



UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

INGENIERÍA EN TURISMO

PERFIL DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN TURISMO

TEMA:

**CUMPLIMIENTO DE ESTANDARES DE CALIDAD IMPLEMENTADO POR EL
MINISTERIO DE TURISMO EN LOS RESTAURANTES DE CUARTA
CATEGORIA DE LA CIUDAD PUYO, PROVINCIA DE PASTAZA.**

Autor: Andocilla Gancino Eliana Beatriz

Tutor: Carlos Aníbal Manosalvas Vaca

Puyo – Pastaza – Ecuador

2018

DECLARACION DE AUTORIA Y CESIÓN DE DERECHOS



**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO**

AUTORÍA

Yo, **Andocilla Gancino Eliana Beatriz**, declaro ser la autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Estatal Amazónica y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Acepto y autorizo a la Universidad Estatal Amazónica, la publicación del presente proyecto de investigación en el repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula: 1600597429

Fecha: Puyo, 26 de enero del 2018

CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO

CERTIFICA:

En calidad de tutor Yo **Carlos Aníbal Manosalvas Vaca**, certifico haber revisado la presente investigación titulada “**CUMPLIMIENTO DE ESTANDARES DE CALIDAD IMPLEMENTADO POR EL MINISTERIO DE TURISMO EN LOS RESTAURANTES DE CUARTA CATEGORIA DE LA CIUDAD PUYO, PROVINCIA DE PASTAZA**”, la misma que cumple con todos los reglamentos que se ajustan de una manera a las normas establecidas por la Universidad Estatal Amazónica. Por lo que autorizo su presentación, disertación y defensa, para los fines legales que a bien tuvieran.

Atentamente,

.....

MsC. Carlos Aníbal Manosalvas Vaca

Tutor

CERTIFICADO DE REPORTE DE HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE COINCIDENCIAS Y/O PLAGIO ACADÉMICO

Yo, **Andocilla Gancino Eliana Beatriz**, declaro ser autora de la tesis titulada **“CUMPLIMIENTO DE ESTANDARES DE CALIDAD IMPLEMENTADO POR EL MINISTERIO DE TURISMO EN LOS RESTAURANTES DE CUARTA CATEGORIA DE LA CIUDAD PUYO, PROVINCIA DE PASTAZA”**, como requisito para optar al grado de Ingeniera en Turismo; autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Estatal Amazónica, con fines académicos muestre al universo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Estatal Amazónica, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, es dado en la ciudad de Puyo, a los 26 días del mes de enero del dos mil diez y ocho, firma la autora:

FIRMA:.....

AUTORA: **Andocilla Gancino Eliana Beatriz**

CÉDULA: 1600597429

DIRECCIÓN: Calle Riobamba y Pichincha

CORREO ELECTRÓNICO: elianaandocilla@hotmail.com

TELÉFONO: 0987699781

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de tesis: MsC. **Carlos Aníbal Manosalvas Vaca**

CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR EL TRIUNAL DE SUSTENTACIÓN

El presente trabajo titulado: “**CUMPLIMIENTO DE ESTANDARES DE CALIDAD IMPLEMENTADO POR EL MINISTERIO DE TURISMO EN LOS RESTAURANTES DE CUARTA CATEGORIA DE LA CIUDAD PUYO, PROVINCIA DE PASTAZA**”, bajo la responsabilidad del egresado estudiante, **Andocilla Gancino Eliana Beatriz**, ha sido meticulosamente revisada, autorizando su presentación:

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

PRESIDENTE

MIEMBRO

MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

A mi Dios por ser mi motivador; por tener su bendición y amor.

Al culminar esta etapa de mi vida profesional mi agradecimiento precederó a la Universidad Estatal Amazónica, Carrera de Ingeniería en Turismo que me dió la oportunidad de ser parte de la formación de calidad y prepararme para poder servir a los demás desde mi campo de acción.

A mis maestros, familiares, hermanas y en especial a mis Padres, que siempre me han inculcado la lucha por la formación profesional.

Eliana Andocilla

DEDICATORIA

Dedico principalmente a Dios, quien ha sido mi inspiración, ya que con su bendición ha sido mi guía, mi fuerza de seguir adelante, a mi familia, quienes me han respaldado incondicionalmente en todo momento para culminar mi carrera profesional y a crecer como persona y profesional.

Eliana Andocilla

RESUMEN EJECUTIVO Y PALABRAS CLAVES

“Cumplimiento de Estándares de Calidad Implementado por el Ministerio de Turismo en los Restaurantes de Cuarta Categoría de la Ciudad Puyo, Provincia de Pastaza. ”

Autor: Andocilla Gancino Eliana Beatriz.

Tutor: Carlos Aníbal Manosalvas Vaca

La presente investigación analizó el cumplimiento de los estándares de calidad implementados por el Ministerio de Turismo en los restaurantes de cuarta categoría de la ciudad de Puyo. Con apoyo de la información que proporcionaron los propietarios de los restaurantes objeto de este estudio y el aporte de los clientes frecuentes de este tipo y categoría de establecimientos, mediante el método descriptivo y el análisis cuantitativo y cualitativo de los datos obtenidos, ayudado de instrumentos como las encuestas y la aplicación de los matrices de los estándares de calidad, se obtuvo la información necesaria para diagnosticar la situación actual de éstas empresas referente al cumplimiento de los estándares de calidad, así como también la opinión de sus clientes. Se identificó variables como los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Los hallazgos de la investigación permitieron conocer la situación real y el criterio del cliente respecto a las variables de estudio y así mismo se sugirió mecanismos de socialización y capacitación oportunos para aportar a la mejora de las empresas que ofertan este servicio

Palabras Claves: Estándares de calidad, servicio, empatía, clientes.

ABSTRACT AND KEYWORDS

"Compliance with Quality Standards Implemented by the Ministry of Tourism in the Restaurants of the Fourth Category of the City of Puyo, Province of Pastaza. "

Author: Andocilla Gancino Eliana Beatriz.

Tutor: Carlos Aníbal Manosalvas Vaca

The present investigation analyzed the fulfillment of the quality standards implemented by the Ministry of Tourism in the restaurants of the fourth category of Puyo city. With the support of the information provided by the owners of the restaurants object of this study and the contribution of the frequent clients of this type and category of establishments, by means of the descriptive method and the quantitative and qualitative analysis of the obtained data, helped by instruments such as the surveys and the application of the matrices of the quality standards, the necessary information was obtained to diagnose the current situation of these companies regarding the fulfillment of the quality standards, as well as the opinion of their clients. Variables were identified as tangible elements, reliability, responsiveness, security and empathy. The research findings allowed to know the real situation and the criterion of the client regarding the study variables and also suggested opportune socialization and training mechanisms to contribute to the improvement of the companies that offer this service

Keywords: Quality standards, service, empathy, customers.

TABLA DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Problema de la Investigación.....	1
1.2 Formulación del Problema.....	2
1.3 Hipótesis de la investigación	3
1.4 Objetivos.....	3
1.4.1 Objetivo General.....	3
1.4.2 Objetivos Específicos	3
2. FUNDAMENTACION TEORICA DE LA INVESTIGACIÓN	5
2.1 Estándar de calidad.....	5
2.2 Satisfacción.....	5
2.3 La matriz FODA.....	6
2.4 Ley de Turismo.....	7
2.5 Turismo Gastronómico:.....	8
2.6 Restaurante:	9
2.6.1 Área de producción.....	9
2.6.2 Alimento	¡Error! Marcador no definido.
2.6.3 Barra	¡Error! Marcador no definido.
2.6.4 Bebida.....	9
2.6.5 Botiquín de primeros auxilios.....	10
2.6.6 Categoría única	10
2.6.7 Comida rápida.....	10
2.6.8 Plato combinado	10
2.7 Establecimiento turístico de alimentos y bebidas	11
2.8 Manipulación de alimentos.....	11
2.9 Clientes	¡Error! Marcador no definido.
2.10: Requisitos para obtención de registro:	12
4. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	15
3.1 Localización.....	15
3.2 Tipo de investigación.....	17
3.2.1 Investigación Diagnóstica y Descriptiva	17

3.2.2 Investigación de Campo	18
3.2.3 Investigación Documental	19
3.3 Métodos de investigación	19
3.3.1 Método inductivo-deductivo.....	19
3.3.2 Método analítico-sintético	20
3.4 Diseño de la Investigación.....	20
5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	22
4.1 Realizar un diagnóstico a los restaurantes de cuarta categoría.....	22
4.2 Análisis FODA	28
4.3 Analizar la relación de calidad de servicio y satisfacción	38
4.3. Comprobación de Hipótesis.....	55
4.4 Diseñar y proponer estrategias de mejora en la calidad de servicio	57
5. Propuesta	58
5.1 Estrategia 1: Guía virtual de los estándares de calidad de la ciudad de Puyo	58
5.1.1 Antecedentes.....	58
5.1.2 Justificación.....	58
5.1.3 Objetivo General.....	59
Diseñar una guía virtual de los estándares mínimos de calidad - restaurantes.....	59
5.1.4 Objetivos Específicos	59
5.1.5 Análisis de factibilidad	59
5.1.6 Principales aportes de la Guía virtual	60
5.2 La Estrategia 2: Diseño de cronograma de socialización y acciones de capacitación... 70	
5.2.1 Socialización.....	70
5.3 La Estrategia 3: Evaluación del grado de cumplimiento de los estándares de calidad de los restaurantes de cuarta categoría	73
5.3.1 Previsión de la Evaluación	73
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	75
7. BIBLIOGRAFIA.....	78
8. ANEXOS.....	80

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Catastro Turístico de los restaurantes de cuarta categoría a noviembre del 2017	82
Tabla 2: Diagnóstico de los estándares de calidad de los restaurantes de cuarta categoría	22
Tabla 3: Aplicación de los estándares de calidad	24
Tabla 4: Análisis de Factores Claves.....	28
Tabla 5: Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)	29
Tabla 6: Matriz de evaluación de factores externos (MEFE).....	31
Tabla 7: Matriz de perfil competitivo (MPC).....	32
Tabla 8: Matriz de Resumen de Estrategias.....	34
Tabla 9: Matriz cuantitativa de planificación estratégica (MCPE	35
Tabla 10: Equipo de apariencia moderna	38
Tabla 11: Carta visualmente atractiva	39
Tabla 12: Instalaciones, atractivas, cuidadas y aptas para un buen servicio	40
Tabla 13 Servicio que esperaba.....	41
Tabla 14: Empleado cumple lo que promete en el servicio	42
Tabla 15: Cliente en problemas- empleado soluciona	43
Tabla 16: El empleado realiza bien el servicio	44
Tabla 17: El tiempo agudado para el servicio es satisfactorio	45
Tabla 18 Disponibilidad del empleado para atender.....	46
Tabla 19 Le atendieron a tiempo	47
Tabla 20 Los empleados inspiran confianza y seguridad.....	48
Tabla 21: Se demuestra igualdad de trato para todos.....	49
Tabla 22 Recibe atención personalizada.....	50
Tabla 23 Demuestran amabilidad y buen trato	51
Tabla 24 : Se preocupan por los intereses de los clientes	52
Tabla 25: Horario de atención es conveniente.....	53
Tabla 26: Entienden las necesidades específicas de los clientes.....	54
Tabla 27: Foros taller	72
Tabla 28: Identificación de recursos.....	74
Tabla 29: Cronograma.....	74
Tabla 30. Requisitos generales obligatorios para restaurantes de Cuarta Categoría o un tenedor...80	

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Portada.....	61
Figura 2: Prologo y créditos	62
Figura 3: Índice	63
Figura 4: Consideraciones al ingreso principal del área de Restaurante	64
Figura 5 Consideraciones de Área de cocina.....	65
Figura 6: Consideraciones en Baños	66
Figura 7. Interior del Restaurante y Fachada Principal.....	67
Figura 8: parte posterior del restaurante	68
Figura 9 : Contraportada	69

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Resultados del análisis situacional del cumplimiento de los estándares de calidad en los restaurantes de cuarta categoría.....	25
Gráfico 2: Análisis del Factor Interno	30
Gráfico 3: Análisis del Factor Interno	31
Gráfico 4: Matriz perfil competitivo	33
Gráfico 5: Matriz perfil competitivo	37
Gráfico 5: Existe equipos de apariencia moderna.....	38
Gráfico 6 : Carta visualmente atractiva	39
Gráfico 7 Instalaciones Atractivas.....	40
Gráfico 8 Obtiene el servicio que esperaba	41
Gráfico 9: Empleado cumple lo que promete en el servicio	42
Gráfico 10 : Cliente en problemas- empleado soluciona	43
Gráfico 11: El empleado realiza bien el servicio	44
Gráfico 12 El tiempo aguardado para el servicio es satisfactorio	45
Gráfico 13 Disponibilidad del empleado para atender.....	46
Gráfico 14: Le atendieron a tiempo	47
Gráfico 15 Los empleados inspiran confianza y seguridad.....	48
Gráfico 16 Se demuestra igualdad de trato para todos.....	49
Gráfico 17: Recibe atención personalizada	50
Gráfico 18 Demuestran amabilidad y buen trato	51
Gráfico 19: Se preocupan por los intereses de los clientes	52
Gráfico 20: Horario de atención es conveniente.....	53
Gráfico 21: Entienden las necesidades específicas de los clientes.....	54

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Problema de la Investigación

Ecuador es un país que tiene una oferta gastronómica variada, muy novedosa pero poco conocida, mucha de las opiniones de extranjeros se dan en cierto modo de manera negativa cuando califican la calidad de los servicios, puesto que los mismos son aceptables pero no excelentes, se requiere por lo tanto generar normas y exigencias que permitan a las empresas a cumplir estándares de calidad tanto en las instalaciones, como en los servicios. (Ministerio de Turismo, 2015)

La Amazonía ecuatoriana no está alejada de esta realidad, la infraestructura instalada, el servicio ofertado y la preparación del recurso humano es muy bajo, ya que en gran parte es empírica, muchos inversionistas, empresarios generaron sus empresas sin conocimiento previo de un determinado servicio.

Pastaza como provincia amazónica y en especial la ciudad de Puyo cuenta con oferta variada de establecimientos dedicados a la venta de alimentos y bebidas mismos que son los responsables de fomentar el turismo gastronómico en nuestra ciudad y brindar la seguridad necesaria a propios y extraños, sin embargo, es notorio que muchos de los restaurantes no cumplen con los estándares mínimos y es necesario conocer cuáles y quienes desean implementar las mismas en mejora de sus propios negocios.

Algunos de estos restaurantes pertenecen al Ministerio de Turismo, institución que los categoriza acorde a los resultados que se generan a través de la aplicación de matrices y formatos establecidos a nivel nacional para de esta manera dar fe y constancia de la seguridad alimentaria que manejan cada uno de los restaurantes que se los cataloga como turísticos, sin embargo esta categorización estaba sin una norma que regule los estándares de calidad y

es en año 2017 que se aplica la nueva normativa de alimentos y bebidas que va permitir realizar un verdadero barrido de catastro.

