



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

TEMA DE ENSAYO

**“LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE RESTAURACIÓN EN LA
COMUNA MONTAÑITA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2023”**

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

AUTORA:

PAOLA DENNISSE TOMALÁ POZO

PROFESOR GUÍA

LCDA. NARCISA BRUSELA VÁSQUEZ FARFÁN, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

AÑO - 2024

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de profesor tutor del ensayo titulado, **“LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE RESTAURACIÓN EN LA COMUNA MONTAÑITA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2023”** elaborado por la Srta. **PAOLA DENNISSE TOMALÁ POZO**, de la Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciada en Gestión y Desarrollo Turístico me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científico, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,



.....
Lcda. Narcisca Brusela Vásquez Farfán, MSc.

Profesora tutora

AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación denominado “La calidad en los servicios de restauración en la comuna Montañita, Provincia de Santa Elena, año 2023”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Gestión y Desarrollo Turístico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, Paola Dennisse Tomalá Pozo, con cédula de identidad número 2400035164, 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.


.....
Paola Dennisse Tomalá Pozo
C.C. No.: 2400035164

AGRADECIMIENTO

A mi padre celestial que está en los cielos por haber permitido llegar a estas circunstancias que nos da de experiencia, la vida en tener una oportunidad en mi profesionalismo y sobre todo por estar al lado mío dándome fuerzas en continuar y culminar mis estudios.

A mis padres por el esfuerzo que ellos realizan a diario en aportarme en lo que necesitaba en el transcurso de esta carrera.

A la Universidad Península de Santa Elena, por permitir que pertenezca a esta institución en abrirme las puertas para que continuará mi profesionalismo.

A mis profesores que por sus enseñanzas, conocimiento y capacitaciones se convirtieron en el ejemplar a seguir, y sobre todo por impulsarnos en culminar esta hermosa carrera, ya que nos corrigieron en muchas cosas, pero se pudo solucionar y aprender que es lo nos convierte en ser profesional en licenciado.

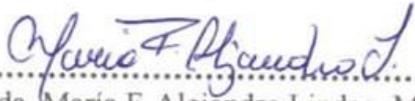
PAOLA DENNISSE TOMALÁ POZO

DEDICATORIA

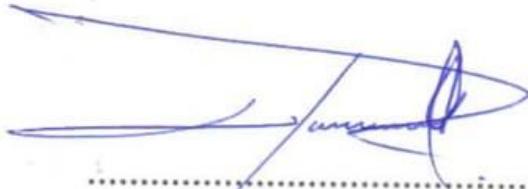
Le dedico al forjador de mi camino, a mi padre celestial, el que me acompaña y siempre me levanta de mi continuo tropiezo, a mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad, para que se sienta orgulloso de tener en su familia una hija graduada; muchos de mis logros se los dedico a ustedes, me formaron con reglas, me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos.

Dentro de esta trayectoria que ha corrido mi vida llenándome de muchas experiencias, destrezas y habilidades, sé que también en esta vida no es solo felicidad sino también de pérdidas y tristeza soy una guerrera de Dios que con la FÉ tuve la fuerza necesaria para seguir adelante y esto es por mis seres más querido que hoy en día ya no están conmigo que aun los recuerdos cada consejo, gesto y sus miradas de estar ansiosos de verme culminar esta meta de mi carrera profesional para que ahora desde el cielo ellos puedan celebrarlo.

PAOLA DENNISSE TOMALÁ POZO

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

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



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



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



.....
Ing. Jhony E. Yumisaca Tuquinga, MSc.
PROFESOR ESPECIALISTA



.....
Abg. María M. Rivera González, MSc.
SECRETARIA GENERAL

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR.....	I
AUTORÍA DEL TRABAJO.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
DEDICATORIA.....	IV
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN.....	V
ÍNDICE GENERAL.....	VI
RESUMEN.....	VII
ABSTRACT.....	VIII
INTRODUCCIÓN.....	1
DESARROLLO.....	2
CONCLUSIÓN.....	14
BIBLIOGRAFÍA.....	15
ANEXOS.....	18



LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE RESTAURACIÓN EN LA COMUNA MONTAÑITA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2023

AUTORA:
Paola Dennisse Tomalá Pozo

TUTORA:
Lcda. Narcisca Brusela Vásquez Farfán MSc.

RESUMEN

La comuna montaña ha sido el destino más popular en los últimos dos años, donde los turistas disfrutaban de diversas actividades y su deliciosa gastronomía, por lo tanto, se identificó los aspectos deficientes que existen e impiden brindar servicios de calidad dentro de los restaurantes en la actualidad, para ello, se utilizó un listado proporcionado por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitarias, el cual calificaba las condiciones higiénico sanitarias, para complementar esta investigación se aplicó un cuestionario a los clientes basado en el modelo Servqual cuyo propósito es analizar y comparar sus dimensiones en base a la percepción y expectativas del mismo. En relación con los resultados se encontró que los restaurantes cumplen satisfactoriamente con la dimensión de seguridad utilizada en el modelo, sin embargo, se debe brindar mayor atención a las demás dimensiones de tal manera que se considere acciones concretas orientadas a complementar la calidad y buena atención de servicio para atraer nuevos turistas y fidelizar a los visitantes recurrentes.

Palabras claves: Atención de servicios, Restauración, Calidad y Modelo Servqual.



**QUALITY IN RESTAURANT SERVICES IN THE COMMUNE
MONTAÑITA, PROVINCE OF SANTA ELENA, YEAR 2023**

**AUTORA:
Paola Dennisse Tomalá Pozo**

**TUTORA:
Lcda. Narcisca Brusela Vásquez Farfán MSc.**

ABSTRACT

The commune Montañita has been the most popular destination in the last two years, where tourists enjoy various activities and its delicious gastronomy, therefore, the deficient aspects that exist and prevent providing quality services within the restaurants in the area were identified. Currently, for this purpose, a list provided by the National Agency for Health Regulation, Control and Surveillance was used, which rated the hygienic and sanitary conditions. To complement this research, a questionnaire was applied to the clients based on the Servqual model whose purpose is to analyze and compare its dimensions based on its perception and expectations. In relation to the results, it was found that the restaurants satisfactorily comply with the safety dimension used in the model, however, greater attention should be given to the other dimensions in such a way that concrete actions are considered aimed at complementing the quality and good service to attract new tourists and retain repeat visitors.

