



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

INSTITUTO DE POSTGRADO

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
COMPONENTE PRÁCTICO DE EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS – MENCIÓN GESTIÓN DE LAS PYMES.

TEMA:

GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LOS CENTROS GASTRONÓMICOS  
TRADICIONALES  
DEL CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2021

AUTORA:

Yolanda Paola Limones Borbor

TUTORA:

Ing. Sabina Villón Perero, Mgt..

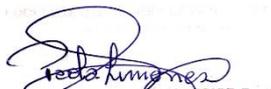
LA LIBERTAD, ECUADOR

FEBRERO DE 2022

## **AUTORÍA DEL TRABAJO**

El presente Trabajo de Titulación constituye un requisito previo a la obtención del título de Magíster en Administración de Empresas, Mención Gestión de las Pymes, Instituto de Postgrado, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, Yolanda Paola Limones Borbor con cédula de identidad número 0923312854 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.



f.....

Yolanda Paola Limones Borbor

## **APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR**

En mi calidad de Profesor Tutor del Componente Práctico de Examen Complexivo, titulado, “GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LOS CENTROS GASTRONÓMICOS TRADICIONALES DEL CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2021.”, elaborado por el señor (a) Yolanda Paola Limones Borbor, del Programa de Maestría en Administración de Empresas, Instituto de Postgrado, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Magíster en Administración de Empresas, Mención Gestión de las Pymes, con la modalidad de Examen Complexivo, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo práctico, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,



---

ING. VILLÓN PERERO SABINA GISELLA, MGT.

**PROFESOR TUTOR**

## **DEDICATORIA**

Llena de regocijo, de amor y esperanza, dedico este trabajo a cada uno de mis seres queridos, quienes han sido mis pilares para seguir adelante. A mis padres, por siempre confiar en mí, por ser parte de mi vida y por permitirme ser parte de su orgullo. A mis hijos quienes han sido mi mayor motivación para nunca rendirme y poder llegar a ser un ejemplo para ellos, a mi compañero de vida por su apoyo incondicional al culminar esta meta y quien me impulsa a ser cada día mejor y a mi UPSE querida que me brindó la oportunidad de crecer como profesional.

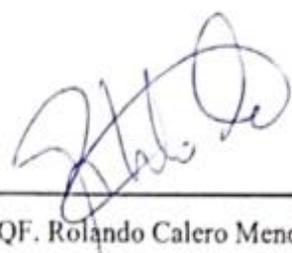
Yolanda Paola Limones Borbor

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios quien me ha guiado y me ha dado fortaleza en cada paso que doy. A mi familia por su comprensión y estímulo constante, además de su apoyo incondicional para culminar con éxito esta etapa; y, a todas las personas que de una y otra forma me ayudaron en la realización de este trabajo.

Yolanda Paola Limones Borbor

## TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN



QF. Rolando Calero Mendoza, PhD.

**DIRECTOR DE CARRERA**



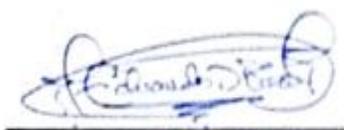
Ing. Sabina Villón Perero Mgt.

**DOCENTE TUTOR**



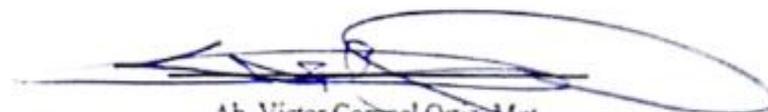
Ing. Adrian Valencia Medranda, MBA.

**DOCENTE ESPECIALISTA**



Lic. Eduardo Pico Gutiérrez, Mgt.

**COORDINADOR MAE.**



Ab. Victor Coronel Ortiz, Mgt.  
**SECRETARIO GENERAL UPSE**

## **GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LOS CENTROS GASTRONÓMICOS TRADICIONALES DEL CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2021**

### **RESUMEN**

La gestión de la calidad en los establecimientos de restauración comprende acciones y procedimientos, cuya finalidad es evitar errores específicamente en términos sobre la calidad del servicio, misma que se evalúa con la percepción y las expectativas del cliente. Es muy importante en el sistema de gestión de toda organización para garantizar la calidad no sólo del producto y/o servicio sino de los procesos. Para el presente ensayo, se ha planteado el objetivo de analizar la Gestión de la calidad en los centros gastronómicos tradicionales del cantón La Libertad. El tipo de estudio que se utilizó fue el descriptivo, debido a su característica de analizar las variables objeto de investigación, de la misma manera con los métodos inductivo, deductivo y analítico, para llegar a la aplicación de las encuestas y entrevistas como técnicas de recolección de información a clientes y propietarios de este tipo de establecimientos. Finalmente se concluye que, una vez identificados los indicadores que determinan la gestión de calidad de los centros gastronómicos tradicionales en cantón La Libertad, se encuentran entre los más importantes: calidad del servicio, satisfacción del cliente, calidad en la materia prima y entorno y seguridad.

Palabras claves: Gestión de calidad, centros gastronómicos, restauración, calidad del servicio, satisfacción del cliente.

## **ABSTRACT**

Quality management in catering establishments includes actions and procedures, whose purpose is to avoid errors specifically in terms of service quality, which is evaluated with the perception and expectations of the client. It is very important in the management system of any organization to guarantee the quality not only of the product and/or service but also of the processes. For this essay, the objective of analyzing quality management in the traditional gastronomic centers of the La Libertad canton has been set. The type of study used was descriptive, due to its characteristic of analyzing the variables under investigation, in the same way with inductive, deductive and analytical methods, to reach the application of surveys and interviews as collection techniques. of information to customers and owners of this type of establishment. Finally, it is concluded that, once the indicators that determine the quality management of traditional gastronomic centers in La Libertad canton have been identified, they are among the most important: quality of service, customer satisfaction, quality of raw materials and environment and safety. .

**Keywords:** Quality management, gastronomic centers, restoration, service quality, customer satisfaction

## Tabla de contenidos

<b>DEDICATORIA</b> .....	4
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	5
<b>RESUMEN</b> .....	7
<b>ABSTRACT</b> .....	8
Tabla de contenidos .....	9
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	11
<b>Planteamiento del Problema</b> .....	13
<b>Delimitación de la problemática.</b> .....	14
<b>Justificación del estudio</b> .....	15
<b>Formulación del problema</b> .....	15
<b>Sistematización</b> .....	16
<b>OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	16
➤ <b>Objetivo General</b> .....	16
➤ <b>Objetivos Específicos</b> .....	16
<b>MARCO CONCEPTUAL</b> .....	17
¿Depende de la calidad del servicio su decisión de compra? .....	25
¿Considera satisfactorio la atención al cliente por parte del colaborador? .....	25
¿Cuál es el nivel de satisfacción con el servicio que brindan el restaurante? ....	26
¿Cómo se siente con la decoración y ambiente del Restaurante? .....	26
¿Cuál es el motivo por el cual usted prefiere consumir en este restaurante?.....	27
¿El alimento que recibió cumplió con la calidad descrita en el menú. ? .....	27
¿Considera Usted importante, la seguridad que ofrece el Restaurante a los clientes? .....	28
¿Considera que las promociones son necesaria, para la venta y para que el restaurante sea conocido? .....	28
<b>Diagnóstico</b> .....	29
<b>Conclusiones</b> .....	37
<b>Recomendaciones</b> .....	38
<b>REFERENCIAS</b> .....	39
<b>ANEXOS</b> .....	44

## Lista de Figuras

Figura 1 Calidad de Servicio.....	25
Figura 2 Satisfactorio la atención al cliente por parte del colaborador.....	25
Figura 3 El nivel de satisfacción con el servicio que brindan el restaurante .....	26
Figura 4 Los estándares de higiene en el Restaurantes .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 5 La decoración y ambiente del Restaurante .....	26
Figura 6 Motivos por el cual prefiere consumir en este restaurante .....	27
Figura 7 El alimento que recibió cumplió con la calidad descrita en el menú.....	27
Figura 8 La importante, la seguridad que ofrece el Restaurante a los clientes ...	28
Figura 9 Las promociones son necesaria, para la venta y para que el restaurante sea conocido.....	28
Figura 10 Deming 1989 .....	32
Figura 11 Restaurantes del cantón La Libertad.....	34
Figura 12 FODA Estratégico .....	36

## INTRODUCCIÓN

La gestión de calidad implica que el servicio y la atención al cliente, es un aporte esencial en el desarrollo de los negocios; poner en marcha este indicador, significa un aporte a las empresas y a los establecimientos de restauración, que desencadena en un desarrollo socio económico tanto en el sector local, nacional e internacional.