Dentro esta categorización nos encontramos con restaurantes de primera, segunda, tercera y cuarta categoría siendo estos últimos los restaurantes que mayor problemática generan, puesto que sus instalaciones ya sea que por el tiempo o el descuido, lucen deterioradas, además de que sus dueños no capacitan de manera adecuada a su personal, y por otra parte los servicios no son acondicionados de manera aceptable al cliente, esto hace que los usuarios presenten continuas quejas, dañando la imagen turística de nuestra ciudad, por lo que es necesario analizar el cumplimiento de estándares de calidad implementado por el Ministerio de Turismo y aplicando los tenedores como nueva categorización otorgada que en este caso corresponde a un tenedor.

En la tabla No 30 de anexos se demuestra que hay 43 establecimientos de cuarta categoría de acuerdo a esta realidad se debe definir cuál es el grado de cumplimiento de los estándares de calidad que el MINTUR establece para este tipo de empresas, puesto que la nueva normativa es muy exigente y se debe definir si cumplen o no, éste grado de cumplimiento permite también mejorar la infraestructura y los servicios de los mencionados establecimientos.

A decir del MINTUR, una vez corrida la norma y la matriz de estándares de calidad se definirá si los mismos pueden permanecer con su registro y categorización caso contrario se eliminarían del catastro y pasarían hacer parte del Ministerio del Interior.

Por ello se identifica claramente una problemática latente como es la calidad del servicio, la calidad de la infraestructura y la formación de quienes laboran en este tipo de empresas.

1.2 Formulación del Problema

Es necesario analizar el cumplimiento de estándares de calidad implementado por el Ministerio de Turismo en los restaurantes de cuarta categoría de la ciudad Puyo, provincia de Pastaza, debido a que es evidente y continuo las quejas de los clientes usuario o turistas

del servicio, calidad de instalaciones y el desempeño del personal que trabaja en los restaurantes por ello, este estudio pretende revisar la información existente procesar mecanismos de control y generar un planteamiento adecuado para el sector y propiciar cambios en las instalaciones y servicios en los 43 establecimientos que están inmersos en la investigación apoyada con la gestión del MINTUR.

Para lo cual nos planteamos tres preguntas esenciales.

- a) ¿Cuál es la situación actual de los restaurantes de cuarta categoría de la ciudad de Puyo?
- b) ¿Con la aplicación de las matrices y formatos implementados por el Ministerio de Turismo en los restaurantes de cuarta categoría, se podrá conocer el cumplimiento de los estándares de calidad?
- c) ¿De qué manera se puede mejorar la calidad de los servicios que ofertan los restaurantes de cuarta categoría?

1.3 Hipótesis de la investigación

Los estándares de calidad de servicio influyen positivamente en la satisfacción de los consumidores de restaurantes de cuarta categoría de la ciudad de Puyo

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Analizar el cumplimiento de estándares de calidad implementado por el Ministerio de Turismo en los restaurantes de cuarta categoría de la ciudad Puyo, provincia de Pastaza.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico a los restaurantes de cuarta categoría de la ciudad de puyo de acuerdo a los estándares de calidad establecidos por el MINTUR a fin de obtener el estado situacional actual.

- Analizar la relación de calidad de servicio y satisfacción a través de la aplicación de encuestas a los consumidores de los restaurantes de cuarta categoría pertenecientes al Ministerio de Turismo de la ciudad de Puyo.
- Diseñar y proponer estrategias de mejora en la calidad de servicio en base a los resultados obtenidos del estudio a los restaurantes de cuarta categoría para que puedan adaptarse al cumplimiento de los estándares de calidad.

CAPÍTULO II

2. FUNDAMENTACION TEORICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Estándar de calidad

Fomell, (1995) clarifica la diferencia entre calidad y satisfacción indicando que debe entenderse la calidad como la percepción actual del cliente sobre el rendimiento de un bien o servicio, mientras que la satisfacción se basa no solamente en la experiencia actual, sino también en experiencias pasadas y en experiencias futuras, anticipadas por el juicio del cliente en virtud de sus experiencias acumuladas junto a la proyección de sus propias expectativas.

Tiene además gran importancia en la actualidad ya que se basa en las relaciones entre características tales como la calidad percibida, el valor percibido, la tolerancia respecto al precio, la posibilidad de recompra y la recomendación del servicio y/o productos a otros que son evaluados por los clientes

Ecuador mediante el nuevo reglamento de alimentos y bebidas genera en los establecimientos de cuarta categoría 41 estándares de calidad que suman a los existentes y sobre todo con énfasis en las instalaciones sanitarias, infraestructura, equipamiento y en el talento humano de su personal que trabaja. Es por lo tanto éstos 41 estándares los que le permite al establecimiento conocer si cumple o no con los estándares de calidad mínimos; tomando en consideración que en un porcentaje no menor al 75% cumpla y pueda tener el derecho al registro en el Ministerio de Turismo, una vez entregue la documentación pertinente, caso contrario su registro será en el Ministerio del Interior como un establecimiento no turístico (Ministerio de Turismo, 2017).

2.2 Satisfacción

Giese & Cote, (2000) concluyeron que, existen tres factores subyacentes cuando se aborda el concepto de satisfacción: (a) la satisfacción del consumidor es una respuesta, un

juicio emocional o cognitivo; (b) la respuesta se refiere a un foco específico y (c) la respuesta se encuentra ligada a un momento específico, como, por ejemplo, antes de la adquisición de un bien, tras su adquisición o después de la experiencia del servicio. En este estudio, se considerará la satisfacción como un juicio emocional y cognitivo que sucede después de que el consumidor ha recibido el servicio o producto.

Así mismo mencionan que exploran efectos de las expectativas en la satisfacción del cliente, y de esta forma se inicia la construcción del conocimiento sobre la naturaleza así como las variables que contribuyen a su formación y sobre aquellas que actúan como consecuencias.

Es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la mente de los usuarios y por ende del mercado meta, este objetivo ha traspasado fronteras y se ha convertido en uno de los principales objetivos de las empresas exitosas (Kotler, 2005).

Ha sido señalada como elemento clave de las relaciones entre las empresas y su mercado, por lo que es uno de los constructos con mayor tradición en la investigación (Gil, Sánchez, Berenguer, & Galarza, 2005). El estudio de la satisfacción tiene inicios en la década de los sesenta, en donde algunas investigaciones referentes al tema mencionan la importancia de generar un impacto positivo (Brown & Lam, 2008).

2.3 La matriz FODA

Para realizar el análisis interno deben aplicarse diferentes técnicas que permitan identificar dentro de la organización qué atributos le permiten generar una ventaja competitiva sobre el resto de sus competidores.

El análisis FODA tiene como objetivo el identificar y analizar las Fuerzas y Debilidades del establecimiento en este caso, así como también las Oportunidades y Amenazas, que presenta la información que se ha recolectado. Se utilizará para desarrollar un plan que tome en consideración muchos y diferentes factores internos y externos para así maximizar el potencial de las fuerzas y oportunidades minimizando así el impacto de las debilidades y amenazas.

Se debe de utilizar al desarrollar un plan estratégico, o al planear una solución específica a un problema. Una vez que se ha analizado el ambiente externo (por ejemplo: la cultura, la economía, datos demográficos etc.). Talacón (2006) mencionó que la matriz FODA es: “una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales”

2.4 Ley de Turismo

Art. 5 del Ministerio de Turismo, (2002) menciona que se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual una de ellas es alojamiento.

Según el literal a) del artículo 43 del Reglamento General a la Ley de Turismo define a la actividad de alimentos y bebidas de la siguiente manera:

“Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento”;
(Ministerio de Turismo, 2002)

Que, el artículo 44 del Reglamento General a la Ley de Turismo establece:

“Sin perjuicio de las normas de carácter general contenidas en este reglamento, sobre la base de las definiciones contenidas en este capítulo, únicamente el Ministerio de Turismo de forma privativa, a través de acuerdo ministerial, expedirá las normas técnicas y reglamentarias que sean requeridas con el objeto de establecer las particularidades y la clasificación de las actividades de turismo definidas en este reglamento y sus respectivas modalidades. La potestad asignada en este artículo es intransferible.

Las entidades del régimen seccional autónomo o dependiente no expedirán normas técnicas, ni de calidad sobre actividades o establecimientos turísticos, no definirán actividades o modalidades turísticas ni establecerán sujetos pasivos o responsables sin que sean establecidos por el Ministerio de Turismo”; (Ministerio de Turismo, 2002)

Corresponde al Ministerio de Turismo la defensa de los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución, y la Ley de Turismo; y, en ejercicio de las facultades que le confieren los artículos 151 y 154 numeral 1 de la Constitución de la República del Ecuador, el artículo 15 de la Ley de Turismo; y, el artículo 17 del Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva.

2.5 Turismo Gastronómico:

Este se refiere a aquellas personas que viajan para deleitarse con los buenos platos de cocina internacional. Este turismo adquiere cada día más importancia, razón por la cual los países se están preocupando por mejorar la cocina nacional, para lograr establecer una imagen que pueda incentivar a las personas del buen comer.

Para es un fenómeno turístico desarrollado considerablemente en el mundo y se ha convertido en uno de los más dinámicos y creativos segmentados del turismo, no solo por el efecto financiero que produce sino también por la interacción social y cultural que en ella se alcanza (Wawkins, Best, & Coney, 2008).

Existen múltiples y variados efectos para la comunidad local que habita en un destino turístico, por ejemplo, mejora la calidad de vida, crea fuentes de empleos, estimula a la conservación de las tradiciones culturales, los recursos naturales y el medio ambiente, la difusión y el consumo de alimentos que son parte de la gastronomía regional (Hernández, 2006).

Los turistas que visitan un destino turístico determinado pueden tomar innumerables decisiones durante su viaje que modifican las actividades a realizar, sin embargo, durante su

estancia no pueden dejar de alimentarse durante el recorrido o viaje. (Kotler & Armstrong, 2008).

2.6 Restaurante:

Establecimiento que ofrece menús o cartas de platos en zona de comedor independiente del resto del establecimiento. También puede ofertar servicios de cafetería y, dependiendo de la categoría, puede disponer de auto servicio. En estos establecimientos se podrán comercializar bebidas alcohólicas y no alcohólicas. En esta tipología también se incluyen los establecimientos con especialidad de comida rápida.

2.6.1 Área de producción

Parte del establecimiento de alimentos y bebidas donde se elaboran, manipulan, envasan o conservan alimentos y/o bebidas.

2.6.2 Alimento

Producto elaborado, semi elaborado o crudo, destinado al consumo humano que requiera o no mantenerse caliente, refrigerado o congelado, y se expende de forma directa al público para su consumo inmediato (Ministerio de Turismo, 2017).

2.6.3 Barra

Mostrador de un establecimiento donde generalmente se sirven bebidas, aperitivos e incluso alimentos preparados.

2.6.4 Bebida

Sustancia líquida destinada al consumo humano, puede ser fría o caliente. En algunos casos consisten en productos que suponen cierta elaboración como por ejemplo bebidas gaseosas, jugos, infusiones o bebidas alcohólicas, entre otras (Ministerio de Turismo, 2017).

2.6.5 Botiquín de primeros auxilios

Lugar o compartimento que contiene suministros médicos básicos, necesarios e indispensables para brindar los primeros auxilios o tratar dolencias comunes a una persona. Deberá contener al menos los siguientes elementos no caducados: algodón hidrófilo, tira adhesiva sanitaria (curitas), tijeras, linterna, tela adhesiva antialérgica, agua oxigenada, guantes de látex, desinfectante, sobres de gasa estéril, gasa en rollo, gasas para quemaduras, suero fisiológico, , vendas elásticas, mascarillas, manual de primeros auxilios (Ministerio de Turismo, 2017).

2.6.6 Categoría única

Se considera una excepción a los requisitos de categorización en la cual no se aplica el sistema de puntuación. Esta categoría se utilizará para establecimientos móviles y plazas de comida.

2.6.7 Comida rápida

Modalidad en la que toda la oferta de alimentos y bebidas se encuentra lista para su consumo o requiere de un tiempo reducido de terminación, y donde lo habitual es que la toma de comanda, facturación y la retirada del pedido por el cliente se realicen en el mostrador (Ministerio de Turismo, 2017).

2.6.8 Plato combinado

Consiste en la combinación, en un mismo recipiente, de diferentes tipos de alimentos preparados, procesados con diferentes técnicas culinarias para cada materia prima. El plato combinado puede incluir: un género principal habitualmente elaborado a base de alimentos proteicos, una guarnición generalmente a base de alimentos energéticos, una segunda guarnición a base de alimentos reguladores (hortalizas, ensaladas, entre otros) y en ocasiones una salsa.

2.7 Establecimiento turístico de alimentos y bebidas

Son los establecimientos permanentes, estacionales y/o móviles donde se elaboran, sirven y venden comidas preparadas y/o bebidas para el consumo.

Los prestadores de servicios turísticos que dentro de su actividad o modalidad cuenten con un establecimiento de alimentos y bebidas deberán sujetarse en lo que fuere aplicable a este reglamento (Organización Mundial del Turismo, 2016).

2.8 Manipulación de alimentos

Todas las operaciones realizadas por el manipulador de alimentos como recepción de ingredientes, selección, elaboración, preparación, cocción, presentación, envasado, almacenamiento, transporte, distribución, servicio, comercialización y consumo de alimentos y bebidas (Organización Mundial del Turismo, 2016).

2.9 Clientes

Para Camisón, Cruz, & González, (2006) mencionan que: “La compañía, empresa o en este caso el Hotel necesita estudiar de cerca los cinco tipos de mercados de clientes

Los mercados de consumo consisten en individuos y hogares que compran bienes y servicios de consumo personal. Los mercados industriales compran bienes y servicios para procesarlos ulteriormente o usarlos en su proceso de producción, los mercados de distribuidores compran bienes y servicios para revenderlos y obtener una utilidad.

Los mercados gubernamentales están formados por dependencias del gobierno que adquieren bienes y servicios para producir servicios públicos o transferirlos a quienes los necesitan. Por último, los mercados internacionales comprenden todos los tipos de compradores mencionados pero ubicados en distintos países

Entre los hallazgos de (Customer Satisfacción and Market Share, 1993) respecto a la opinión de los clientes y la participación en los mercados se destaca por los consumidores y está ligada a la lealtad de los consumidores, a la retención de los clientes y a la rentabilidad

Los consumidores o cliente sugieren que es poco probable que los consumidores insatisfechos vuelvan a comprar, es muy probable que ocupen tiempo, dinero y recursos de gerencia para atender la queja y probablemente afectarán los resultados financieros de adquirir los bienes o servicios ofrecido por la firma (Szymanski & Henard, 2001).

2.10: Requisitos para obtención de registro: según el Art 7 del reglamento de alimentos y bebidas:

Las personas naturales o jurídicas que se registren como prestadores de servicios turísticos de alimentos y bebidas, deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Documento emitido por la autoridad sanitaria nacional;
- b) En el caso de personas jurídicas, deberán contar con la escritura de constitución y de existir, último aumento de capital y reforma de estatutos, debidamente inscritas en el Registro Mercantil;
- c) Nombramiento vigente del o los representantes legales, debidamente inscrito en el Registro Mercantil en caso de ser personas jurídicas;
- d) Registro Único de Contribuyentes (RUC) o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE), para persona natural o jurídica, según corresponda;
- e) Detalle de inventario valorado de activos fijos de la persona natural o jurídica, para el ejercicio de la actividad comercial;
- f) Pago del 1x1000 sobre el valor de los activos fijos, a la autoridad nacional de turismo; y,
- g) Certificado de informe de compatibilidad positiva o favorable de uso de suelo otorgado por el Gobierno Autónomo Descentralizado Metropolitano y Municipal. Para el caso de los establecimientos móviles se sujetarán a lo establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado competente, de ser el caso (Ministerio de Turismo, 2002).