Keywords: *Service attention, Restoration, Quality and Servqual Mode*

INTRODUCCIÓN

La calidad en los servicios de restauración ha experimentado una notable evolución a lo largo de los años, por un lado, lo que solía ser una experiencia centrada únicamente en la comida, es ahora una combinación de habilidades culinarias y una atención meticulosa basada en las preferencias o necesidades del cliente, llevando así a que los servicios estén más atentos a las demandas cambiantes, informadas y exigentes, de tal manera Merlo (2021) indica que para brindar un servicio de calidad dentro del sector restauración es necesario considerar aspectos como las instalaciones, atención al cliente, entre otros elementos que se enfoquen a dar una excelente atención, despertar el interés de los turistas y sobre todo hacer que regrese en su próxima visita.

Para complementar el tema surge la interrogante sobre ¿Qué factores influyen al momento de ofrecer calidad en los servicios de restauración en la Comuna Montañita?, en respuesta a ello se plantea el objetivo principal de identificar los aspectos deficientes o carencias existentes en los restaurantes seleccionados, entonces se usó un cuestionario a los clientes basado en el modelo Servqual mismo que será aplicado para medir y evaluar la calidad a través de un análisis entre las expectativas del cliente y su percepción de la experiencia real con el servicio recibido.

De tal manera, se utilizó el listado del ARCSA (2018) en donde se encontraron diez restaurantes de la comuna Montañita que obtuvieron la categoría A, misma que garantiza el cumplimiento de requisitos basados en condiciones higiénico-sanitarias, es decir, que están enfocados en las buenas prácticas higiénicas, manipulación de alimentos, entre otros. Se decidió aplicar un muestreo por conveniencia y seleccionar esta población, ya que dentro de las dimensiones mencionan la seguridad, por ende, fue adecuado aplicar el cuestionario a dos clientes de cada restaurante, teniendo un total de veinte clientes de los cuales a diez se les aplicó el cuestionario de percepción y diez el cuestionario por expectativa.

La calidad en los servicios de restauración dentro de la comuna Montañita puede convertirse en un elemento crucial para mejorar la imagen de un destino turístico y ofrecer así una mejor satisfacción a los visitantes, sin embargo, los resultados obtenidos mostraron deficiencia en el cumplimiento ciertas dimensiones, destacando satisfactoriamente la seguridad, misma que se basa en salubridad y buenas prácticas.

DESARROLLO

El turismo es una actividad relacionada con el desplazamiento de personas por diversos motivos, en este caso Melo (2020) menciona como la Organización Mundial del Turismo (OMT) ha considerado al sector restauración como un elemento clave capaz de marcar una diferenciación dentro de cada destino priorizando así su variedad de platillos y a su vez esto permite asignar un segmento de mercado específico para el disfrute o degustación de los servicios de restauración.

A nivel mundial se puede identificar que para el desarrollo de las actividades turísticas es esencial contar con los servicios de restauración, alojamiento, transporte, entre otros elementos complementarios, sin embargo, estos establecimientos están asumiendo retos cada día, enfocados en los cambios del entorno destacando así el nivel competitivo, de hecho se visualiza el planteamiento de estrategias para mejorar la calidad en los servicios con el fin de brindar mejores experiencias y satisfacción de los clientes.

Para Cruz (2010) la búsqueda de la calidad se basa principalmente en como las exigencias por parte del mercado continua en aumento, seguido de la competencia y cambios en las preferencias de los visitantes al momento de elegir un destino, estos factores provocan que las instalaciones turísticas especializadas en los servicios de restauración desarrollen estrategias de calidad, realicen diagnósticos y sobre todo mejoren sus procesos con la finalidad de garantizar una mejor satisfacción a sus comensales.

En el Ecuador para el año 2019 datos del Ministerio de Turismo arrojaron como resultado alrededor de 16.443 establecimientos de servicios de comida donde el 92,68% corresponden a restaurantes, cafeterías, entre otros negocios pertenecientes a las diferentes provincias del país. Marín et, al. (2021) mencionaron que dentro del Ecuador el sector de restauración se vuelve con el pasar del tiempo más dinámico, es decir, no solo vende productos físicos como tal, sino que es acompañado de una parte intangible donde está involucrado el personal detrás del servicio, asimismo se espera promover alimentos de calidad que despierte el placer culinario de los comensales.

En el caso de la comuna Montañita en el transcurso de los años se ha convertido en un sitio turístico de mayor preferencia para turistas nacionales como extranjeros, de acuerdo con información del Ministerio de turismo fue elegido por aquellos que en su mayoría buscan diversión, aventura y sobre todo por su distinguida variedad de platos en donde se destacan ingredientes marinos tales como calamares, camarones, pescado, langostinos, entre otros. De tal manera, Vintimilla & Méndez (2012) opinan que el servicio basado en la calidad dentro del sector de restauración de la comuna Montañita es bueno, ya que cuenta con una amplia variedad de menú destacando la oferta variada en ceviches distribuidos en carretillas llamativas que despiertan el interés de los visitantes, sin embargo, aún existen carencia de calidad en sus servicios de restauración debido al desconocimiento de información por parte del personal, inclusive al mal uso de infraestructura.

Todo lo antes mencionado se centra en la calidad de tal manera María et al. (2017), citado por Pilla (2022) describen una búsqueda constante para la creación de valor adicional que se brinde a los clientes, basada previamente en un análisis de las necesidades, adecuación de los servicios y sobre todo la elaboración correcta de los procesos productivos para alcanzar esas expectativas o mejora continua. En este sentido, se refiere al grado de excelencia, perfección y satisfacción, ya sea de productos como servicios, además de tener en cuenta los requisitos establecidos por los clientes, los cuales garantizan confianza, seguridad y cumplimiento de las necesidades.

Por otro lado, Flores (2018) destaca un conjunto de características que se deben priorizar para obtener la aceptación de los servicios percibidos, tales como respuestas rápidas y eficientes, brindar servicio profesional, escuchar al cliente, poseer personal capacitado, entre otros. Sin embargo, es preciso elaborar un manual de calidad que detalle tanto los sistemas de gestión, normas, responsabilidades, seguido de los estándares de calidad que se esperan alcanzar, en este caso el cumplimiento de la satisfacción de los clientes trae consigo una buena reputación y éxito empresarial.

Monroy & Urcádiz (2019) declaran que para lograr la satisfacción de los comensales es necesario evaluar la calidad de los servicios, no obstante, está no debe solo limitarse a los estándares internos, ya que también se debe tener en cuenta la percepción del cliente, con el propósito de identificar las áreas de mejora y tomar medidas concretas

que permitan fortalecer la reputación del restaurante, inclusive fomentar la fidelidad con el objetivo de garantizar éxito y prosperidad dentro de los restaurantes.

Dicho de otra manera, está relacionado con la excelencia y el nivel de satisfacción que un cliente o usuario experimenta durante su interacción con una empresa, organización, proveedor de servicios, entre otros, con la finalidad de cumplir o superar las expectativas del cliente en términos de cómo se brinda el servicio, la atención y la experiencia general, por consiguiente, se relaciona con la habilidad de responder de manera efectiva a las necesidades del cliente, ser atento, amable y profesional, así como entregar resultados consistentes y confiables.

Ciertos establecimientos que se destacan por su calidad en los servicios de restauración muestran un nivel de eficiencia al momento de proporcionar un producto o servicio, de forma que no solo buscan satisfacer las expectativas, sino que se crean las mejores estrategias para descubrir causas que ocasionan el bajo rendimiento de las áreas dentro de la empresa, sugiriendo así elementos prioritarios como la capacidad de respuesta, atención, comunicación entendible y a tiempo, credibilidad de los hechos y como ultimo la comprensión tanto de las necesidades como de las expectativas del cliente.

Existen establecimientos de restauración que operan con mayor flexibilidad y diligencia, teniendo presente cada uno de los cambios presentados dentro del mercado, en donde se hace principal llamado a los nuevos deseos o necesidades de los clientes, además no se debe olvidar el trato amable y personalizado para la creación de una mejor experiencia alimentaria. Haciendo un mayor énfasis de la calidad en el sector de restauración, Zárraga et al. (2018) opina que es un factor dominante para los clientes, ya que evalúan tanto el sabor de la comida como la eficiencia de este, en ocasiones puede tener varias percepciones, es decir, se tiene en cuenta los procesos de entrega del servicio, la interacción entre el cliente y los empleados, el ambiente físico, entre otros.

Aquí los clientes buscan una experiencia positiva y satisfactoria en todos los aspectos durante la visita a diferentes restaurantes, lo cual incluye la calidad de los alimentos, la atención al cliente, la limpieza y el ambiente del lugar, la eficiencia en el servicio, la variedad en el menú y sobre todo la respuesta rápida ante las quejas o comentarios, sin embargo aún se encuentra que con el pasar de los años se sigue evidenciando diversas situaciones, destacando la deficiencia en sus procesos, seguido de la falta de

compromiso de sus responsables al momento de analizar las necesidades, asignación recursos, ofrecer bienestar a sus colaboradores.

Incluso para Tapia & Arteaga (2020) dentro de su investigación resaltan que ciertos restaurantes tienen a la capacidad de respuesta como una debilidad al momento de evaluar la calidad en el servicio, identificando así escasos conocimientos y empoderamiento por parte de los trabajadores el cual impide dar respuestas rápidas al cliente, adicional a ello se evidencia que un ambiente poco seguro o insalubre pueden influir en el desempeño, bienestar físico y emocional de los empleados.

Entonces para cumplir con nuestro objetivo de identificar los aspectos deficientes que impiden brindar la calidad en los servicios de restauración se necesita aplicar el modelo SERVQUAL que de acuerdo con la opinión de Matsumoto (2014) desde su aparición en el año 1988 se ha visto envuelto en constante revisiones o mejoras, además de ser considerado como una técnica de investigación que a través de la medición de la calidad del servicio otorga información relevante sobre las expectativas o apreciación del cliente en relación al servicio percibido. Adicional a esto brinda la oportunidad de conocer sugerencias, opiniones y comentarios de los clientes para así realizar comparaciones que ayuden a mejorar la calidad de los servicios dentro de la organización.

El modelo SERVQUAL desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry cobra importancia significativa debido a su capacidad para medir la calidad en el servicio de manera sistemática y efectiva, ya que se enfoca en cinco dimensiones clave, tales como: tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad. Para Martin (2018) resulta importante considerar este modelo si lo que se busca es saber específicamente el grado de satisfacción y percepción que tienen los clientes dentro de un restaurante sobre la calidad en el servicio.

Este modelo puede aplicarse a nivel general para evaluar los diversos contextos que pueden estar relacionados con la industria hotelera, restauración, incluso de atención médica y en el sector financiero, permitiéndole identificar áreas en las que el servicio no cumple con las expectativas y plantear soluciones que le permitan mejorar, llegando a tener un análisis de las deficiencias para proponer estrategias que ayuden a elevar el nivel de satisfacción y calidad en el servicio.

Para Quintila et al. (2019) aplicar el modelo servqual dentro de una empresa de restauración permite un mejor resultado en el rendimiento y productividad de los servicios, además ayuda a las organizaciones a adaptarse a estándares de calidad, sin embargo, se debe considerar las siguientes dimensiones al momento de evaluar la calidad en los servicios, mismas que se detallan a continuación:

1. **Fiabilidad:** Se relaciona con la capacidad de proporcionar un servicio de manera precisa, consistente y confiable, aquí los clientes desean recibir lo que se les promete de manera predecible y sin sorpresas negativas.
2. **Sensibilidad:** Se refiere a la disposición y agilidad del personal tanto para ayudar como para resolver las necesidades de los clientes, a esto se debe incluir la capacidad de respuesta rápida, resolución de problemas y la capacidad para adaptarse a las solicitudes especiales de los clientes de manera eficiente.
3. **Seguridad:** La seguridad se refiere a la protección física y emocional que los clientes esperan al utilizar el servicio, además hace mención sobre la confianza en la seguridad de los datos y sobre todo garantiza que el servicio se proporcionará de manera segura.
4. **Empatía:** Implica la habilidad del personal para comprender las necesidades emocionales de los clientes en donde se brinde un servicio personalizado y atento, seguido de la cortesía, la amabilidad y la preocupación por el cliente.
5. **Elementos tangibles:** Refiere a la apariencia física de las instalaciones, el equipo, el personal y materiales utilizados en la prestación del servicio, también incluye elementos como la limpieza y la presentación del personal.

Por ende, es una herramienta de evaluación que compara aquellas percepciones del cliente y expectativas en base a las dimensiones establecidas, con el propósito de evidenciar las problemáticas existentes en la calidad del servicio de restauración, dichas dimensiones no solo ayudan a medir la calidad, sino también a identificar áreas de mejora dentro de este sector, además facilita esa interacción con los clientes e incluso se ajusta para brindar una mejor satisfacción de sus necesidades, entonces aplicar este modelo es beneficioso debido a que evalúa la calidad del servicio para impulsar una mejor atención cliente y mantener una ventaja competitiva en un mercado orientado hacia la excelencia.