En países como Chile, Colombia, Venezuela, Brasil, entre otros, crean normas alimentarias, para que estas se ejecuten, es significativo que los organismos de control de calidad determinan que la inspección del envío de los procesos de alimentos conozcan de las normas regionales de los países a los que sus miembros exportan alimentos, ya que en su incumplimiento puede dar lugar a la devolución del producto y consecuencias negativas para la población donde va dirigida es necesario que la gestión de calidad esté implícita en cada uno de los procesos, que se realiza en la restauración. (Dhamija, Hammer & Organización de las Naciones Unidas Para la Agricultura y la Alimentación, 2021).

La restauración se enfoca en el sector terciario que corresponde a los servicios. Se la define como la actividad que brinda servicio de comida y bebida. La industria de restauración se encuentra en constantes pasos de crecimiento con mira de mejorar la economía del sector donde se desarrolla. Las empresas que se desarrollan en restauración, conjuntamente deben atender necesidades en cuanto a alimentación, buscando siempre la satisfacción de las necesidades de los clientes, y brindar una alta gestión de calidad, por lo que es esencial cubrir las expectativas que tiene el cliente (García, García & Gil, 2016).

Los centros gastronómicos han aumentado su producción con el aumento de la demanda y le deben su desarrollo a una cadena de aspectos para el abastecimiento alimentario de la comunidad; estos centros requieren de manera imperativa una gestión de la calidad, basada en indicadores que aseguren el buen funcionamiento de la misma.

Es importante la aplicación de estrategias para mejorar la gestión de la calidad que contribuyan a satisfacer las necesidades, brindar un buen servicio y fortalecer la atención al cliente, sobre todo a los clientes de muchos años, para de esta manera fidelizarlos, por lo tanto los centros gastronómicos deben ser más competitivos para captar nuevos nichos de mercado.

Por lo antes expuesto, el estudio consiste en el análisis de la gestión de la calidad en los centros gastronómicos tradicionales del cantón La Libertad de la provincia de Santa Elena. Cabe destacar que, en el presente trabajo de investigación se realiza un diagnóstico en los locales de alimentos y bebidas, seguido de la revisión de los diferentes indicadores que atribuyen a la calidad en el servicio, destacando que, uno de los indicadores de la gestión de la calidad incluye la estrategia de implementar y acondicionar los centros gastronómicos del cantón.

El presente estudio tiene el propósito de buscar posibles soluciones que beneficien a los locales de los centros gastronómicos, contribuyendo con el fortalecimiento de la gestión de calidad a partir del análisis de los principales resultados que a través de la información proporcionada por los propietarios y clientes de los mencionados establecimientos se pudo obtener, respecto al servicio que se brinda; a la vez, hacer énfasis del aporte enorme al desarrollo integral al que contribuye el área gastronómica del cantón, resaltando que es importante marcar una diferenciación con la finalidad de obtener una ventaja competitiva con el buen servicio de sus colaboradores, no sin dejar de mencionar que este desarrollo implica el progreso de todos los involucrados.

## **Planteamiento del Problema**

En la provincia de Santa Elena se encuentra el Cantón La Libertad, tradicional balneario y destacado cantón, célebre y popular sitio, donde regularmente nace el principal casco comercial de la región, siendo a la vez también, sitio donde se brindan alimentos y bebidas (A&B) siendo este sumamente variado, todas estas bondades se debe a encontrarse en una ubicación privilegiada, acompañada de una amplia y diversa oferta comercial y gastronómica que va desde una cabaña, kiosko fonda o local de comidas rápidas hasta restaurantes de comidas especializadas, cevicherías, marisquerías, cafeterías, y restaurantes temáticos y de especialidad.

Los servicios de alimentos y bebidas brindados en el cantón La Libertad, ha ocasionado en el sector de la gastronomía, recursos que hacen soporte a una economía sostenible, convirtiéndose en uno de los principales fundamentos para el desarrollo comercial, turístico, gastronómico, debido a que, desde los inicios del cantón la creciente población, ha dado lugar a nuevos emprendimientos dedicados a la actividad gastronómica misma que a la vez genera plazas de trabajo a la comunidad de la provincia.

El cantón La Libertad es el lugar comercial más importante de la provincia de Santa Elena, en el ámbito comercial y siendo un aspecto complementario el servicio de restauración, este a pesar de ser tradicional, no es muy competitivo, no existe mayor innovación al momento de brindar el servicio ni los productos que se expenden, por consiguiente es evidente las falencias relacionadas con la gestión de calidad, afectando principalmente a la calidad del servicio y consecuentemente a la satisfacción de los clientes.

La demanda de servicio de los diferentes establecimientos de restauración del cantón La Libertad, debería ser complementaria con las actividades que realizan los visitantes para que de esta manera se genere la necesidad de realizar otras actividades como acudir a lugares turísticos que no son muy conocidos por todos quienes llegan a la ciudad, por lo tanto no son visitados con frecuencia.

Una de las principales causas que ha generado el problema en el que se basa el presente estudio es el poco conocimiento de los indicadores que determinan la gestión de calidad en los centros gastronómicos del cantón La Libertad y esto ocasiona la limitada preocupación de los propietarios por mejorar los servicios y por ende la atención al cliente. El desconocimiento de la percepción de los clientes que acuden a los locales de A&B, respecto a la calidad del servicio, ocasiona que se ignore las necesidades reales de los consumidores, de tal manera que se dificulta poder satisfacer las exigencias de los mismos. La ausencia de diagnósticos internos y externos en estos locales, limita la aplicación de estrategias orientadas a mejorar la gestión de la calidad.

#### **Delimitación de la problemática.**

En el cantón La Libertad se encuentran varios centros gastronómicos tales como; Abdón Calderón, Buenaventura Moreno, El Paseo Shopping La Península, El Malecón, dentro de ellos funcionan 120 locales de alimentos y bebidas, mismos que ofrecen un servicio de gastronomía tradicional, a los que acuden los mismos pobladores y visitantes de la ciudad. Estos centros están ubicados en diferentes sectores del cantón y son administrados por lo general por sus propietarios, sin embargo la mayoría de ellos desconocen sobre la gestión de la calidad.

## **Justificación del estudio**

El presente trabajo de investigación es muy importante porque se llega a la identificación de fortalezas y debilidades, en el sector de alimentos y bebidas, lo que a la vez permite conocer las posibles medidas para eliminar la intensidad de las amenazas y fortalecer las actividades y los procesos para la mejora continúa en la calidad del servicio.

Este estudio es pertinente porque por medio del diagnóstico, se va definiendo el modelo apropiado administrativa y operativamente, ante la necesidad actual de aspectos tecnológicos propios de una eficiente gestión de calidad.

El modelo de gestión es necesario porque los diversos criterios de calidad, son el factor diferenciador a la hora de posicionar un lugar y convertirlo en su preferido, en este es preponderante el éxito, la supervivencia o el fracaso, basado en los factores complementarios, como; las instalaciones, equipos, talento humano, sistemas tecnológicos, debido a que si no se ejecutan planificadamente pueden causar incluso la quiebra.

Este estudio pretende aplicar un modelo de gestión y no implica mayor inversión fuera de la ya existente, y que está al alcance del presupuesto.

Los resultados beneficiarán de manera directa tanto a los propietarios, como al talento humano, a los clientes y a toda la comunidad.

## **Formulación del problema**

¿Cómo es la gestión de calidad en los centros gastronómicos tradicionales en el cantón La Libertad de la Provincia De Santa Elena?

### **Sistematización**

- ¿Qué indicadores determinan la gestión de calidad en los centros gastronómicos del Cantón La Libertad?
- ¿Cómo es la calidad del servicio percibida por los clientes que acuden a los centros gastronómicos del Cantón La Libertad?
- ¿Qué estrategias de calidad contribuirán con la gestión de calidad para los centros gastronómicos del Cantón La Libertad?

### **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### ➤ **Objetivo General**

Analizar la Gestión de la calidad en los centros gastronómicos tradicionales del cantón La Libertad de la Provincia de Santa Elena año 2021.

#### ➤ **Objetivos Específicos**

- ✓ Identificar los indicadores que determinan la gestión de calidad de los centros gastronómicos tradicionales en Cantón La Libertad.
- ✓ Analizar la percepción de los clientes respecto a la calidad del servicio de los centros gastronómicos del Cantón La Libertad.
- ✓ Proponer un modelo de gestión de calidad que contribuyan al fortalecimiento de los centros gastronómicos del Cantón La Libertad.

