela Gualacio Galarza Paralelo: 8/1 Vespertino

No.	FECHA	HORA		DESCRIPCIÓN DE TEMAS DESARROLLADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL CONTENIDO
		INICIO	FIN		
1	28/4/26	20H00	21H30	Socialización de manera virtual del tema del trabajo de titulación con el docente tutor	Integro los aportes recibidos en la planificación y cumpla con los procedimientos establecidos.
2	8/5/26	10H00	13H00	Socialización de la matriz de consistencia del presente proyecto de titulación.	Integro datos reales y pertinentes
3	15/5/26	10H30	13H30	Socialización de manera presencial de la introducción, planteamiento del problema y objetivos justificación, idea a defender, mapeo	Identifico posibles ajuste o mejoras
4	3/6/26	10H15	13H15	Socialización de la matriz de consistencia y capítulo I: Marco Referencial	Demuestro coherencia entre el problema, objetivos y variables
5	12/6/26	10H30	13H30	Revisión del Capítulo II: Metodología acompañado de recomendaciones a tomar en cuenta para su correcto desarrollo	Integro fuentes bibliográficas actualizadas y expongo con tranquilidad las bases teóricas
6	12/6/26	10H00	13H00	Revisión de los instrumentos con las correcciones sugeridas para proceder con la validación del mismo.	Consolido la planificación y ejecución del proceso de investigación
7	17/7/26	10H00	13H00	Revisión del Capítulo III: Resultados y Discusión	Revisión y aprobación del capítulo.

Observaciones:
Evidencias:

