



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador | Sede
Ambato

OFICINA DE POSTGRADOS

Tema:

**MODELO DE GESTIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN EL
RESTAURANT LO TÍPICO MI TIERRA**

**Proyecto de Investigación Previo a la obtención del Título de Magister en Gestión
de Empresas Turísticas**

Línea de investigación:

Administración Eficiente y Eficaz de las Organizaciones para la Competitividad
Sostenible Local y Global.

Autor:

Francisca Margarita Pilla Chango

Director:

Franklin Rodrigo Pacheco Rodríguez, Mg.

Ambato -Ecuador

Mayo 2022

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

SEDE AMBATO

HOJA DE APROBACIÓN

Tema:

MODELO DE GESTIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN EL RESTAURANT LO TÍPICO MI TIERRA

Línea de Investigación:


Administración eficiente y eficaz de las organizaciones para la competitividad sostenible local y global.

Autora:

Francisca Margarita Pilla Chango

Franklin Rodrigo Pacheco Rodríguez, Mg.

CALIFICADOR

f. 

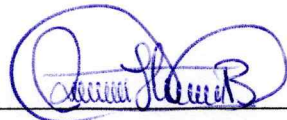
María Fernanda Salazar Bonilla, Mg.

CALIFICADOR

f. 

Elva Aidee Llerena Barreno, Mg.

CALIFICADOR

f. 

Juan Carlos Acosta Teneda, P. PhD.

COORDINADOR DE LA OFICINA DE POSGRADO

f.  Pontificia Universidad Católica del Ecuador
OFICINA DE POSGRADOS

Hugo Rogelio Altamirano Villarroel, Dr.

SECRETARIO GENERAL PUCESA

f.  Pontificia Universidad Católica del Ecuador
SECRETARÍA GENERAL DE POSGRADOS

Ambato – Ecuador

Mayo 2022



BIBLIOTECA


DECLARACIÓN DE AUTENCIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo: **Francisca Margarita Pilla Chango**, con C.C. **180372593-4**, autora del trabajo de graduación titulado: **“MODELO DE GESTIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN EL RESTAURANT LO TÍPICO MI TIERRA”**, previa a la obtención del título de **MAGISTER EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS**, en la carrera de **Gestión de Empresas Turísticas**.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que integre al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetar los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE Ambato, el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de la Universidad

Ambato, mayo 2022



Francisca Margarita Pilla
Chango C.C. 180372593-4

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Dios por darme el valor de seguir superándome día a día sin dejarme caer en los momentos difíciles, quien supo guiarme por el éxito dándome fuerzas para seguir adelante y sin dejarme derrumbar ante los obstáculos de la vida. A mi madre por ser el pilar fundamental en mi vida por darme su amor y su apoyo incondicional.

A mi Hijo Dyland por darme grandes fuerzas de superación y felicidad.

A mis Docentes y a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato y a todos quienes fueron un gran aporte en mi formación profesional.

DEDICATORIA

“A mi Dios, a mi madre Rosita, y a mi hijo Dyland, por ser el motor de mi vida, a mi familia, a quienes me apoyaron y a mis Docentes por compartir sus valiosos conocimientos”

RESUMEN

Los establecimientos gastronómicos en la actualidad han visto la necesidad de implementar modelos de gestión para fortalecer sus actividades y asegurar la rentabilidad, mencionar de la presente investigación se direcciona al ámbito de la gestión de calidad; en este sentido, se planteó como objetivo de la investigación: Desarrollar un modelo de gestión de calidad para una mejora continua en la prestación de servicios en el Restaurant lo Típico Mi Tierra Pelileo. Se aplicó la investigación descriptiva para caracterizar al establecimiento mediante la técnica de la encuesta con un enfoque cualitativo. Para la selección de la muestra se realizó mediante una fórmula estadística con una población de 600 clientes, que la muestra se estableció en 250 personas, los datos fueron recolectados durante un mes, para el procesamiento de la información se aplicó la estadística descriptiva de frecuencia. Se identificaron insuficiencias prácticas en el personal operativo y de servicio, resultan insuficientes los conocimientos para generar una excelente atención al cliente, el restaurant no cuenta con herramientas de control de la gestión de la calidad, entre otros factores. Se establece que el modelo de gestión de la calidad contribuye a optimizar la calidad de servicio en el Restaurant Lo Típico Mi Tierra, disminuir el tiempo de espera para los clientes que reciben el servicio en el restaurant; para determinar la eficiencia del modelo de gestión de la calidad se recomienda su aplicación de manera integral y progresiva, realizar un control y seguimiento de los resultados obtenidos para su mejora continua sistémica.

Palabras Claves: Calidad, Servicio, Gestión, Servqual, Modelo.

ABSTRACT

Food establishments nowadays face the need to implement management models that enhance their operations and ensure their profits. The scope of this study focuses on quality management, and in this manner it aims to: develop a model of continuous quality improvement that improves the services of Lo Típico Mi Tierra, a restaurant in Pelileo. This applied research study uses qualitative research techniques and polling to gather information and characteristics about the establishment. The study participants were selected by applying a statistical formula to a population of 600 customers, which resulted in a study cohort of 250 people, data was collected during a one month period, and was statistically analyzed based on frequency of observations. Insufficient practices were identified in the operations and the service, the findings identified insufficiencies that once addressed would result in excellent customer service, the restaurant did not use quality control tools, among other factors. It was established that the quality management model would contribute to optimizing the quality of the service at the Lo Típico Mi Tierra restaurant and diminish the waiting time for customers receiving services in the restaurant. To determine the efficiency of the quality management model it is recommended that it be applied in a manner that is integral and progressive so it can be compared to a control and to create a control and enable tracing of the results obtained to continuously and systematically improve.

Keywords: Quality, Service, Management, Servqual, Model

ÍNDICE

DECLARACIÓN DE AUTENCIDAD Y RESPONSABILIDAD	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I. ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA	7
1.1. Generalidades de la calidad y servicio al cliente.....	7
1.1.1. Origen de la calidad	7
1.1.2. Importancia de la planificación de la Calidad.....	9
1.1.3. El control y el aseguramiento de la calidad	10
1.1.4. Calidad de servicio	10
1.1.5. Servicio	11
1.1.6. Calidad en el servicio.....	11
1.1.7. Finalidad de la calidad de servicio	11
1.1.8. Calidad de Cliente	12
1.1.9. Satisfacción del cliente	12
1.1.10. Los aspectos básicos de un buen servicio al cliente.	12
1.2. Gestión de la Calidad.....	13
1.3. Modelos de gestión de calidad.	19
CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO	25
2.1. Modalidad cualitativa	25
2.2. Población y Muestra	26
2.3. Técnicas e instrumentos.....	28
2.4. Método de recolección y análisis	28
2.5. Análisis e interpretación de los resultados.....	28
2.6. Caracterización de la Empresa	43
CAPITULO III. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	45
3.1. Análisis FODA del restaurant lo típico mi tierra	45
3.1.1. Estructura Organizacional.....	48
3.1.2. Política de la calidad	49

3.1.3. Declaración de la Política de Calidad del restaurant	49
3.2. Presentación	50
3.3. Justificación.....	50
3.4. Beneficio de la Propuesta.....	51
3.5. Impacto económico y social.....	52
3.6. Elaboración del esquema del modelo SERVQUAL de calidad de servicio.	56
CONCLUSIONES	59
RECOMENDACIONES	60
BIBLIOGRAFÍA.....	61
ANEXOS	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Organigrama estructural restaurant Lo típico mi tierra	48
Figura 2. Programa de capacitación del servicio al cliente	52
Figura 3. Programa de motivación del personal.	53
Figura 4. Programa de relaciones humanas y comunicación.....	53
Figura 5. Programa de calidad del restaurant Lo típico Mi Tierra.....	54
Figura 6. Programa de alimentos y bebidas del restaurant Lo Típico mi Tierra.....	55
Figura 7. Buzón de sugerencias para el restaurant Lo Típico mi Tierra	55
Figura 8. Esquema del modelo SERVQUAL de calidad de servicio.....	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Conceptos de los modelos de gestión de la calidad	19
Tabla 2. Conceptos de Modelos de Calidad.....	21
Tabla 3. Modelos de gestión de la calidad.....	22
Tabla 4. Población de la investigación	27
Tabla 5. Género	29
Tabla 6. Edad del encuestado.....	29
Tabla 7. Lugar de visita al restaurant	30
Tabla 8. Atención personal del restaurante.....	31
Tabla 9. Espacio y mobiliario del restaurante	31
Tabla 10. Productos que ofrece el restaurante	32
Tabla 11. Protocolos de Bioseguridad.	33
Tabla 12. Tiempo de espera para consumir el producto.....	33
Tabla 13. Producto al momento de llegar a su mesa	34
Tabla 14. Higiene y limpieza del restaurante.....	35
Tabla 15. Higiene y limpieza de vajilla y menaje.	35
Tabla 16. Con que frecuencia visita al restaurante.....	36
Tabla 17. Cree que la implementación de un modelo de calidad será útil.....	37
Tabla 18. Personal que maneja dentro de la empresa es.....	38
Tabla 19. Como mide la satisfacción del cliente.....	38

Tabla 20. Brinda una inducción al personal que empieza a laborar.....	39
Tabla 21. Capacita periódicamente a su personal.	39
Tabla 22. Usted motiva a sus colaboradores si realizan un buen trabajo	40
Tabla 23. El producto que ofrece los innova	40
Tabla 24. Maneja usted las buenas prácticas de manufactura	41
Tabla 25. Implementar un modelo de gestión de calidad sería útil para la empresa.....	41
Tabla 26. Maneja promociones para llamar la atención de su cliente.....	42
Tabla 27. Conoce usted el modelo SERVQUAL.....	43
Tabla 28. Análisis FODA	45

INTRODUCCIÓN

En diferentes países se han desarrollado investigaciones relacionadas con la calidad de servicio, como lo manifiesta Chang (2014), las expectativas y las percepciones de los clientes en el ámbito de los servicios ofertados se ha vuelto uno de los principales indicadores para resolver y evaluar la calidad de los servicios dentro de los restaurantes, además de brindar una buena atención y mejorar la satisfacción del consumidor. Los clientes son la fuente de ingreso para las empresas se apuntan a ofrecer un producto o servicio. Es así como en Perú, se llevaron a cabo investigaciones con relación a la calidad de servicio donde los autores describieron la manera como se presenta la calidad de servicio desde la perspectiva de los clientes. Esta razón Perú es reconocido. Lo antes expuesto, Perú es reconocido su gastronomía y es un país que influye mucho en sus destinos turísticos, los restaurantes son unos de los puntos estratégicos para medir la calidad de servicio.

La década de los en los 70's se caracteriza la aplicación de técnicas e instrumentos de calidad, no solo al proceso de producción, sino a toda la organización (comercialización, administración, financiación-inversión, entre otros). Muchas empresas japonesas sufren la participación en el mercado norteamericano, gracias a la calidad de sus productos, es necesario que cumplan con las expectativas de los clientes de tal manera alcanzar las relaciones con respecto a la satisfacción entre los consumidores y empleados, el cliente comúnmente tiene atributos de buscar productos de calidad, y esto hace que todos los productos como los servicios tenga efecto sobre la satisfacción, si el cliente está presente de manera física dentro del establecimiento es si le brinda el servicio y esto hace que el encuentro entre colaboradores clientes se den nuevas experiencias que no han previsto contar con esa relación (Rivera, 2015).

Los años 80's de acuerdo a Miranda et al. (2007), fue un período de concienciación de la calidad las empresas occidentales, con dos décadas de retraso a Japón, las empresas occidentales empiezan a aplicar sus programas de calidad total, uno de los líderes de la revolución industrial fue Henry Ford, quien desarrollo a principios del siglo XX muchos

de los fundamentos de la gestión de la calidad total.

En el caso específico de Ecuador y la industria turística, resulta insuficiente la inversión en gestión de la calidad, se encuentra con muchas empresas que operan como colaboradores sin formación profesional y falta de capacitación, lo que origina la insatisfacción de los clientes, es importante mejorar la calidad en el servicio y la inocuidad en los establecimientos. En tal sentido, se aprecia en estudios realizados sobre la importancia de aplicar el modelo SERVQUAL y a través de esta herramienta, se conoce que las percepciones y expectativas del cliente consumidor y determinar mediciones para la mejora continua los servicios en las empresas; cabe resaltar que la opinión de los clientes es el mejor factor que determina su propia satisfacción y calidad de servicio, el modelo SERVQUAL sirve como guía para entender y gestionar cada punto crítico y así mejorar el grado de satisfacción del cliente.

Es así que, en la actualidad la globalización económica ha cambiado la forma de hacer negocio, donde la gestión de calidad se ha convertido en un factor muy importante en las pequeñas y grandes empresas, para asegurar la permanencia en el mercado y generar satisfacciones a los clientes, es necesario buscar la mejora continua. La preocupación que la calidad es tan antigua como la sociedad, sin embargo, en cada momento histórico el concepto de la calidad ha sido distinto, la sociedad y las personas, han evolucionado cada una a su ritmo que demandan tendencias nuevas con características diferentes. Un buen restaurante se refleja en los resultados y la organización, es importante mencionar de los diversos tipos de estrategias, con el fin de poder hacer frente a la competencia y alcanzar el éxito, satisfacer las necesidades de los clientes y sobre todo lograr mantenerse en el mercado.

Lo cual, las empresas necesitan gestionar de forma eficaz no solo la calidad de sus productos, sino también sus impactos en el medio ambiente y la prevención de riesgos laborales, tanto para ser competitivas, como para satisfacer los requisitos legales y demandas cada vez más exigentes de la sociedad. Lo que, las empresas han optado la

puesta en práctica de sistemas de gestión independientes basados en diferentes modelos.

En cuanto a las empresas del Cantón San Pedro de Pelileo, se aprecia una amplia gama de gastronomía, a más de su productividad la cual es un factor clave para un aumento de turistas de todo nivel y de diferentes lugares del país y del mundo, es necesario que los productos y servicios incluyan procesos de calidad que permitan al cliente sentirse a gusto y disfrutar de una nueva, variada y nutritiva experiencia culinaria.

En este sentido, las principales deficiencias de los restaurantes, se observa que algunos no brindan un adecuado servicio, además, se aprecia insuficientes procesos de Bioseguridad, lo refleja en la pérdida de clientes y baja rentabilidad, lo que obliga en muchos casos a cerrar las operaciones del establecimiento. Hay que considerar que en la actualidad el mundo empresarial está en constante cambio más aún con esta situación sanitaria experimentada a nivel mundial, Como el turismo gastronómico es muy transversal, abarca una cadena de valor muy diversificada y se potencia con otros productos turísticos auxiliares, las acciones de promoción turística culturales, urbana y / o naturaleza también puede servir colateralmente a su desarrollo.