## MARCO CONCEPTUAL

### Antecedentes

En el trabajo de investigación denominado “El sistema de gestión de calidad y la atención al cliente en el restaurant el Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro, 2015” (Aleman, 2018):

Manifiesta en su objetivo general, el determinar de qué manera el Sistema de Gestión de Calidad se relaciona con la atención al cliente en el restaurant El Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro en el 2018, *utilizando una metodología descriptiva correlacional, y un enfoque cuantitativo, misma que determinó las mejoras de la calidad, en relación con el servicio al cliente y la rotación del personal, y obtuvo las siguientes conclusiones;* que existe relación entre el sistema de gestión de la calidad y la atención al cliente en los empleados y clientes en el restaurant, que el nivel del sistema de gestión de la calidad en los empleados es malo en la devolución del servicio, insatisfacción del cliente y rotación de clientes y la importancia de implementar talleres de planificación mediante técnicas de diseño de procedimientos, procesos, manuales para lograr una adecuada atención al cliente

La finalidad de este proyecto fue desarrollar una técnica innovadora, para determinar la gestión de la calidad percibida por los clientes, por medio de una investigación tipo descriptiva correlacional, mediante encuestas y la relación de las variables recayó en el tipo de recomendación que emite el cliente satisfecho, porque asegura sin lugar a dudas lealtad por parte del mismo, indicando a la vez que debe ir acompañada de la disposición y amabilidad por ayudar a los clientes.

En la tesis denominada “Propuesta para la implementación del sistema de gestión de calidad en el restaurante La Cafetería En Conecta (Gate Gourmet)” (Marín, Bayron , & Iveth, 2019) menciona que:

Siendo su objetivo, generar una propuesta de implementación de un sistema de gestión de calidad, con metodología descriptiva, documental, y sus conclusiones fueron; se genera el mapa de proceso junto a la caracterización de cada uno de los procesos que involucran la actividad económica del Restaurante, Se logra identificar oportunidades de mejora en el proceso comercial, por lo tanto, se realiza análisis de diagnóstico actual del restaurante en temas de marketing mediante las 5P's del marketing, Dentro del contexto de Consultoría Organizacional se optó por la creación de una matriz de comunicación la cual establece un formato estándar base

Si bien es cierto de acuerdo al criterio mencionado se dice que para poder tener una buena referencia del cliente se debe realizar los diagnósticos, aplicando estrategias de marketing, procesos de consultoría con los modelos CANVAS, para la buena gestión de la calidad en los procesos de restauración.

## **Bases Teóricas**

### **Gestión de calidad**

La Gestión de la Calidad es un proceso que promueve y ejecuta las políticas de calidad en forma permanente con el objetivo de orientar sus actividades y procesos hacia niveles expectantes y elevados, para obtener y mantener el nivel de calidad del producto o el servicio, de acuerdo con las necesidades y exigencias del usuario o cliente. (Rios, 2009)

La Gestión de Calidad en los establecimientos de alimentos y bebidas evoluciona y se enfoca con mayor magnitud en la atención al cliente, por lo tanto es importante su adaptación a las exigencias de los consumidores; es así que genera competencia, esto implica que el sector de restauración debe aplicar acciones y estrategias

orientadas a la satisfacción de los clientes.

La *calidad* debe ser considerada como un contexto inferior y superior con énfasis de mantener un juicio de valor, refiriéndose a las actividades a realizarse siendo estas determinadas por la *gestión de la calidad* y que tienden superar la actuación de manera articulada con el principio de transformación de un fenómeno gastronómico de *calidad*. Bahls, Á. A., Krause, R. W., & da Silva Añaña, E., (2019) (págs. 326 - 327)

La gestión de calidad, en la actualidad es la condición necesaria para cualquier estrategia dirigida hacia el éxito competitivo de la empresa, el aumento de exigencia del consumidor, junto a la competencia de nuevos países comparativas en costos y la creciente complejidad de productos, procesos, sistemas y organizaciones son algunas de las causas que hacen de la calidad un factor determinante para la competitividad y la supervivencia de la empresa moderna. **(Camison C., 2007: 8)**

Según el autor, lo que en la antigüedad se podía ofrecer, eran productos y servicios en aquellos tiempos, desde entonces se enfocaron no solo en la calidad sino en su ubicación estratégica, la generación del valor agregado, y la calidad de los productos, con una buena gestión de calidad gastronómica. Una nueva característica de un producto o de una empresa de acuerdo al autor Humberto Gómez S. (2006) con respecto a lo mencionado anteriormente dice:

“En la actualidad podemos decir que existen una variedad de instrumentos o métodos que pueden ayudar al desarrollo de aumentar la clientela y mantener a los clientes pegados a la empresa no tan solo por su sazón o la cantidad de sus productos, sino a través de la *imagen moderna* de la empresa, su acondicionamiento, la imagen de los servidores que contribuyen a la fidelización del cliente”.

La calidad de un producto o servicio, ha ido evolucionando en todos los aspectos, que para ser ofertado debe pasar por pruebas y exigencias establecidas, de acuerdo al tipo de organización que la regula, creando normas y estándares para la calidad, esto lo menciona la Organización Internacional de Normalización ISO.

Lo anteriormente mencionado, es parte de un indicador que provoca calidad en el servicio, este desarrollo socioeconómico viene acompañado con la calidad del producto ofertado, además de un análisis poco profundo del producto, que debe ser de alta calidad o con un lugar reconocido en el mercado, que se venda solo y que acompañado de un buen servicio al cliente, se vuelvan la imagen de la empresa.

## MARCO METODOLÓGICO

### **Tipo de investigación**

La investigación es de tipo descriptiva, misma que contribuyó con el descubrimiento de los diferentes componentes de la realidad, en este caso la gestión de la calidad de servicio brindada por los centros gastronómicos tradicionales del cantón La Libertad, y por otra parte en la atención al cliente en los diferentes locales con la intervención de los actores claves, la población y las entrevistas realizadas a los propietarios de los centros, así como las encuestas dirigidas a los clientes.

El método Inductivo, permitió conocer de qué manera se desarrolla el tema de la propuesta basada en la gestión de la calidad en los centros gastronómicos tradicionales del cantón La Libertad, en concreto se da soluciones a la problemática planteada.

El método Deductivo aportó al desarrollo de la problemática con instrumentos que ratificaron con excelencia a la calidad de gestión en los centros gastronómicos del cantón La Libertad, donde se estudió cuidadosamente la atención al cliente, dando pautas y requerimientos para mejorar y brindar calidad a la ciudadanía.

### **Población**

La población objeto de estudio, se la tomó del cantón La Libertad, específicamente los locales gastronómicos tradicionales. La unidad de análisis comprende 4 centros gastronómicos, considerando una población de estudio aproximadamente de 120 propietarios de los locales en funcionamiento, además forman parte de la población los clientes de estos establecimientos.

## Muestra

Como parte representativa de la población de estudio se tomó el 47% de los propietarios de los locales de comida que equivale a 56, así como también a 383 clientes, cuyo cálculo se realizó a partir de la fórmula que en las siguientes líneas se detalla.

Formula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * n}{e^2}$$
$$n = \frac{1,96^2 * 0.5 * 0.5 * 120}{0.05^2}$$

$$n=56$$

Simbología:

- NC = Nivel de confianza
- p = Probabilidad de aceptación
- q = Probabilidad de no aceptación
- z = Valor z (desviación Z)

	Población	Muestra	Instrumento
Propietarios	120	56	Entrevistas
Clientes	Desconocida	383	Encuestas

Tabla 1 Tamaño de la muestra

## Entrevista

Esta técnica está basada en un interrogatorio verbal, entre dos personas, se formulan preguntas, y se realiza un proceso de intercambio de ideas entre los propietarios de los diversos locales de los centros gastronómicos y el entrevistador, acogiéndose a una serie de opiniones y respuestas que ayudan a alcanzar los objetivos.

## **Encuesta**

La técnica de recolección de información fue una serie de interrogantes escritas que fueron contestadas por los encuestados, y que por medio de ellas se recopiló información datos generales, opiniones y sugerencias que ayudan a alcanzar los objetivos planteados.

Estas respuestas permitieron obtener información del personal, y a la vez valorar las condiciones de aspectos directos e indirectos de todos los actores involucrados.

## **ANÁLISIS DE RESULTADOS**

### **Análisis de Resultados de entrevista**

¿Cómo considera la atención al cliente de su restaurante?

*En cuanto a la calidad* en el servicio enfocada a la atención al cliente, los propietarios manifiestan menos del 20% era excelente, sobre todo la atención de parte de los meseros, y más del 70% manifiesta que es buena, y que están dispuestos a aplicar un proceso que mejore su calidad y fidelice más clientes.

¿Qué aspectos considera importantes, para brindar una atención adecuada al cliente?

En cuanto a las respuestas proporcionadas por los propietarios, casi el 95% de los mismos, opinan que lo más importante al momento de brindar el servicio es la calidad, mientras que para otros es *la satisfacción al cliente al momento de percibir el servicio*, por lo que es importante tomar en cuenta las opiniones de los propietarios, debido a que están dispuestos a escuchar la propuesta.

¿Piensa que para que una persona prefiera un restaurante solo basta con tener un buen menú o servicio?

A esta interrogante los propietarios manifestaron que; la comodidad también es importante en el lugar, es importante también es el espacio para sus automóviles, de igual manera que el área donde se encuentre, debido a que los clientes prefieren también lugares donde puedan hacer sus compras alrededor. Los encuestados manifestaron también que el *entorno* del lugar en mucho de los casos los ayuda a decidir. Esto va acompañado de la *seguridad* que se brinde y tener un momento placentero al disfrutar de sus alimentos solo o con su familia.

¿Qué aspectos considera usted que influye al momento que una persona escoja determinado restaurante?

En la presente pregunta los entrevistados contestaron que el sabor y *calidad* en la comida son determinantes definitivamente, y la base de esto es su materia prima, al momento de escoger el lugar donde servirse los alimentos estas variables son las que priman.

¿Qué aspectos del servicio al cliente piensa que son más importantes para un negocio de este tipo?

Los aspectos más relevantes para el propietario al momento de recibir el servicio al cliente son: ofrecer siempre un excelente servicio al cliente, con la mejor calidad posible y buscar maneras de que la gente siempre salga satisfecha del restaurant.

¿Qué le parece una buena gestión de la calidad en su restaurante?

Los encuestados manifestaron que; no solo se trata de mejorar con las capacitación al personal, sino que entre las más relevantes tenemos; *servicio al cliente, calidad en la materia prima, entorno y seguridad*, como también aunque no tan relevantes con las anteriores tenemos; la aplicación de normas de calidad, las buenas prácticas de manufactura y demás reglamentos y normas que pone el gobierno nacional.

## Análisis de Resultados de la Encuesta

¿Depende de la calidad del servicio su decisión de compra?

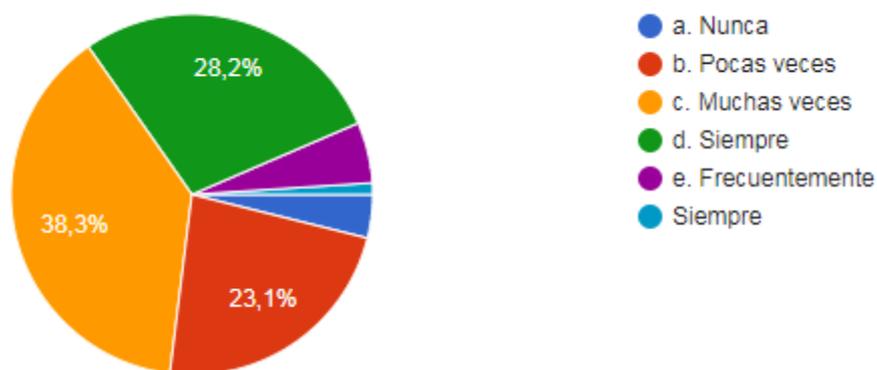


Figura 1 Calidad de Servicio

La encuesta realizada a los clientes de los diferentes centros gastronómicos, da como resultado a que depende la calidad del servicio su decisión de compra el 28,2% equivalente a 109 encuestados manifiestan que la calidad en lo principal en un restaurante, el de 38,3% muchas veces es lo que busca el cliente.

¿Considera satisfactorio la atención al cliente por parte del colaborador?

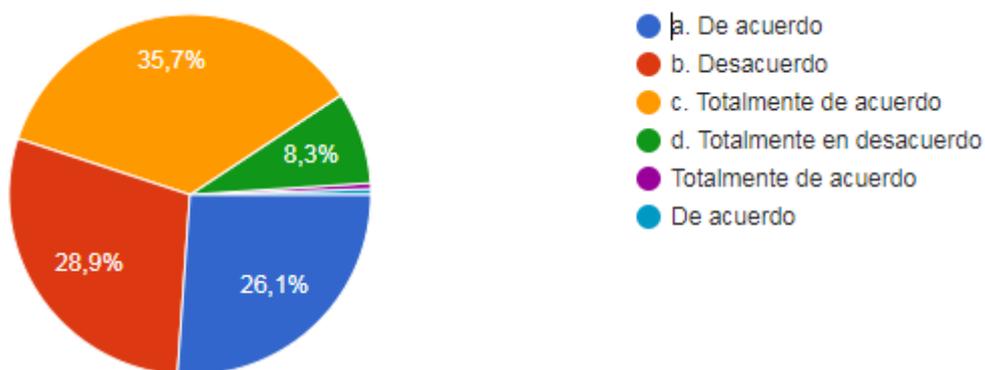
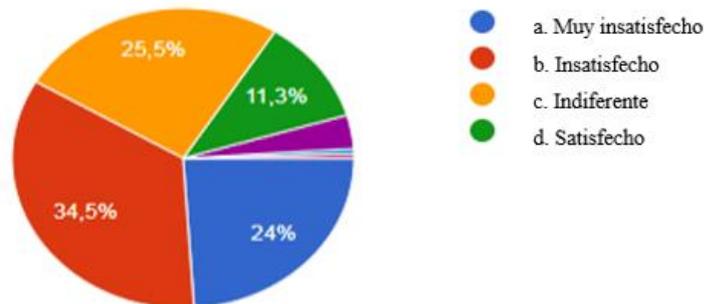


Figura 2 Satisfactorio la atención al cliente por parte del colaborador

Analizando la encuestas se determina que un 35,7% de los encuestados indican que están en total acuerdo que el colaborador debe de brindar un servicio satisfactorio al cliente, mientras que un 28,9% no están satisfecho con la atención y un 26,1% indica que está de acuerdo con la atención brindada.

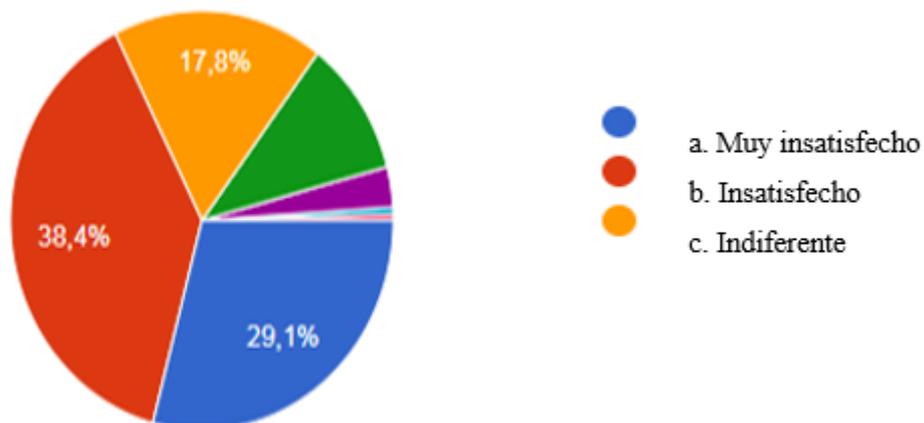
¿Cuál es el nivel de satisfacción con el servicio que brindan el restaurante?



*Figura 3* El nivel de satisfacción con el servicio que brindan el restaurante

El 34,5% de los encuestados está Insatisfecho con la atención brindada mientras que un 25,5% está muy insatisfecho, y un 24% muy insatisfecho, es lo que se analiza de la encuesta.

¿Cómo se siente con la decoración y ambiente del Restaurante?



*Figura 4* La decoración y ambiente del Restaurante

El 38,4% de los encuestados está Insatisfecho con la decoración y ambiente del restaurante mientras que un 29,1% está muy insatisfecho, y un 17% indiferente, es lo que se analiza de la encuesta.

¿Cuál es el motivo por el cual usted prefiere consumir en este restaurante?

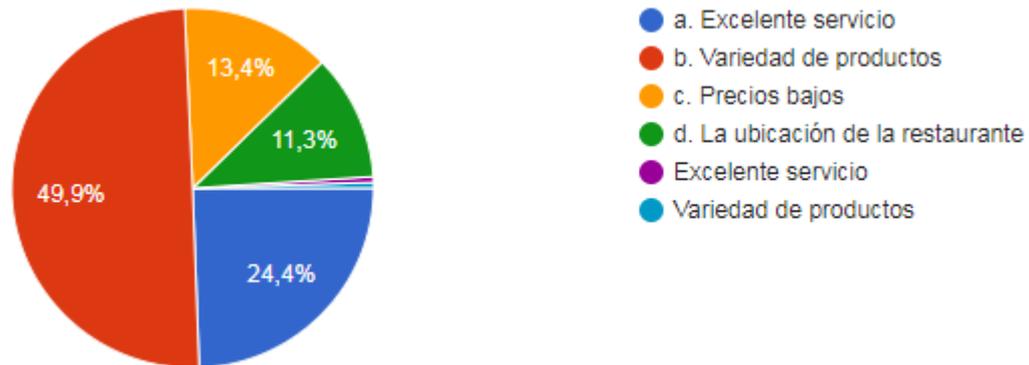


Figura 5 Motivos por el cual prefiere consumir en este restaurante

El 49,9% indican que por la variedad de productos consumirían en el restaurantes, mientras que un 24,4% por el servicio, el 13,4% por los bajos precios y el 11,3% por la ubicación.

¿El alimento que recibió cumplió con la calidad descrita en el menú. ?

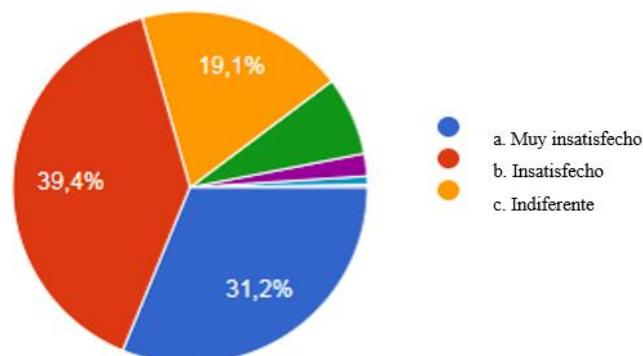
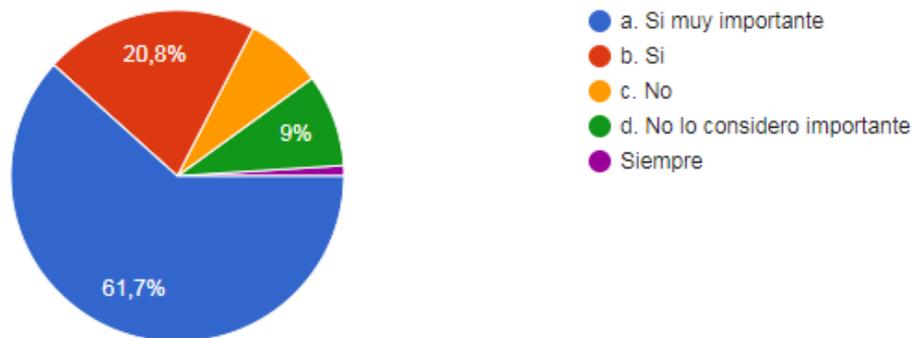


Figura 6 El alimento que recibió cumplió con la calidad descrita en el menú

El 39,4% de los encuestados está Insatisfecho con la **El alimento que recibió no cumplió con la calidad descrita en el menú** mientras que un 31,2% está muy insatisfecho, y un 17 % muy indiferente, es lo que se analiza de la encuesta.

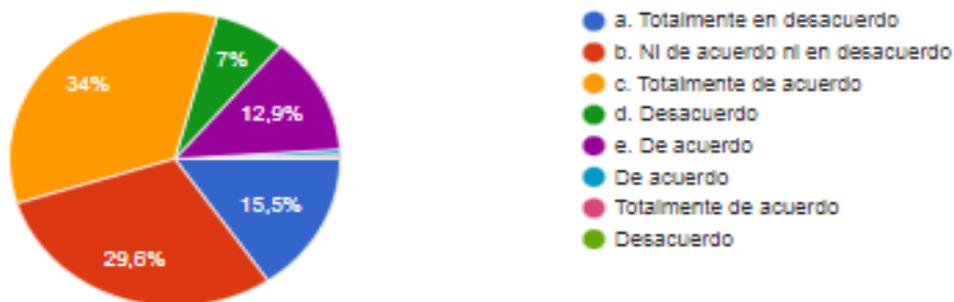
¿Considera Usted importante, la seguridad que ofrece el Restaurante a los clientes?



*Figura 7* La importante, la seguridad que ofrece el Restaurante a los clientes

Se puede analizar que el 61,7% indica que la es Muy importante ver la seguridad en los restaurantes, el 20% indica que si se debe considerar este indicador, y el 9% no lo considera importante.

¿Considera que las promociones son necesaria, para la venta y para que el restaurante sea conocido?



*Figura 8* Las promociones son necesaria, para la venta y para que el restaurante sea conocido

El 34% indica que está totalmente de acuerdo a que se debe de dar promociones son necesarias para incrementar las ventas y que se dé a conocer el restaurante.

## **MODELO DE GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO**

### **Diagnóstico**

La presentación de un modelo de gestión de la calidad, siendo considerado un conjunto de procesos, procedimientos y decisiones directivas, tiene como fin desarrollar su misión misma que debe estar centrada en el cliente, y a lograr su satisfacción, para esto se realizó un diagnóstico basado en una indagación en el cantón La Libertad, a clientes y propietarios, lo que dio lugar a la preparación de una estrategia que considere las mejoras de los locales de los centros gastronómicos objeto de estudio de la presente investigación, incrementando así, el desarrollo social-económico del cantón.

Se busca un mejor servicio y atención al comprador que reflejado en la concurrencia masiva de clientes hacia los sitios de preferencia, para direccionar a dichos puntos tiene que crearse una línea de tácticas claras como tienen que ser adicionalmente a los indicadores, acompañado de una impecable imagen del local, para así cumplir también con la misión y visión del mismo.

La puesta en marcha del Modelo de Gestión de Calidad, permitirá alcanzar los resultados de la organización, y fortaleciendo también el conocimiento especializado del personal, mismo que después van a ser transmitidas a sus sucesores, la puesta en marcha de la presente propuesta, con el desarrollo de los centros gastronómico y de la comunidad del cantón y la provincia en general.

Cada proceso implica un cambio, mismo que robustecerá el sector gastronómico, realizando una fusión entre los recursos que tiene el cliente para sentirse bien atendido y los que tiene la organización con sus diferentes panificaciones y programas, en conjunto todos los procesos y se brinde un servicio de calidad integral.

## **Objetivo**

Plantear Modelo de Gestión de calidad basado en los elementos del Círculo de Deming para mejorar los procesos de los centros gastronómicos del Cantón La Libertad.

## **Desarrollo**

Mediante las mejoras de la calidad, es posible incrementar la productividad de las empresas, así mismo evalúa la calidad, mediante cuatro acciones que son; Planificar, hacer, comprobar y actuar, y estas acciones deben ser críticas. Calidad es transformar las necesidades de los usuarios en características medibles para adaptarlos a un producto y que este cubra sus expectativas y a la vez que el cliente está dispuesto a pagar. (Deming, 1898)

## **Gestión de la calidad según William Edwards Deming**

Esto se dio en 1900 a 1993, asentó las principales bases en lo referente al control estadístico de calidad, y dio paso a las catorce aportaciones que se cita a continuación:

- Crear constancia con el único propósito de mejorar el producto y el servicio con el fin de ser competitivos.
- Adoptar una nueva filosofía debido a que en esta nueva era económica y los diferentes retos, deben incluir responsabilidad e incluir cargos de liderazgo para cambiar
- Dejar de depender de la supervisión para lograr la calidad total, eliminando la inspección e incorporando en el producto la calidad incluyendo el proceso de postventa.
- Práctica de hacer negocios en base al precio, minimizando el costo total, con la tendencia a monopolizar a un solo proveedor estableciendo así la relación a largo plazo de lealtad y confianza.

- Mejorar constantemente el sistema de producción y servicios, con miras a la reducción de costos
- Actualización basada en el aprovechamiento de la materia prima
- Implementar el liderazgo, para mejorar el trabajo de las personas
- Eliminar el temor de los trabajadores para lograr eficiencia
- Romper barreras interdepartamentales para que el diseño, ventas y producción trabajen en equipo
- Trabajar baso cero defectos obteniendo así, nuevos niveles de productividad.
- Eliminar los estándares de trabajo y la gestión de objetivos
- Eliminar barreras que privan al trabajador de sus derechos y que privan al personal de dirección y de los mandos medios
- Conseguir la transformación involucrando a todos a trabajar por la calidad. (Deming, 1898)

Para las Normas ISO 9001, (2015) el ciclo de Deming es un requisito óptimo para todas las empresas, incrementa la satisfacción de los clientes y promueve una mejora en los procesos organizacionales, crea confianza en los productos y servicios.

Uno de los objetivos declarados de la **Norma ISO 9001:2015** es favorecer que la organización aumente la satisfacción del cliente. Esto se logra mediante la evaluación continua y sistemática de si el producto o servicio que proporciona la organización cumple con los requisitos y expectativas de sus clientes a lo largo de su ciclo de vida. La estrategia adecuada es crear un método sistemático que evalúe las percepciones de los clientes sobre el grado en que se han cumplido sus necesidades y expectativas.