2.11 Normas ISO 9001

La Gestión de la Calidad va más allá del pleno rendimiento de la empresa. Es una filosofía de trabajo, en la que todos los departamentos y profesionales integrantes de la organización están convencidos de que, realizando cada uno sus tareas de forma óptima y sistemática, consiguen un objetivo común, la Calidad y, por tanto, la satisfacción del cliente. (Enriquez Palomino & Sánchez Rivera, 2015).

En este sentido, un punto de vista pragmático sobre la Gestión de la Calidad, ofreciendo estrategias operativas para su implantación en los diferentes tipos de empresas. Para ello, nos centraremos en el modelo propuesto por la norma ISO 9001, basado en el ciclo de mejora continua, que se ha convertido en el estándar más reconocido y certificado a nivel internacional, aplicable a cualquier organización, con independencia de su tamaño y actividad.

9001:2015 La Norma ISO 9001:2015 es la base del Sistema de Gestión de la Calidad - SGC. Es una norma internacional que se centra en todos los elementos de la gestión de la calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios. Recuperado de www.normas9000.com/content/que-es-iso.aspx

Dentro de los requisitos de las Normas se puede destacar:

- Identificar los procesos y su interacción, esto lo hace a través de mapa y caracterizaciones de procesos
- Establecer y documentar los procedimientos e instructivos necesarios para cada proceso
- Asegurar los recursos para el desarrollo de las actividades planeadas
- Establecer indicadores de gestión a los procesos

La actualización del año 2015 de la norma ISO 9001, incluye un bloque de requisitos de la gestión de mejora, con un amplio abanico de medidas, como el análisis de la

satisfacción de los clientes, la revisión de los resultados, comparadas con los objetivos estratégicos, la evaluación del desempeño de procesos y personas y los clásicos resultados de las auditorias de calidad periódicas y la gestión de las no conformidades. (Perez Jimenez, 2015).

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Localización

La presente investigación será realizada en:

País: Ecuador

Provincia: Pastaza

Cantón: Pastaza

Parroquia: Puyo

Lugares: restaurantes de cuarta categoría de la ciudad de Puyo.

Coordenadas:

- **Longitud sur:** 1°00'' y 2°40''
- **Latitud oeste:** 75°40'' y 78°10''

Límites Provinciales:

- **Norte:** Napo y Orellana
- **Sur:** Morona Santiago
- **Este:** Perú
- **Oeste:** Tungurahua

Extensión: 28.870 km²

Altitud: 950m (3.116 pies) sobre el nivel del mar.

Pastaza con relación al Ecuador es la provincia más grande del país, cuenta con alrededor de 30.000 km², en ella habitan 7 de las 14 nacionalidades del Ecuador y es la provincia mayormente desarrollada con una oferta de alojamiento alimentación y recreación de la región (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Pastaza, 2013).



Figura 1: Mapa de Sudamérica, Ecuador y Pastaza con relación al estudio

Fuente: GADPPAz, 2017
 Elaborado por: Andocilla. 2017



Figura 2: Mapa provincial de Pastaza con relación al área de Estudio

Fuente: MINTUR, 2017
 Elaborado por: Andocilla. 2017



Figura 3: Mapa de la ciudad de Puyo

Fuente: MINTUR, 2017

Elaborado por: Andocilla. 2017

Puyo posee un clima cálido húmedo con una temperatura que varía entre 17 y 24°C. Está compuesto por los ríos: Pastaza, Puyo, Bobonaza y Cononaco. Con una población de alrededor de 80.000 habitantes (Gobierno Descentralizado del cantón Pastaza, 2011).

3.2 Tipo de investigación

3.2.1 Investigación Diagnóstica y Descriptiva

El presente estudio requirió de la investigación diagnóstica situacional para lo cual se trabajó con 43 restaurantes de cuarta categoría del catastro turístico del Ministerio de Turismo al 2017, en este caso es la población total, por lo tanto no se determinó ninguna muestra. El catastro del MINTUR a noviembre del 2017, fue la base para establecer dicha población y punto de partida de la investigación. Dicha institución será un apoyo esencial que nos permitirá analizar el cumplimiento de los estándares de calidad desde el punto de vista y aplicación de la nueva reglamentación para alimentos y bebidas que está vigente para

este estudio. Las herramientas de diagnóstico que se aplicaran en la investigación son las siguientes:

- Catastro turístico
- Entrevistas con informantes claves como el representante del MINUR, GAD Cantonal Pastaza, CAPTUR Pastaza y expertos en gastronomía

Este procedimiento permitirá contar con un análisis de datos y presentar los resultados del diagnóstico actual, con los cuales podemos plantear los objetivos secuenciales.

3.2.2 Investigación de Campo

Se visitó a cada uno de los establecimientos registrados en el catastro del Ministerio de Turismo pertenecientes según categoría actual como es la de “cuarta”; con ayuda de la matriz de estándares mínimos de calidad vigentes, que permitieron levantar datos actualizados acerca del cumplimiento de los mismos, en la que se resalta lo correspondiente a la infraestructura, insumos, áreas de bodega, cocina, comedor, así también los correspondiente al personal que labora, sin embargo el mayor énfasis está en la señalética de los servicios, horarios e instalaciones.

La metodología que se realizó para desarrollar la investigación se lo hizo a través de los formatos y matrices establecidos en la que se aplicaron a cada empresario fue de fácil comprensión y asimilación, sin embargo, hay un importante porcentaje de empresarios que no cumplen ciertos estándares.

Se levantó encuestas por restaurante, lo que permitió conocer acerca de la calidad en la atención al cliente permitiéndonos evaluar el servicio que ofertan en los restaurantes de cuarta categoría

La investigación fue trabajada de manera conjunta con los técnicos del MINTUR, considerando que es necesario levantar esta información para fines de regulación y control y optimizar tiempos y recursos que demandan este proceso y trabajo, además de obtener datos reales, datos veraces que aportaron de manera significativa al objeto de estudio.

3.2.3 Investigación Documental

El soporte bibliográfico para el desarrollo del presente proyecto de investigación se basó en la recopilación de información de diferentes enfoques profesionales, conceptualizaciones y criterios de varios autores, basados en:

- Tesis
- Libros
- Normativa legal
- Manuales
- Catastro del MINTUR
- Catastro del GADs Municipio de Pastaza.

3.3 Métodos de investigación

3.3.1 Método inductivo-deductivo

La presente investigación contó con el desarrollo del método inductivo, con la identificación de los restaurantes de cuarta categoría pertenecientes al Ministerio de Turismo, seguidamente se visitó a cada uno de los establecimientos para levantar información actualizada a través de las herramientas anteriormente mencionadas, ésta información recopilada permitió analizar todos los aspectos internos y externos de la realidad de los restaurantes de cuarta categoría de la ciudad de Puyo.

- El diagnóstico se basó en el FODA y las matrices MEFE y MEFI
- Se estableció las debidas conclusiones y recomendaciones del estudio
- Se definió los resultados de conformidad a la información primaria y secundaria.

El método deductivo se utilizó al momento de evaluar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción, ya que se parte de teorías y conceptos ampliamente aceptados para establecer la relación de variables en un caso particular.

3.3.2 Método analítico-sintético

El presente método se llevó a cabo a través de la aplicación de la entrevista, encuesta, y matrices pertinentes, que arrojaron resultados y éstos una vez fueron analizados y procesados permitieron generar un boletín de la realidad de los restaurantes de cuarta categoría, en esta fase de aplicación de este método arrojaron los resultados desarrollados por cada objetivo.

Parte esencial de éste método fue el desarrollar las visitas de campo y analizar cada punto de vista y procesarlo para ir definiendo el diagnóstico, el porcentaje de cumplimiento de los estándares de calidad.

3.4 Diseño de la Investigación

En el presente trabajo de investigación para el logro del **Objetivo N° 1**, Diagnosticar el estado situacional de los restaurantes de cuarta categoría, se realizó el ANÁLISIS FODA, según Hugo F. González (2005). Como la herramienta analítica que facilita sistematizar la información que posee la organización sobre el mercado y sus variables, con fin de definir su capacidad competitiva en un período determinado. Por lo general es utilizada por los niveles directivos, reuniendo información externa e interna a efectos de establecer Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA). Adicional la matriz MEFE y MEFI, adicionalmente se revisó el catastro de los restaurantes de cuarta categoría de la ciudad de Puyo proporcionado por el MINTUR, y se estableció la población de estudio para revisar toda la información posible que fue de 43 establecimientos y 266 clientes, una de las herramientas más practicas es revisar la nueva normativa aplicada a los alimentos y bebidas.

Para la consecución **Objetivo N° 2**, Analizar la relación de calidad de servicio y satisfacción, se realizó la visita a cada uno de los restaurantes y se aplicó encuestas a los clientes que permitieron recoger toda la información necesaria para de esta manera evaluar la atención al cliente, procesar los análisis posibles y determinar los resultados, este proceso se apoyó en Excel, software estadístico spss, power point.

Para la consecución de **Objetivo N° 3**, Se formuló una propuesta interactiva a manera de una visita virtual en la que los usuarios puedan tener en cuenta los estándares mínimos de calidad, en base a lo identificado en los objetivos anteriores, lo que permitió generar dicho instrumento a manera de tutorial, el mismo que puede ser publicitado y remitido a los empresarios turísticos que deseen conocer los requisitos y los estándares mínimos para ser un restaurante de una determinada categoría.

Fue importante desarrollar la investigación en base a los datos oficiales del MINTUR, registros locales de datos turísticos veraces y apreciaciones de los profesionales de los GAD Provinciales y Cantonales del ámbito turístico y de la CAPTUR Pastaza que son una fuente muy valedera para la investigación, así como también el criterio de empresarios de los restaurantes de cuarta categoría y que éstos a su vez sean de utilidad para los entes de control. Se realizó encuestas a los usuarios de los restaurantes, lo que nos permitió conocer acerca de la calidad en la atención al cliente, y permitió evaluar el servicio que ofertan en los restaurantes de cuarta categoría.

Para comprobar las hipótesis, se aplicaron por una parte las encuestas donde se evaluó la percepción de la calidad de servicio de los consumidores y su nivel de satisfacción. El tamaño de la muestra se calculó utilizando la fórmula especificada por Lind, Marchal y Wathen (2012):

$$n = \pi(1 - \pi)\left(\frac{Z}{E}\right)^2$$

Dónde:

N: es el tamaño de la muestra

Z: es el valor normal estándar correspondiente al nivel de confianza deseado

π : es la proporción de la población (que se asume igual a 0.5)

E es el máximo error tolerable (que se asume igual a 0.06)

Al reemplazar los valores en la fórmula se obtiene un tamaño de muestra igual a 266.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Realizar un diagnóstico a los restaurantes de cuarta categoría

Tabla 1: Diagnóstico de los estándares de calidad de los restaurantes de cuarta categoría

No	Estándar de Calidad	cumple	no cumple	Total
1	Manejo adecuado desperdicios en contenedores con tapa, de preferencia identificados por tipo de desperdicios.	25	18	43
2	Contar con sistema de iluminación de emergencia.	18	25	43
3	Identificar y señalar las zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras según las disposiciones de la autoridad competente.	10	33	43
4	Contar con el siguiente equipamiento en áreas de preparación de alimentos:	36	7	43
5	¿Contar con equipamiento en el área de preparación de alimentos, dispensador de jabón, toallas de mano y desinfectante?	7	36	43
6	Licencia de funcionamiento y registro de turismo emitido por la autoridad competente, exhibidos en un lugar visible al cliente.	11	32	43
7	Colocar letreros que promuevan el uso eficiente del agua y energía eléctrica en el establecimiento.	35	8	43
8	Contar con el suministro de agua permanente en el establecimiento.	25	18	43
9	Los alimentos, vajilla, cristalería, cubertería e implementos de cocina deben estar sobre estanterías o repisas en buenas condiciones, limpios y a una distancia mínima de 15 cm. del piso, 50 cm. entre hileras y 15 cm. de la pared. No deben estar en contacto con el piso.	14	29	43
10	Exhibir en un lugar visible al cliente el aforo permitido en el establecimiento.	32	11	43
11	Contar con sumideros en áreas de preparación de alimentos.	23	20	43
12	Contar con un sistema que garantice la extracción de humos y olores de la zona de cocción	39	4	43
13	Contar con suministro público de energía eléctrica en el establecimiento	32	11	43
14	Contar con baños y/o baterías sanitarias en cumplimiento con el marco legal vigente	25	18	43
15	Nota: se exceptúa para los centros comerciales y/o edificaciones que compartan baños	19	24	43
16	Carta de alimentos y bebidas que incluya precio con impuestos, se encuentran exhibidas al público y están en buen estado de mantenimiento.	26	17	43
17	Contar con personal uniformado	16	27	43
18	El personal del establecimiento debe usar protector para el cabello	13	30	43
19	Cuenta con un botiquín de primeros auxilios con contenido básico, según lo establecido en este reglamento.	14	29	43

20	Mostrar registros visibles de limpieza diaria, de las áreas operativas del establecimiento.	26	17	43
21	Cuenta con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con la hora de alto tránsito de los clientes.	31	12	43
22	El personal de servicio conoce el detalle del contenido de la carta.	24	19	43
23	El personal de cocina que prepara los alimentos conoce el detalle de la preparación de los platos que ofrece el establecimiento.	22	21	43
24	Horarios de atención del establecimiento exhibidos en un lugar visible al cliente.	30	13	43
25	Cumplir con el porcentaje del personal acredita mínimo el nivel A2 (nivel básico) de conocimiento de al menos un idioma extranjero de acuerdo al Marco Común Europeo para las lenguas.	27	16	43
26	Contar con bodegas y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y menaje	11	32	43
27	Cuenta con vajilla, cubiertos y cristalería en óptimas condiciones (que no estén rotas, despostilladas, sin signos de deterioro, entre otras).	20	23	43
28	El establecimiento tiene definido un proceso de almacenamiento e identificación de productos o utiliza el manejo de alimentos mediante el principio PEPS y PCPS.	10	33	43
29	Cuenta con manejo integrado de plagas con la evidencia del cumplimiento	27	16	43
30	Cuenta con mecanismos informativos que contengan advertencias de alimentos que generan intolerancias o alergias.	15	28	43
31	Áreas del establecimiento cuentan con sistemas de ventilación natural y/o forzada que permita el flujo de aire y la no acumulación de olores.	26	17	43
32	Cuenta con pisos o elementos antideslizantes en el área de producción.	15	28	43
33	Áreas utilizadas para circulación del personal de cocina y administrativo, sin presencia de contaminación con aguas residuales o líquidos de desechos.	9	34	43
34	Todas las áreas de almacenamiento deben mantenerse limpias, secas, ventiladas y protegidas contra ingreso de roedores, animales y personas ajenas al servicio.	9	34	43
35	Cuenta con trampa de grasa en el área de producción	7	36	43
36	Cuenta con un proceso y/o informativo de advertencias de alimentos alérgenos y/o intolerancias alimentarias.	5	38	43
37	Cuenta con agua caliente en los lavaderos de producción	17	26	43
38	Cuenta con sistemas de purificación de agua en áreas de preparación de alimentos	19	24	43
39	El personal que manipula alimentos de manera directa e indirecta cuenta con un certificado médico actualizado que le habilita poder trabajar en dicha actividad, conforme a lo requerido por la autoridad competente.	6	37	43
40	Contar con un informativo del correcto lavado de manos en el área de producción	6	42	48
41	Focos y lámparas de techo deben aislarse con protectores en caso de rotura.	0	43	43
42	Contar con un registro físico de control de temperatura de los equipos de refrigeración y congelación	43	0	43
43	Cuenta con una carta en sistema braille	43	0	43