En los últimos años, el turismo gastronómico, ha experimentado un crecimiento muy significativo hasta la parada en seco causada, la pandemia Covid-19, que ha traído consigo restricciones severas al movimiento y libre circulación de personas, parada de la actividad empresarial y tiene perspectivas futuras difícil de recuperar a corto-medio plazo mientras busca reinventarse, antes de que esta catástrofe sanitaria y económica emergiera, en Mayo 2019 se celebró la quinta edición del foro mundial de turismo gastronómico, organizado, la Organización Mundial del Turismo y Basque Centro Culinario en San Sebastián el que, Joxe Mari Aizega, director general de BCC confirmó, El turismo es uno de los grandes motores económicos del mundo. Descubrir la gastronomía y visitar los restaurantes se ha convertido uno de los elementos claves a la hora de decidir un destino, así mismo, la globalización, el desarrollo tecnológico, la innovación de procesos promueven el desarrollo del mercado exigentes que oferten

productos que cumplan con los estándares básicos de calidad y que satisfagan al sector gastronómico y a la necesidad del cliente.

Es así, el problema también es el miedo al cambio o la deficiente cultura organizacional, pues en muchos restaurantes perdura la filosofía “que lo importante es dar una comida agradable y que harte al comensal”, sin tener en cuenta si los clientes están satisfechos con el servicio brindado en el establecimiento, también, se observa en las empresas que los colaboradores y los propietarios no cuentan con conocimiento sobre temas de servicio de calidad. Con base a lo expuesto, se procede al plantear el planteamiento del problema ¿Cómo mejorar la calidad de servicio en el restaurante lo típico mi tierra Pelileo?

Para dar solución a la problemática identificada, se propone la idea a defender: El modelo de gestión de calidad basado en el modelo Servqual propuesto Matsumoto (2014) y se espera contribuir a la mejora continua del servicio en el Restaurant Lo Típico de Mi Tierra Pelileo. Así se formula los objetivos de la siguientes manera:

Objetivo general: Desarrollar un modelo de gestión de calidad, para una mejora continua en la prestación de servicios en el Restaurant Lo Típico de Mi Tierra Pelileo.

Objetivos específicos:

1. Fundamentar teóricamente la estructura de los modelos de gestión relacionados a la calidad de los servicios de los restaurantes a partir del criterio de los autores consultados.
2. Diagnosticar la situación actual de calidad de servicio en el Restaurant Lo Típico de Mi Tierra Pelileo.
3. Identificar los componentes de un modelo de gestión de calidad para los servicios gastronómicos del Restaurant Lo Típico de Mi Tierra Pelileo.

El presente proyecto de investigación se direcciona al Restaurant Lo Típico Mi Tierra

del cantón San Pedro de Pelileo, al ser parte del turismo se constituye como un eje de indagación, para mejorar la calidad de servicio en el establecimiento se desarrollará un modelo de gestión de la calidad que aportará a la mejora continua para prestar servicios en el restaurante, consiguiente, se utilizará como referencia el modelo SERVQUAL, de modo que sirva como una herramienta para conocer las expectativas y las percepciones de los clientes y de esta manera, poder cerrar las brechas entre lo ofrecido y lo demandado; se tiene que entender el nivel de conocimiento de las expectativas de los clientes y poner a las órdenes de los consumidores.

Para obtener el resultado esperado es aplicar un estudio descriptivo y utilizar los métodos cualitativos y cuantitativos que mediante la encuesta permita la recolección de datos; además, se respalda acontecimientos importantes en fotografías y videos; en este sentido, acorde a la aplicación de la estadística descriptiva de frecuencia para el procesamiento de los datos y posterior análisis de los resultados, se pretende desarrollar un modelo de gestión de calidad que permita realizar un monitoreo y un control integral para administrar los servicios prestados en el establecimiento, y de esta manera, fomentar que el modelo SERVQUAL sea flexible y contribuya como guía de origen voluntario para mejorar integralmente sus servicios es mejorar su rentabilidad.

A partir de lo expuesto, se pretende brindar un apoyo efectivo a las necesidades que presta el Restaurante lo Típico de Mi Tierra para obtener una ventaja competitiva a nivel general y así, lograr cubrir las expectativas de cada uno de los clientes y alcanzar la fidelización. Es importante que el restaurante diseñe y aplique una mejora de procesos, incorporar una cultura organizacional dentro de la empresa, desarrollar políticas de trabajo, definir planes de capacitación en técnicas de sanitación y desinfección, protocolos de bioseguridad, factores que permitirán mejorar el servicio en el restaurante.

El desarrollo de este trabajo, se fundamenta en el ámbito social, se busca mejorar la calidad del servicio y la satisfacción al cliente, ayudar a otros propietarios de restaurantes para que tengan conocimientos de cómo medir la calidad del servicio y la

satisfacción del cliente, mejorar el nivel financiero, y una vez identificados cuáles son los factores que el cliente no siente satisfecho, se podrán crear estrategias orientadas a mejorar la calidad del servicio y mejorar la rentabilidad de la empresa o incrementar los niveles de participación de ventas, optimizar los costos y aumentar los márgenes de rentabilidad.

CAPITULO I. ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA

En el presente capítulo se definen los conceptos de diferentes autores acerca de la calidad del servicio, así como, su relación con la satisfacción del cliente. Se analiza la gestión de la calidad como una forma de obtener mejores resultados dentro de una empresa.

1.1 . Generalidades de la calidad y servicio al cliente **Origen de la calidad**

Es importante mencionar, la calidad es un concepto inherente a la esencia del ser humano, desde los mismos orígenes del hombre, éste ha comprendido que el hacer las cosas bien y de la mejor forma posible le proporciona una ventaja competitiva sobre sus congéneres y sobre el entorno con el cual interactúa. En la actualidad, cambios en el esquema empresarial mundial, como la globalización, conducen a que la calidad deje de tener el contexto de boom o moda se percibe en años anteriores, para convertirse en una herramienta para la toma de decisiones de obligatorio manejo en cualquier organización. Se puede expresar, que el concepto de calidad en el medio es relativamente novedoso, en el resto del mundo es un concepto de manejo cotidiano que ha marcado las enormes brechas en el campo industrial y países emergentes.

Así mismo, María et al. (2017) Mencionaron que la calidad se comprende como la creación de valor con la máxima eficiencia, lo cual implica la permanente búsqueda de brindar valor útil al cliente anticipándose a sus necesidades y se ha reducido la cantidad de recursos y esfuerzo durante su elaboración, La calidad en las micro y pequeñas empresas hoy en día, persiguen adoptar la cultura de la filosofía de mejora continua, para alcanzar una expectativa agradable en los clientes.

La evolución cronológica del concepto de calidad todas las actividades realizadas si el hombre desde la concepción misma de la civilización humana. Esto se evidencia principalmente en que, desde el inicio del proceso evolutivo, el hombre ha debido controlar la calidad de los productos que consume, los consumidores son muy

observadores cada detalle en el servicio consumido.

Mencionar, que el hombre consolida las primeras civilizaciones conocidas, en las cuales existen pruebas documentadas sobre la existencia de la calidad y su importancia en las actividades desarrolladas. Según Cubillos y Rozo (2009) un testimonio de este fenómeno remonta al año 2150 a. C., época en que la calidad en la construcción de casas estaba regida, el Código de Hammurabi, cuya regla 229 establecía que si un constructor construye una casa y no lo hace con buena resistencia y la casa se derrumba y mata a los ocupantes, el constructor a ejecutar.

Se puede mencionar otro testimonio documentado que es aportado la civilización fenicia. Los fenicios también utilizaban un programa de acción correctiva para asegurar la calidad, con el objeto de eliminar la repetición de errores. Los inspectores simplemente cortaban la mano de la persona responsable de la calidad insatisfactoria. Es necesario evidenciar la importancia de la calidad, ya se aprecia en otras civilizaciones como la egipcia, la existencia de inspectores que verifican, aspectos relacionados con este tema, tal es el caso de las medidas de los bloques de piedra caliza de las pirámides, medio de una cuerda. Esta estrategia también la empleó la civilización Maya. La civilización griega utilizó instrumentos de medición que garantizaron la homogeneidad de medidas para la construcción de los frisos de sus templos.

En tal sentido, Torres *et al.* (2012) una vez finalizada la Segunda Guerra Mundial, la calidad ha partido en caminos diferentes con el enfoque basado en la inspección. Destacar el proceso desarrollado en Japón, que comenzó una batalla particular de la calidad con un enfoque totalmente distinto al occidental, vender productos defectuosos, era necesario producir artículos correctos desde el principio para elaborar cualquier producto con calidad.

En 1950 la Unión de Científicos e Ingenieros Japoneses (JUSE). Deming, el padre de la calidad japonesa, se dio a conocer, impartir una serie de conferencias a estos ingenieros

sobre control estadístico de calidad y sobre el modelo administrativo para el manejo de la calidad, en las que explica la responsabilidad del directivo personal para lograrla. Deming incorpora en Japón el ciclo PHVA (planificar, hacer, verificar y actuar), sus siglas en inglés (Torres, 2014).

El ejemplo de la calidad es un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado. También el autor indica que la principal meta de una empresa estar permanente en el mercado, proteger la inversión, para incrementar las ganancias y asegurar los empleos. Para alcanzar un correcto camino a seguir es la calidad, y la manera de conseguir una mayor calidad es mejor el producto y la adecuación del servicio a las especificaciones para reducir la variabilidad en el diseño de los procesos productivos para una correcta satisfacción dentro del mercado y de quienes consumen un producto de calidad (Padilla y Ibarra, 2013).

Importancia de la planificación de la Calidad

La razón se hace importante para planificar la calidad, es motivo de que muchas empresas tienen que hacer frente a graves pérdidas y desechos cuyo origen principal radica en las deficiencias del proceso de planificación de la calidad (Nicolau y Gonzalbes, 1990). De las cuales se menciona:

La pérdida de ventas. - debido a la competencia en la calidad. Muchas industrias claves han perdido más del 25% de sus ventas, desviadas hacia los competidores extranjeros, una de la razón fundamental ha sido la calidad del producto.

Productos de mala calidad. - se puede incluir que las quejas de los clientes, problemas es la responsabilidad del producto, si hacen el trabajo defectuoso, los productos desechados y así sucesivamente. El total de estos costos es enorme, en la mayoría de las empresas supone alrededor de un 20% a un 40% de las ventas. En otras palabras, alrededor del 20 al 40% de los esfuerzos de la empresa se dedican a rehacer las cosas que salieron mal a causa de la mala calidad y ocasiona la pérdida del cliente.

Ejemplo, las amenazas de la sociedad. - Los productos de una sociedad industrial contienen la posibilidad de alargar la duración de la vida humana; aliviar a las personas del trabajo pesado; proporcionar oportunidades para las actividades educativas, culturales, ocio y así sucesivamente. Sin embargo, la continuidad de estas ventajas depende completamente de la continuidad y del comportamiento adecuado de estos productos, esto es, de su calidad.

Existen deficiencias como las pérdidas en ventas, los costos y las amenazas a la sociedad se suma a la crisis de la calidad; esta crisis ha estimulado a muchas empresas a reexaminar su enfoque de la calidad. Para eliminar esas deficiencias, revisar el proceso de planificación de la calidad y así aprender cómo dominar dicho proceso.

El control y el aseguramiento de la calidad

El control y aseguramiento de la calidad es uno de los principales objetivos de las organizaciones es mejorar la competitividad. Esta es la base de toda empresa en la actualidad si quiere tener rentabilidad. La organización ha de implantar, para ello, programas y técnicas que fomenten la mejora de la calidad de los productos o servicios que ofrecen (Heras *et al.*, 2008). El control de calidad incluye técnicas y actividades operacionales destinadas a mantener bajo control un proceso y eliminar las causas que generan comportamientos generales insatisfactorios en etapas importantes del ciclo de la calidad (espiral de calidad), para conseguir mejores resultados económicos (Carrasco, 2013).

Calidad de servicio

La calidad del servicio es fundamental en el proceso de venta del establecimiento. Todos los departamentos existen, precisamente, para atraer clientela, vender y rentabilizar el establecimiento. Pero el contacto directo con el cliente, lo tiene el personal de servicios, vender lo que otros han hecho, se emplea habilidades y conocimientos (López, 2018). Los atributos de la calidad en el servicio también se establecen como antecedente de la lealtad hacia la marca. Así en diversos estudios se ha encontrado que los atributos a presentar relaciones estadísticas positivas con diversas mediciones de lealtad como

intención de compra, disposición a cambiar de marca, disposición a pagar más es la marca, y en algunos casos acción de recompra (Mora, 2011).

Las organizaciones de bienes y servicios, tome la calidad como una opción a seguir y en la que todas las personas involucradas en el proceso productivo, participar, no como una imposición de la dirección. Estas personas estar convencidas que es para beneficio y satisfacción propia y colectiva, si los procesos son de calidad se hace un aprovechamiento óptimo de los recursos con ello los buenos resultados para una buena aceptación al mercado (Ron, 2006).

Servicio

Así pues, Bon (2015) conceptualiza que el servicio es un medio para entregar valor a los clientes, se facilita los resultados que los clientes quieren conseguir sin asumir costes o riesgos específicos en cada producto adquirido.

Calidad en el servicio

Moreno y Cirilo (2018) afirman que la calidad de servicio es el hábito desarrollado y practicado de una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, de modo que, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, incluido en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la empresa.

Finalidad de la calidad de servicio

La calidad de servicio se entiende como el nivel de excelencia que un establecimiento se ha marcado con la intención de satisfacer las expectativas del cliente, es un sistema del que participa toda la organización y que permite descubrir las causas que producen defectos, con el fin de reducir los costos y ganar en satisfacción del cliente. Se requiere satisfacer a todos un poco, es sin duda, el medio más seguro de fracasar (Chamorro, 2016).

No obstante, el concepto de calidad no va unido al de lujo, precio elevado. Un servicio de calidad responder al valor que el cliente está dispuesto a pagar. La finalidad de la calidad de servicio es dar lo que el consumidor cliente espera recibir un producto o servicio. Sólo de esta manera el cliente estará satisfecho con lo que ha consumido. Las organizaciones que producen servicios de alta calidad obtienen mayor fidelidad de la clientela, si la subida de precios se acepta mejor, en relación a la competencia, y resisten mejor en los periodos de recesión económica (Vaquero, 2013).

Calidad de Cliente

La calidad del cliente se refiere a las expectativas que tiene el consumidor, además con el propósito de que el producto le satisfaga la necesidad, la expectativa o el deseo, todo ello expresada, en el propio lenguaje, como ejemplo el aspecto, la duración o la resistencia de un producto, o la eficiencia y la eficacia de un proceso y la rapidez y amabilidad con que lo atiendan en un restaurante (Duque, 2005). La calidad consigue en la medida encuentre, con una definición clara de lo que el cliente quiere o necesita, se tenga un proceso de atención adecuado con respecto al producto o servicio, se cumplan todas las especificaciones y tener siempre presente que la calidad afecta a toda la empresa en general, sus miembros son responsables de esta (Torres et al., 2012).

¿Qué es la calidad en el servicio al cliente?

Los clientes definen como servicio los aspectos como localización conveniente y horarios, amplitud de la gama se busca ofrecer a su elección, posición dominante en la categoría y rapidez en las transacciones. Calidad del servicio es la orientación que siguen todos los recursos y empleados de una organización para lograr la satisfacción de los clientes (Tschohl y Soriano, 2001).

Satisfacción del cliente

Al respecto, García (2015) enfatiza que uno de los resultados más importantes de prestar

servicios de buena calidad es la satisfacción del cliente y reporta numerosos beneficios a la empresa, entre ellos:

- Vuelva a comprar
- Está dispuesto a pagar un mayor precio
- Se convierte en el mejor portavoz de la empresa
- Abandonar la competencia

Los aspectos básicos de un buen servicio al cliente.