Conocido como ciclo “Planificar, hacer, verificar y actual” (P.H.V.A.), es una herramienta para la mejorar continua, está conformada por cuatro pasos: planificar, hacer, verificar y actuar. (Deming, 1989). Busca conseguir un objetivo, en primer lugar se debe planificar, después realizar todas la acciones planteadas, a

continuación verificar si se está cumpliendo con las ideas correctivas y finalmente adjuntar los cambios con el objetivos de no volver a cometeros.

Gráfico 1. Circulo de Deming



Figura 9 Deming 1989

El presente Modelo de Gestión para restaurantes contiene aspectos que no son tomados en cuenta por los propietarios, pero que contribuyen a la generación de recursos, convirtiéndose en uno de los principales fundamentos para el desarrollo comercial, gastronómico, debido a que, tanto los establecimientos tradicionales como los nuevos, han significado desarrollo para la comunidad, generando también plazas de trabajo, beneficiando así a la comunidad peninsular.

Esta propuesta de modelo de gestión de calidad, beneficiará directamente a los propietarios, evaluando las condiciones laborales de los propietarios y trabajadores, para mejorar su desempeño, y así mismo ser remunerados de manera equitativa.

La aplicación de este modelo de gestión, se dio luego de la investigación a los diferentes locales de los centros de restauración del cantón La Libertad.

Análisis Situacional

Aspectos internos

Los locales de los Centros de restauración del Cantón La Libertad, consideran la atención al cliente, pero con un factor diferenciador que se otorgan en el momento de entrar a competir y colocarse de un destino, donde es preponderante y determinante el triunfo, supervivencia o fracaso de los mismos. De allí que la instalación, equipamiento, dotación, ingenio humano, sistemas administrativos - operativos, son obsoletos y de bastante bajo grado técnico, tienen la posibilidad de impedir un correcto posicionamiento en la mente del consumidor.

La calidad de servicio brindada afecta también a las ganancias, pero esto se debe a la calidad del producto, y no se toma en cuenta lo que se vende, sino que forman parte del progreso local, personal, socioeconómico y empresarial.

Muchas localidades han progresado o han surgido por medio de brindar servicios complementarios, como el alojamiento, la transportación, expendio de alimentos, artesanías, entre otros.

#### Aspectos externos

El cantón objeto de estudio, se lo considera un polo de desarrollo económico, de la provincia de Santa Elena, con sus diferentes negocios para la distribución y ventas de los productos de consumo humano.

El perfil de los visitantes en su mayoría es de negocios, quienes en su actividad diaria o semanal aprovechan para recorrer el lugar y disfrutan de la gastronomía de la zona, y la mayoría de ellos prefiere disfrutar de los platos típicos, populares, que brindan su agradable sabor a precios muy accesibles.

Los restaurantes del cantón a través de una buena gestión de calidad, atención y servicio al cliente, aportarían al desarrollo turístico y socioeconómico como también a la incrementación de la visita de turistas nacionales.

#### Restaurantes del cantón La Libertad

Los sitios de alojamiento del cantón La Libertad, recopilan información de los usuarios del segmento de alimentos y bebidas, además de que muchos de ellos son anexos a los hoteles, hostales y pensiones. Esto es porque existen además su

clasificación y categorías como también la creación de una base de datos con información completa de los establecimientos que ayude al desarrollo turístico, La Libertad cuenta con 95.942 habitantes y en la Dirección Provincial de Turismo registran 56 locales para brindar un servicio y atención al cliente, mientras que en las otras dependencias no cuenta con ese tipo de información.

La importancia de conocer la cantidad de locales de los centros gastronómicos, es muy valiosa, porque direcciona a locales y visitantes, hacia los sitios de su preferencia, esto es para verificar también en qué condiciones se está trabajando, dando así la posibilidad de que se preste un servicio y que sea de calidad. Existe también un sinnúmero de locales de comidas rápidas, así como también los bares, mini restaurantes, con las mismas características y productos que un restaurante brinda a sus comensales.

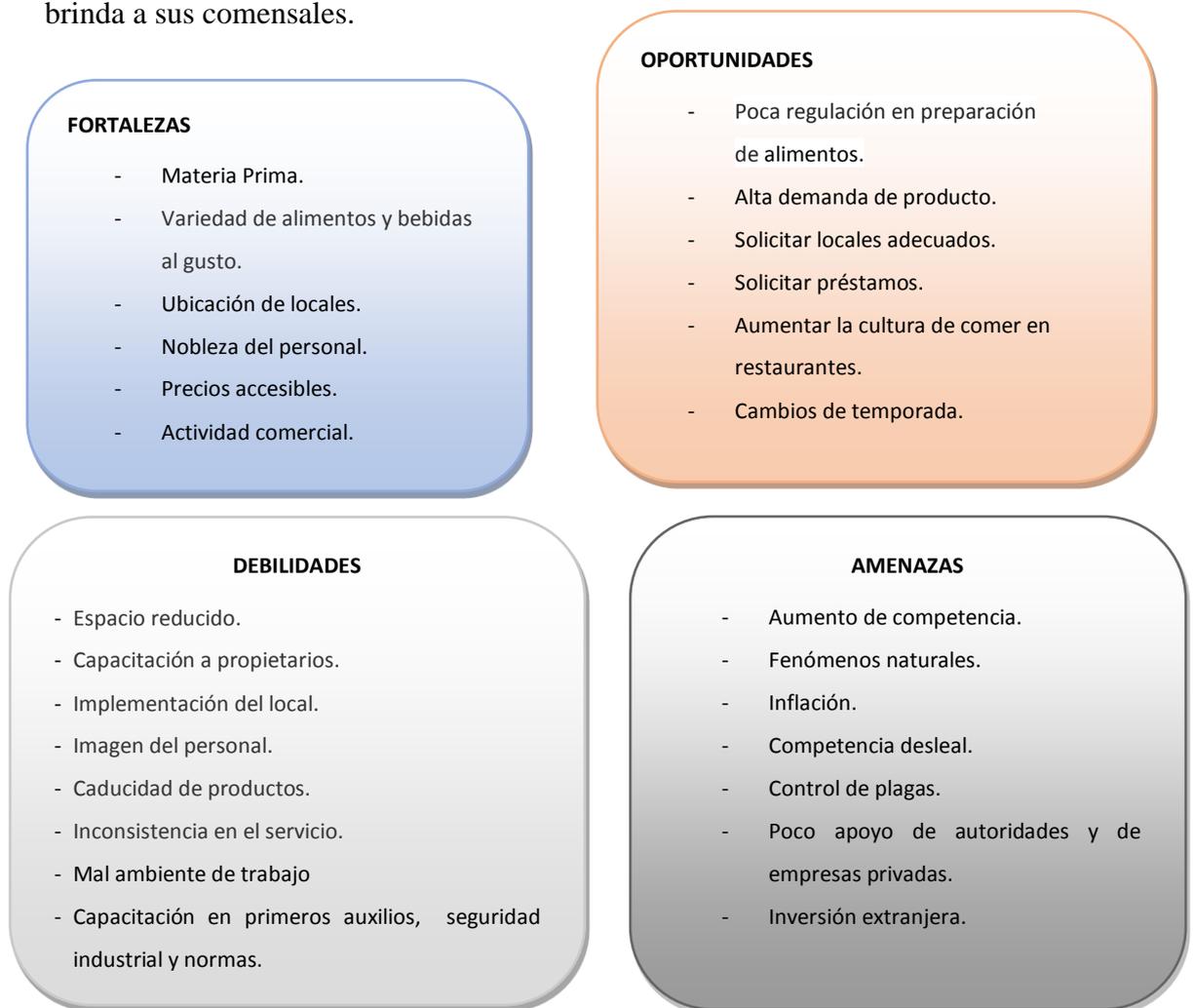


Figura 10 Restaurantes del cantón La Libertad.

Por medio del FODA, se aprecia aspectos donde se puede mejorar la gestión de la calidad, y donde se fusionan los indicadores, como capacitación, seguridad alimentaria, imagen del negocio, y aplicar las normas y estándares de calidad.

La misión y la visión de los negocios, debe ser calidad acompañada de una nueva imagen del local, del personal y sobre todo de su infraestructura.

FACTORES	FORTALEZA	DEBILIDADES
<p style="text-align: center;">INTERNOS</p> <p>EXTERNOS</p>	<p>Materia Prima.</p> <p>Variedad de alimentos y bebidas al gusto.</p> <p>Ubicación de locales.</p> <p>Precios accesibles.</p> <p>Actividad comercial.</p>	<p>Espacio reducido.</p> <p>Capacitación a propietarios y empleados.</p> <p>Imagen del personal.</p> <p>Falta de atención.</p> <p>Caducidad de productos.</p> <p>Inconsistencia en el servicio.</p> <p>Mal ambiente de trabajo</p> <p>Mala aplicación de normas.</p> <p>Seguridad</p>
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
<p>Poca regulación de preparación de alimentos.</p> <p>Alta demanda de producto.</p> <p>Solicitar locales adecuados.</p> <p>Solicitar préstamos.</p> <p>Cambios de temporada.</p>	<p>F1, O2 capacitar en servicio y atención.</p> <p><b>F2, O1 aplicar normas de calidad.</b></p> <p>F3, O3 mejoramiento de locales.</p> <p>F4, O5 promoción y publicidad del cantón.</p> <p>F5, O4 inversión para el negocio.</p>	<p>D1, O3 creación de nuevos locales.</p> <p>D6, O2 abrir plazas de trabajo.</p> <p><b>D4, O5 fidelizar al cliente.</b></p> <p>D5, O1 control con los proveedores.</p>

AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
Aumento de competencia. Fenómenos naturales. Inflación en productos. Competencia desleal. Difamación. Control de plagas. Poco apoyo de autoridades y empresas privadas. Inseguridad	F1, A3 variedad en proveedores. <b>F2, A5 establecer precios y exhibirlos.</b> F3, A4 mejor atención de autoridades. F4, A1 crear una base de datos para control. F5, A6 aumentar la publicidad de los restaurantes y patios de comida.	D1, A7 elaboración de cronograma de limpieza. D2, A8 ejecutar plan de capacitación. D6, A5 cursos de motivación al personal. D9 Contratar empresa de seguridad.

*Figura 11* FODA Estratégico

Las principales estrategias, resultado del análisis FODA tenemos:

- F2, O1 aplicar normas de calidad.
- D4, O5 fidelizar al cliente.
- F2, A5 establecer precios y exhibirlos

Por lo que se debe prestar atención en cuanto al Modelo de gestión propuesto aplicar estas estrategias enlazadas con los indicadores de gestión proporcionados por las respuestas obtenidas en el levantamiento de información con clientes.

## **Conclusiones**

Una vez identificados los indicadores que determinan la gestión de calidad de los centros gastronómicos tradicionales en Cantón La Libertad, se encuentran entre los más importantes: calidad del servicio, satisfacción del cliente, calidad en la materia prima y entorno y seguridad. Por lo tanto, en los establecimientos de restauración es importante considerar estos indicadores para lograr la gestión de la calidad total, es decir que exista la mejora continua en todos los procesos de estos negocios.

Se analizó la calidad del servicio percibido por los clientes, resultando que, lo que prevalece es la atención, calidad del producto, variedad, y sabor. Es evidente que para mejorar la calidad, se debe fortalecer el vínculo del personal de los establecimientos de restauración, de los centros gastronómicos, con el usuario del servicio.

Se identificó como los elementos de la Gestión de calidad de servicio a los cuatro elementos del círculo de calidad de Deming que son: planificar, hacer, actuar y verificar. Esto implica en todo momento dentro del proceso administrativo considerar las exigencias actuales del cliente y la satisfacción que recibe por los servicios ofrecidos por los centros gastronómicos del Cantón La Libertad.

## **Recomendaciones**

Mejorar los procesos en base a los indicadores que determinan la gestión de calidad: calidad del servicio, satisfacción del cliente, calidad en la materia prima y entorno y seguridad. Para lograr la dinámica de estos indicadores se debe contar con el compromiso de todos los integrantes que conforman los centros gastronómicos desde el propietario, administrador y colaboradores.

Se recomienda que en los centros gastronómicos se prioricen la atención al cliente, variedad de platos y sabor de los alimentos, como los aspectos más importantes al momento de brindar el servicio. Cabe recalcar que la calidad prima al momento de percibir el servicio, por lo tanto se debe formular medidas específicas de servicio que sean transmitidas al personal para su cumplimiento; esta calidad debe estar acompañada de confort y seguridad.

Aplicar el modelo de Deming y adaptarlo a los diferentes locales de expendio de alimentos para que se vaya implementando la cultura de brindar un excelente servicio, considerando las exigencias actuales del cliente y la satisfacción que recibe por los servicios ofrecidos por los centros gastronómicos del cantón La Libertad.

## REFERENCIAS

Aleman, a. (2018). el sistema de gestión de calidad y la atención al cliente en el Perú.

Almendros Zaragoza, l. (2020). 20 nuevos formatos de difusión y comunicación patrimonial. Presentación e interpretación del patrimonio cultural. Gestión del patrimonio histórico, 1-18. Obtenido de

<https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/25519/20%20legatum%2020-web.pdf?sequence=1&isallowed=y>

aroca, f. x. g. (2019). Deconstrucción gastronómica, para la revalorización e innovación de la comida típica de la serranía ecuatoriana. 20revista de investigación talentos, 6(2), 85-98. Obtenido de <https://talentos.ueb.edu.ec/index.php/talentos/article/view/162/229>

Bahls, á. a., Krause, r. w., & da silva añaña, e. (2019). Comprensión de los conceptos de culinaria y gastronomía: una revisión y propuesta conceptual. Estudios y perspectiva, 28(2), 312-330. Obtenido de <file:///c:/users/gary/downloads/dialnetcomprensiondelosconceptosdeculinariaygastronomia-6871851.pdf>

Benavides, l. (2011). Gestión, liderazgo y valores en la administración.

Obtenido de

Constitucional, t. (01 de 06 de 2021). Constitución de la república del Ecuador. Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de <https://www.uteq.edu.ec/lotaip/lotaip/pdf/2014/constitucion2008.pdf>

Contreras, a. t. r., & González, f. c. v. (2010). Formación del patrimonio gastronómico del valle de Toluca, México. Ciencia ergo-sum, 17(3), 239-252. Obtenido de <file:///c:/users/anton/downloads/dialnetformaciondelpatrimoniogastronomicodelvalledetoluca-5034990.pdf>

Contreras, c., Luco, j., & río, c. (2019). Patrimonio culinario: propuesta para una metodología de distinción patrimonial de las culinarias locales. Revista ciencias y FAO. (04 de 04 de 2020). Aspectos relacionados con la calidad, el equilibrio nutricional, la importancia de los terrenos agrícolas y el patrimonio cultural.

Obtenido de organización de las naciones unidas para la alimentación y la agricultura: <http://www.fao.org/3/j1875s/j1875s.htm>

Francisco, v. c. (2017). Patrimonio alimentario y cocina ancestral. *Holopraxis revista de ciencia, tecnología e innovación*, 18(2), 171-175. Obtenido de <file:///c:/users/anton/downloads/9-36-2-pb.pdf>

Fusté-Forné, F. (2016). Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario. *Dixit*, 24(1), 4-16. Obtenido de <http://www.scielo.edu.uy/pdf/dix/v24n1/v24n1a01.pdf>

ISO 22000. (06 de 06 de 2018). *Sistemas de administración de la inocuidad/seguridad de los alimentos - Requerimientos para cualquier organización en la cadena alimentaria*.

Obtenido de organización internacional de normalización: [https://auto-qconsulting.com.mx/Muestra04.ISO22.2020/Norma.ISO 22000 2018.Espanol.Aplicacion.pdf](https://auto-qconsulting.com.mx/Muestra04.ISO22.2020/Norma.ISO%202000%202018.Espanol.Aplicacion.pdf)

ISO 9000. (14 de 06 de 2021). *Norma Internacional - Sistemas de gestión de la calidad*. Obtenido de ISO 9000: <http://www.itvalledelguadiana.edu.mx/ftp/Normas%20ISO/ISO%2090002000%20Sistemas%20de%20Gesti%C3%B3n%20de%20la%20Calidad.pdf>

Jubete, F. F. (2018). Patrimonio gastronómico. *Publicaciones de la Institución Tello Téllez de Meneses*, (89), 303-309. Obtenido de <file:///C:/Users/anton/Downloads/DialnetPatrimonioGastronomico6845454.pdf>

Marín, L., Bayron, S., & Iveth, S. (2019). *Evaluación de la calidad del servicio y satisfacción del cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abanzay*. Colombia.