Fuente: La Investigación, 2017/ Elaborado por: Andocilla. 2017

Tabla 2: Aplicación de los estándares de calidad

N°	Nombre del Establecimiento	RESTAURANTE DE UN TENEDOR																																									CATEGORIZACIÓN						
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	1	2					
	Restaurante de Cuarta Categoría	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	1	2					
1	NAYELITA	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1				
2	AMARILLO DE CORAZÓN	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1			
3	MARISCAL	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1				
4	ASADERO EL ABUELO	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1			
5	PARADERO EL MANA DE DIOS	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1				
6	LINCE CEVICHERIA	1	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1					
7	ESQUINA DEL SABOR LA	2	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1			
8	MANABA EL	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1			
9	YASUNI	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1				
10	EDEN EL	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1			
11	REY DAVID	1	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1				
12	ZUVAR	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1		
13	CAUCARAS CARMITA	1	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1		
14	DOÑA MARY INN 1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1			
15	SAN FRANCISCO	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1			
16	CARLOS LOS	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	
17	PARADERO SANTA ROSA	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1		
18	ARLECCHINO	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1		
19	QUEEN BROSTER BURGUER	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1		
20	VANTAGE	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1		
21	PARADERO EL GUAYUSAL	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1		
22	CHIFA PAPAS MAS PAPAS	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1		
23	GRAN CHIFA SUEÑO DORADO	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1		
24	PEPE POLLO	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1
25	SAZON DE LA COLORADA LA	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1
26	CAMPERO EL	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	
27	KIWA PISHKU MIKUNA	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	
28	SABOR ATACAMEÑO	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1
29	CHIFA ORIENTE	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	
30	ASADERO EL ABUELO #2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	
31	HUEQUITO DEL SABOR EL	1	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	
32	MENESTRAS DE LA NEGRITA YAR	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	
33	OMENAMM	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	
34	TERRAZA DEL SABOR LA	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1
35	CRIOLLO EL	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1
36	FOGON EL	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1
37	GUAYTAMBO EL	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1
38	VINO TINTO EL	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1
39	ALEXA	1	1	1	1	2	1	2</																																									

Resumen de cumplimiento de estándares de calidad

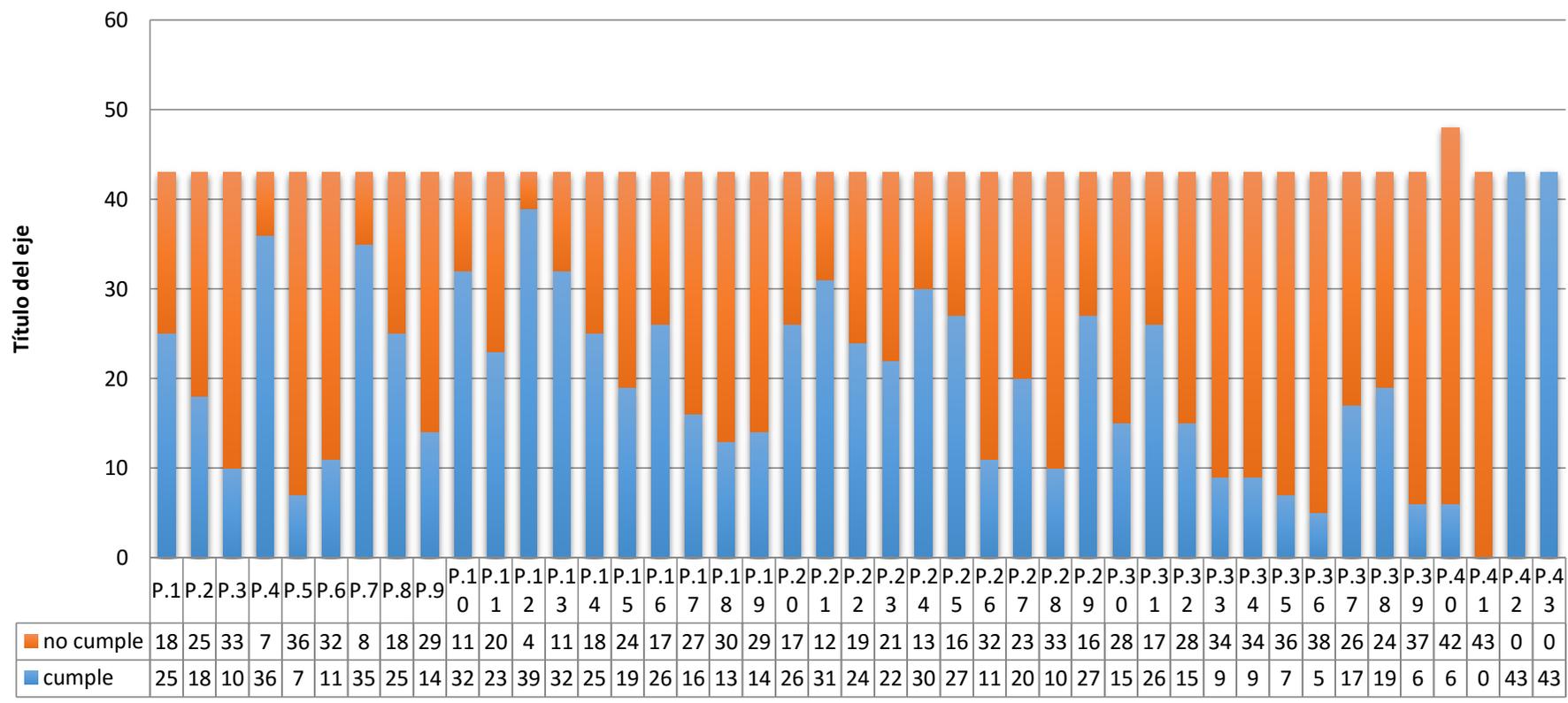


Gráfico 1: Resultados del análisis situacional del cumplimiento de los estándares de calidad en los restaurantes de cuarta categoría

Fuente: La Investigación, 2017
 Elaborado por: Andocilla. 2017

Análisis e Interpretación

Según la matriz de estándares de calidad aplicados a los 43 restaurantes de cuarta categoría se considera que de los 41 ítems revisados el 58.13% cumple con los contenedores por tipo de desperdicios y el 41.86% no lo hace. El 41,86% cuenta con un sistema de iluminación y el 58,13% no cuenta; tan solo el 23,25% cuenta con señalética mientras que la mayoría con el 76,74% no lo hace; el 83,72% cuenta con dispensadores con jabón, toallas y desinfectante, mientras que una minoría del 16,27% no cuenta; solo el 16,27% de los restaurantes exhiben la licencia de funcionamiento y el 83,72% no lo hace; así mismo el 25,58% cuentan con letrero que promueve el ahorro del agua y energía eléctrica y el 74,41% no lo tiene, para el 81,39% cuenta con suministro de agua y el 18,60 no; para el 58,13% de los restaurantes si cuentan con vajilla en buen estado y bien colocadas, mientras que el 41,86% no tiene de esa manera; el 32,55% exhibe el aforo y el 67.44 no lo hace , sin embargo el 74,41% cuenta con sumideros en el áreas de preparación de alimentos y el 25,58% no cuenta.

Además se investigó si cuentan con un sistema que garantice la extracción de humos y olores que en un 53,48% y el 46,51% no tiene; mientras que el 90,69% contar con baños según normativa legal y una minoría de tan solo 9,30% no cuenta; mientras que el 74,41% cuentan con cartas con impuestos incluido y el 25,58% no; para el 58,13% el personal esta uniformado y el 41.86% no cumplen con esta condicionante; el personal usa protector de cabello en el 44,18 si lo hace y el 55,81 no, así mismo el 60,46% cuenta con botiquín de primeros auxilios y el 39,53 no ha adquirido dicho insumo. Por otra parte el 37,20 muestra limpieza y el 62,79 no lo hace; sin embargo mencionan el horario de atención para proveedores 30,23% y el 69,76% no lo tiene; 32,55% del personal conoce la carta y el 67,44% no lo conoce; el 60,46% del personal conoce los platos y prepara alimentos y el 39,53% esta nuevo en la actividad y está aprendiendo.

Los horarios de los establecimientos son exhibidos en un 72,09% y el 27,90% no lo hace, el personal acredita al menos un idioma extranjero en 55,88% y el 44,18% no; el 51.16% cuenta con bodegas y 48,83% no cuenta; el 69,76% cuenta con cubiertos vajillas sin signos de deterioro y 30,23%; el proceso de almacenamiento en un 62,79% lo hacen correctamente y el 37,20% no lo hace; mientras que el 34,88% manejan las plagas y el 65,11% no lo hace,

el 60,46% cuentan con mecanismos que informan intolerancias o alergias y el 39,53% no; de igual forma que el 34,88% cuenta con sistema de alimentación, y el 65,11% no cuentan; el 20,93% cuenta con pisos antideslizantes y el 79,6% no cuentan con esos pisos.

Para el 20,93% tiene áreas sin presencia de contaminación con aguas residuales o desechos y el 79,06% no tiene lo que preocupa mucha; las áreas de roedores en un 16,27% cuentan con áreas de almacenamiento limpias y el 83,72%; y el 11,62% cuenta con trampa de grasa y el 88,37% no tiene; cuentan con un proceso informativo de información de alergias el 39,53% y con el 60,46% o cuenta con el proceso; el 44,18% cuenta con lavaderos de agua caliente y el 55,81% no cuenta con eso; pero para el 13,95% cuenta con sistema de purificación de agua y el 86,04% no cuenta; el 13,95% del personal cuenta con el certificado médico y el 86,04% no tiene ese certificado; el 13,95% cuenta con un informativo del correcto lavado de manos y el 86,04%; el 100% no cuenta con aisladores de focos y no cuentan con el registro físico del control de temperatura, así mismo el 100% no cuenta con una carta en sistema braille.

Es preocupante que muchos de los establecimientos de cuarta categoría no cumplen con los estándares mínimos de calidad, puesto que supera el 70% de las condicionantes que no cumplen lo que imposibilita a mantenerse en un registro turístico y que debe mejorar varios aspectos solicitados en la matriz, para lo cual deberán aplicar lo más pronto posible para cambiar su condición.

El Ministerio de Turismo con esta información debe dar el proceso de asesoramiento para poder ejecutar cambios radicales en este tipo de restaurante.

4.2 Análisis FODA

Tabla 3: Análisis de Factores Claves

FACTORES INTERNOS		
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Gobernanza	1.- Buena con entidades de regulación y control de la ciudad. 2.- Empresario organizados en la CAPTUR Pastaza 3.- Interrelación entre propietarios en eventos 4.- Excelente participación en ferias y eventos	1.- El sector no dispone de servicio básico como: agua potable, alcantarillado adecuado 2.- Las autoridades no apoyan a los proyectos turísticos de impacto y a la promoción permanente 3.- No existe capacitación permanente
Productos y servicios	5.- Conocimiento de la oferta del restaurante. 6.- utilización de materia prima de productos propios de la zona. 7.- Cocineros con experticia 8.- Conocimiento de seguridad alimentaria y manipulación de alimentos.	4.- Inexistencia de un trabajo seguro para mandos operativos 5.- Falta de promoción y publicidad gastronómica
Mercadeo	9. Producir y vender productos propios de la zona. 10. Participación en ferias gastronómicas de la ciudad de Puyo.	6.- Falta de un catálogo de oferta gastronómica de los restaurantes
Investigación y desarrollo	11.-Conocimientos de uso de productos de la zona. 12.- Conocimientos en elaboración de platos tradicionales locales y nacionales	7.- No existe un plan de promoción gastronómica. 8.- Deficiente conocimiento de los restaurantes existentes
Finanzas	13.- Se financian con la venta de almuerzos en su mayoría y platos a la carta	9- Falta de creación de una caja solidaria donde estimulen préstamos a un interés bajo, para el apoyo a los empresarios .
FACTORES EXTERNOS		
	OPORTUNIDAD	AMENAZA
Social	1.- Contar con centros de atracción turística 2.- Contar con un centro de investigación de productos de la zona.	1.-Pérdida de la cultura y valoración gastronómica. 2.- Por falta de investigación de platos tradicionales usos y beneficios
Económico	3.- Programa para la difusión de la gastronomía local	3.- No existe recurso económico para el apoyo en diferentes campos.
Político	4.- Dar cumplimiento al plan de desarrollo turístico cantonal .	4.- No existe una decisión política y apoyo a la comercialización de la oferta gastronómica..
Ambiental	5.- Afluencia de turistas nacionales y extranjeras por la biodiversidad natural de la Amazonia Ecuatoriana que gustan de la gastronomía local.	5.- No hay una concienciación ambiental en los propietarios de restaurantes para el manejo de los desechos sólidos.
Cultural	6.- Apoyar a la difusión rescate y valorización de la gastronomía local	6.- Pérdida de la valoración de la gastronomía tradicional

Fuente: La Investigación, 2017

Elaborado por: Andocilla. 2017

Tabla 4: Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)

N#	FACTORES INTERNOS	PONDERACIONES	CLASIFICACIÓN	RESULTADOS PONDERADOS
FORTALEZA				
1	Buena con entidades de regulación y control de la ciudad.	0,06	3	0.18
2	Empresario organizados en la CAPTUR Pastaza	0,05	3	0.15
3	Interrelación entre propietarios en eventos	0,05	3	0.15
4	Excelente participación en ferias y eventos	0.05	4	0.20
5	Conocimiento de la oferta del restaurante	0,06	4	0.24
6	Utilización de materia prima de productos propios de la zona	0,06	3	0.18
7	Cocineros con experticia	0,05	3	0.15
8	Conocimiento de seguridad alimentaria y manipulación de alimentos	0.06	3	0.18
9	Producir y vender productos propios de la zona.	0.05	3	0.15
10	Participación en ferias gastronómicas de la ciudad de Puyo.	0.05	3	0.15
11	Conocimientos de uso de productos de la zona.	0.04	4	0.16
12	Conocimientos en elaboración de platos tradicionales locales y nacionales	0.06	4	0.24
13	Se financian con la venta de almuerzos en su mayoría y platos a la carta	0.06	3	0.18
		70		
DEBILIDADES				
14	El sector no dispone de servicio básico como: agua potable, alcantarillado adecuado	0.04	1	0.04
14	Las autoridades no apoyan a los proyectos turísticos de impacto y a la promoción permanente	0.02	2	0,08
16	No existe capacitación permanente	0.06	1	0.06
17	Inexistencia de un trabajo seguro para mandos operativos	0.06	1	0.06
18	Falta de promoción y publicidad gastronómica	0.03	1	0.03
19	Falta de un catálogo de oferta gastronómica de los restaurantes			
20	No existe un plan de promoción gastronómica	0.03	1	0.03
21	Deficiente conocimiento de los restaurantes existentes	0.03	1	0.03
22	Falta de creación de una caja solidaria donde estimulen préstamos a un interés bajo, para el apoyo a los empresarios .	0.03	1	0.03
Total		1.00		2.52
Parámetros de calificación: 0=0 sin importancia; 1.0= de gran importancia. 1= debilidad importante; 2= debilidad menor; 3 = fortaleza menor; 4= fortaleza importante				

Fuente: La Investigación, 2017

Elaborado por: Andocilla. 2017

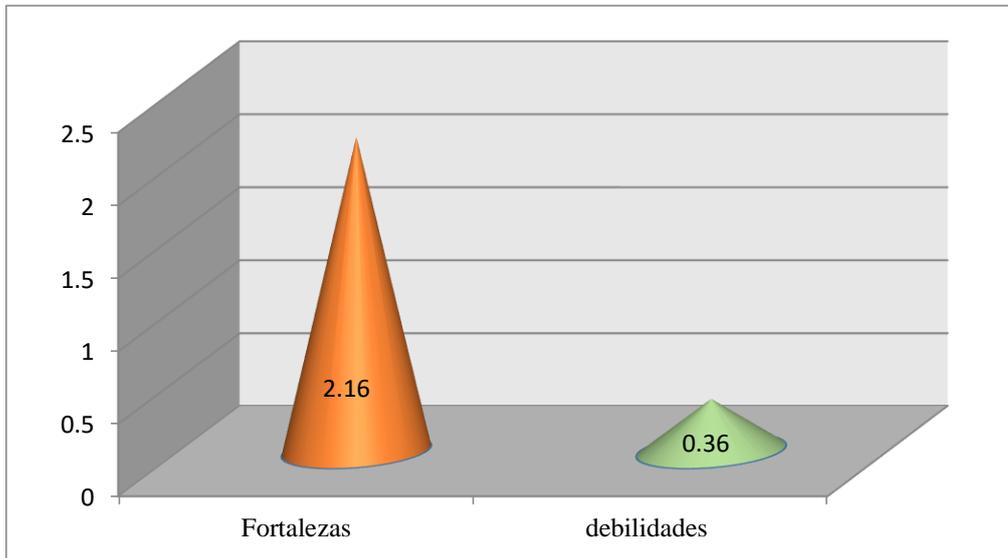


Gráfico 2: Análisis del Factor Interno

Fuente: La Investigación, 2017
 Elaborado por: Andocilla. 2017

Después de haber realizado la matriz de evaluación de análisis interno de los restaurantes de cuarta categoría, y de acuerdo al parámetros de calificación, éstos arrojan promedio nominal de 2.52 lo que muestra que los restaurantes tienen un nivel superior de fortalezas, pero sin embargo es necesario exponer que las debilidades mantienen un rango importante que hay que afrontar y minimizarlos.

Es evidente que los factores internos destacan las interrelaciones entre los propietarios del sector y las instituciones del estado o los entes de control que tienen directa competencia con los actores turísticos de la restauración.

Tabla 5: Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

N#	FACTORES EXTERNOS	PONDERACIONES	CLASIFICACIÓN	RESULTADOS PONDERADOS
OPORTUNIDAD				
1	Contar con centros de atracción turística	0.08	3	0.24
2	Contar con un centro de investigación de productos de la zona	0.09	4	0.36
3	Programa para la difusión de la gastronomía local	0.08	4	0.32
4	Dar cumplimiento al plan de desarrollo turístico cantonal.	0.08	4	0.32
5	Afluencia de turistas nacionales y extranjeras por la biodiversidad natural de la Amazonia Ecuatoriana que gustan de la gastronomía local	0.09	3	0.27
6	Apoyar a la difusión rescate y valorización de la gastronomía local	0.08	4	0.32
AMENAZAS				
1	Pérdida de la cultura y valoración gastronómica	0.08	1	0.08
2	Por falta de investigación de platos tradicionales usos y beneficios	0.08	1	0.08
3	No existe recurso económico para el apoyo en diferentes campos	0.08	2	0.16
4	No existe una decisión política y apoyo a la comercialización de la oferta gastronómica..	0.08	2	0.16
5	No hay una concienciación ambiental en los propietarios de restaurantes para el manejo de los desechos sólidos.	0.09	2	0.18
6	Pérdida de la valoración de la gastronomía tradicional	0.09	1	0.09
		1.00		
Total		1.00		2,58
Parámetros de calificación: 0=0 sin importancia; 1.0= de gran importancia. 1= debilidad importante; 2= debilidad menor; 3 = fortaleza menor; 4= fortaleza importante				

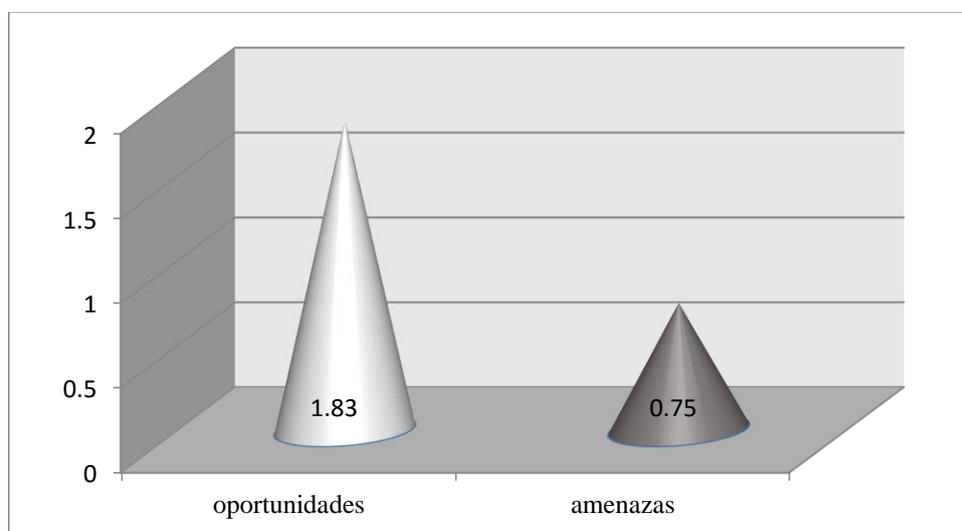


Gráfico 3: Análisis del Factor Externos

Fuente: La Investigación, 2017
 Elaborado por: Andocilla. 2017

Al análisis del entorno exógeno del sector o área de restaurantes de cuarta categoría, es sin duda un elemento importante; a fin, de saber pertinentemente las oportunidades y amenazas que presentan, y que además indiquen directas e indirectamente en el trabajo diario de estas empresas, luego de una lectura crítica de matriz de evaluación externa, tomando los resultados obtenidos en las ponderaciones de **2.58**; es indudable que poseen oportunidades que preserva la operación y servicio ofertado, en diferencia de las amenazas, que de igual manera está presente de manera considerable, por lo que debe apoyarse en las oportunidades y disminuir las amenazas en función a las estrategias resultantes del estudio.

MATRIZ MPC

Tabla 6: Matriz de perfil competitivo (MPC)

N#	Factores críticos para el éxito	Restaurantes de cuarta categoría		Restaurante de tercera categoría		Restaurante de segunda categoría	
		0,06	3	0,18	3	0,18	3
1	Buena con entidades de regulación y control de la ciudad.	0,06	3	0,18	3	0,18	3
2	Empresario organizados en la CAPTUR Pastaza	0,05	3	0,15	3	0,15	3
3	Interrelación entre propietarios en eventos	0,05	3	0,15	3	0,15	2
4	Excelente participación en ferias y eventos	0,05	4	0,20	3	0,15	3
5	Conocimiento de la oferta del restaurante	0,06	4	0,24	3	0,18	3
6	Utilización de materia prima de productos propios de la zona	0,06	3	0,18	2	0,12	2
7	Cocineros con experticia	0,05	3	0,15	2	0,10	3
8	Conocimiento de seguridad alimentaria y manipulación de alimentos	0,06	3	0,18	4	0,20	3
9	Producir y vender productos propios de la zona.	0,05	3	0,15	2	0,10	3
10	Participación en ferias gastronómicas de la ciudad de Puyo.	0,05	3	0,15	3	0,15	4
11	Conocimientos de uso de productos de la zona.	0,04	4	0,16	3	0,12	3
12	Conocimientos en elaboración de platos tradicionales locales y nacionales	0,06	4	0,24	2	0,12	2
13	Se financian con la venta de almuerzos en su mayoría y platos a la carta	0,06	3	0,18	2	0,12	3
14	El sector no dispone de servicio básico como: agua potable, alcantarillado adecuado	0,04	1	0,04	1	0,04	1
15	Las autoridades no apoyan a los proyectos turísticos de impacto y a la promoción permanente	0,02	2	0,08	2	0,04	2
16	No existe capacitación permanente	0,06	1	0,06	2	0,12	3
17	Inexistencia de un trabajo seguro para mandos operativos	0,04	1	0,04	2	0,08	2
18	Falta de promoción y publicidad gastronómica	0,03	1	0,03	3	0,09	3

19	Falta de un catálogo de oferta gastronómica de los restaurantes	0.02	1	0.02	4	0.12	3	0.12
20	No existe un plan de promoción gastronómica	0.03	1	0.03	3	0.09	3	0.09
21	Deficiente conocimiento de los restaurantes existentes	0.03	1	0.03	2	0.06	2	0.06
22	Falta de creación de una caja solidaria donde estimulen préstamos a un interés bajo, para el apoyo a los empresarios.	0.03	1	0.03	2	0.06	3	0.06
TOTAL		1,00		3,46		2.85		2.87

Fuente: Investigación, 2017
 Elaborado por: Andocilla. 2017

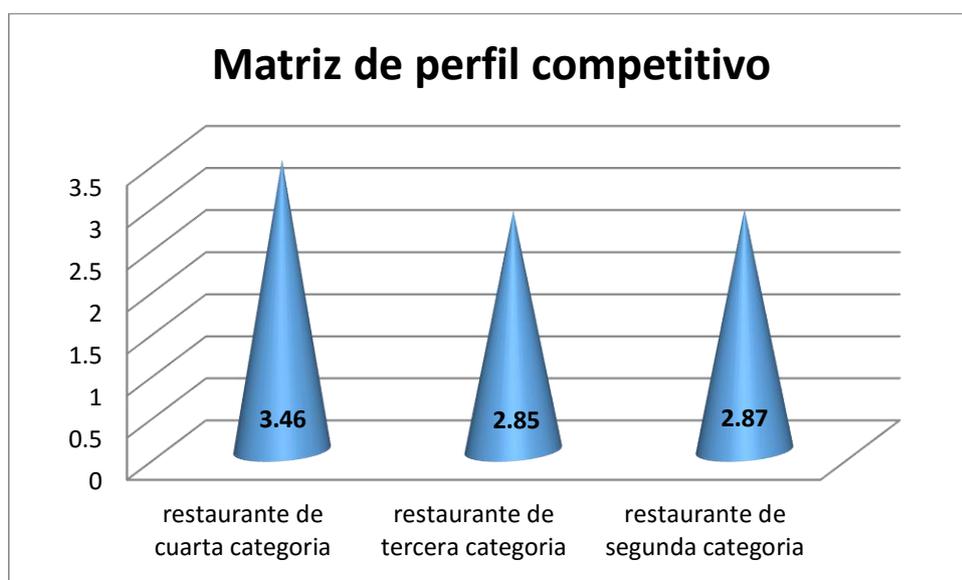


Gráfico 4: Matriz perfil competitivo

Fuente: La investigación, 2017
Elaborado por: Andocilla. 2017

El principal competidor en el mercado de los restaurantes son aquellos que tiene la categoría segunda con un porcentaje de 2,87 y los de tercera categoría con parámetros casi similares en un porcentaje de 2,85, por lo que es posible tomar las decisiones ante la competencia con más equilibrio y poder actuar acertadamente considerando las debilidades y amenazas

Tabla 7: Matriz de Resumen de Estrategias

FODA	FORTALEZA- F		DEBILIDAD - D	
	1	Buena con entidades de regulación y control de la ciudad.	1	El sector no dispone de servicio básico como: agua potable, alcantarillado adecuado
	2	Empresario organizados en la CAPTUR Pastaza	2	Las autoridades no apoyan a los proyectos turísticos de impacto y a la promoción permanente
	3	Interrelación entre propietarios en eventos	3	No existe capacitación permanente
	4	Excelente participación en ferias y eventos	4	Inexistencia de un trabajo seguro para mandos operativos
	5	Conocimiento de la oferta del restaurante	5	Falta de promoción y publicidad gastronómica
	6	Utilización de materia prima de productos propios de la zona	6	Falta de un catálogo de oferta gastronómica de los restaurantes
	7	Cocineros con experticia	7	No existe un plan de promoción gastronómica
	8	Conocimiento de seguridad alimentaria y manipulación de alimentos	8	Deficiente conocimiento de los restaurantes existentes
	9	Producir y vender productos propios de la zona.	9	Falta de creación de una caja solidaria donde estimulen préstamos a un interés bajo, para el apoyo a los empresarios.
	10	Participación en ferias gastronómicas de la ciudad de Puyo.		
	11	Conocimientos de uso de productos de la zona.		
	12	Conocimientos en elaboración de platos tradicionales locales y nacionales		
	13	Se financian con la venta de almuerzos en su mayoría y platos a la carta		
OPORTUNIDAD – O			ESTRATEGIAS - FO	ESTRATEGIAS – DO
1	Contar con centros de atracción turística		✓ Participar en proyectos de formación del talento humano y de mejora de las infraestructuras, (F1, F2, F3 ,F4, O3, O5,06)	✓ Generar oportunidades de negocio de los restaurantes de cuarta categoría (F1, F2, F3, F4, F9, F10, F11, F12)
2	Contar con un centro de investigación de productos de la zona			
3	Programa para la difusión de la gastronomía local		✓ Programa de difusión de la gastronomía local. (F5, F8, F9, F10, F11, F12, F13, O2, O3, O4,05,05)	✓ Generar un turismo gastronómico (F5, F6, F7, F11, F12, F13, , O3, O4, O5).
4	Dar cumplimiento al plan de desarrollo turístico cantonal .			
5	Afluencia de turistas nacionales y extranjeras por la biodiversidad natural de la Amazonia Ecuatoriana que gustan de la gastronomía local			
6	Apoyar a la difusión rescate y valorización de la gastronomía local			
AMENAZA – A			ESTRATEGIAS – FA	ESTRATEGIAS – DA
.1	Pérdida de la cultura y valoración gastronómica		✓ Propiciar la investigación de platos tradicionales (F5, F7, F11, F12, A1, A2, A6)	✓ Propiciar la elaboración de un catalogo gastronómico (D5, D6, D7, A8, A9, A11, A12)
2	Por falta de investigación de platos tradicionales usos y beneficios			
3	No existe recurso económico para el apoyo en diferentes campos		✓ Revalorización de la gastronomía tradicional. (F5, F6, F7, F8,F9,10, F11, F12, F13,, A1, A2, A3 , A4, A5, A6)	✓ Fomentar procesos de capacitación especializados para el sector.(D4, D7, D14, A1, A2,A6)
4	No existe una decisión política y apoyo a la comercialización de la oferta gastronómica..			
5	No hay una concienciación ambiental en los propietarios de restaurantes para el manejo de los desechos sólidos.			
6	Pérdida de la valoración de la gastronomía tradicional			

Fuente: La investigación, 2017/ **Elaborado por:** Andocilla. 201

Etapa decisoria

Tabla 8: Matriz cuantitativa de planificación estratégica (MCPE)

FORTALEZAS	Peso	ESTRATEGIAS															
		FO 1		FO 2		DO1		DO2		FA 1		FA 2		DA 1		DA 2	
		CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA
Buena con entidades de regulación y control de la ciudad.	0,20	3,00	0,60	3,00	0,60	3,00	0,60	3,00	0,60	3,00	0,60	3,00	0,60	3,00	0,60	3,00	0,60
Empresario organizador en la CAPTUR Pastaza	0,20	2,00	0,40	3,00	0,60	3,00	0,60	3,00	0,60	2,00	0,40	2,00	0,40	3,00	0,60	3,00	0,60
Interrelación entre propietarios en eventos	0,10	3,00	0,30	3,00	0,30	3,00	0,30	3,00	0,30	3,00	0,30	3,00	0,30	3,00	0,30	3,00	0,30
Excelente participación en ferias y eventos	0,20	3,00	0,60	2,00	0,40	3,00	0,60	3,00	0,60	3,00	0,60	3,00	0,60	2,00	0,40	3,00	0,60
Conocimiento de la oferta del restaurante	0,20	3,00	0,60	3,00	0,60	3,00	0,60	3,00	0,60	3,00	0,60	3,00	0,60	3,00	0,60	3,00	0,60
Utilización de materia prima de productos propios de la zona	0,15	3,00	0,45	4,00	0,60	3,00	0,45	4,00	0,60	3,00	0,45	4,00	0,60	3,00	0,45	4,00	0,60
Cocineros con experticia	0,20	3,00	0,60	3,00	0,60	3,00	0,60	3,00	0,60	3,00	0,60	3,00	0,60	3,00	0,60	3,00	0,60
Conocimiento de seguridad alimentaria y manipulación de alimentos	0,15	4,00	0,60	4,00	0,60	4,00	0,60	4,00	0,60	4,00	0,60	4,00	0,60	4,00	0,60	4,00	0,60
Producir y vender productos propios de la zona.	0,10	3,00	0,30	3,00	0,30	4,00	0,40	3,00	0,30	3,00	0,30	3,00	0,30	3,00	0,30	3,00	0,30
Participación en ferias gastronómicas de la ciudad de Puyo.	0,20	4,00	0,80	4,00	0,80	4,00	0,80	4,00	0,80	4,00	0,80	4,00	0,80	4,00	0,80	4,00	0,80
Conocimientos de uso de productos de la zona.	0,25	3,00	0,75	3,00	0,75	3,00	0,75	3,00	0,75	3,00	0,75	3,00	0,75	3,00	0,75	3,00	0,75
Conocimientos en elaboración de platos tradicionales locales y nacionales	0,25	4,00	1,00	4,00	1,00	4,00	1,00	4,00	1,00	4,00	1,00	4,00	1,00	4,00	1,00	4,00	1,00
Se financian con la venta de almuerzos en su mayoría y platos a la carta	0,12	3,00	0,36	3,00	0,36	3,00	0,36	3,00	0,36	3,00	0,36	3,00	0,36	3,00	0,36	3,00	0,36
DEBILIDADES																	
El sector no dispone de servicio básico como: agua potable, alcantarillado adecuado	0,25	2,00	0,50	3,00	0,75	2,00	0,50	3,00	0,75	2,00	0,50	3,00	0,75	2,00	0,50	3,00	0,75
Las autoridades no apoyan a los proyectos turísticos de impacto y a la promoción permanente	0,04	1,00	0,04	1,00	0,04	1,00	0,04	1,00	0,04	1,00	0,04	1,00	0,04	1,00	0,04	1,00	0,04
No existe capacitación permanente	0,02	1,00	0,04	1,00	0,04	1,00	0,04	1,00	0,04	1,00	0,04	1,00	0,04	1,00	0,04	1,00	0,04
Inexistencia de un trabajo seguro para mandos operativos	0,01	2,00	0,02	2,00	0,02	2,00	0,02	2,00	0,02	2,00	0,02	2,00	0,02	2,00	0,02	2,00	0,02
Falta de promoción y publicidad gastronómica	0,01	2,00	0,02	2,00	0,02	2,00	0,02	2,00	0,02	2,00	0,02	2,00	0,02	2,00	0,02	2,00	0,02
Falta de un catálogo de oferta gastronómica de los restaurantes	0,02	2,00	0,04	2,00	0,04	2,00	0,04	2,00	0,04	2,00	0,04	2,00	0,04	2,00	0,04	2,00	0,04
No existe un plan de promoción gastronómica	0,04	2,00	0,08	2,00	0,08	2,00	0,08	2,00	0,08	2,00	0,08	2,00	0,08	2,00	0,08	2,00	0,08
Deficiente conocimiento de los restaurantes existentes	0,04	2,00	0,08	2,00	0,08	2,00	0,08	2,00	0,08	2,00	0,08	2,00	0,08	2,00	0,08	2,00	0,08
Falta de creación de una caja solidaria donde estimulen préstamos a un interés bajo, para el apoyo a los empresarios.	0,05	4,00	0,20	2,00	0,20	2,00	0,20	2,00	0,20	2,00	0,20	2,00	0,20	2,00	0,20	2,00	0,20
OPORTUNIDAD																	
Contar con centros de atracción turística	0,05	0,04	0,20	1,00	0,05	1,00	0,05	1,00	0,05	2,00	0,10	1,00	0,05	0,01	0,05	0,01	0,05

Contar con un centro de investigación de productos de la zona	0,20	2,00	0,40	1,00	0,20	2,00	0,40	1,00	0,20	2,00	0,40	1,00	0,20	2,00	0,40	1,00	0,20	
Programa para la difusión de la gastronomía local	0,15	2,00	0,30	3,00	0,30	2,00	0,30	1,00	0,15	2,00	0,30	1,00	0,15	2,00	0,30	1,00	0,15	
Dar cumplimiento al plan de desarrollo turístico gastronómico.	0,20	2,00	0,40	1,00	0,20	2,00	0,40	1,00	0,20	2,00	0,40	1,00	0,20	2,00	0,40	1,00	0,20	
Afluencia de turistas nacionales y extranjeros por la biodiversidad natural de la Amazonia Ecuatoriana que gustan de la gastronomía local	0,20	2,00	0,40	1,00	0,20	2,00	0,40	1,00	0,20	2,00	0,40	1,00	0,20	2,00	0,40	1,00	0,20	
Apoyar a la difusión rescate y valorización de la gastronomía local	0,25	2,00	0,50	1,00	0,25	2,00	0,50	1,00	0,25	2,00	0,50	1,00	0,25	2,00	0,50	1,00	0,25	
AMENAZAS																		
Pérdida de la cultura y valoración gastronómica	0,05	2,00	0,10	3,00	0,15	2,00	0,10	3,00	0,15	2,00	0,10	3,00	0,15	2,00	0,10	3,00	0,15	
Por falta de investigación de platos tradicionales usos y beneficios	0,05	3,00	0,15	2,00	0,20	3,00	0,15	2,00	0,10	3,00	0,15	2,00	0,10	3,00	0,15	2,00	0,10	
No existe recurso económico para el apoyo en diferentes campos	0,05	2,00	0,10	3,00	0,15	2,00	0,10	3,00	0,15	2,00	0,10	3,00	0,15	2,00	0,10	3,00	0,15	
No existe una decisión política y apoyo a la comercialización de la oferta gastronómica.	0,05	2,00	0,10	3,00	0,18	2,00	0,10	3,00	0,15	2,00	0,10	3,00	0,15	2,00	0,10	3,00	0,15	
No hay una concienciación ambiental en los propietarios de restaurantes para el manejo de los desechos sólidos.	0,05	3,00	0,15	2,00	0,10	3,00	0,15	2,00	0,10	3,00	0,15	2,00	0,10	3,00	0,15	2,00	0,10	
Pérdida de la valoración de la gastronomía tradicional	0,05	2,00	0,10	3,00	0,15	2,00	0,10	3,00	0,15	2,00	0,10	3,00	0,15	2,00	0,10	3,00	0,15	
TOTAL	0		11,2		10,9		11,4		11,5		11,1		10,5		11,0		11,7	
			8		1		3		5		8		7		7		7	
CA: Calificación de la estrategia TCA: Total de calificación Calificación del atractiva; 1- no es atractiva; 2- algo atractiva; 3- bastante atractiva; 4- muy atractiva																		

Fuente: Trabajo Fuente: La investigación, 2017/ Elaborado por: Andocilla. 2017

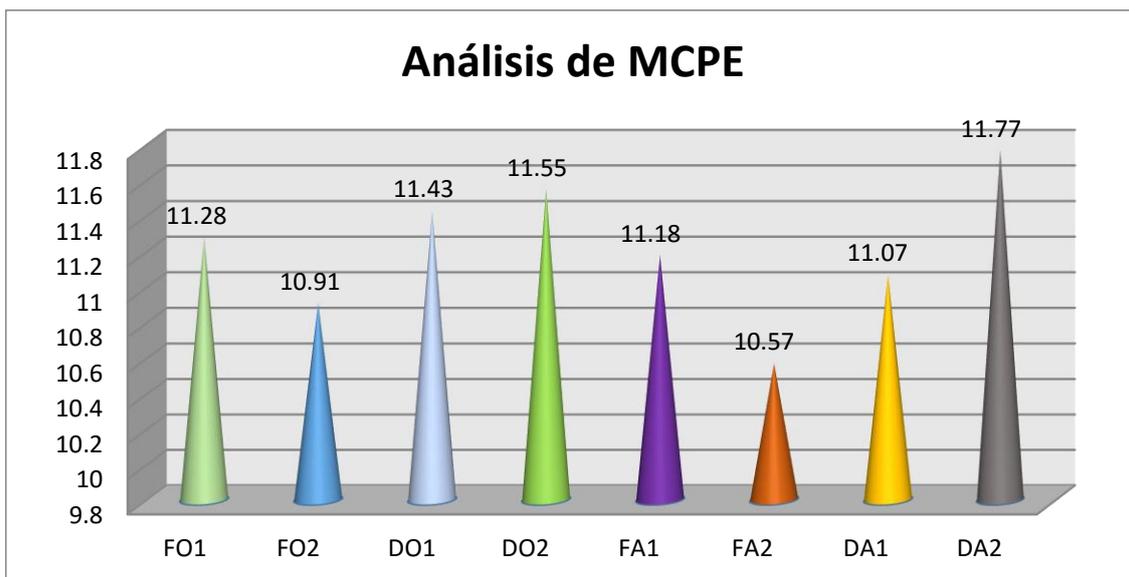


Gráfico 5: Matriz perfil competitivo

Fuente: La investigación, 2017

Elaborado por: Andocilla. 2017

En esta etapa importante, las decisiones que ha arrojado en cuanto al desarrollo sector de restauración, como la matriz cualitativa de planificación, las estrategias adquiridas en la matriz FODA están comparando con los factores propios del sector que requieren ser considerados como un complemento, los datos críticos de éxito; ocho estrategias logradas en función de los objetivos las puntuaciones más altas corresponden a: **DA2** con 11,77, **DO2** con 11,55, **DO1** con 11,43, seguido de **FO1** con 11,28, **FA1** 11,18 y **DA1** con 11,07 **F02** con 10,91 y **FA2** con 10,57, con éstos valores permiten un análisis profundo y las toma de decisión en función a la valoración y realidad del sector.

4.3 Analizar la relación de calidad de servicio y satisfacción a través de la aplicación de encuestas

Tabla 9: Equipo de apariencia moderna

¿El empleado tiene equipos de apariencia moderna?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	malo	73	27,4	27,4	27,4
	regular	30	11,3	11,3	38,7
	bueno	85	32,0	32,0	70,7
	muy bueno	66	24,8	24,8	95,5
	excelente	12	4,5	4,5	100,0
	Total	266	100,0	100,0	

Fuente: La Investigación, 2017
Elaborado por: Andocilla. 2017

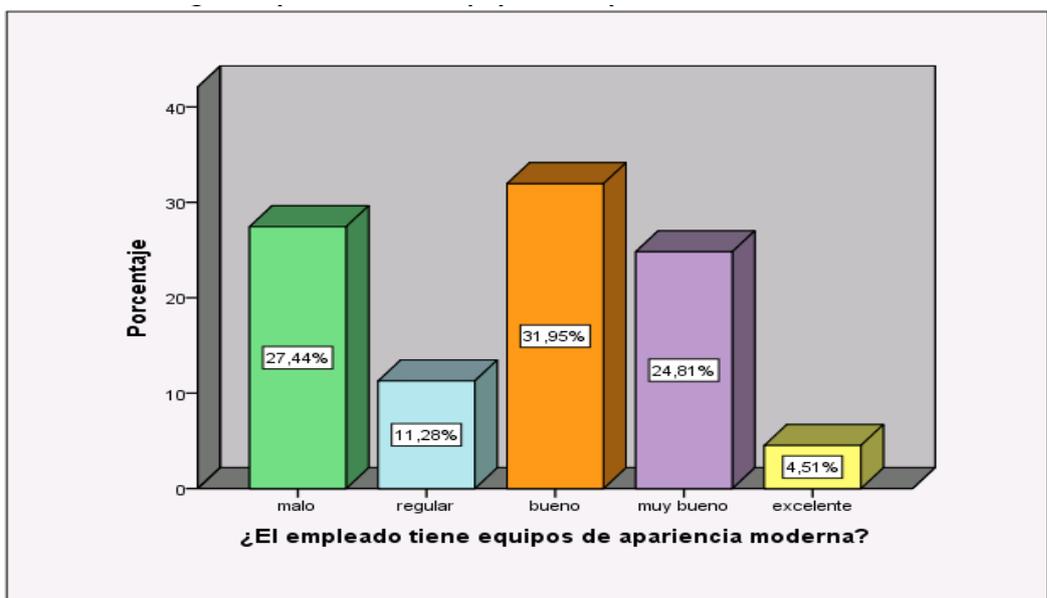


Gráfico 6: Existe equipos de apariencia moderna

Fuente: La Investigación, 2017
Elaborado por: Andocilla. 2017

Análisis e Interpretación: Según los encuestados mencionan que el restaurante tiene equipos de apariencia moderna para un 32 % es bueno, seguido de un 27,4% que considera que es malo mientras que para el 24,80% es muy bueno, sin embargo una minoría del 11,30% dice que es regular y tan solo un 4,5% dice que es excelente. Lo que nos muestra que en general es buena en relación a la apariencia moderna

Tabla 10: Carta visualmente atractiva

		¿La carta o el menú es visualmente atractivo?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	malo	41	15,4	15,4	15,4
	regular	82	30,8	30,8	46,2
	bueno	34	12,8	12,8	59,0
	muy bueno	63	23,7	23,7	82,7
	excelente	46	17,3	17,3	100,0
	Total	266	100,0	100,0	

Fuente: La Investigación, 2017
 Elaborado por: Andocilla. 2017

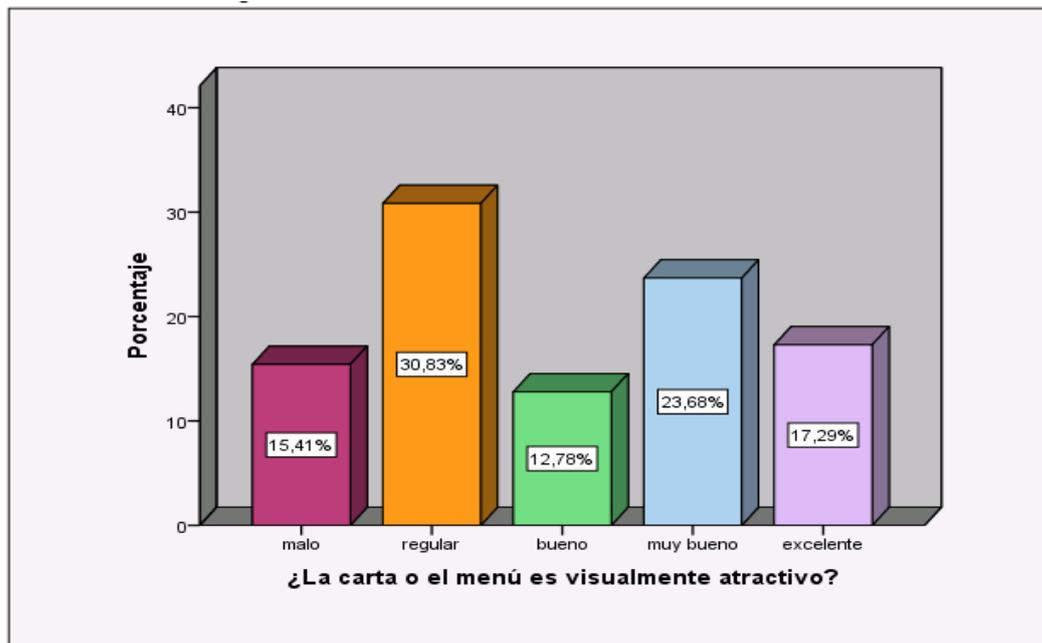


Gráfico 7 : Carta visualmente atractiva

Fuente: La Investigación, 2017
 Elaborado por: Andocilla. 2017

Análisis e Interpretación: Para el 30, 80% de los clientes la carta presentada visualmente es atractiva a la vista, seguida de un 23,70% que opina que es muy bueno, para el 17,30% es excelente, sin embargo, en un 15,41% es malo no es atractiva, y en un 12,80% es dice que la carta es buena y atractiva. Demostrando así que el atractivo de la carta que posee el restaurante es regular.

Tabla 11: Instalaciones, atractivas, cuidadas y aptas para un buen servicio

¿las instalaciones físicas son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio ?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	regular	76	28,6	28,6	28,6
	bueno	57	21,4	21,4	50,0
	muy bueno	86	32,3	32,3	82,3
	excelente	47	17,7	17,7	100,0
	Total	266	100,0	100,0	

Fuente: La Investigación, 2017

Elaborado por: Andocilla. 2017

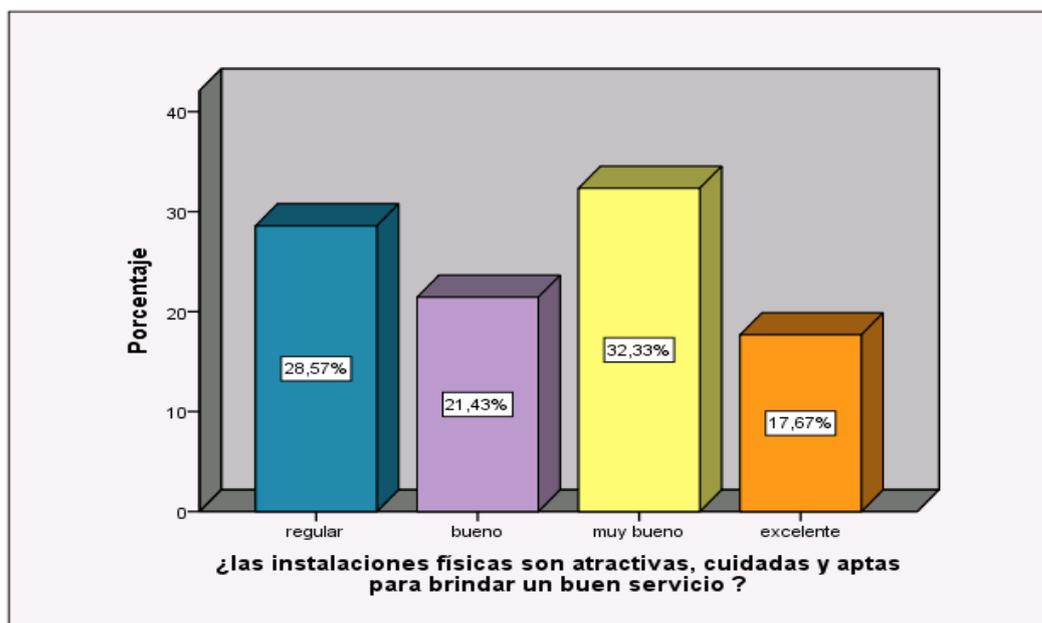


Gráfico 8 Instalaciones Atractivas

Fuente: La Investigación, 2017

Elaborado por: Andocilla. 2017

Análisis e Interpretación: El 32,30 de los encuestados menciona que las instalaciones son atractivas, cuidadas y aptas para el buen servicio, seguido del 28,6% que opina que es regular, y el 21,4% considera que es bueno, y el 17,7% como excelente, lo que demuestra que es aceptable para los clientes que hacen uso de este tipo de restaurantes

Fiabilidad o presentación del servicio

Tabla 12 Servicio que esperaba

		¿Usted obtiene el servicio que esperaba?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	malo	9	3,4	3,4	3,4
	regular	31	11,7	11,7	15,0
	bueno	91	34,2	34,2	49,2
	muy bueno	65	24,4	24,4	73,7
	excelente	70	26,3	26,3	100,0
	Total	266	100,0	100,0	

Fuente: La Investigación, 2017
Elaborado por: Andocilla. 2017

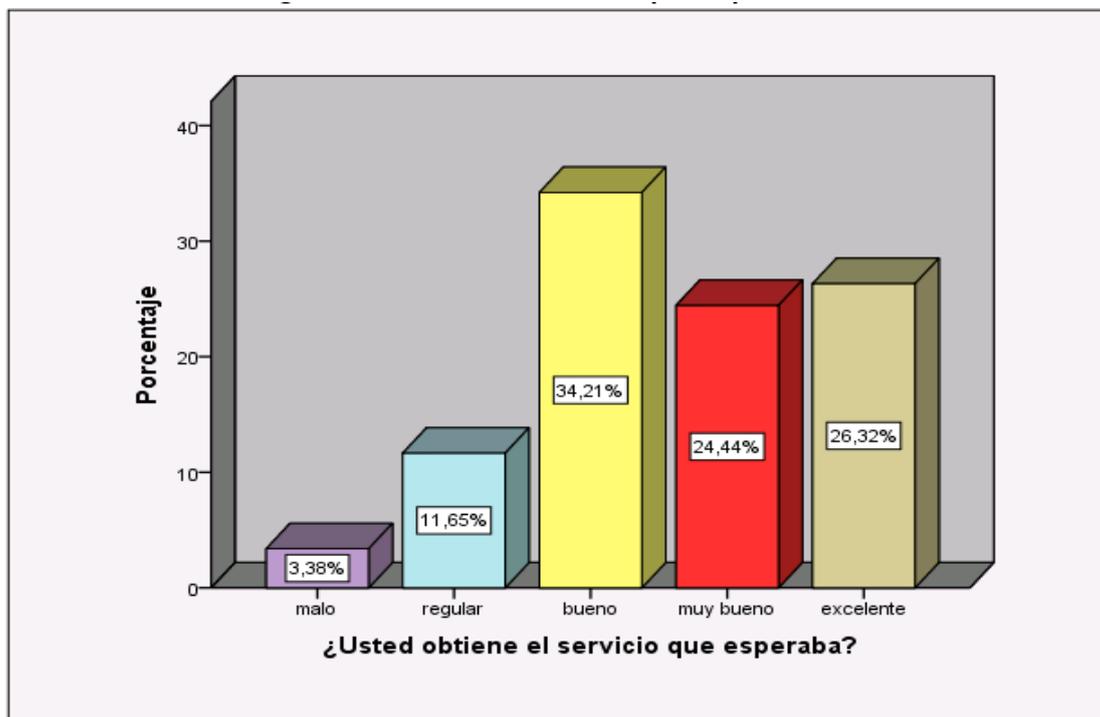


Gráfico 9 Obtiene el servicio que esperaba

Fuente: La Investigación, 2017
Elaborado por: Andocilla. 2017

Análisis e Interpretación: Para el 34,20% de los encuestados menciona que el servicio que esperaba lo obtuvieron es bueno, y que el 26,32% es excelente, y así mismo el 24,44% es muy bueno; mientras que un 11,65% consideran un servicio regular, y tan solo un 3,40% como malo, esto demuestra que los clientes encuestados hablan bien de este tipo de restaurante con relación al servicio que esperaban.

Tabla 13: Empleado cumple lo que promete en el servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	14	5,3	5,3	5,3
	Regular	18	6,8	6,8	12,0
	Bueno	114	42,9	42,9	54,9
	muy bueno	44	16,5	16,5	71,4
	Excelente	76	28,6	28,6	100,0
	Total	266	100,0	100,0	

Fuente: La Investigación, 2017
 Elaborado por: Andocilla. 2017

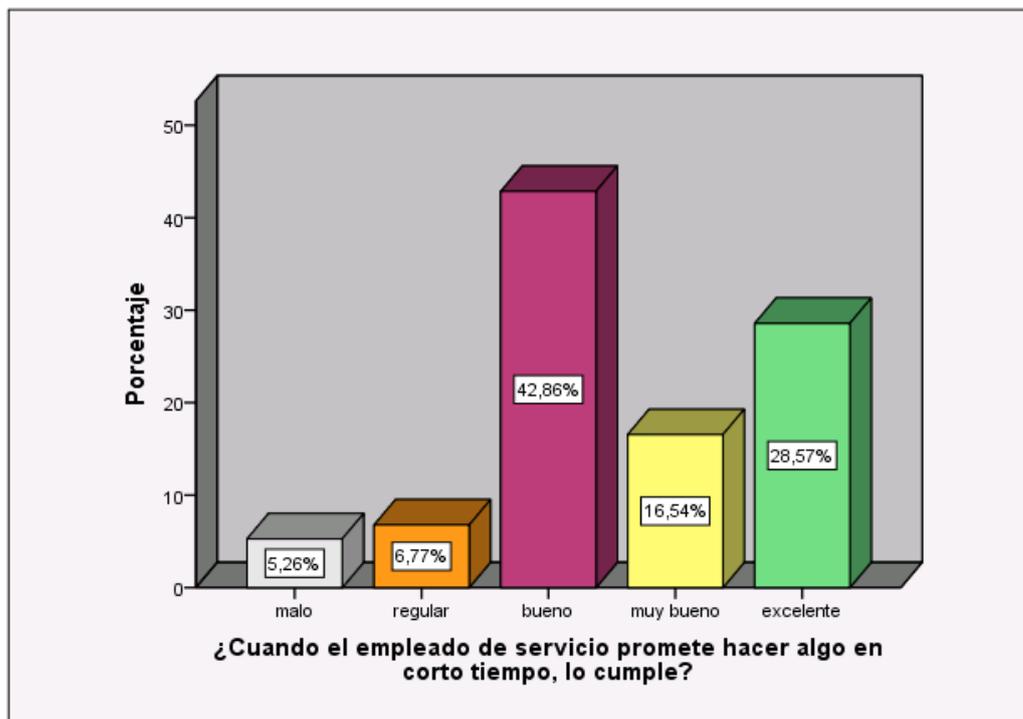


Gráfico 10: Empleado cumple lo que promete en el servicio

Fuente: La Investigación, 2017
 Elaborado por: Andocilla. 2017

Análisis e Interpretación: Para el 42,90% de los encuestados, el empleado cumple lo que promete en el servicio como bueno, seguido de un 28,6% que dice que es excelente; así mismo el 16,50% dice que es muy bueno; mientras que para el 6,8% le parece regular y el 5,3% considera realmente malo, lo que demuestra que a pesar de que la mayoría lo considera aceptable no hay que descuidar la opinión de quienes lo ven como regular y malo.

Tabla 14: Cliente en problemas- empleado solucionara

¿Cuando un cliente tienen un problema el empleado muestra sincero interés en solucionarlo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	16	6,0	6,0	6,0
	Bueno	155	58,3	58,3	64,3
	muy bueno	56	21,1	21,1	85,3
	excelente	39	14,7	14,7	100,0
	Total	266	100,0	100,0	

Fuente: La Investigación, 2017
Elaborado por: Andocilla. 2017

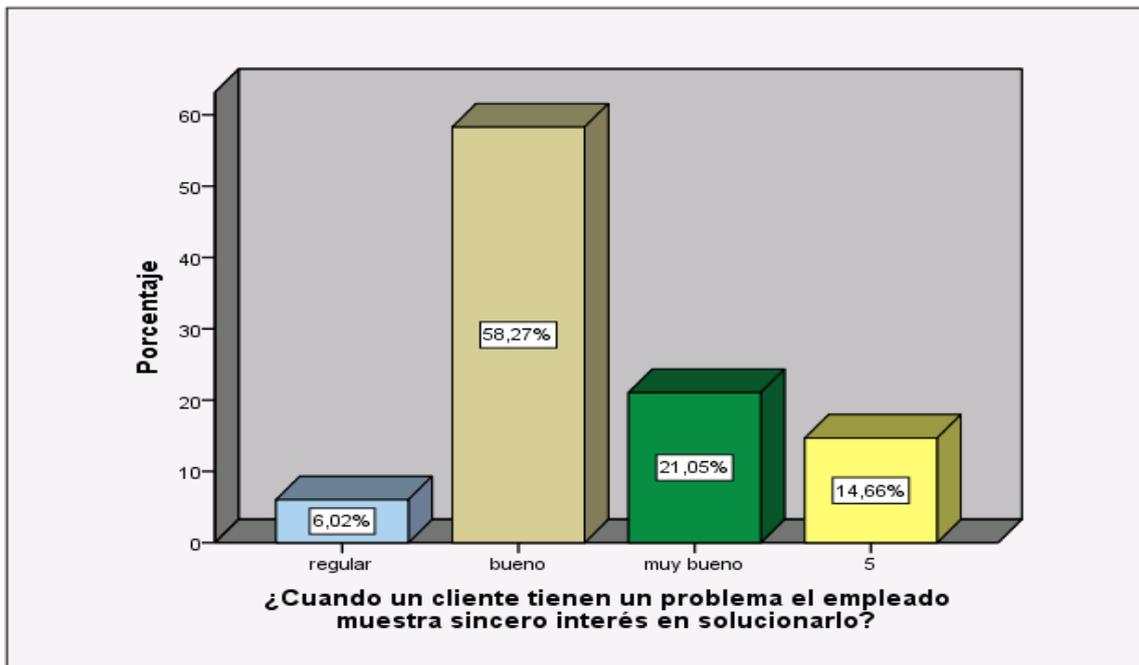


Gráfico 11 : Cliente en problemas- empleado solucionara

Fuente: La Investigación, 2017
Elaborado por: Andocilla. 2017

Análisis e Interpretación: Para el 58,3% de los encuestados opinan que cuando hay problemas el empleado muestra interés en solucionarlo; mientras que el 21,10% opinan que es muy bueno, por un 14,70% es excelente y tan solo un 6% dice que es regular.