Al respecto, Cevallos (2019) explica que los aspectos básicos de un buen servicio al cliente son:

- Accesibilidad
- Cortesía
- Profesionalidad
- Capacidad de respuesta
- Elementos tangibles.

1.2 Gestión de la Calidad

Con base a lo expuesto, la Escuela Europea de Excelencia (2017) argumenta que los principios de gestión de calidad son las grandes premisas a utilizar para transmitir la alta dirección de una empresa, es esta razón, se menciona los principios de la gestión de la calidad, las cuales son:

- Enfoque al Cliente.
- Liderazgo.
- Participación del personal.
- Enfoque basado en procesos.
- Enfoque de sistema para la gestión.
- Mejora continua.
- Enfoque basado en hechos para la toma de decisión.
- Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor.

Ventajas de implantar el modelo de gestión de calidad

Al respecto, Durán (1991) menciona que las ventajas se especifican de esta manera:

- Ayuda a mejorar continuamente la productividad y la competitividad.
- Su fundamento es hacer bien las cosas a la primera manera.
- Consiste en dar al cliente lo que necesita.
- Está basada en el sentido común.
- Suponer hacer más que lo necesario.
- Todos los niveles de la empresa están involucrados.
- Asegurar el espíritu del equipo y el corporativismo.

Gestión de calidad en la empresa

Durán (1991) buscó mejorar la economía y productividad de las empresas, pero también optimizar y ahorrar los recursos, ejemplo, se puede describir lo siguiente:

- Mejora del diseño para traduce en un gran esfuerzo hacia los métodos de calidad preventivos.
- Espíritu de mejora permanente y búsqueda de la optimización en productividad.
- Integración en su trabajo.
- Disciplina.
- Amor a su empresa
- Motivación para realizar su trabajo en dicho establecimiento.

Así mismo, la gestión de calidad tiene como principales los siguientes aspectos:

- Definir las políticas de calidad de la empresa, en relación con los principios empresariales de calidad.
- Establecer metas claramente definidos, acordes con las políticas del establecimiento.
- Realizar la planificación todas las estrategias y los recursos necesarios.
- Definir la organización, con las funciones y las responsabilidades, para llevar a

cabo la planificación con riguridad cada detalle.

- Formar y capacitar al personal para cada puesto de trabajo dentro del restaurante.

Gestión de la Calidad restaurante

Se puede mencionar para Carolina y Sonia (2015) la gestión de calidad es un conjunto de aplicaciones de técnicas modernas que permiten gestionar con calidad para obtener un buen resultado y que les permita la mejora continua los procesos internos dentro de las empresas de restaurantes, es un conjunto de aplicaciones de técnicas modernas que permiten gestionar con calidad para obtener un buen resultado y que les permita la mejora continua los procesos internos dentro del restaurante.

También, para las pequeñas empresas de restaurantes es importante el arte de entremezclar el análisis interno y la sabiduría usada de los dueños con miras hacia los clientes. La gestión de calidad son aquellas acciones para enfocar en el buen desarrollo y funcionamiento de la calidad de una empresa, están orientadas a la planificación, la organización y el control de una empresa además se puede mencionar es un conjunto de aplicaciones de técnicas modernas que permiten gestionar con calidad para obtener un buen resultado y que les permita la mejora continua los procesos internos del establecimiento.

La gestión de calidad es el proceso mediante el cual las empresas logran obtener un buen producto o servicio, estos procesos son de mucha importancia dentro de las organizaciones, les va a permitir que los productos o servicios sean de buena aceptación dentro de los mercados a la que encuentren localizados.

Mejora continua de gestión de calidad

De acuerdo a Roning (2015) la mejora continua para una buena empresa, implica preparar a todos los miembros de las empresas de restaurantes, una estrategia destinada a mejorar de manera sistemática los niveles de calidad y productividad, se reduce los costos y tiempos de respuestas, mejora los índices de satisfacción de los clientes y

consumidores. Sin embargo, en las pequeñas empresas del Cantón Pelileo, la mejora continua aún es precaria que los dueños de los restaurantes, no están preparados profesionalmente. Es necesario tener asesores para crecer dentro del mercado exigente que cada día es más cambiante para los clientes. Es decir, responder a las necesidades de los clientes de dar de bienes y servicios a precios razonables y de calidad que satisfaga las expectativas siempre respetar el medio ambiente y evitar daños ecológicos, sobre todo la salud de las personas.

Es importante mencionar que hay que tener mucho cuidado en no caer ser ambiguos ni conformistas que la mejora continua no es hacer mejor las cosas sino es aplicar la creatividad y la innovación en todo momento, pero con mucho cuidado sin caer en la soberbia. Todo lo novedoso no necesariamente es bueno y no todo lo bueno , ser novedoso. La profecía de lo bueno y lo novedoso en ocasiones hace perder

objetividad, conduce a andar en caminos inadecuados, sin tener motivación y lleva a creer que todos saber, conduce al populismo. Muchas veces esto condiciona una frustración no ha justificado el camino a elegir en relación con las condiciones propias para un buen mejoramiento.

Aspectos clave del clima organizacional impulsada de la Gestión de Calidad.

Se describe los factores relevantes sobre el nivel de calidad y los requerimientos del producto o servicio los establece y define el cliente. El que decide si el producto o servicio es adecuado y verifica si el cumplimiento de las características satisface sus necesidades (Cruz, 2013). La empresa ha de captar su confianza ofreciéndole la calidad que desea. Tratar de comprender y determinar los criterios y valoraciones que tiene el cliente, saber escucharle en todo momento y actuar en consecuencia de sus expectativas.

Las características de calidad de un producto son propiedades que un producto posee, y a las apoya para satisfacer las necesidades y expectativas de ciertos clientes plasmadas en

ciertos requisitos. Las características de calidad de un producto se definen a partir de las funciones para las que el producto fue concebido y se usan en la evaluación de su calidad para satisfacer al cliente (Hernández *et al.*, 2018). Se concluye sobre la base a los criterios citados que la gestión de calidad cumplir las características se detalla a continuación:

Misión, es la que define la razón de ser de la empresa, si está bien establecida y todos los miembros de la organización la conocen y se comprometen a cumplir.

Objetivos, son aquellos resultados a obtener en la organización y que pueden a la vez ser medidos en el tiempo y recurso para alcanzar lo planteado.

Estrategia, se puede enfocar en las actividades a ejecutar para alcanzar los objetivos y para cumplir con la misión.

Estructura, que es una forma de organizar a la empresa para designar funciones y roles en la ejecución de los procesos que lleva mantener en funcionamiento a la misma y tener pasos a seguir y ejecutar.

Cultura, que está conformada en un conjunto de normas, creencias y valores que regirán al comportamiento del personal que labora en la empresa una cultura organizacional ayuda a que el equipo laboral adopte un buen ambiente laboral.

Procesos, definidos es la puesta en marcha el proceso que genere los mejores resultados con la optimización de los recursos empleados para el éxito de la empresa.

Gestión de Calidad Total

Es importante mencionar que la calidad pasa a ser un modelo de gestión empresarial, una filosofía, una cultura que persigue la satisfacción de las necesidades del cliente a través de la mejora continua, además Feigenbaum (s.f) define la calidad total como un conjunto de métodos eficaz para unificar los esfuerzos en materia de desarrollo de la calidad y mejoramiento de la calidad, realizar los diversos grupos en una organización de modo ser posible producir bienes y servicios a los niveles más económicos y sea compatibles con la plena satisfacción de los clientes. La calidad total, es una filosofía empresarial, es una forma de gestionar una empresa basada en principios, orientada a la

mejora continua de innovar los procesos y los nuevos productos o servicios a brindar dentro de los establecimientos.

Modelo Servqual

El modelo SERVQUAL es un modelo de calidad, para medir el grado de desajuste entre expectativas del cliente y las percepciones del mismo en referencia a la calidad de servicio, este modelo de calidad SERVQUAL, ha sido aplicado en diferentes servicios, sin embargo, también ha recibido distintas críticas tanto teóricas como de operaciones como otros modelos de calidad.

Moises (2016) argumenta que el modelo SERVQUAL es un instrumento resumido de escala múltiple, con un alto nivel de fiabilidad y validez, que las empresas pueden utilizar para comprender mejor las expectativas y percepciones que tienen los clientes respecto a un servicio. Este instrumento puede ser aplicado a una amplia gama de servicios,

el moldeo SERVQUAL suministra un esquema o armazón básico basado en un formato de representación de las expectativas y percepciones que incluye declaraciones para cada uno de los cinco criterios sobre la Calidad del Servicio (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía), estos cinco criterios son fundamentales para el desarrollo de la empresa.

La importancia de los criterios del modelo SERVQUAL

Importante mencionar los cinco criterios del modelo Servqual, se constituyen el resultado del análisis sistemático de las evaluaciones realizadas de cientos de entrevistados en varios sectores del servicio, conforman una representación precisa de los Criterios que es utilizado de los usuarios para evaluar la calidad de los servicios, que cada empresa ofrece dentro de su emprendimiento para cada día tener un mejor encaminamiento hacia el éxito y brindar cada día un producto de calidad hacia el consumidor.

1.3. Modelos de gestión de calidad.

Se puede mencionar que existen diversos modelos para tomar como base para una buena gestión de calidad y que a una previa adaptación se puede utilizar en diferentes empresas y tener como modelos a seguir.

Tabla 1. Conceptos de los modelos de gestión de la calidad

Año y Autores	Modelo	Concepto	Criterio
Rojas (2016)	Modelo Norteamericano de la excelencia Malcom Baldrige	<p>Modelo que lleva el nombre de su creador, este se basa en 11 valores que representa en fundamento e integran el conjunto de variables y criterios de calidad son las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Calidad basada en el cliente, liderazgo, mejora y aprendizaje organizativo. - Participación y desarrollo del personal, rapidez en la respuesta. - Calidad en el diseño y en la prevención, visión a largo plazo del futuro. - Gestión basada en datos y hechos, desarrollo de la asociación entre los implicados. - Responsabilidad social, orientación a los resultados. 	<p>Es así este modelo de gestión está basado en la producción, y realiza constante estudio interno de la empresa con el propósito de verificar como se desempeña y si tiene falencias analizar todos los valores propuestos en soluciones rápidas, también busca en verificar que en el personal tenga una relación armoniosa, y que permita un correcto desempeño de parte de los colaboradores y finalmente tengan el compromiso de dar el resultado del desempeño en el establecimiento, y el éxito de una empresa con estos valores fundamentales para una excelencia, un incremento en sus ventas y generar a traer nuevos clientes.</p>
		<p>Es necesario resaltar que este modelo se utiliza para la autoevaluación y se puede especificar que tiene siete grandes criterios los cuales son:</p> <ul style="list-style-type: none"> -El liderazgo. - La planificación estratégica. - Resultados del negocio - La planificación estratégica - El enfoque al Cliente. 	<p>Ciertamente una empresa conocer las exigencias y expectativas de sus clientes y su mercado. Así mismo, todos los procesos de la empresa estar enfocados a brindar satisfacción y confianza al cliente al momento de consumir el producto en el establecimiento.</p>

Sanz (2018)	El modelo europeo de excelencia EFQM	<p>El presente modelo ayuda a la autoevaluación, el modelo europeo o modelo EFQM se caracteriza en un equipo (liderazgo) y actúan como agentes facilitadores para generar unos procesos cuyos resultados se reflejan en las personas de la organización, en los clientes y en la sociedad en general.</p> <p>También ayuda realizar un examen global y sistemático de las actividades y resultados del establecimiento y se compara como un modelo de excelencia empresarial, aunque la autoevaluación suele ser aplicada al conjunto de la organización, también puede evaluarse un departamento, unidad o servicio de forma aislada, la autoevaluación permite a la empresa identificar claramente sus puntos fuertes y sus áreas de mejora y, a su equipo directivo, reconocer las carencias más significativas, de tal modo que estén capacitados para sugerir planes de acción con los que toda una organización busca alcanzar y brindar un servicio de excelencia o de calidad.</p>	<p>Tener en cuenta la excelencia si alcanza para lograr y mantener en corto tiempo resultados positivos, tomar en cuenta que lograr cumplir con todas las expectativas de los clientes es muy difícil, debido a la competencia, innovación y el movimiento económico es consecuente.</p>
----------------	--------------------------------------	--	--

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Conceptos de Modelos de Calidad

Año - Autores	Modelos	Concepto	Criterio
Cabo y Guerra (2014)	El modelo europeo de excelencia EFQM	<p>Para tal efecto, el modelo EFQM de excelencia es un marco de trabajo en sustentar sobre ciertos conceptos que sirven de base al modelo las cuales se puede mencionar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La orientación hacia los resultados. - Liderazgo y constancia en alcanzar las metas. - Aprendizaje, innovación y mejora continuos. - Desarrollo de alianzas. - Responsabilidad social. 	De igual modo hablar de la excelencia empresarial, es alcanzar resultados positivos en todos los ámbitos dentro de la empresa y tratar de alcanzarlos en corto tiempo, con un trabajo continuo con el equipo laboral unido, evitar de cometer errores dentro de la misma, con un trabajo colectivo se puede alcanzar fortalezas en el establecimiento así como recurso humano.
Acosta y Pulido (2018)	El ciclo de mejora PDCA	<p>Seguidamente, Deming el mejor conocido de sus logros en Japón, donde desde 1950 se dedicó a enseñar a ingenieros y altos ejecutivos sus conceptos y metodología de gerencia de calidad, estas enseñanzas ha cambiado radicalmente la economía en el mundo, ejemplo la Unión Japonesa de Ciencia e Ingeniería incentivar con sus premios anuales han motivado para alcanzar grandes logros en calidad y confiabilidad del producto y brindar en la empresa.</p>	Vale decir que es un ciclo de mejora en procesos continuos, y actuar en la planeación, la realización, el control, y la acción, también se busca mejorar el rendimiento empresarial ya sea económico, como operacional, además se busca el bienestar de la empresa mediante el desarrollo de estrategias, los cuales benefician a la empresa con el ahorro de sus recursos, sin la necesidad de evitar desperdicios y pérdidas como el resultado en un establecimiento.
		<p>Se resume el ciclo de mejora PDCA, consiste en cuatro elementos se lleva a cabo sucesivamente mencionar:</p> <ul style="list-style-type: none"> P.- PLAN (Planear).- establecer los planes. D.- DO (Hacer).- llevar a cabo los planes. C.- CHECK (Verificar): verificar si los resultados concuerdan con lo planeado. A.- ACT (ACTUAR): actuar para corregir los problemas encontrados, prever posibles problemas, mantener y mejorar. 	Dicho de otra manera este ciclo consta de cuatro etapas, se planifica una idea u objetivo, se la realiza, luego se procede a verificar los resultados y finalmente según lo analizado se actúa para verificar los cambios y mejoramiento y continuar con un nuevo ciclo de mejoramiento y obtener una confiabilidad en los clientes y alcanzar una satisfacción como colaborador en brindar el servicio.

Alta Consejería del Pueblo (2006)	Sistema de Inocuidad de los Alimentos ISO 2002:2005	A sí mismo es importante mencionar los requisitos para que una empresa alimentaria demuestre que está en la completa capacidad de lograr producir un alimento apto para el consumo humano, esta norma puede ser aplicable para cualquiera organización encargada en elaborar alimentos y quieran adoptar un sistema firme de inocuidad que es una áreas importantes para que la empresa tenga un alcance satisfactorio para el consumidor.	Se tiene en cuenta que el sistema de Inocuidad consiste de un conjunto de normas estandarizadas, las cuales tienen como propósito de que la elaboración del alimento sea inocuo, sin riesgo de contaminación para el consumidor, es muy importante observar y estar atento a cualquier situación hay que mejorar, estar comunicado con el proveedor para ofrecer un buen producto y que el cliente sea fiel y tenga confianza.
--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Modelos de gestión de la calidad

Año - autores	Modelo	Concepto	Criterio
Sosa (2012)	IRAM-SECTUR, Buenas Prácticas de Manufactura.	<p>Es necesario mencionar los procedimientos necesarios para lograr alimentos inocuos y saludables para los clientes, se detalla a continuación los siguientes procesos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Desinfección.- que el establecimiento cuente con todos los protocolos de bioseguridad y todas las áreas del restaurante este desinfectado para la seguridad sanitaria, la salud de sus clientes. b) Elaboración o manufactura.- Conjunto de todas las operaciones y procesos prácticos para la obtención de un alimento o preparación de calidad. c) Equipos.- Unidades de procesamiento mecánico o electrónico, cocción, conservación enfriado caliente, envasado, distribución y servicio. d) Higiene.- Todas las medidas necesarias para asegurar la inocuidad y salubridad del alimento en todas las fases, desde la recepción, elaboración y distribución hasta su consumo final. e) Inocuidad.- La garantía de que los alimentos no causan daño al cliente al momento de consumir y que los alimentos sean totalmente seguros y de calidad que satisfagan al cliente. f) Limpieza.- Acción y efecto de aseo y excelencia de indumentaria e instalaciones en el restaurante como en el personal. g) Manipulación de alimentos.- Todas las 	<p>En tal sentido este modelo es una herramienta muy necesaria para producir alimentos sin ningún riesgo de contaminación, además es necesario para la aplicación de análisis y punto crítico de control, también es un material que tiene como fin obtener productos seguros para el consumo humano, se centra en la buenas manipulación e higiene del servicio ofrecido en la empresa.</p>

		operaciones a efectuar sobre la materia prima y los ingredientes para obtener el alimento terminado, en cualquier etapa desde la recepción hasta su entrega al cliente para tener confianza y mantener la fidelidad del consumidor del servicio del restaurante.	
Reina Matsumoto (2014)	Modelo SERVQUAL	<p>Finalmente mencionar que el modelo SERVQUAL, es medir y relacionar las expectativas y las percepciones del cliente con respecto a la calidad del servicio identificar las necesidades no conscientes, las expectativas de acuerdo a este modelo se originan a partir de experiencias pasadas, necesidades conscientes, boca a boca, e información externa, este modelo evalúa la calidad del servicio en base a cinco dimensiones importantes:</p> <p>La confiabilidad.- mencionar que es entendida como habilidad de cumplir con el servicio, se planifico y alcanzar la calidad y confiabilidad de los clientes.</p> <p>La responsabilidad.- es la capacidad de ayudar a los clientes en brindar un servicio de calidad.</p> <p>Seguridad.- que el personal sea capacitado en normas de bioseguridad, hoy en día el Covid 19 nos ha afectado a nivel mundial las empresas, tener personal profesional que manejen los protocolos de desinfección para los clientes.</p> <p>La empatía.- capacidad de brindar atención y cuidado personalizada a los clientes.</p> <p>Bienes tangibles.- importante mencionar que bienes tangibles se constituye todas las instalaciones físicas e equipos de comunicación dentro del establecimiento.</p>	<p>El modelo SERVQUAL, también tiene herramientas muy útiles como:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Obtener una calificación global de los clientes, en la calidad de servicio del establecimiento. ✓ Conocer la necesidad y los deseos de los clientes, también los beneficios ideales y descriptivos de los mismos. ✓ Buscar la manera de cómo resolver las brechas de la insatisfacción del consumidor. ✓ Identificar los vacíos que no permiten alcanzar en su totalidad la calidad de servicio en el restaurante y mejorar cada día más, trazar metas para ser una de las empresas competitivas dentro del mercado.

Fuente: Elaboración Propia.

Para concluir el capítulo I es importante mencionar el conceptualizado de los temas sustanciales sobre los modelos de la gestión de la calidad de los servicios en los restaurantes, se tiene en cuenta que el origen de la calidad, modelos a seguir para una buena atención al cliente y alcanzar la satisfacción del consumidor, los modelos de calidad son guías importantes a manejar en el restaurant.

Se puede mencionar que existe diferentes tipos de calidad de servicios y diferentes procesos de modelos de gestión y que esta se necesita para ser cumplida y no dejar de lado la calidad y como llegar a ella, también mencionar de una correcta calidad alimentaria y para esto tener en cuenta que es necesario conceptualizar sobre modelo de gestión de calidad, lo cual es una herramienta de fácil aplicación.

Finalmente, la conceptualización de los modelos de gestión de calidad es para que el restaurant Lo Típico mi tierra tenga un conocimiento claro y pueda entender que la calidad es muy importante para el servicio que brindan estos modelos de gestión, los mismos que ayudarán a alcanzar la satisfacción, confiabilidad, responsabilidad, empatía, en los clientes.

CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO

El presente capítulo describe sobre la metodología aplicada en el proyecto de investigación, y se detalla a continuación:

2.1. Modalidad cualitativa

Como lo hace notar, Hernández (2018) la investigación cualitativa es un medio para explorar y comprender el significado que los individuos o grupos atribuyen a un problema social o humano, en esta modalidad se involucra preguntas, procedimientos emergentes y datos típicamente recopilados del participante. Aquellos se involucran en esta forma de investigación apoyan una forma de ver la investigación que honra un estilo inductivo, un enfoque en el significado individual y la importancia de representar la complejidad de una situación dentro del establecimiento.

Ciertamente dentro de la investigación el enfoque cualitativo se analiza mediante algunas preguntas estipuladas en las encuestas, en donde se cuestiona si el cliente está conforme con la atención brindada del personal del restaurante, que tan satisfechos se sienten con la infraestructura del establecimiento, la limpieza del local, los platos servidos y alguna observación o comentario que ellos quisieran realizar adicionalmente con el servicio.

2.1.1. Investigación Descriptiva

Desde la posición de Tamayo (2018) menciona que la investigación de tipo descriptiva trabaja sobre las realidades de hechos, y su característica fundamental es presentar una interpretación correcta, para la investigación descriptiva, la preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, también menciona el autor que la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas del establecimiento.

Para este trabajo de investigación se busca diagnosticar la situación actual del restaurante, la cual ayude como base para desarrollar el modelo gestión de calidad, con el objetivo de alcanzar la calidad deseada en el restaurante Lo típico mi tierra.

2.1.2 Investigación de campo

Dicho con palabras de, Hernández Sampieri & Fernández (2017) manifiesta que la investigación de campo se utiliza los propios procedimientos e instrumentos para la recolección de datos, junto a los mecanismos específicos de control y validez de la información, este tipo de investigación también se basa en recolectar información en el lugar el cual va ser investigado, el estudio del problema ser real de su entorno natural sin cambiar ninguna información, los experimentos de campo son efectuados en una situación real en el campo investigativo. En este proyecto la investigación de campo se efectúa en el restaurante “Lo típico mi tierra”, la encuesta y recolección de datos se enfoca en los empleados y al propietario del establecimiento, y el objetivo de aplicar esta investigación de campo es para poder obtener una información más directa y esta información sea correctamente utilizada.

2.2. Población y Muestra.

Aunado al respecto como población se puede entender que son todos los individuos u objetos que tienen una o varias características comunes observables en el lugar y momento determinado, al realizar la investigación, delimitar adecuadamente las características de la población y estudiar con la finalidad de establecer claramente los parámetros de la muestra se adquiera.

En este sentido, en el presente proyecto de investigación la población está compuesta la cantidad de clientes que consumen en el restaurante Lo típico mi

tierra durante un mes, con base en los datos obtenidos directamente del establecimiento; el restaurante abre 3 días a la semana y reciben un promedio de 150 personas en semana, lo que cada mes representa la visita al restaurant de 600 clientes, la población de estudio se establece en 600 clientes.

Tabla 4. Población de la investigación

Muestra de Población	Número de Clientes	Porcentaje
Cientes del restaurante Lo Típico mi tierra	600	100 %
Total	600	100 %

Fuente: Elaboración Propia

La selección de la muestra se realizó mediante el muestro estadístico propuesto, Sampiere (2017) y se detalla a continuación:

$$n = \frac{N}{E^2 (N-1) + 1}$$

Glosario:

n= Muestra

N = Población

E= Error máximo admisible
(0.05)

$$n = \frac{600}{(0.0025)(600-1)+1}$$

$$n = \frac{600}{(0.0025)(599)+1}$$

$$n = \frac{600}{2,4975}$$

$$n = 240.$$

$$n = 240.$$

La muestra se establece en 240 clientes “Lo Típico mi Tierra”.

2.3 Técnicas e instrumentos

En la presente investigación se realizó en el establecimiento “Lo Típico mi Tierra” del cantón San Pedro de Pelileo se utilizó una encuesta estructurada con la aplicación de un cuestionario dirigido a la muestra seleccionada; la aplicación de la encuesta fue validado de profesionales que son expertos en el tema, bajo una matriz para la revisión y análisis de cada pregunta.

2.4 Método de recolección y análisis

Una vez definido los instrumentos a utilizar, se estableció el proceso de recolección de la información en un período de septiembre – agosto 2021 en el Restaurante Lo Típico mi Tierra, ubicado en el cantón San Pedro de Pelileo. Una vez recolectado los datos, se procede a su revisión y análisis con herramientas estadísticas; mediante un análisis cuantitativo descriptivo, que utiliza medidas de tendencia, tablas y gráficos, la revisión y el análisis de datos que permite determinar si la información obtenida es válida; y se realiza los siguientes pasos:

- a) Diseño de los cuestionarios.
- b) Revisión y aprobación del cuestionario.
- c) Aplicación de la encuesta.
- d) Tabulación, gráficos, análisis e interpretación de resultados.
- e) Conclusiones y Recomendaciones en base a la información obtenida.
- f) Socialización de los resultados con la propietaria y los clientes

2.5 Análisis e interpretación de los resultados. Tabulación de Encuesta para Clientes.

La encuesta fue aplicada durante el período de 01/09/2021 al 15/10/2021 tanto para clientes, así también como a la propietaria; se evaluó previamente la calidad de servicio al cliente, se determinó el rango del nivel de la calidad obtenida al recibir el servicio en el establecimiento, entre otros parámetros, se detalla a continuación:

¿Señale su género?

Tabla 5. Género

		Género			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	111	46,3	46,3	46,3
	Masculino	129	53,8	53,8	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 5 se presentan los resultados en referencia al género de los clientes del Restaurante Lo Típico mi Tierra; en este sentido, se determina que el 53.75% de encuestados son de género masculino y el 46.25% de encuestados son de género femenino. La estructuración de la propuesta, estar direccionada a solventar las insuficiencias de todos los clientes.

¿Marque el rango de su edad?

Tabla 6. Edad del encuestado

		Edad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18 a 28 años	40	16,7	16,7	16,7
	29 a 38 años	82	34,2	34,2	50,8
	39 a 48 años	73	30,4	30,4	81,3
	49 a 58 años	42	17,5	17,5	98,8
	Más de 58 años	3	1,3	1,3	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

En la tabla 6, se muestra que el 34,17 % de los clientes que visitan al Restaurante Lo Típico Mi Tierra comprenden de 29 a 38 años; seguido de 39 a 48 años con el 30,42%; de 49 a 58 años con el 17,50 %; de 18 a 28 el 16,67 %; y finalmente entre más de 58 años con el 1,25%. En este sentido, se enfoca acciones sistémicas para cada grupo etáreo.

¿Lugar de donde visitan al restaurant?

Tabla 7. Lugar de donde visitan al restaurant

Lugar		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tungurahua-Ambato	51	21,3	21,3	21,3
	Tungurahua-Pelileo	132	55,0	55,0	76,3
	Tungurahua-Quero	5	2,1	2,1	78,3
	Tungurahua-Cevallos	4	1,7	1,7	80,0
	Tungurahua-Mocha	2	,8	,8	80,8
	Tungurahua-Tisaleo	3	1,3	1,3	82,1
	Tungurahua-Baños	14	5,8	5,8	87,9
	Chimborazo-Riobamba	1	,4	,4	88,3
	Cotopaxi-Pujilí	1	,4	,4	88,8
	Guayas-Guayaquil	8	3,3	3,3	92,1
	Azuay-Cuenca	3	1,3	1,3	93,3
	Pichincha-Quito	7	2,9	2,9	96,3
	Imbabura-Otavalo	2	,8	,8	97,1
	Pastaza-Puyo	4	1,7	1,7	98,8
	Pastaza-Mera	2	,8	,8	99,6
	Pastaza-Bellavista	1	,4	,4	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

Posteriormente, en la tabla 7, se aprecia que el 55,00 % de clientes del Restaurante Lo Típico Mi Tierra pertenecen al cantón San Pedro de Pelileo; el 21,25 % son de la ciudad de Ambato; el 5,83 % del cantón Baños de Agua Santa, ; el 3,33% de Guayaquil; el 2,92% son de la ciudad de Quito; el 2,8 % pertenece al cantón Santiago de Quero; y el 0,42% al 1,67 % son clientes de diferentes ciudades como Cevallos, Mocha, Tisaleo, Riobamba , Pujilí, Cuenca, Puyo, Otavalo y Mera, cabe recalcar que de estas ciudades los clientes son de menor frecuencia.

¿Considera usted que la atención del personal del restaurante "Lo típico mi tierra" es?

Tabla 8. Atención personal del restaurante.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Excelente	126	52,5	52,5	52,5
	Bueno	102	42,5	42,5	95,0
	Regular	10	4,2	4,2	99,2
	Malo	2	0,8	0,8	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

En la Tabla 8, se aprecia que el 52,5 % de los encuestados que asisten de manera frecuente al establecimiento dan un calificativo de excelente; mientras que, el 42,5% dan un calificativo de bueno; el 4,2% califican de regular la atención, el 0,8% de malo. Como se puede observar que las personas que tienen poco agrado al local de comida es un grupo de personas con un bajo porcentaje, mencionar de más buena sea la atención del personal dentro del establecimiento, siempre el personal brindar la mejor atención y mejorar cada día y alcanzar un servicio de calidad que todo cliente busca y anhela de un establecimiento gastronómico.

1. ¿Considera que el espacio y el mobiliario del restaurante es?

Tabla 9. Espacio y mobiliario del restaurante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Adecuado	129	53,8	53,8	53,8
	Suficiente	104	43,3	43,3	97,1
	Inadecuado	5	2,1	2,1	99,2
	Insuficiente	2	,8	,8	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

En lo relacionado al espacio o a la infraestructura como para cualquier establecimiento se puede convertirse en una fortaleza en este caso el establecimiento de comida la infraestructura de ser llamativa para que haya una mayor afluencia de gente, en mención a esto el 53.75% de las personas encuestadas hacen referencia a un calificativo de adecuado

y consiguiente cumple con las expectativas; el 43.33 % mencionan que es suficiente; consecuente a esto el 2,08 % cree que es inadecuado mientras que el 0,83% hace mención que es insuficiente. Los resultados de estas respuestas se pueden notar que más del 50% de las personas encuestadas se sienten conformes con el espacio del establecimiento, con estos datos se logra evidenciar que a las personas un porcentaje.

¿Los productos que ofrece el restaurante “Lo típico mi tierra” son? Tabla 10.

Productos que ofrece el restaurante.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Comunes	72	30,0	30,0	30,0
	Únicos	102	42,5	42,5	72,5
	Variados	66	27,5	27,5	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

El siguiente análisis según a los encuestados, mismo que refiere al producto que ofrece el restaurante” Lo típico mi tierra”, mencionar que el 42,50 % manifiestan que el producto es único, de la misma manera con un 30% ha degustado productos comunes dentro del establecimiento, así también un 27,50% han adquirido productos variados, consiguiente el restaurante también brinda productos variados y los clientes al momento de responder manifiestan que es un restaurante que ofrece producto típico de la zona y de la costa, además que también es una opción adecuada para poder escoger el producto brindado dentro del establecimiento.

¿Los protocolos de Bioseguridad que maneja el establecimiento son los

adecuados? Tabla 11. Protocolos de Bioseguridad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	199	82,9	82,9	82,9
	No	18	7,5	7,5	90,4
	Tal vez	23	9,6	9,6	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Del mismo modo se analiza la siguiente pregunta, un mayor porcentaje de encuestados con un 82,92 % manifiestan que los protocolos de Bioseguridad en el establecimiento si son adecuados y controlados de los entes reguladores como Ministerio de Turismo, GAD Municipal de Cantón San Pedro de Pelileo, vale la pena mencionar que el restaurante se brinde seguridad y confianza a los clientes, también un porcentaje menor de 9,58 % menciona que tal vez los protocolos son adecuados para todos los clientes quieren pasar de la cámara de desinfección importante mencionar que tienen miedo del láser, así mismo un porcentaje de 7,50 % mencionan que no son adecuados según a la perspectiva de los encuestados.

¿El tiempo de espera para consumir el producto es?

Tabla 12. Tiempo de espera para consumir el producto.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Óptimo	202	84,2	84,2	84,2
	Inadecuado	32	13,3	13,3	97,5
	Deficiente	6	2,5	2,5	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

A continuación, se analiza los resultados obtenidos a esta pregunta, una gran mayoría el 84,17% responde que el tiempo de espera para consumir el producto es Óptimo, sin embargo, el 13,33% de los clientes encuestados responden que aún es Inadecuado, y esto

obliga que los colaboradores del restaurant, mejorar su atención, rapidez y despacho de pedidos, pues en general las personas no les gusta esperar mucho tiempo de sus alimentos y así los clientes se sientan satisfechos. Finalmente, un mínimo porcentaje con un 2,50% de los clientes encuestados responden que el tiempo de espera del producto en el restaurante es Deficiente que aún existe demora al recibir el producto en un tiempo óptimo y de Calidad.

¿El producto al momento de llegar a su

mesa esta? Tabla 13. Producto al

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
n	Válido				
	Caliente	162	67,5	67,5	67,5
	Medio Caliente	68	28,3	28,3	95,8
	Frío	3	1,3	1,3	97,1
	Tibio	7	2,9	2,9	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

El presente análisis de la siguiente pregunta, el 67,50 % de los encuestados responden que el producto al momento de llegar a la mesa, el cliente consume caliente, así mismo el 28,33% manifiestan que el producto lo ha consumido medio caliente, de igual manera el 2,95 % mencionan que han recibido la comida tibia, también el 1,25% responden que al momento de servirse el alimento lo han servido frío. Finalmente mencionar que el producto al momento de servir a los comensales siempre la comida tiene que estar caliente para que el cliente deguste el sabor y el olor del alimento, al momento de llegar el producto a la mesa deba ser del gusto del cliente y de calidad para que el cliente regrese y sea fiel a la empresa.

¿Califique la higiene y limpieza del restaurante lo típico

mi tierra? Tabla 14. Higiene y limpieza del restaurant

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy alto	68	28,3	28,3	28,3
	Alto	125	52,1	52,1	80,4
	Medio	45	18,8	18,8	99,2
	Bajo	1	,4	,4	99,6
	Muy Bajo	1	,4	,4	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

De la misma manera se analiza esta pregunta, la higiene y la limpieza del establecimiento es percibido de una buena manera de parte de los clientes, el 52,08 % lo califican como alto, el 28,33% lo califican muy alto, mientras que el 18,75% lo califican la higiene y limpieza de medio, así el 0,42% califican con un porcentaje bajo y muy bajo. Finalmente mencionar que a los clientes del restaurant les parece una buena presencia en cuanto al aseo del restaurante, la limpieza es el reflejo y la calidad se busca día tras día para que llegue más demanda hacia la empresa.

¿Califique la higiene y limpieza de vajilla y menaje?

Tabla 15. Higiene y limpieza de vajilla y menaje.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	171	71,3	71,3	71,3
	Bajo	51	21,3	21,3	92,5
	Regular	18	7,5	7,5	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Es importante analizar los resultados obtenidos de esta pregunta en cuanto a la higiene y limpieza de vajilla y menaje que utilizan dentro del establecimiento para servir los

alimentos, un buen porcentaje de 71,25 % han podido percibir que el menaje es limpia al momento de servir el productos y con una higiene adecuada y van de acuerdo con el estilo que busca reflejar el restaurante, se ha podido analizar que el 21,25 % calificó como bajo y este porcentaje hace que mejore constantemente la higiene y la limpieza de la vajilla y el menaje que todos los días lo utilizan, finalmente el 7,50 % lo califican regular y mencionar que el establecimiento en cuanto a la higiene y limpieza, renovar o reemplazarlos debido a que la zona de las vajilla y menaje se deterioran, es susceptible de romperse de varias causas, concluimos que la higiene es la inocuidad muy importante para el desarrollo de la empresa.

¿Con que frecuencia visita al restaurante lo típico mi tierra?

Tabla 16. Con que frecuencia visita al restaurante.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	3 o más veces a la semana	53	22,1	22,1	22,1
	1 o 2 veces a la semana	79	32,9	32,9	55,0
	3 o más a mes	51	21,3	21,3	76,3
	Menos de una vez al mes	57	23,8	23,8	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Interpretación:

En cuanto a esta pregunta se puede analizar la frecuencia con la que los clientes visitan el restaurante lo típico mi tierra, el 32,92 % visitan 1 o 2 veces a la semana, mencionar también que el 23,75 % responden que lo visitan menos de una vez al mes, de igual manera los encuestados responden un 22,08 % que lo realizan la visita al restaurante 3 o más veces a la semana, finalmente responden que el 21,25% lo hacen 3 o más en mes, es importante manifestar que a través de un modelo de calidad va a incrementar en la frecuencia de visitas entre los clientes, y más importante ampliar la base de clientes, con el propósito de que la empresa crezca y se desarrolle con un fin común del establecimiento.

¿Cree usted que la implementación de un modelo de calidad será útil en el restaurante? Tabla 17. Cree que la implementación de un modelo de calidad será útil.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mucho	175	72,9	72,9	72,9
	Poco	58	24,2	24,2	97,1
	Nada	7	2,9	2,9	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Para concluir el análisis de esta encuesta aplicada a los clientes del restaurante “Lo típico mi Tierra”, se obtiene de esta manera la última pregunta el 72,92 % responden de mucha utilidad; y también analizar que el 24,17% creen que es poco útil, mencionar que también manifestaban que poca gente conoce de un modelo de gestión de calidad, así el 2,92 % también creen que en nada será útil; importante analizar el porcentaje que cree poco es necesario que acepten el valor de un modelo de gestión de calidad es fundamental, este porcentaje pues la negatividad a recomendar al restaurante tal vez no les agrado o no siente satisfecho completamente, es indispensable desarrollar un modelo de gestión de Calidad.

Tabulación de Encuesta para la Propietaria.

A continuación, es importante mencionar, se realizó la encuesta a la propietaria de cómo induce a sus empleados y como los prepara a su personal que labora dentro de la empresa para que brinde un servicio y atención de calidad a los clientes, para alcanzar un nivel de satisfacción del consumidor es importante cumplir con metas, rapidez en el servicio, trabajo en equipo y tener una buena relación con el propietario y con todo el personal que labora de esta manera el ambiente laboral sea de confianza ,finalmente mencionar, se realizó el siguiente análisis y se detalla a través de tablas con porcentaje y la interpretación de cada una de las preguntas realizadas a la propietaria.

¿Considera que el personal que maneja dentro de su empresa es? Tabla 18. Personal que maneja dentro de la

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Eficiente	1	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Desde la perspectiva de la propietaria del restaurant “Lo Típico mi Tierra” responde que su personal le apoya en un 100%, en cuenta manifiesta que la propietaria se siente satisfecha con sus colaboradores, menciona también que ellos como personal laboral son una pieza fundamental para el desarrollo del establecimiento.

Tabla 19. Como mide la satisfacción del cliente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Entrevista	1	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

El presente análisis de la siguiente pregunta la propietaria del establecimiento da su respuesta que para medir la satisfacción del cliente lo realiza con una entrevista, y como lo hace esto, les pregunta cómo estaba el servicio, estaba a su gusto el producto o en algo que mejorar, la propietaria también menciona que las sugerencias de los clientes son muy importantes para brindar el servicio de calidad y satisfacer las necesidades de los consumidores.

¿Usted brinda una inducción al personal que empieza a laborar con usted?

Tabla 20. Brinda una inducción al personal que empieza a laborar.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	1	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

De igual manera en cuanto a esta pregunta se puede analizar que tiene una excelente inducción a sus trabajadores, manifiesta la propietaria que actualmente antes de empezar a laborar realiza un taller emocional con una profesional de trabajo social, también comenta que la profesional consulta a los colaboradores de la empresa en qué situación se encuentran los familiares en dá el COVID 19 ha afectado a muchas familias decir que todos los días induce y motiva a los empleados, de esta forma gana la confianza y apoya a sus colaboradores para que así estén entusiasmados y activos en brindar un servicio de calidad a los clientes que visita el restaurant.

¿Usted capacita periódicamente a su personal?

Tabla 21. Capacita periódicamente a su personal.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	1	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

El presente análisis en cuanto a esta pregunta se puede analizar que 100% de los empleados del restaurante “Lo Típico mi Tierra”, son capacitados; la propietaria también menciona que los capacita en diferentes temas como: Buenas Prácticas de Mano Factura (BPM), Atención al Cliente, Servicio de Calidad y Bioseguridad, la propietaria manifiesta que capacitar al personal es fundamental, una empresa que crece a gente capacitada se necesita para que brinden un servicio de calidad, conocer que los cliente son exigentes al momento de adquirir el servicio dentro del establecimiento.

¿Usted motiva a sus colaboradores si realiza un buen trabajo?

Tabla 22. Usted motiva a sus colaboradores si realizan un buen trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bonificación económica	1	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

En cuento a esta pregunta la propietaria de restaurante responde que si hacen un buen trabajo bonifica porque quiere ver motivados a sus empleados, menciona importante destacar que si hay una demanda de clientes ejemplo en los feriados la propietaria paga horas extras, de esta forma motiva la propietaria a sus colaboradores para alcanzar la confianza y se sientan en un ambiente laboral acogedor.

¿Los productos que ofrece los innova?

Tabla 23. El producto que ofrece

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	1	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

De igual forma se analiza la siguiente pregunta al momento de aplicar la encuesta a la propietaria el producto que ofrece en el restaurante los innova responde que si los innova, no ofrece solo un producto si no que los varia, los platos que ofrece no son comunes son algo típico y para eso dice que utiliza productos novedoso ejemplo el plato típico se pide es la fritada con achira y camote, un producto novedoso y solicitado de los clientes.

¿Usted maneja las buenas prácticas de manufactura?

Tabla 24. Maneja usted las buenas prácticas de manufactura.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	1	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Para comenzar a analizar esta pregunta se realizó un análisis profundo a la propietaria del establecimiento para responder esta pregunta, para manejar las buenas prácticas de manufactura es muy importante y necesario para el imagen de la empresa, la higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento y distribución de alimentos para el consumo humano, la propietaria conoce muy bien este tema, menciona que cumple con normas establecidas de diferentes entes reguladores de turismo, también menciona que para cumplir el restaurante tiene una licencia anual de funcionamiento que otorga el Ministerio de Turismo y GAD Municipal del Cantón.

¿Cree usted que la implantación de un modelo de gestión de calidad sería útil para su empresa?

Tabla 25. Implementar un modelo de gestión de calidad sería útil para la empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	1	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Seguidamente se analiza esta pregunta según a la respuesta que da el propietario sobre la implementación de un modelo de gestión de calidad, menciona que desconoce de este modelo de gestión de calidad, se propone explicar un concepto de que es un modelo de gestión de calidad? , en la propuesta y de esta forma se pueda entenderse del tema, una vez explicada más o menos se trata de la implementación de un modelo de calidad sería

importante menciona la dueña del restaurante y seguir el modelo para mejorar mucho más con la calidad para el servicio al cliente.

¿Usted maneja promociones para llamar la atención de su cliente?

Tabla 26. Maneja promociones para llamar la atención de su cliente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De vez en cuando ?	1	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

El presente análisis de la siguiente pregunta, la propietaria menciona que lamentablemente no es una persona preparada para manejar las redes sociales para llamar la atención al cliente, pero se siente afortunada que su sazón y la generación, se mantiene han visitado diferentes instituciones como estudiantes universitarios y han apoyado para la promoción con videos, documentales, así como también agradece al departamento de Turismo del GADM Pelileo que también apoyan en la promoción con videos , fotografías y su emprendimiento está en la página de Turismo, comenta también que trabaja con una licencia anual de funcionamiento otorgado el Ministerio de Turismo, promociona su emprendimiento a través de ferias turísticas, Gastronómicas, de esta manera la promoción ha sido una fortaleza para atraer al cliente, y su sabor ha llamado mucho la atención al cliente y tiene una buena acogida de parte de los consumidores.¿Conoce usted el modelo SERVQUAL?

Tabla 27. Conoce usted el modelo SERVQUAL.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	1	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

Para concluir, se analiza la última pregunta de la encuesta a la propietaria, en

cuento a la respuesta en conocer el modelo SERVQUAL, como muestra el porcentaje la propietaria no conoce mucho de este modelo, un modelo que sirve para medir la calidad.

2.6. Caracterización de la Empresa

Mencionar que Pelileo es uno de los cantones de la provincia de Tungurahua, reconocida como la “Ciudad Azul” del Jeans, también presenta diversos atractivos turísticos una de ella su diversa gastronomía. Al abordar la gastronomía de San Pedro de Pelileo, ofrece varios tipos de platos como son de entrada (tamales, empanada de tiesto, camote, achira y como plato fuerte (Fritada), los restaurantes que ofrecen este servicio, alcanzar brindar un servicio de calidad a los clientes consumidores.

La actual situación del establecimiento, “Lo típico mi Tierra” es un restaurant que brinda servicios de alimentación al público en general, se brinda un plato típico como es la fritada, caldo de gallina, y los fines de semana mariscos, se permite así a sus consumidores elegir qué degustar en el momento que ellos requieran. La afluencia de consumidores dentro del local varía de acuerdo a las horas o la época. La hora del almuerzo es considerada una de las horas más concurridas dentro del establecimiento, debido a que la gente relaciona la palabra "almuerzo" como "algo" fresco, caliente, de calidad, que les brinda fuerzas y energías para continuar con sus labores diarias y el restaurant es visitado de los trabajadores Institucionales públicas y privadas el objetivo del el establecimiento es brindar un servicio de calidad y una correcta inocuidad de alimentos.

Mencionar que el restaurant está muy pendiente de la Inocuidad hoy en día, la Pandemia COVID 19 afecta a todas las actividades a nivel mundial, el establecimiento es controlado del el ente regulador que es el Ministerio de Turismo y dentro del Territorio el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Pedro de Pelileo, para hacer cumplir con todas las normas de protocolo de Bioseguridad, para la seguridad de los clientes que acuden a recibir el servicio

ofertado del restaurant.

CAPITULO III. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Análisis FODA del restaurante Lo Típico mi tierra

Se realizó un diagnóstico del establecimiento gastronómico mediante el análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) que contribuyó a sintetizar la información de las variables del mercado que tiene la organización y con ello determinar su perfil competitivo, el aspecto interno incluye analizar de forma cualitativa los aspectos administrativos, comerciales, financieros y tecnológicos, además de los activos, el talento humano y la cultura, el aspecto externo tiene que ver con el entorno, económico, político, socio cultural, competencia, comportamiento del consumidor o proveedores, y el efecto que estos factores tienen sobre los resultados de la empresa y el desempeño de los trabajadores que desde ellos se busca brindar un servicio de calidad.

Tabla 28. Análisis FODA

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Amplio conocimiento del negocio b) Innovación en sus productos c) Excelente relación comercial con un catálogo de proveedores d) Uso de la mejor materia prima disponible en el mercado e) Instalaciones apropiadas del establecimiento, ubicación estratégica y un ambiente agradable f) Más de 40 años se brinda el servicio y permanece en el mercado g) Su excelente saber de la comida. 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Capacidad adquisitiva de la población del Cantón Pelileo y de la provincia, así también de diferentes provincias. b) Pocos competidores en el nivel de sabor e higiene similar en la zona de influencia. c) Nivel de confianza y seguridad de parte de los clientes en un 80%. d) Creciente tendencia de los consumidores a probar gastronomía fuera de casa.
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Poco uso de tecnología para la promoción, contabilidad, toma de pedidos y producción. b) Falta de procesos estandarizados y controles deficientes en el establecimiento. c) Poca disponibilidad de Parqueo. d) Falta de señalética de direccionamiento del establecimiento. e) Ausencia de Planificación a largo y a mediano plazo. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> a) La Pandemia. b) Contracción de la economía del país. c) Cambios en el gusto y preferencias de los clientes. d) Incremento de los precios para adquirir la materia prima. e) Incertidumbre de la política administrativa del gobierno para los establecimientos turísticos.

Fuente: Elaboración Propia.

Etapa Filosófica de la

Empresa. Misión

Lograr ser una empresa de alimento eficaz para potencializar la degustación del cliente del Cantón, Provincia y a nivel Nacional, se ofrece productos de calidad; con el objetivo de tener la fidelidad de los clientes, comunicación mutua con los proveedores, contar con personal altamente comprometida con la empresa; de esta manera alcanzar un crecimiento sostenido y un nivel de rentabilidad atractivo del restaurant.

Visión

Fortalecer el servicio de alimento a nivel local y Nacional con el fin de mantener la preferencia de los clientes, actuar conforme a principios éticos y disposiciones legales e impulsar el mejoramiento continuo de los procesos así garantizar la calidad del producto y servicio.

Valores corporativos del restaurant

Honestidad. - Se busca transparencia de nuestras acciones, ser sinceros y proyectar mayor confianza y aceptabilidad de los clientes, compañerismo laboral Líderes de comunidad.

Respeto. - Escuchar, entender, y valorar los principios de todos los grupos de interés, conocer los derechos y respetar los de los demás, el equipo de trabajo se complementa desde la diversidad para alcanzar las metas y objetivos con unidad.

Calidad. - La empresa opera para alcanzar la satisfacción de las necesidades y deseos de los clientes con la finalidad de fidelizarlos.

Responsabilidad. - Se Actúa con Responsabilidad laboral, ofrecer buena condición de trabajo; de producción, con calidad en el servicio; y, ambiental se maneja adecuadamente los desechos más aun con esta pandemia los desechos son clasificados para una mayor seguridad.

Humildad. - como propietario y el personal laboral están abiertos a escuchar las sugerencias de los clientes, ser muy conscientes de que siempre es posible mejorar; asumir, resolver y/o solucionar los errores en caso de presentar en el restaurant.

Empatía. - No proponen tratar al cliente de la misma manera en que les gustaría ser tratados, con lo cual están en capacidad de ofrecer un servicio óptimo y establecer relaciones duraderas y de calidad.

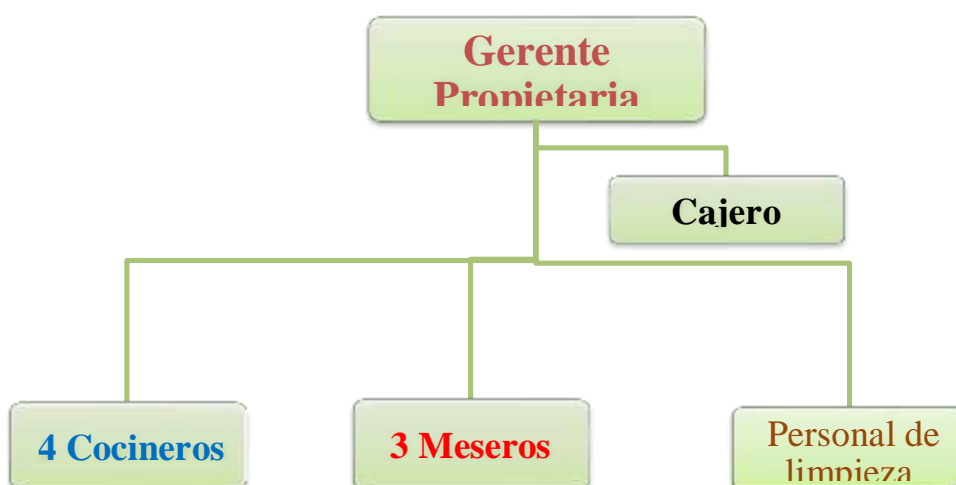
Correspondencia. - Se muestra y se transmite a los clientes gratitud de haber elegido el servicio de alimento en nuestro restaurant, saber que sin los clientes el trabajo no tendría sentido, agradecer la preferencia del servicio prestado a la empresa.

Exigencia. - El establecimiento se siente obligado a trabajar cada día con más fuerza para alcanzar metas y objetivos planteados.

Seguridad.- El restaurant está muy pendiente de la Inocuidad en consideración que la Pandemia del COVID-19 afecta a todas las actividades a nivel mundial, el establecimiento está controlado del ente regulador que es el Ministerio de Turismo y dentro del Territorio, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Pedro de Pelileo, para hacer cumplir con todas las normas de protocolo de Bioseguridad , para la seguridad de los clientes que acuden a recibir el servicio ofertado en el restaurant.

Estructura Organizacional

Figura 1. Organigrama estructural Restaurant Lo Típico Mi Tierra



Fuente: Elaboración Propia

De esta manera, El Restaurant Lo Típico Mi Tierra mantiene una estructura simple y centralizada, dado que es un negocio familiar, las decisiones las toma la propietaria, a continuación, se detalla las funciones a cumplir en cada puesto:

Gerente Propietario. - Sus funciones principales es representar en todo sentido a la empresa, tomar decisiones importantes al bien del establecimiento, también establecer tareas, responsabilidad; y, controlar el cumplimiento de las funciones asignadas al personal laboral.

Cajero. - Es responsable del cobro de la ordenes de los clientes, también es responsable de llevar las cuentas de la venta de cada día, de igual manera es la persona que ayuda en la parte tributaria, se encarga también de la facturación.

Cocineros. - Realizar el despacho de los pedidos al asignar, estar pendiente que el alimento este correctamente preparado y manejar la inocuidad de los productos.

Meseros. - Su principal función es tomar el orden y servir a los clientes los pedidos; finalmente limpiar las mesas luego de que el cliente haya retirado.

Personal de limpieza. - Esta encargada de limpiar el restaurant completamente una vez que haya terminado de vender los productos totalmente, el personal de limpieza deja limpio todo para el siguiente día.

Política de la calidad

El Gerente Propietario se compromete a alcanzar su Política, objetivos de Calidad, asegurar la difusión, entendimiento y puesta en práctica de todos los trabajadores de la empresa, de quienes serán responsables de ejecutar el trabajo para esta finalidad.

Declaración de la Política de Calidad del restaurant

La política de calidad del restaurant es satisfacer totalmente los requerimientos y expectativas de los clientes a través de un modelo de gestión de calidad Servqual; la presente Política de calidad será socializada de todo el personal colaborativo del establecimiento, todos los trabajadores a cumplir sus tareas de acuerdo a los procedimientos establecidos y enfocados para alcanzar la meta establecida.

El Restaurant Lo Típico Mi Tierra ofrece a sus clientes un servicio de calidad en todo aspecto, siempre se toma en cuenta los requerimientos de los consumidores, ellos son el centro alrededor del cual gira el negocio, importante orientar a generar satisfacción y comodidad acorde a las necesidades de los clientes.

Finalmente, la propietaria del restaurant toma en claro que la calidad del servicio es el resultado de un proceso de cada persona en contribuir al alcance del resultado total de la calidad, establecer la Política de Calidad bajo los siguientes aspectos:

- Es importante brindar la atención con amabilidad y personalidad.
- Dar información clara y precisa de los requerimientos de los clientes.
- Evaluar la calidad de la materia prima para lograr un producto de calidad.
- Mantener altos niveles de satisfacción del personal colaborativo.
- Contar con los mejores proveedores de la materia prima que garantice la calidad óptima necesaria para que el restaurant lo típico mi tierra brinde un producto final de excelente calidad.

Propuesta

Tema: Modelo de Gestión de la Calidad de los servicios en el restaurante Lo típico mi tierra.

3.2 .Presentación

El desarrollo de un Modelo de Gestión de la Calidad de los servicios es basar en el

Modelo SERVQUAL cuyo objetivo es de medir la calidad de servicio desde la perspectiva del cliente. Es importante mencionar que los autores del modelo definen a la calidad del servicio como, la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones, también la meta del SERVQUAL es descubrir las fortalezas y debilidades generales de la empresa en cuanto a la calidad del servicio.

3.3. Justificación

En consideración a los resultado del estudio de campo, los factores que inciden son: respuesta inmediata, trato personalizado, el establecimiento, maquinarias y equipos todos estos factores tiene que tratar la propietaria de la empresa para obtener una ventaja competitiva de estos y obtener mejores resultados, con la investigación de mercado se pude evidenciar que los clientes requieren un mayor grado de calidad de servicio con los elementos de respuesta inmediata, garantías, imagen del personal y empatía también se puede evidenciar que existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente en el establecimiento.

Es importante que el personal del restaurante Lo Típico Mi Tierra conozca la manera de ofrecer un servicio de calidad con un trato personalizado, comodidad y rapidez en el servicio, en la actualidad los clientes son más exigentes, se encuentran más informados y son menos leales a un determinado negocio. Además, la calidad ha adquirido una importancia en los restaurantes, estos negocios son competitivos y cuentan con mayores ventajas dentro del mercado.

Objetivo

Mejorar la calidad del servicio para los clientes y la satisfacción de la propietaria del restaurante Lo típico mi tierra.

Objetivos específicos

- a) Elaborar un esquema de modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio.
- b) Optimizar la calidad de servicio en el Restaurante Lo Típico Mi Tierra.
- c) Disminuir el tiempo de espera para los clientes que reciben el servicio en el restaurante Lo típico mi tierra.

3.4 Beneficio de la Propuesta

Se puede señalar que la implementación de esta propuesta, tendrá un objetivo positivo para el Restaurante Lo Típico Mi Tierra del Cantón Pelileo, así como también al personal, y lo más importante para los clientes que asisten al restaurante, el conocimiento del modelo de calidad será de gran aporte también para el personal laboral y al mismo propietario, con un servicio de calidad excelente, los clientes visitan del servicio de la calidad no solo de cantidad, del mismo modo un buen manejo o conocimiento de este guía ayudaría a los restos de restaurantes de la parroquia.

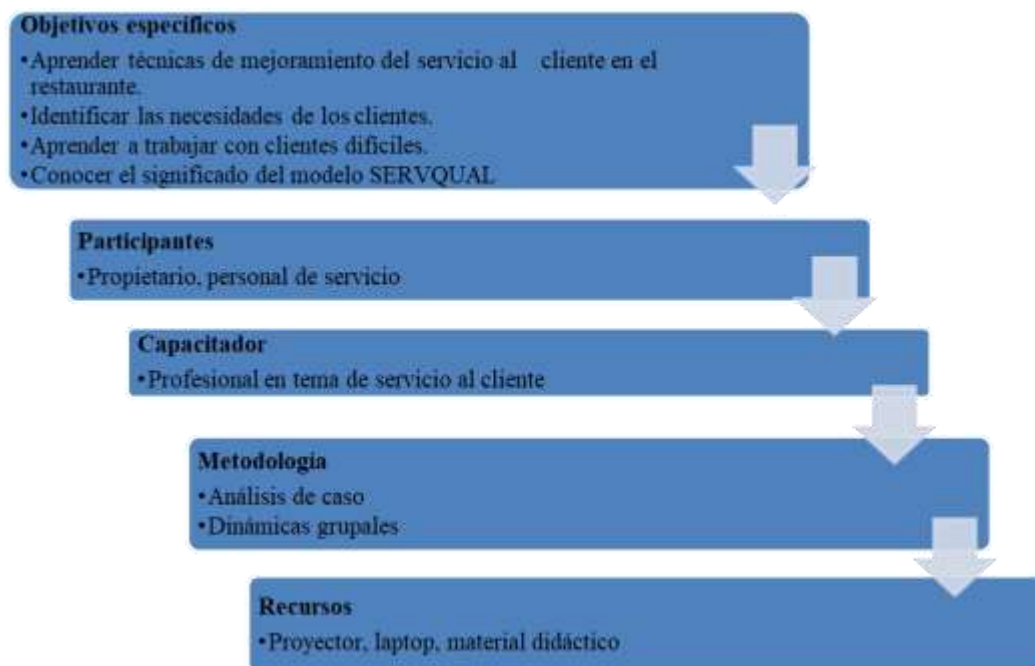
Impacto económico y social

El propósito de la propuesta en la aplicación de este proyecto, es proponer objetivos y una meta principal brindar un servicio de calidad, ofrecer un trato personalizado, servicio rápido y oportuno hacia los clientes, con una respuesta positiva, la demanda de los clientes será muy óptimo, se busca dinamizar una economía sustentable a la parroquia y al Cantón. Se detalla el cronograma, a desarrollar en el establecimiento:

- Programa de capacitación al personal – Servicio al cliente

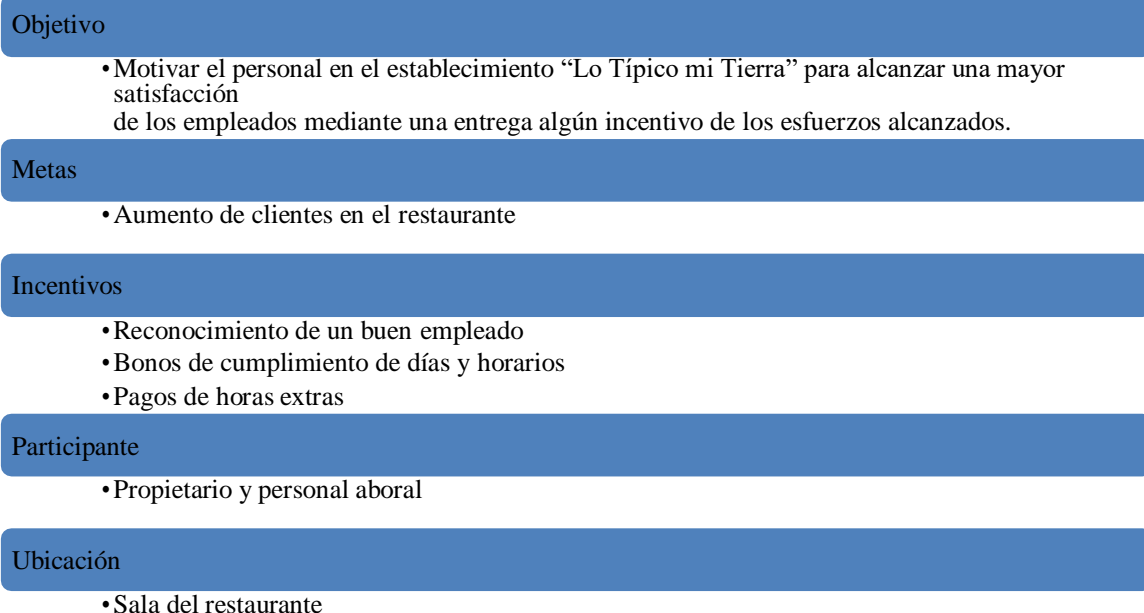
•

Figura 2. Programa de capacitación del servicio al cliente.
Taller de capacitación de servicio al cliente



Fuente: Elaboración Propia

- Programa de motivación al personal.
- **Figura 3.** Programa de motivación del personal.



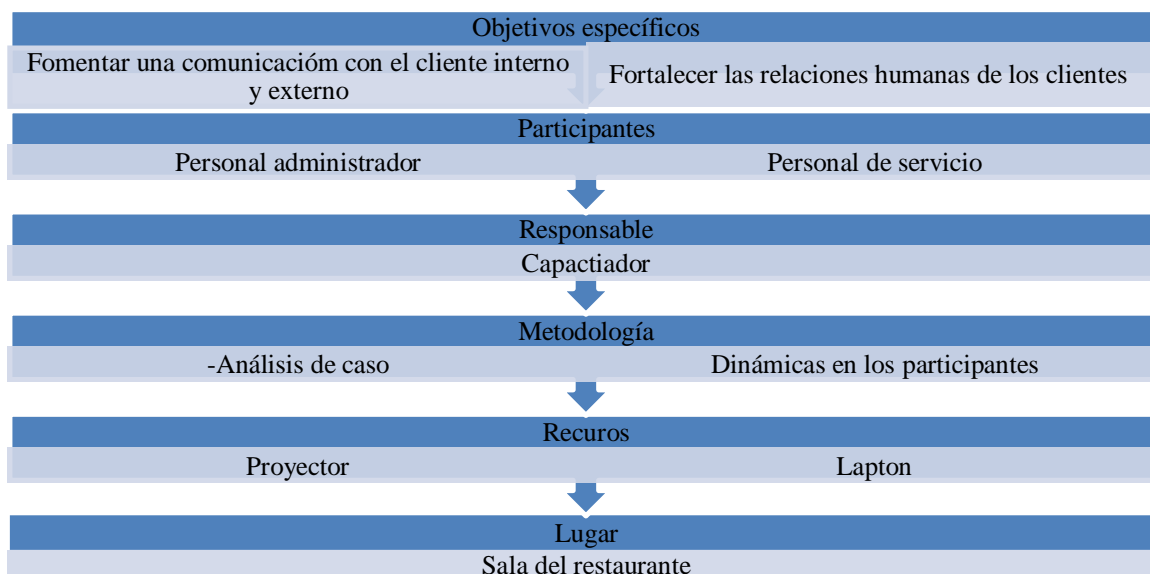
Fuente: Elaboración Propia

Es decir que la estrategia de la motivación es fundamental a impulsa al personal a comprometerse con un mejor desempeño y sentir que la empresa valora y reconoce

el esfuerzo desempeñado, el trabajo en la empresa.

- Programa de relaciones humanas y comunicación.

Figura 4. Programa de relaciones humanas y comunicación



Fuente: Elaboración Propia

Posteriormente, se impartirá un taller de servicio al cliente y una capacitación de relaciones humanas y comunicación para destacar las habilidades, la empatía y el servicio rápido y oportuno, son elementos muy fundamentales, el personal colaborador va desarrollar y adquirir experiencias en sus funciones laborales dentro del restaurante.

- **Programa de calidad del restaurante Lo típico Mi Tierra**

- **Figura 5.** Programa de calidad del restaurant Lo típico Mi Tierra

Objetivos

- Mejorar la satisfacción de los clientes que tienen a la perspectiva del restaurante.
- Alcanzar un servicio eficiente y de calidad para cada uno de los clientes, lograr una Satisfacción del servicio a brindarse.
- Generar la cordialidad a cada uno de los clientes demostrar el arte culinario en los distintos platos típicos tradicionales.

Público objetivo

- Clientes del restaurante Lo

Típico mi Tierra Encargado

- Propietaria

Descripción

- Análisis de toda las zonas que involucren servicio y atención al cliente, dentro de esto tenemos:
 - Limpieza y mantenimiento de las áreas del establecimiento
 - Control del informe al personal del restaurante
 - Higiene y Manipulación

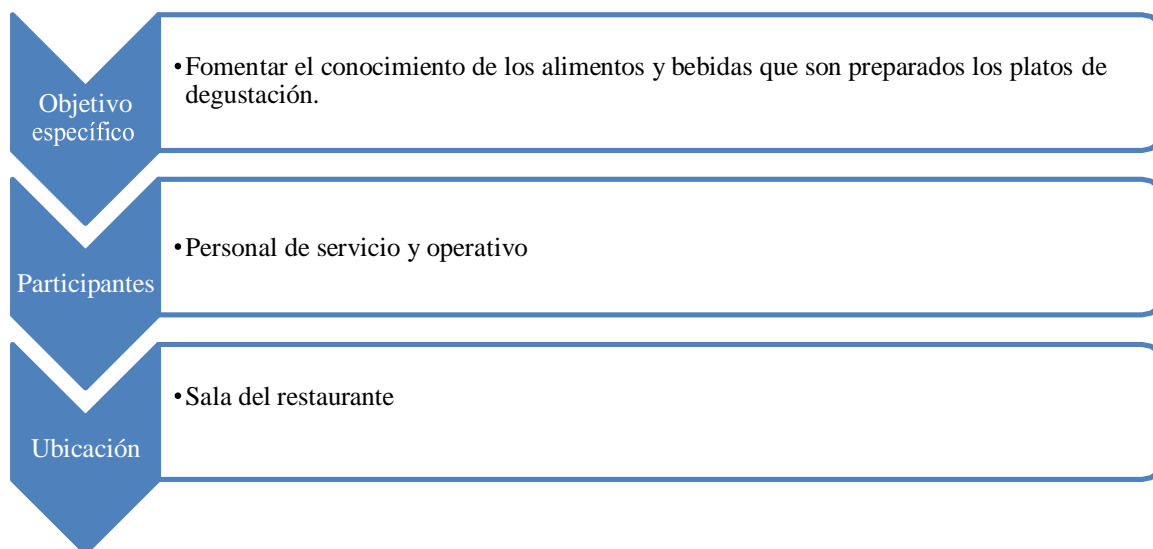
de alimentos Ubicación

- Restaurante Lo Típico de Mi Tierra

Fuente: Elaboración Propia.

- Programa de alimentos y bebidas

Figura 6. Programa de alimentos y bebidas del restaurant Lo Típico mi Tierra



Fuente: Elaboración Propia

- Programa de atención a reclamos y sugerencias; buzón de sugerencias

Figura 7. Buzón de sugerencias para el restaurant Lo Típico mi Tierra

Objetivo	<ul style="list-style-type: none"> • Recopilar, evaluar y analizar la información recomendada de el cliente sobre del servicio brindado del establecimiento, con el fin de proponer estrategias de mejoramiento para restaurante Lo típico mi Tierra
Público objetivo	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes del restaurante
Encargado	<ul style="list-style-type: none"> • La persona responsable de evaluar el buzón, preferible el empleado administrativo del restaurante, también la misma persona será quien elabore un informe correspondiente y entregar a la propietaria de la empresa y de la misma manera realice cambios de mejora
Ubicación	<ul style="list-style-type: none"> • Será ubicada en la mesa de la cada
Día	<ul style="list-style-type: none"> • El buzón será abierto cada 8 días

Fuente: Elaboración Propia

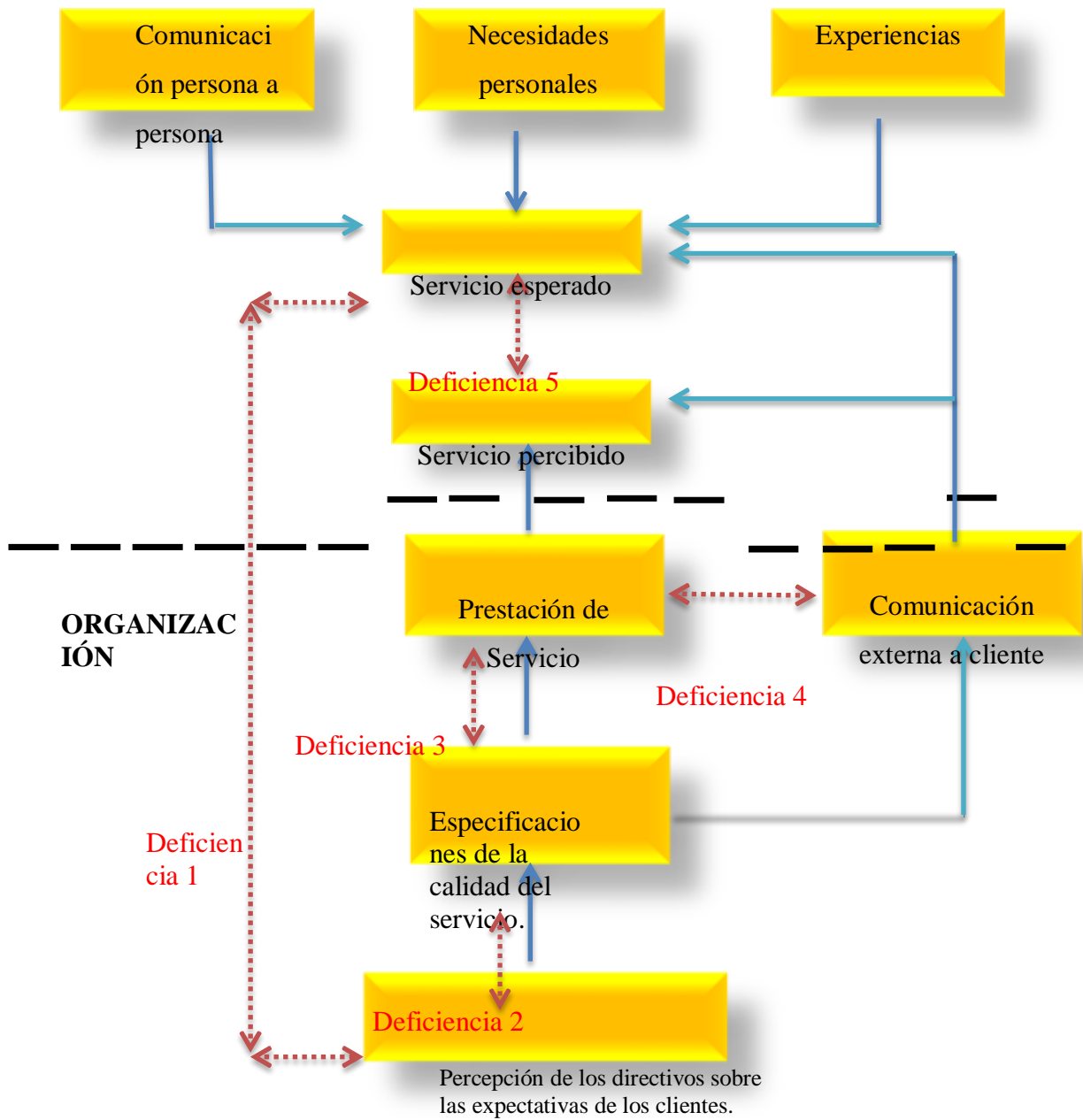
La estrategia del buzón de sugerencia es un instrumento de comunicación con los clientes, y esto ayudará a la recolección de sugerencias sobre las opiniones de los consumidores del producto en el restaurante, así como también las percepciones o la satisfacción de ellos.

3.5. Monitorio de la calidad del servicio del restaurante

Se plantea a la propietaria generar un sondeo cada tres meses realizar un sondeo a los clientes para verificar una atención óptima y eficiente al brindar el servicio del personal del restaurante Lo Típico mi Tierra del Cantón Pelileo.

3.6. Elaboración del esquema del modelo SERVQUAL de calidad de servicio. Figura 8. Esquema del modelo SERVQUAL de calidad de servicio.

3.7.



Fuente: Elaboración Propia

Antes expuesto la brecha que identifican las cinco distancias que causan problemas en brindar el servicio y que influye en la evaluación que los clientes hacen respecto a la calidad del servicio, enseguida se presenta las 5 brechas que proponen los autores de SERVQUAL.

a) Brecha 1: Expectativas de los clientes vs percepciones de la gerencia:

Desde el punto de vista de Matsumoto (2014), si los directivos de la organización no comprenden las necesidades de los clientes, difícilmente podrán impulsar y desarrollar acciones para lograr la satisfacción de esas necesidades y expectativas, menciona, Pazmiño y Flor (2008) manifiestan| que esta brecha ocurre si existe diferencia entre lo que la gerencia piensa que son las expectativas de sus clientes.

b) Brecha 2: Percepciones de la gerencia vs especificaciones de la calidad del servicio:

El factor siempre tener presente para evitar esta brecha es la traducción de las expectativas, conocida a especificaciones de las normas de la calidad del servicio, esta brecha se origina si la gerencia se lo hace difícil establecer especificaciones de calidad con la finalidad de cumplir ciertos requisitos se producen debido a ciertos factores como: restricción de recursos, condiciones del restaurante.

c) Brecha 3: Especificaciones de la calidad del servicio vs Entrega del servicio:

Así pues, la calidad del servicio no es posible si las normas y procedimientos no cumplen, también decir que esta brecha se da si las especificaciones de calidad sean las correctas, el servicio no es entregado de manera correcta a los clientes del restaurante Lo Típico mi Tierra.

d) Brecha 4: Entrega del servicio vs comunicación externa:

Importante mencionar, para el modelo SERVQUAL, uno de los factores claves en la formación de las expectativas, es la comunicación externa de la organización proveedora, las promesas que la empresa hace, y la publicidad que realiza afectaran a las expectativas del establecimiento.

Lo mismo ocurre que la comunicación externa puede afectar en las expectativas del cliente, en algún momento, la empresa puede ofrecer más de lo que puede entregar, crear así una brecha de servicio.

Brecha 5: Servicio esperado vs Servicio percibido:

Para concluir con las brechas del modelo SERVQUAL, según esta última identifica que es la diferencia entre las expectativas de los clientes frente a las percepciones de ellos. Un punto clave para asegurar la calidad en el servicio es cumplir y generar las expectativas óptimas de los clientes que visiten al restaurante Lo Típico mi Tierra.

CONCLUSIONES

Importante mencionar que a través del desarrollo del presente proyecto se pudo evidenciar que el servicio al cliente es muy fundamental para las empresas turísticas gastronómicas, depende como se brinde el servicio al consumidor se alcanza el éxito o el fracaso de la misma, para una organización o emprendimiento es muy importante que un cliente salga satisfecho para que desde ellos el restaurante Lo típico mi Tierra pueda ser recomendado del servicio recibido.

- El Restaurante Lo Típico Mi Tierra no cuenta con un sistema de gestión de la calidad, tampoco cuenta con un modelo o manual de calidad.
- El desarrollo del sistema de calidad se puede llevar a cabo de forma interna, y constituir como un motor de cambio y de mejora continua; y, externa, está orientado al cliente y establece compromiso para lograr un servicio capacitado y de calidad.
- A medida se obtuvo la cooperación de los clientes fue el factor más importante, para establecer todos los aspectos encontrados correctos o incorrectos en el funcionamiento del restaurant.
- El modelo SERVQUAL como instrumento de medición de la calidad de servicios, es un instrumento que permite diagnosticar y analizar el nivel de servicios de restaurantes y otras instituciones de servicio. El desarrollo del modelo fortalecerá al mejoramiento de la calidad de los servicios del Restaurant Lo Típico Mi Tierra

RECOMENDACIONES

Como resultado de esta investigación se puede sugerir lo siguiente:

- Se recomienda aplicar el modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio con vistas a mejorar de manera integral los servicios del Restaurante Lo típico Mi Tierra.
- Al aplicar el sistema de calidad se pueden apreciar mejoras desde la parte interna y constituir como un motor de cambio y de mejora continua; y, externa, esto está orientado al cliente y establece compromiso para lograr un servicio capacitado y de calidad, el modelo SERVQUAL como instrumento de medición de la calidad de servicios permitirá la mejora continua de la empresa y, generar mayor utilidad.
- Se requiere socializar con el personal todas las actividades y procesos como guiarse en la parte del manual de calidad ser monitoreada su desarrollo para asegurar la satisfacción de los clientes.
- Se recomienda analizar luego de tres meses de la aplicación del modelo SERVQUAL la calidad de servicio del restaurante Lo Típico mi Tierra mediante las expectativas de los clientes, base a las cinco dimensiones que son; dimensión de fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía, y elementos tangibles.

BIBLIOGRAFÍA

- Carrasco, S. (2013). Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo. España: Ediciones Paraninfo, SA.
- Cevallos, L. (2019). El Branding y su impacto en la atención a la marisquería “Brisa y Mar”. (Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios Trabajo de titulación), Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Carrera, Ambato. Retrieved from <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/29880/1/750%20MKT.pdf>
- Cruz, I. (2013). Importancia de la calidad al servicio al cliente (a. t. d. D. d. C. y. F. Instituto Tecnológico de Sonora Ed.). México: EL BUZÓN DE PACIOLI.
- Cubillos, M., & Rozo, D. (2009). El concepto de calidad: Historia, evolución e importancia para la competitividad. *Revista de la Universidad de la Salle*, 2009(48), 80-99.
- Chamorro, N. (2016). Técnicas de servicio de alimentos y bebidas en barra y mesa (Vol. I). Madrid: Ediciones Paraninfo, SA.
- Chang, J. (2014). Atención al cliente en los servicios de la Municipalidad de Malacatán San Marcos. (Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales Tesis), Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenang. Retrieved from <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Chang-Juan.pdf>
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar*, 15(25), 64-80.
- Escuela Europea de Excelencia. (2017). ¿Cuáles son los principios de la gestión de calidad? 9001:2015. 9001:2015. Retrieved from <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2017/07/principios-de-gestión-de-la-calidad/>
- García, G. (2015). Atención al cliente y su relación con los días de pernoctación del turista

en los hoteles de tres estrellas de Tarapoto, 2015. (Licenciada en Administración de Empresas Turísticas Tesis), Universidad César Vallejo, Perú. Retrieved from https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/10355/gacia_zg.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Heras, I., Arana, G., Camisón, C., Casadéus, M., & Martiarena, A. (2008). Gestión de la Calidad y competitividad de las empresas de la CAPV. Vasco: Instituto Deusto.

Hernández, H., Barrios, P., & Martínez, S. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio libre*, 16(28), 169-185.

López, D. (2018). Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. (Máster en Administración de Empresas Trabajo de investigación), Universidad de Santiago de Guayaquil, Guayaquil. Retrieved from <http://201.159.223.180/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>

María, S., Camanera, M., & Tapia, B. (2017). Calidad para la competitividad en las micro, pequeñas y medianas empresas, de la Ciudad de México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22(80), 551-575.

Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Revista Perspectivas*, 181-209.

Miranda, F., Chamorro, A., & Rubio, S. (2007). *Introducción a la gestión de calidad*. España: Delta publicaciones.

Mora, C. (2011). La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. *Revista Brasileira de Marketing*, 10(2), 146-162. doi:10.5585/remark.v10i2.2212

Nicolau, J., & Gonzalbes, M. (1990). *Juran y la planificación para la calidad (Vol. I)*.

Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

- Padilla, M., & Ibarra, S. (2013). *Filosofía de la Calidad*. Universidad Autónoma del Estado de México, México. Retrieved from <http://hdl.handle.net/20.500.11799/58393>
- Rivera, M. (2015). *La evolución de las estrategias de marketing en el entorno digital: implicaciones jurídicas*. (Doctor en Ciencias), Universidad Carlos III de Madrid, Getafe. Retrieved from https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/22498/rosario_rivera_tesis.pdf?sequence=1&isAll
- Ron, J. (2006). *Análisis de los roles de trabajo en equipo: Un enfoque centrado en comportamientos*. (Doctor en Ciencias Tesis doctoral), Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona. Retrieved from <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/5449/jarg1de1.pdf?sequence=1>
- Torres, K., Ruíz, T., Solís, L., & Martínez, F. (2012). *Calidad y su evolución: una revisión*. *Fundación Universitaria San Martín*, 10(2), 100-107.
- Torres, Z. (2014). *Teoría General de la Administración (Vol. II)*. México: Grupo Editorial Patria.
- Tschohl, J., & Soriano, C. (2001). *Servicio al cliente: el arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia*. Ciudad de Guatemala: Pax Mexico.
- Vaquero, J. (2013). *Operaciones básicas de restaurante y bar: Servicio básico de restaurante-bar*. Madrid: Editorial Cep, SL.

ANEXOS

Anexo 1. Se adjunta el formato de revisión, evaluación, validación y certificación de las encuestas para la aplicación.

Pelileo, 01 de Septiembre del 2021.

Ing. Gabriel Tite, Mg.
ANALISTA DE TURISMO DE GOBIERNO AUTONOMO MUNICIPAL SAN PEDRO DE PELILEO

Presente.-

De mi consideración

Yo, **Francisca Margarita Pilla Chango**, portadora de la **C.I 180372593-4**, estudiante de la maestría de la **Carrera de Gestión de Empresas Turísticas** de la **Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede de Ambato**, me permito solicitar el apoyo en la revisión, evaluación y validación de las encuestas para el levantamiento de información, mismo que será aplicada a Clientes y a la Propietaria del restaurant Lo Típico mi Tierra, para la realización de la investigación titulada “ **Modelo de Gestión de la Calidad de los Servicios en el restaurant Lo Típico mi Tierra**”, el cual será presentado como trabajo de grado para optar al título de **Magister en Gestión de Empresas Turísticas**.

Los objetivos del estudio son:

Objetivo General

- Desarrollar un modelo de gestión de calidad, para una mejora continua en la prestación de servicios en el restaurant lo típico mi tierra Pelileo.

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente la estructura de los modelos de gestión relacionados a la calidad de los servicios de los restaurantes a partir del criterio de los autores consultados.
- Diagnosticar la situación actual de calidad de servicio en el restaurant lo típico mi tierra Pelileo.
- Identificar los componentes de un modelo de gestión de calidad para los servicios gastronómicos del restaurant lo típico mi tierra Pelileo.

Para la validación respectiva me permito adjuntar los siguientes anexos

Anexo 1: Instrumento para la validación

Anexo 2: Encuesta para Clientes y a la Propietaria.

Ante la favorable acogida a mi solicitud, anticipo mis agradecimientos

Atentamente



Francisca Margarita Pilla Chango
**ESTUDIANTE DE MAGISTER
 DE LA CARRERA DE GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS DE LA
 UNIVERSIDAD CATÓLICA SEDE AMBATO**

**ANEXO 1
INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN**

CRITERIOS	APRECIACIÓN			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento	x			
Calidad de redacción de los ítems	x			
Pertinencia de las variables con los indicadores	x			
Relevancia del contenido	x			
Factibilidad de aplicación	x			

Apreciación

Es importante implementar herramientas para la medición de la satisfacción de los clientes porque permite identificar las debilidades de la empresa y hacer los cambios necesarios para retener a los clientes existentes y atraer nuevos clientes

Observaciones

Se recomienda aplicar el modelo de gestión de la calidad y generalizar para tener una mejor precisión de la eficiencia del mismo.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (x) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Validado por: Gabriel Tite

Especialidad del evaluador _____

Lugar de trabajo: GADM PELILEO Cargo

que desempeña: Analista de turismo **Fecha:**

07/02/2021



Firma: _____

Por favor marque con una (X) la opción que considere debe aplicarse en cada ítem y realice, de ser necesario, sus observaciones.

ESCALA				Observaciones
Ítem	Dejar (1)	Modificar (2)	Eliminar (3)	
1	X			
2		X		
3	X			
4	X			
5	X			
6	X			
7	X			
8	X			
9	X			
10	X			
11	X			
12	X			
13	X			
14	X			
15	X			
16	X			
17	X			
18	X			
19	X			
20	X			

CERTIFICACIÓN

Yo, Mónica Alarcón Quinapanta, con C.C. 1802466324 certifica que efectúe la REVISIÓN, de la encuesta diseñada por el maestrante Francisca Pilla Chanco, como instrumento de la investigación que desarrolla previa a la obtención del título de Magister en Gestión Turística.

En tal sentido, se realizó varias observaciones y sugerencias que el maestrante, acogió con gusto. Es todo lo que puedo indicar, autorizando a la estudiante a dar a este documento el uso que estime conveniente.

Ambato, febrero 6 del 2022

Atentamente,


M^{ra} Mónica Alarcón Quinapanta
C.C. 1802466324

Anexo 2. Es importante destacar que le restaurante Lo Típico mi tierra agradece las encuestas aplicadas para alcanzar una calidad deseada de los clientes, los datos consignados son ánimos que ayudará para mejorar los servicios dentro del restaurante a continuación la encuesta realizada:

Sexo

Femenino

Masculino

Edad

18- 28 años.....

29-38 años.....

39-48 años.....

49-58 años.....

Mas de 58 años.....

Provincia y Cantón

Texto de respuesta breve

1.-¿Considera usted que la atención del personal del restaurante "Lo típico mi tierra" es?

Excelente

Bueno

Regular

Malo

2.-¿Considera que el espacio y el mobiliario del restaurante es?

- Adecuado
- Suficiente
- Inadecuado
- Insuficiente

3.-¿Los productos que ofrece el restaurante "Lo típico mi tierra" son?

- Comunes
- Únicos
- variados
- por qué?.....

4.-¿Los protocolos de Bioseguridad que maneja el establecimiento son los adecuados?

- Si
- No
- Tal vez

5.-¿El tiempo de espera para consumir el producto es?

- Óptimo
- Inadecuado
- Deficiente

6.-¿El producto al momento de llegar a su mesa esta?

- Caliente
- Medio Caliente
- Frío
- Tibio
- Otro

7.-¿Califique la higiene y limpieza del restaurante lo típico mi tierra?

- Muy alto
- Alto
- Medio
- Bajo
- Muy bajo
- por qué?.....

8.-¿Califique la higiene y limpieza de vajilla y menaje?

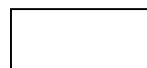
- Alto
- Bajo
- Regular
- Por qué?.....

9.-¿Con qué frecuencia visita al restaurante lo típico mi tierra?

- 3 o mas veces a la semana
- 1 o por 2 veces por semana
- 3 o más por mes
- Menos de una vez al mes
- Opción 5

10.-¿Cree usted que la implementación de un modelo de calidad será útil en el restaurante?

- Mucho
- Poco
- Nada
- Por qué?.....



Encuesta para la Propietaria

Propietario:

Texto de respuesta breve

1.-¿Considera que el personal que maneja dentro de su empresa es?

- Eficiente
- No eficiente
- Motivada
- Ninguno de estos
- Por qué?

2.-¿Cómo mide la satisfacción de sus clientes?

- Realiza encuesta
- Entrevista
- Que resultado ha obtenido?

3.-¿Usted brinda una inducción al personal que empieza a laborar con Usted?

- SI
- No
- Si dice NO: por qué?

4.-¿Usted capacita periódicamente a su personal?

- Sí
- No
- Por qué?

5.-¿Usted motiva a sus colaboradores cuando realizan un buen trabajo con?

- Reconocimiento Verbal
- Bonificación económico
- Por qué?

6.-¿Los productos que usted ofrece los Innova?

- Sí
- No
- Por qué?

7.-¿Usted maneja las buenas practicas de manufactura?

- SI
- NO
- Explique su respuesta?

8.-¿Cree usted que la implementación de un modelo de calidad sería útil para su empresa?

- Sí
- No
- Por qué?

9.-¿Usted maneja promociones para llamar la atención a su cliente?

- Siempre
- casi siempre
- De vez en cuando
- Nunca
- Po qué?

10.- ¿Conoce usted el modelo SERVQUAL?

Sí

No

Muchas gracias su tiempo

ANEXO FOTOGRAFICO



Anexo de link de video

<https://www.facebook.com/turismopelileo/videos/12648534>

[33964694](#)