Matta, R. (2015). Conocimiento y poder. Prácticas alimentarias y patrimonialización cultural. *Estudios del Hombre, serie Antropología de la*

*Alimentación*, 205-220. Obtenido de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/44546781/Avila et all Alimentos Cocinas e intercambio culinarios.pdf?1460141043=&responsecontentdisposition=inline%3B+filename%3DAlimentos\\_cocinas\\_e\\_intercambios\\_culinar.pdf&Expires=1613102717&Signature=A0yoQB-GzEla](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/44546781/Avila_et_all_Alimentos_Cocinas_e_intercambio_culinarios.pdf?1460141043=&responsecontentdisposition=inline%3B+filename%3DAlimentos_cocinas_e_intercambios_culinar.pdf&Expires=1613102717&Signature=A0yoQB-GzEla)

Medina, F. X. (2017). Reflexiones sobre el patrimonio y la alimentación desde las perspectivas cultural y turística. *Anales de Antropología*, Vol. 51, No. 2, pp. 106-113. Obtenido de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S018512251730005X?token=75A04E632C5DCE919B52D05C09FA5EB17BA742E829A498D8DB1D89B2F5336E1477A70D63C6123B4828F494E7EEA46A68>

Ochoa, C.Y. (2017). La nueva geografía de la alimentación: el desafío de la planificación agrícola y alimentaria en contextos urbanos. *Naturaleza, territorio y ciudad en un mundo global*, 1440-1449. Obtenido de [https://www.agegeografia.es/downloads/Naturaleza Territorio y Ciudad AGE2017.pdf](https://www.agegeografia.es/downloads/Naturaleza_Territorio_y_Ciudad_AGE2017.pdf)

ONU. (18 de 06 de 2020). *Día de la gastronomía sostenible*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas: <https://www.un.org/es/observances/sustainable-gastronomy-day>

Oñate, F. T., Fierro, J. R., & Toro, M. F. V. (2017). Diversidad gastronómica y su aporte a la identidad cultural. *Revista de comunicación de la SEECI*, (44), 1-13. Obtenido de <file:///C:/Users/anton/Downloads/DialnetDiversidadGastronomicaYSuAporteALaIdentidadCultura-6295958.pdf>

Pérez, J. M. M. (2020). Técnicas de cocina a punto de extinguirse. *Revista especializada en gastronomía*, 2(1), 28-36. Obtenido de

<file:///C:/Users/anton/Downloads/377Texto%20del%20art%C3%ADculo-696-1-10-20200928.pdf>

Quezada, A. C., & Cisneros, H. F. (2018). Culturas alimentarias indígenas: una aproximación a su estado desde el control cultural. *Estudios y perspectivas*, 27(2), 194-212. Obtenido de

<file:///C:/Users/anton/Downloads/DialnetCulturasAlimentariasIndigenasY-6353740.pdf>

Quichimbo Guamán, C. A. (2014). *Rescate cultural de la tradición gastronómica del cantón*

*Penipe 2013*. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/9762/1/84T00289.pdf>

Ramírez, J. H. (2018). Cuando la alimentación se convierte en gastronomía. Procesos de

activación patrimonial de tradiciones alimentarias. *Revista Cuhso*, 28(1), 154-146. Obtenido de <file:///C:/Users/anton/Downloads/1236-5664-1-PB.pdf>

Reyes Uribe, A. C., Guerra Avalos, E. A., & Quintero Villa, J. M. (2017). Educación en

gastronomía: su vínculo con la identidad cultural. *El periplo sustentable*, 32. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n32/1870-9036-eps-32-00009.pdf>

Rodríguez Carrillo, A. S. (2016). *Registro de las tradiciones culinarias del cantón Penipe,*

*como patrimonio cultural inmaterial, 2015*. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Obtenido de

<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/11215/1/84T00487.pdf>

Rodríguez-Martínez, L. M., & Cáceres-Flórez, W. A. (2016). Salvaguarda del patrimonio

cultural gastronómico. *Jangwa Pana*, 15(1), 43-57. Obtenido de <http://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/jangwapana/article/view/1748/1236>  
Sobrado, D. A. (2018). Identidad cultural gastronómico: la mercantilización del patrimonio. *International journal of scientific management and tourism*, 4(2), 51-71.

Obtenido de <file:///C:/Users/anton/Downloads/DialnetIdentidadCulturalGastronomico-6640381.pdf>

Torres, G. A., & Diaz, Á. F. (2020). Modelo de gestión gastronómico para fincas agroturísticas, caso cantón Milagro. *Revista de Ciencias Sociales y Humanísticas*, 4(19). Obtenido de <file:///C:/Users/GARY/Downloads/240-962-1-PB.pdf>

UNESCO. (2003). Obtenido de Organización de las Naciones Unidas para a Educación, la

Ciencia y la Cultura:

<http://www.unesco.org/new/es/mexico/workareas/culture/intangible-heritage/>

UNESCO. (11 de 02 de 2021). *UNESCO*. Obtenido de QUE ES EL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL: <https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonioinmaterial-00003>

Vacaflares, C., & Lizárraga, P. (2012). *Patrimonio gastronómico y política pública*. Tarija:

Comunidad de Estudios Jaina/Municipio de la ciudad de Tarija. Obtenido de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/33710508/Patrimonio\\_gastronomico\\_y\\_politica\\_publica.pdf?1400180886=&responsecontentdisposition=inline%3B+filename%3DPatrimonio\\_gastronomico\\_y\\_politica\\_publica.pdf&Expires=1613012044&Signature=evu~7bl5713eVw8RDv1SZMWMJ](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/33710508/Patrimonio_gastronomico_y_politica_publica.pdf?1400180886=&responsecontentdisposition=inline%3B+filename%3DPatrimonio_gastronomico_y_politica_publica.pdf&Expires=1613012044&Signature=evu~7bl5713eVw8RDv1SZMWMJ)

Velarde, I., Voget, C., Avila, G., Loviso, C., Orosco, E., Sepúlveda, C., & Artaza, S. (2008).

## ANEXOS

### Encuesta



## ENCUESTA A CLIENTES

**Objetivo del instrumento:** Identificar los factores que inciden en el proceso de visitas en los restaurantes.

**INSTRUCCIONES:** Marque con una (X), las respuestas que usted considere, en honor a la verdad.

### DATOS DEMOGRÁFICOS GÉNERO:

MASCULINO ( )

FEMENINO ( )

### EDAD:

18 – 25 ( )

34 – 41 ( )

26 – 33 ( )

42 en adelante ( )

Interrogantes:



### CALIDAD DEL SERVICIO

1. ¿Depende de la calidad del servicio su decisión de compra?

Nunca ( )

Muchas veces ( )

Pocas veces ( )

Siempre ( )

Frecuentemente ( )

2. ¿Considera conveniente la atención al cliente por parte del colaborador?

Totalmente en desacuerdo ( )

De acuerdo ( )

Desacuerdo ( )

Totalmente de acuerdo ( )

Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( )

3. ¿Considera importante el ambiente de trabajo, en el momento que le brindan la atención?

Nada importante ( )

Importante ( )

Poco importante ( )

Muy Importante ( )

Regular ( )

Entrevista



**ENTREVISTA DIRIGIDA A DUEÑOS DE RESTAURANTES  
DEL CANTÓN LA LIBERTAD**

**Tema: GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LOS CENTROS GASTRONÓMICOS TRADICIONALES DEL CANTÓN LA LIBERTAD.**

**Objetivo del instrumento:** Identificar los factores que inciden en el proceso del restaurante.

Nombre del entrevistado.-	
Fecha de entrevista.-	

1. ¿Cómo considera la atención al cliente de su restaurante?

---

---

---

2. ¿Qué aspectos considera importantes para brindar una atención adecuada al cliente?

---

---

---

3. ¿A TRAVES DE QUE MEDIOS evalúan la atención al cliente?

---

---

---

4. ¿Piensa que para que una persona prefiera un restaurante solo basta con tener un buen menú o servicio, o que aspectos cree que hagan que una persona escoja determinado restaurante?

Fotos



**BUENAVENTURA MORENO**



**PATIO DE COMIDA ABDON CALDERON**



EL MALECON



EL PASEO SHOPPING LA PENINSULA

## Cuadro de los nombres de los centros gastronómicos

N°	LUGAR	LOCAL	PROPIETARIO
1	PATIO DE COMIDA ABDÓN CALDERÓN	35	35
2	BUENAVENTURA MORENO	35	35
3	EL PASEO SHOPPING LA PENÍNSULA	25	25
4	EL MALECÓN	25	25
<b>TOTAL</b>		<b>120</b>	

## Certificado anti plagio



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA BIBLIOTECA  
Formato No. BIE-002  
CERTIFICADO ANTIPLAGIO

La Libertad, 16 de febrero del 2022

En calidad de tutor del trabajo de titulación denominado "Gestión de la calidad en los centros gastronómicos tradicionales del Cantón La Libertad, año 2021", elaborado por la / el (las / los) estudiante (s) **ING. YOLANDA PAOLA LIMONES BORBOR**, egresada / o (s) del Programa de Maestría en **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON MENCIÓN EN PYMES**, de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de **MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON MENCIÓN EN PYMES**, me permito declarar que una vez analizado en el sistema anti plagio URKUND, luego de haber cumplido los requerimientos exigidos de valoración, el presente proyecto ejecutado, se encuentra con 2 % de la valoración permitida, por consiguiente, se procede a emitir el presente informe.

Adjunto reporte de similitud.

Atentamente,

ING. VILLON PERERO SABINA GISELLA, MSC.

C.I.: 0914849112  
DOCENTE TUTORA