Por tal razón para identificar los aspectos deficientes o carencias existentes dentro del servicio de restauración en la comuna Montañita se consideró el listado proporcionado por el ARCSA en el año 2018, aquí se encuentran aproximadamente 38 restaurantes correspondientes a la Coordinación Zonal 5, misma que engloba restaurantes de la provincia de Santa Elena y Galápagos, de los cuales 12 pertenecen al cantón Salinas, 16 al cantón Santa Elena mismos que están divididos en 10 restaurantes para la comuna Montañita, 3 para la comuna Libertador Bolívar y 3 para la comuna San Pablo, también 10 para la provincia de Galápagos.

Aquí se realizó una evaluación con el fin de verificar las condiciones higiénico-sanitarias que tienen dichos establecimientos, para ello se calificó a los restaurantes que cumplen con cada requisito y obtienen un puntaje entre los 90 y 100 puntos, seguido de la categoría B aquellos que tienen su cumplimiento entre 80 y 89,9 puntos, finalmente están los de categoría C que mantienen su calificación en proceso debido a que obtienen menos a 59,9 puntos, cabe destacar que estos restaurantes deben presentar un plan de acción y prepararse para ser inspeccionados por segunda vez.

Anteriormente se menciona que existen 10 restaurantes pertenecientes a la comuna Montañita que obtuvieron la categoría A, es decir, que en su inspección sí cumplieron con cada uno de los requisitos impuestos por el ARCSA en temas de salubridad o procesos utilizados para la manipulación de los alimentos, destacando la dimensión de seguridad, sin embargo, se optó por seleccionar a este grupo, ya que se pretende evaluar las dimensiones faltantes para evidenciar las problemáticas y futuras soluciones para brindar un servicio de calidad. A continuación, se detalla el listado de los restaurantes y el tipo de cuestionario que se aplicó:

Tabla 1 Listado de restaurantes de la comuna Montañita

N°	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	CUESTIONARIO APLICADO	TOTAL CLIENTES
1	Roció Boutique Hotel Restaurante	Expectativa - Percepción	2
2	Restaurante y Cafetería The Wave	Expectativa - Percepción	2
3	Restaurante El Surfista	Expectativa - Percepción	2
4	Restaurante Hope	Expectativa - Percepción	2
5	Restaurante y Bar Papillon	Expectativa - Percepción	2
6	Restaurante Ebenezer	Percepción - Expectativa	2
7	Restaurante Hostal Montezuma	Percepción - Expectativa	2

8	Bar Restaurant Hierba Buena	Percepción - Expectativa	2
9	Restaurante Sazón Guayaco	Percepción - Expectativa	2
10	Restaurante Son De Montaña	Percepción - Expectativa	2

Elaborado por: Paola T. (2024)

Fuente: Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2018.

En el Anexo 1 se evidencia el cuestionario que se aplicó a los clientes en base a las expectativas creadas para los restaurantes mencionados anteriormente, así mismo en el Anexo 2 está el cuestionario de acuerdo con las percepciones recibidas por los clientes, cabe destacar que cada enunciado fue planteado según el modelo Servqual, luego, se consideró dos clientes para cada restaurante. En el cuestionario se utilizó una escala de Likert para obtener las respuestas, quedando de la siguiente manera:

Tabla 2 Escalas para cuestionario percepción - expectativa

Indicador	Escala
Malo / Sin importancia	1
Regular / De poca importancia	2
Bueno / Moderadamente importante	3
Muy bueno / Importante	4
Excelente / Muy importante	5

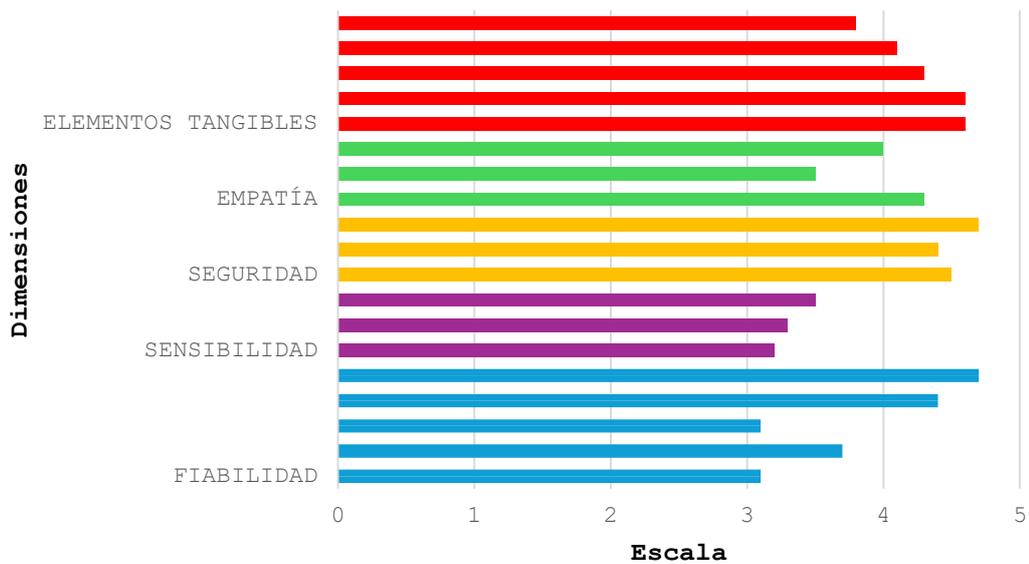
Elaborado por: Paola T. (2024)

En cada restaurante seleccionado se consideró a dos clientes diferentes para aplicar el cuestionario tanto de percepción y expectativa, llegando a tener un total de veinte clientes, en este caso los diez primeros clientes brindaron sus respuestas desde la percepción, es decir, que indicaron como fue el servicio que recibieron dentro de los restaurantes durante la degustación de su comida, así mismo, los diez clientes restantes proporcionaron sus respuestas en base a las expectativas que consideran o tienen presente cuando visitan un restaurante.

De igual manera, en el Anexo 3 se muestran los resultados y la escala del cuestionario aplicado por percepción aquí se evidencia cada una de las dimensiones que utiliza el modelo Servqual tales como fiabilidad, sensibilidad, empatía, seguridad y elementos

intangibles, cabe recalcar que las respuestas fueron tabuladas en Excel con el fin de obtener una sumatoria total dentro de cada enunciado planteado, después se procede a determinar el promedio de los valores totales, de la misma manera en el Anexo 4 están los resultados y la escala del cuestionario en base a las expectativas creadas por el cliente. Por lo antes expuesto se muestra la siguiente gráfica de resultados:

Gráfico 1 Resultados de los enunciados de percepción



Elaborado por: Paola T. (2024)

Fuente: Datos recolectados en los restaurantes de la comuna Montañita.

Analizando el Gráfico 1 que muestra los resultados del cuestionario de percepción aplicado a los clientes, se destaca que la dimensión de seguridad enfocada en salubridad, limpieza e implementación de las medidas de bioseguridad recibe una ponderación entre muy bueno, en este caso los restaurantes están cumpliendo con los requisitos solicitados por el ARCSA mismo que le brindo una calificación de A debido a sus prácticas de higiene implementadas y a la vez proporcionan satisfacción a sus clientes.

Posteriormente, en fiabilidad sobresalen dos enunciados relacionados con la calidad, la confianza que se buscó servir al cliente con la preparación de los platillos y la

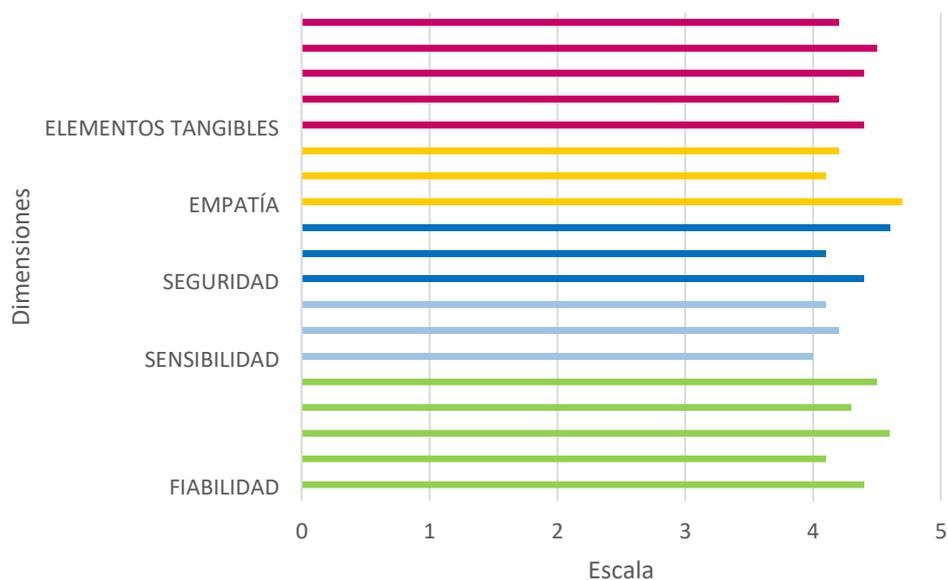
limpieza existente que hay en estos restaurantes, sin embargo, se notó deficiencia en la entrega de ordenes en el tiempo establecido, horarios en ocasiones irregulares y sobre todo, posibles confusiones en pedidos, para ello, se requiere de capacitaciones para el personal, además se puede establecer un estándar de calidad basado en el control del tiempo de espera o entrega de los platos solicitados por el cliente, destacando que en épocas de feriado se ha observado retrasos y confusiones en ciertos pedidos.

Del mismo modo los elementos tangibles al relacionarse con la apariencia física que tienen dichos restaurantes, caracterizados por ser lugares acogedores, llamativos y con elementos diferenciadores que suele ser atrayente para los visitantes, además se logra ver como ciertas instalaciones están limpias y cuentan con los equipos necesarios para proporcionar un servicio de calidad, sin embargo, aún se requiere que ciertas áreas sean más accesibles para las personas con discapacidad.

Finalmente, en las dimensiones tanto de empatía como sensibilidad fue valorada entre bueno y muy bueno, recalcando la predisposición de ayudar e inclusive la atención a las necesidades del cliente como aspectos que suelen descontrolarse en horas pico o cuando existe una demanda alta, para evitar este tipo de situación sería adecuado enseñar al personal a que tenga mayor interacción con los clientes y esté atento a sus posibles solicitudes, inclusive establecer mejores estrategias de atención al cliente el cual permite agilizar los pedidos. Adicionalmente, para la empatía se evidencia un trato amable, cortés y atención personalizada hacia los clientes, pero para no perder el potencial de sus trabajadores sería adecuado proporcionarles capacitaciones sobre temáticas de calidad o atención al cliente.

Por otra parte, en el Gráfico 2 se presentan los resultados en relación con las expectativas que los clientes suelen tener cuando eligen o visitan ciertos restaurantes, aquí la mayoría de ciertos enunciados fueron valorados como importante, mientras que otros fueron considerados como moderadamente importante, en este caso, los clientes esperan que los restaurantes les proporcionen altos niveles de calidad, entonces es fundamental comprender estas expectativas, ya que permiten anticipar y superar los requerimientos a través de una experiencia positiva que a la larga crea tanto lealtad como recomendaciones por parte de los clientes.

Gráfico 2 Resultados de los enunciados de expectativa



Elaborado por: Paola T. (2024)

Fuente: Datos recolectados en los restaurantes de la comuna Montañita.

Luego de extraer los resultados de acuerdo con las respuestas obtenidas de los 20 clientes que visitaron los restaurantes según el cuestionario de expectativa o percepción, con ayuda de los promedios se procede a desglosar la diferencia que existe entre ambos, cabe recalcar que si el valor de la brecha es positivo, esto indica que las percepciones son mayores que las expectativas, caso contrario, si el valor es negativo, esto muestra como las percepciones son bajas y no se están cumpliendo con las expectativas del cliente, los resultados quedaron de la siguiente manera:

Tabla 3 Resultados de la aplicación del modelo Servqual en los restaurantes de la comuna Montañita

DIMENSIONES	N.	ENUNCIADOS	PERCEPCIÓN	EXPECTATIVA	BRECHA
FIABILIDAD	1	Entrega de pedido a tiempo establecido.	3,1	4,4	-1,30

	2	Horarios establecidos para el cliente.	3,7	4,1	-0,40
	3	Ordenes de platos sin errores.	3,1	4,6	-1,50
	4	Calidad y preparación de los platillos.	4,4	4,3	0,10
	5	Orden y limpieza en el restaurante.	4,7	4,5	0,20
SENSIBILIDAD	6	Interés en las necesidades o inquietudes del cliente.	3,2	4,0	-0,80
	7	Manejo de quejas y resolución de problemas.	3,3	4,2	-0,90
	8	Compresión e interés por el cliente por parte del personal.	3,5	4,1	-0,60
	9	Seguridad alimenticia al preparar los alimentos.	4,5	4,4	0,10
SEGURIDAD	10	Distribución y limpieza en cada mesa.	4,4	4,1	0,30
	11	Cumplimiento de las medidas de bioseguridad del Mintur.	4,7	4,6	0,10
	12	Cortesía y respeto del personal.	4,3	4,7	-0,40
EMPATÍA	13	Predisposición y atención para ayudar al cliente.	3,5	4,1	-0,60
	14	Atender a las necesidades y gustos de los clientes.	4,0	4,2	-0,20
ELEMENTOS TANGIBLES	15	La comodidad e instalaciones adecuadas.	4,6	4,4	0,20
	16	Presentación de los alimentos, decoración y ambiente.	4,6	4,2	0,40
	17	Instalaciones acogedoras y agradables.	4,3	4,4	-0,10
	18	Limpieza de los baños.	4,1	4,5	-0,40
	19	Accesibilidad a clientes con discapacidad.	3,8	4,2	-0,40

Elaborado por: Paola T. (2024)

Fuente: Datos recolectados de los restaurantes de la comuna Montañita.

En la Tabla 3 se puede visualizar como para los clientes en ciertos enunciados de las dimensiones, las expectativas siguen siendo mayores que las percepciones, esto quiere decir que existe insatisfacción en ciertas partes al momento de prestar estos servicios a los clientes dentro de los restaurantes seleccionados de la comuna Montañita, en este caso las brechas negativas pueden darse por razones como la mala comunicación, entregas deficientes, falta de atención a las necesidades del cliente, entre otros

aspectos. En cambio, para a los enunciados 4, 5, 9, 10, 11, 15 y 16 que tienen brechas positivas, significa que los clientes experimentan un nivel de servicio que ha superado sus expectativas, sin embargo, esto no quiere decir que se debe descuidar estas áreas, al contrario, se puede aprovechar para crear estrategias o medidas que permitan lograr esa excelencia de calidad del servicio brindada a los clientes, ya que así se podrá obtener una mejor satisfacción.

Considerando lo expuesto, la única dimensión que tiene todos sus enunciados con brecha positiva es la seguridad, es decir, que los clientes perciben confianza y calidad en todo aquello relacionado tanto con la higiene como la preparación de las comidas que consumen dentro de los restaurantes, se podría mencionar que este elemento se vio fortalecido con la llegada de la pandemia, debido a la necesidad de cumplir con las medidas de bioseguridad impuestas por el Ministerio de Turismo al momento de retomar las actividades con normalidad, lo cual trajo consigo cambios en los estilos de vida y comportamiento tanto del personal como de los turistas, además dichos restaurantes que fueron seleccionados para esta investigación previamente ya fueron evaluados por el ARCSA para obtener una calificación de A, debido al nivel de cumplimiento que realizan cuando se trata de buenas prácticas tanto para la manipulación como preparación de sus alimentos.

Entonces la aplicación del modelo Servqual a los restaurantes de la comuna Montañita puede ayudar a los propietarios a identificar áreas específicas que requieren de mejora en la calidad del servicio, a través de la comprensión de las expectativas y percepciones del cliente, ya que la recopilación de los resultados de las brechas evidencia aquello que esperan los clientes y lo que realmente experimentan. Si se enfoca en las áreas deficientes se puede abordar los problemas y brindar soluciones, debido a que ofrecer un servicio excepcional que cumpla o supere las expectativas de los clientes puede ser una ventaja competitiva significativa.

CONCLUSIÓN

La calidad se ha vuelto un elemento destacable y esencial para los clientes dentro de los servicios de restauración, en este caso fueron seleccionados diez restaurantes de la comuna Montañita que se destacaron por obtener una calificación de A brindada por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitarias, debido al gran manejo e implementación de prácticas higiénico-sanitarias. Para evaluar la calidad que existe en los restaurantes se considerando el modelo Servqual mismo que se basa en comparar la percepción y expectativas de los clientes enfocada en cinco dimensiones clave como fiabilidad, sensibilidad, empatía, seguridad y elementos tangibles.

Su principal resultado es positivo dentro de la dimensión de seguridad, destacando la seguridad alimenticia, distribución y limpieza de las mesas, pero sobre todo el cumplimiento de las medidas de bioseguridad dentro de los restaurantes, esto indica que los clientes evidencian calidad en esta dimensión, sin embargo, en las demás aún se requiere mejorar ciertos aspectos que se vieron influidos por factores negativos como el desinterés del personal, mala comunicación, escasa comprensión de las necesidades, entre otros.

En relación con las deficiencias que existen en la actualidad dentro del servicio de restauración que impiden brindar calidad se encontraron la escasa preparación del personal en temáticas de atención al cliente, el inadecuado manejo de espacios, inconvenientes en los pedidos, entre otros, por ende, es adecuado crear acciones que permitan evaluar la calidad en el servicio con la finalidad de atraer, generar satisfacción y fidelizar a los clientes.

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (Septiembre de 2018). Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/>
- Becerra, M. (2020). Factores que inciden en la calidad en el servicio en el sector de los restaurantes de Puerto Vallarta Jalisco. *Lúmina*(21), 56-70.
- Coronel, J., Basantes, R., & Vinueza, A. (2019). Un estudio de la calidad del servicio en restaurantes de mariscos (Ecuador). *Revista Espacios*, Vol. 40, 1-9. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a19v40n07/a19v40n07p09.pdf>
- Cruz, L. (2010). *Diagnóstico de calidad en el Restaurante Italiano Maraka's del Hotel Saint John's*. Universidad La Habana, La Habana.
- El buzón de Pacioli . (2013). *Importancia de la calidad del servicio al cliente*. Insituto Tecnológico de Sonora. Revista del departamento de contaduría y finanzas. Obtenido de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no82/pacioli-82.pdf>
- Flores, A. (2018). *Servicio en restaurante*. Madrid: RA-MA Editorial. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/upse/105635>
- Marín, I., Haro, G., & Ávalos, M. (10 de Agosto de 2021). Análisis de la oferta turística - gastronómica de Ecuador y la implementación de estrategias de marketing. 1118-1137. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8094435.pdf>
- Marqués. (06 de Septiembre de 2021). *Calidad en el sector alimentario: certificaciones y normas de seguridad alimentaria*. Obtenido de marquesme.com/calidad-en-el-sector-alimentario-certificaciones-y-normas-de-seguridad-alimentaria/
- Martín, E. (12 de Noviembre de 2020). *Restauración Colectiva* . Obtenido de La calidad como medio de obtener la excelencia en los servicios a colectividades: <https://www.restauracioncolectiva.com/n/la-calidad-como-medio-de-obtener-la-excelencia-en-los-servicios-a-colectividades>
- Martín, J. (25 de Septiembre de 2018). *CEREM*. Obtenido de ¿Cómo medir tu servicio con servqual?: <https://www.cerem.es/blog/como-medir-tu-servicio-con-servqual>
- Martin, J. (2018). *Percepción del cliente sobre la calidad de servicio en los restaurantes de una cadena de resort en Latinoamérica y El Caribe*. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima. Obtenido de <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/bd20a9a1-f91a-4e42-bb23-347b6e2e3959/content>

- Martinez, E. (2022). *The Restaurant Times*. Obtenido de 7 desafíos que enfrentan los servicios de entrega de alimentos y cómo abordarlos en 2023: <https://www.posist.com/restaurant-times/mexico/desafios-que-enfrentan.html>
- Matsumoto, R. (2014). *Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto*. Revista perspectivas. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005
- Melo, D. (2020). *Calidad del servicio en el área de restauración en hostería*. Tesis, Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/33076/1/TESIS%20DM%202105-signed-signed%20%283%29.pdf>
- Merlo, A. (2021). *La calidad de servicio y satisfacción del cliente en el Restaurant-Picantería Acuña, 2021*. Tesis, Universidad Peruana de las Américas, Lima. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1930/1.%20TESIS-MERLO%20DE%20LA%20CRUZ%20ALEX%20RICHARD.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ministerio de trabajo. (2020). *Guía de aplicación del Modelo Servqual de calidad del servicio*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/08/24-DSPI-13-Guia-de-aplicacion-del-Modelo-Servqual-de-Calidad.pdf>
- Ministerio de turismo. (21 de Enero de 2019). *Montañita, un paraíso del Ecuador*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/montanita-un-paraíso-del-ecuador/>
- Monroy, M., & Urcádiz, F. (2019). Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México. *Investigación administrativa*. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782019000100006
- Moreno, M., Santos, P., & Pupo, D. (Septiembre de 2021). Procedimiento para mejorar la calidad de los servicios de alimentos y bebidas en hoteles. *Revista de desarrollo sustentable, negocios, emprendimiento y educación*, 26-37. Obtenido de <https://www.eumed.net/es/revistas/rilcoDS/23-septiembre-2021/alimentos-bebidas-hoteles>
- Pilla, F. (2022). *Modelo de gestión de la calidad de los servicios en el restaurant Lo Típico de Mi Tierra*. Tesis, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ambato. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/3655/1/77941.pdf>
- Quintila, J., Camacho, M., & Segura, L. (Noviembre de 2019). *Evaluación de la calidad en el servicio mediante el modelo servqual a una microempresa chocolatera*. Revista de desarrollo sustentable, negocios, emprendimiento y

educación. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/rilcoDS/01/modelo-servqual.pdf>

- Silva, E., & Luján, G. (04 de Abril de 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, Vol. 9*.
- Tapia, E. (2020). *Mejora continua y calidad del servicio en los restaurantes con reconocimiento R dorada*. Tesis, Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32442/1/0604123851ESTEPHANYALEJANDRATAPIAROMERO-signed.pdf>
- Tapia, G., & Arteaga, B. (15 de Marzo de 2020). Evaluación de la calidad percibida del servicio por los consumidores en los restaurantes de la ciudad de Milagro. Obtenido de <https://journalbusinesses.com/index.php/revista/article/view/94/210#info>
- Vintimilla, D., & Méndez, S. (2012). *Optimización de recursos turísticos para la comuna Montañita en la provincia de Santa Elena*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana Ecuador. Universidad Politécnica Salesiana Ecuador, Guayaquil. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4116/1/UPS-GT000361.pdf>
- Zárraga, L., Molina, V., & Corona, E. (2018). La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: un estudio empírico de la industria restaurantera. *Revista de estudios de Contaduría, administración e informática, Vol. 7(18)*.

ANEXOS

Anexo 1 Cuestionario al cliente Expectativa



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



TEMA:

*LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE RESTAURACIÓN EN LA COMUNA MONTAÑITA,
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2023*

CUESTIONARIO EN BASE AL MODELO SERVQUAL APLICADO A CLIENTES DE
LOS RESTAURANTES DE LA COMUNA MONTAÑITA
(EXPECTATIVA)

Para determinar la importancia de cada ítem, se maneja una escala de Likert de 1 al 5, en donde, 1 representa el puntaje más bajo, es decir, cuando el cliente considera Sin importancia, 2 en caso de Poca importancia, 3 si es moderadamente importante, 4 de ser Importante y 5 representa el puntaje más alto, es decir, cuando el cliente considera Muy importante dentro del servicio recibido.

Nº	ENUNCIADO	RANGO				
DIMENSIÓN DE FIABILIDAD						
1	Es importante que su comida sea entregada en el tiempo estimado.	1	2	3	4	5
2	Considera importante que el restaurante esté abierto en los horarios anunciados.	1	2	3	4	5
3	Su pedido debe ser entregado sin errores y de forma presentable.	1	2	3	4	5
4	La calidad y preparación en los platos que degustará, lo considera	1	2	3	4	5
5	Considera que en el restaurante exista orden y limpieza.	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN DE SENSIBILIDAD						
1	Espera que el personal está pendiente a sus necesidades o inquietudes.	1	2	3	4	5
2	Considera importante el manejo de quejas y resolución de problemas por el personal.	1	2	3	4	5
3	Desea que el personal muestre empatía y comprensión ante inquietudes.	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN DE SEGURIDAD						
1	Es primordial la seguridad en base al manejo y preparación de los alimentos.	1	2	3	4	5
2	Visualiza limpieza, orden y respeto de espacio en cada mesa antes del servicio.	1	2	3	4	5
3	Es importante que el restaurante cumpla con las medidas de bioseguridad del Mintur.	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN DE EMPATÍA						
1	Recibir un trato cortés y respetuoso del personal en el restaurante.	1	2	3	4	5
2	Es importante que el personal demuestre interés en su bienestar y satisfacción.	1	2	3	4	5
3	Le resulta significativo que el personal este atento a sus necesidades y gustos.	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN DE ELEMENTOS TANGIBLES						
1	Es importante para usted la comodidad y funcionamiento de las instalaciones.	1	2	3	4	5
2	Cree importante la presentación de los alimentos, decoración y ambiente.	1	2	3	4	5
3	El restaurante debe tener atmósfera acogedora y agradable.	1	2	3	4	5
4	La limpieza y mantenimiento de los baños en el restaurante, es	1	2	3	4	5
5	Las instalaciones sean adecuadas para brindar accesibilidad a clientes con discapacidad, lo considera	1	2	3	4	5



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



TEMA:

*LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE RESTAURACIÓN EN LA COMUNA MONTAÑITA,
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2023*

CUESTIONARIO EN BASE AL MODELO SERVQUAL APLICADO A CLIENTES DE
LOS RESTAURANTES DE LA COMUNA MONTAÑITA
(PERCEPCIÓN)

Para determinar la importancia de cada ítem, se maneja una escala de Likert de 1 al 5, en donde, 1 representa el puntaje más bajo, es decir, cuando el cliente considera Malo el servicio, 2 en caso de ser Regular, 3 si es Bueno, 4 de ser Muy bueno y 5 representa el puntaje más alto, es decir, Excelente.

Nº	ENUNCIADO	RANGO				
DIMENSIÓN DE FIABILIDAD						
1	Calificación por la entrega de su comida en el tiempo que le indicaron, seria	1	2	3	4	5
2	El restaurante estuvo abierto en el horario que usted tenía conocimiento.	1	2	3	4	5
3	La preparación y entrega de su comida fue	1	2	3	4	5
4	La calidad y preparación de los platos que ha degustado fue	1	2	3	4	5
5	La impresión que tuvo al llegar al restaurante sobre la orden y limpieza fue	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN DE SENSIBILIDAD						
1	La atención brindada a sus necesidades o inquietudes sobre el pedido, la considera.	1	2	3	4	5
2	El manejo de quejas y resolución de problemas por el personal, lo considera	1	2	3	4	5
3	El personal le mostró empatía y comprensión ante inquietudes.	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN DE SEGURIDAD						
1	La calificación que le daría al manejo de quejas y preparación de alimentos es	1	2	3	4	5
2	La limpieza, orden y respeto de espacio en cada mesa antes del servicio fue	1	2	3	4	5
3	La implementación de las medidas de bioseguridad del Mintur es	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN DE EMPATÍA						
1	El trato cortés y respetuoso por parte del personal del restaurante fue	1	2	3	4	5
2	El interés en su bienestar y satisfacción por parte del personal lo considera	1	2	3	4	5
3	Durante su pedido el personal estuvo atento a sus necesidades y gustos, como lo calificaría	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN DE ELEMENTOS TANGIBLES						
1	La comodidad y funcionamiento de las instalaciones fue	1	2	3	4	5
2	La presentación de los alimentos, decoración y ambiente, lo considera	1	2	3	4	5
3	Le parece adecuado que el restaurante tenga una atmósfera acogedora y agradable.	1	2	3	4	5
4	Calificación brindada a limpieza y mantenimiento de los baños en el restaurante.	1	2	3	4	5
5	Las instalaciones brindaron accesibilidad a clientes con discapacidad.	1	2	3	4	5

Anexo 3 Resultados y escala del cuestionario aplicado por percepción

Rangos	
Malo	1
Regular	2
Bueno	3
Muy bueno	4
Excelente	5

Cliente	Dimensión de Fiabilidad					Dimensión de Sensibilidad				Dimensión de Seguridad				Dimensión de Empatía			Dimensión de Elementos tangibles						
	En. 1	En. 2	En. 3	En. 4	En. 5	Cientes	En. 1	En. 2	En. 3	Cientes	En. 1	En. 2	En. 3	Cientes	En. 1	En. 2	En. 3	Cientes	En. 1	En. 2	En. 3	En. 4	En. 5
1	1	3	4	5	5	1	2	2	4	1	5	4	5	1	4	3	4	1	5	5	5	4	4
2	1	3	3	4	4	2	1	3	3	2	5	5	4	2	3	4	3	2	5	5	4	5	4
3	2	4	2	4	4	3	2	2	3	3	4	5	5	3	4	2	3	3	4	4	3	4	3
4	5	5	1	4	5	4	4	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	3	4	3
5	3	2	2	4	4	5	4	4	3	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4
6	4	3	4	5	5	6	3	4	4	6	4	5	4	6	5	4	5	6	5	4	5	4	3
7	3	4	4	4	5	7	4	3	4	7	5	4	5	7	4	3	3	7	4	4	4	3	4
8	3	5	4	5	5	8	3	4	4	8	4	4	5	8	5	4	5	8	5	5	5	4	5
9	4	4	3	5	5	9	4	4	3	9	5	4	5	9	4	3	3	9	5	5	4	5	4
10	5	4	4	4	5	10	5	4	4	10	4	5	4	10	5	4	5	10	4	5	5	4	4
Total	31	37	31	44	47	Total	32	33	35	Total	45	44	47	Total	43	35	40	Total	46	46	43	41	38
Promedio	3,1	3,7	3,1	4,4	4,7	Promedio	3,2	3,3	3,5	Promedio	4,5	4,4	4,7	Promedio	4,3	3,5	4	Promedio	4,6	4,6	4,3	4,1	3,8

Elaborado por: Paola P. (2024)

Anexo 4 Resultados y escala del cuestionario aplicado por expectativa

Escala	
Sin importancia	1
De poca importancia	2
Moderadamente importante	3
Importante	4
Muy importante	5

Dimensión de Fiabilidad					Dimensión de Sensibilidad				Dimensión de Seguridad				Dimensión de Empatía			Dimensión de Elementos tangibles							
Cientes	En. 1	En. 2	En. 3	En. 4	En. 5	Cientes	En. 1	En. 2	En. 3	Cientes	En. 1	En. 2	En. 3	Cientes	En. 1	En. 2	En. 3	Cientes	En. 1	En. 2	En. 3	En. 4	En. 5
1	4	4	4	5	4	1	4	5	4	1	5	3	5	1	5	5	4	1	5	5	5	5	4
2	5	4	5	4	4	2	5	4	5	2	5	4	5	2	4	5	3	2	4	5	4	5	4
3	5	5	5	4	5	3	4	5	3	3	4	5	4	3	5	4	4	3	5	4	5	5	5
4	5	4	5	5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4	5	5
5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4
6	4	4	5	5	5	6	4	5	4	6	4	5	4	6	4	4	4	6	4	4	4	4	4
7	3	5	5	4	4	7	4	4	5	7	4	4	5	7	5	4	5	7	4	5	5	5	5
8	4	4	5	3	5	8	4	3	3	8	3	3	4	8	5	5	4	8	5	4	4	5	5
9	5	3	4	4	5	9	5	4	4	9	4	4	5	9	5	4	5	9	4	3	4	4	3
10	5	3	4	5	5	10	3	3	4	10	5	4	5	10	4	3	4	10	4	3	4	3	3
Total	44	41	46	43	45	Total	40	42	41	Total	44	41	46	Total	47	41	42	Total	44	42	44	45	42
Promedio	4,4	4,1	4,6	4,3	4,5	Promedio	4	4,2	4,1	Promedio	4,4	4,1	4,6	Promedio	4,7	4,1	4,2	Promedio	4,4	4,2	4,4	4,5	4,2

Elaborado por: Paola P. (2024)