Tabla 15: El empleado realiza bien el servicio

		¿El empleado realiza bien el servicio la primera vez?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	regular	25	9,4	9,4	9,4
	bueno	181	68,0	68,0	77,4
	muy bueno	34	12,8	12,8	90,2
	excelente	26	9,8	9,8	100,0
	Total	266	100,0	100,0	

Fuente: La Investigación, 2017
 Elaborado por: Andocilla. 2017

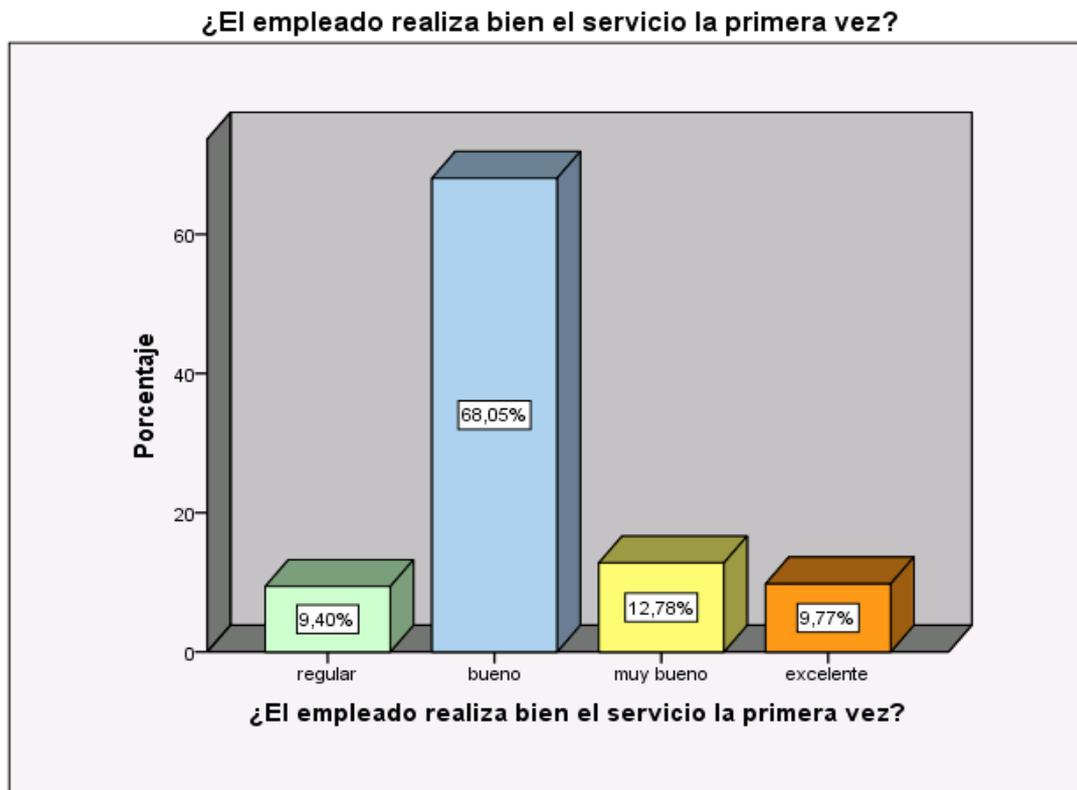


Gráfico 12: El empleado realiza bien el servicio

Fuente: La Investigación, 2017
 Elaborado por: Andocilla. 2017

Análisis e Interpretación: El 68% de los clientes encuestados opina que el empleado realiza bien el servicio la primera vez, lo considera bueno seguido de un 12,80% que considera como muy bueno, mientras que con datos casi similares del 9,8% como excelente y 9,4% como regular, lo que demuestra que hay que considerar mejorar lo que opinan como regular.

Capacidad de Respuesta

Tabla 16: El tiempo aguardado para el servicio es satisfactorio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	3	1,1	1,1	1,1
	Bueno	106	39,8	39,8	41,0
	muy bueno	76	28,6	28,6	69,5
	excelente	81	30,5	30,5	100,0
	Total	266	100,0	100,0	

Fuente: La Investigación, 2017

Elaborado por: Andocilla. 2017

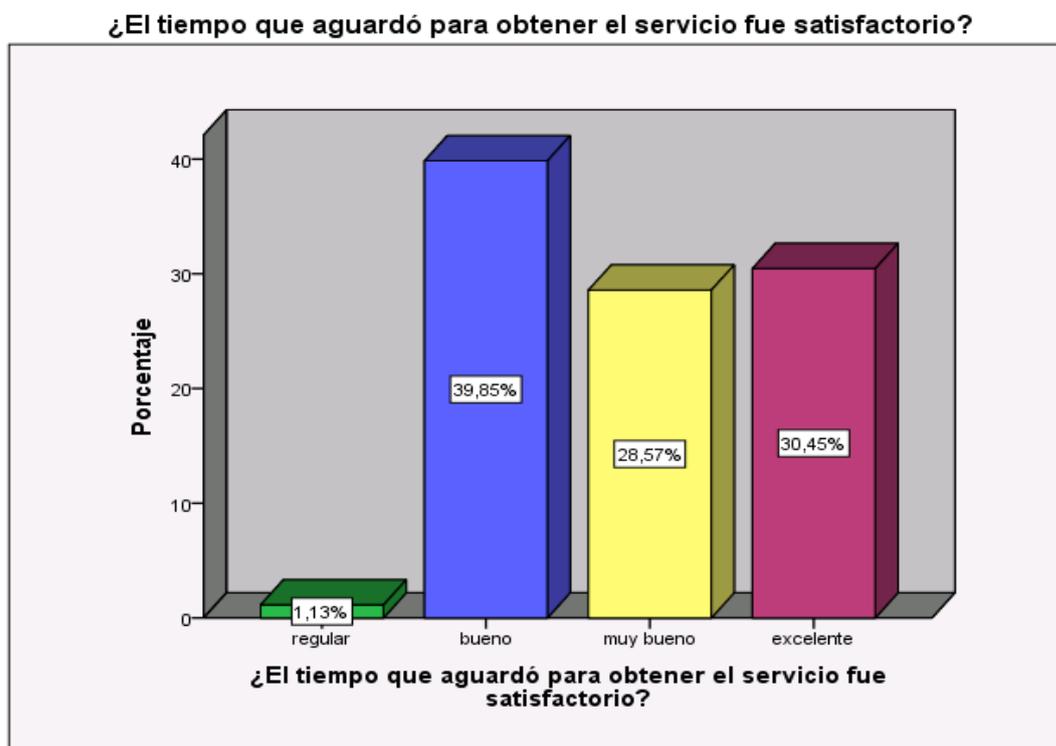


Gráfico 13 El tiempo aguardado para el servicio es satisfactorio

Fuente: La Investigación, 2017

Elaborado por: Andocilla. 2017

Análisis e Interpretación: Para el 39,80% de los encuestados opinan que el tiempo que aguardaron para obtener el servicio como satisfactorio lo califican que es bueno y el 30,5% dice que es excelente, seguido de un 28,6% que opina que es muy bueno y tan solo un 1,10% como regular lo que nos indica que el tiempo del servicio es aceptable en su mayoría.

Tabla 17 Disponibilidad del empleado para atender

		¿Hay disponibilidad del empleado para atenderle?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	24	9,0	9,0	9,0
	Bueno	80	30,1	30,1	39,1
	muy bueno	95	35,7	35,7	74,8
	excelente	67	25,2	25,2	100,0
	Total	266	100,0	100,0	

Fuente: La Investigación, 2017

Elaborado por: Andocilla. 2017

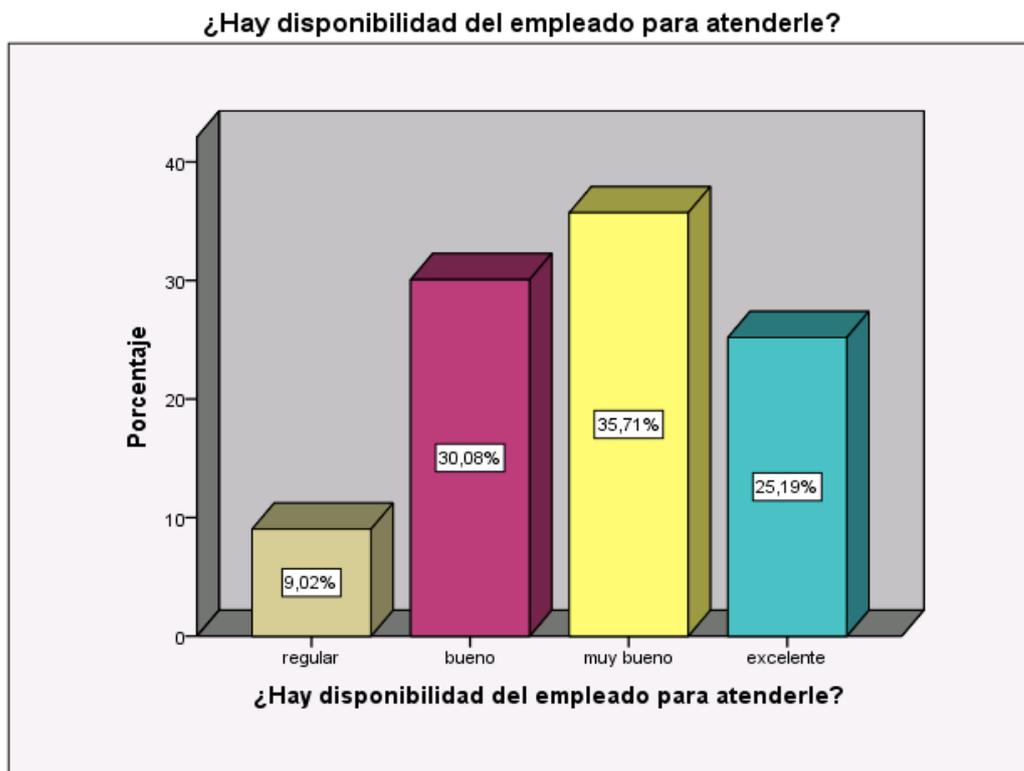


Gráfico 14 Disponibilidad del empleado para atender

Fuente: La Investigación, 2017

Elaborado por: Andocilla. 2017

Análisis e Interpretación: Según los encuestados la disponibilidad que los empleados tienen para atenderlos es muy bueno en un 35,7%, seguido de quienes opinan que es bueno en un 30,1%, el 25,2% opina que es excelente, mientras que el 9% es regular y hay que considerar al grupo que opina que es regular y mejorar esa apreciación.

Tabla 18 Le atendieron a tiempo

		¿Si necesitó resolver algún inconveniente con su orden le atendieron a tiempo?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	regular	29	10,9	10,9	10,9
	bueno	50	18,8	18,8	29,7
	muy bueno	106	39,8	39,8	69,5
	excelente	81	30,5	30,5	100,0
	Total	266	100,0	100,0	

Fuente: La Investigación, 2017

Elaborado por: Andocilla. 2017

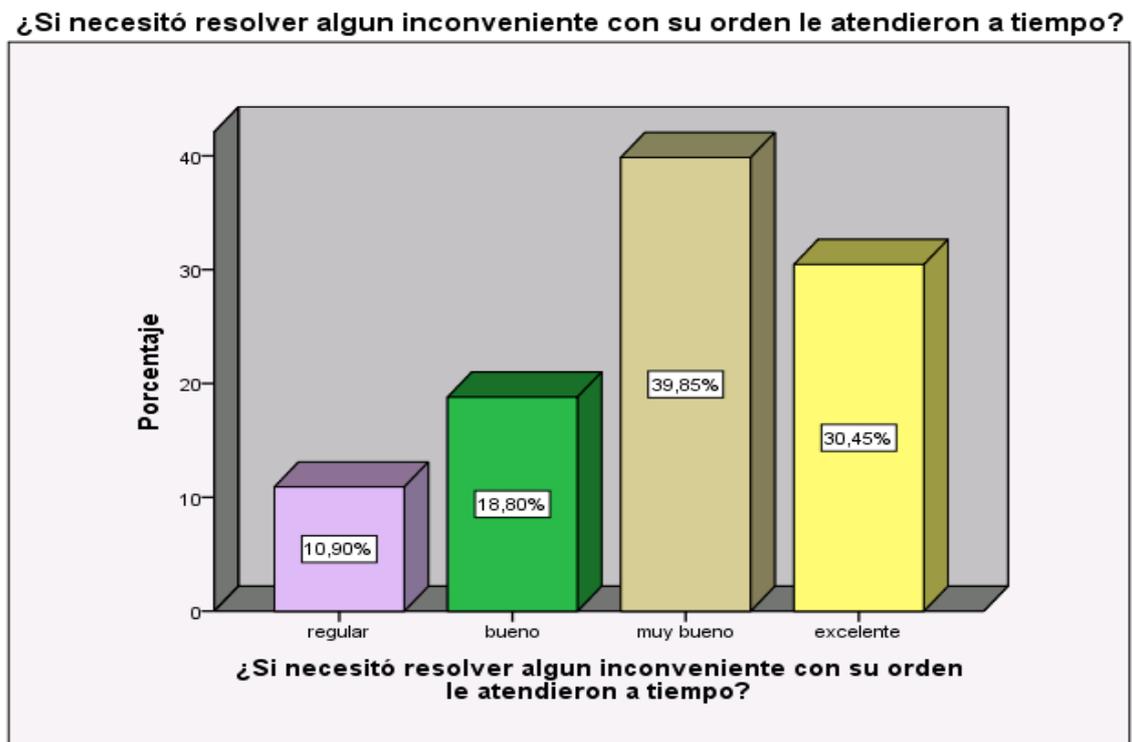


Gráfico 15: Le atendieron a tiempo

Fuente: La Investigación, 2017

Elaborado por: Andocilla. 2017

Análisis e Interpretación: Un 39,8% de los encuestados dicen que es muy bueno el restaurante cuando necesitaron resolver inconvenientes con su orden le atendieron a tiempo, seguido de un 30,45% es excelente, y el 18,8% es bueno y el 10,9% opina que es regular, lo que demuestra que hay que mejorar aún más el servicio al resolver las órdenes de los clientes.

Seguridad

Tabla 19 Los empleados inspiran confianza y seguridad

		¿El comportamiento de los empleados le inspira confianza y seguridad?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	regular	8	3,0	3,0	3,0
	bueno	71	26,7	26,7	29,7
	muy bueno	82	30,8	30,8	60,5
	excelente	105	39,5	39,5	100,0
	Total	266	100,0	100,0	

Fuente: La Investigación, 2017

Elaborado por: Andocilla. 2017

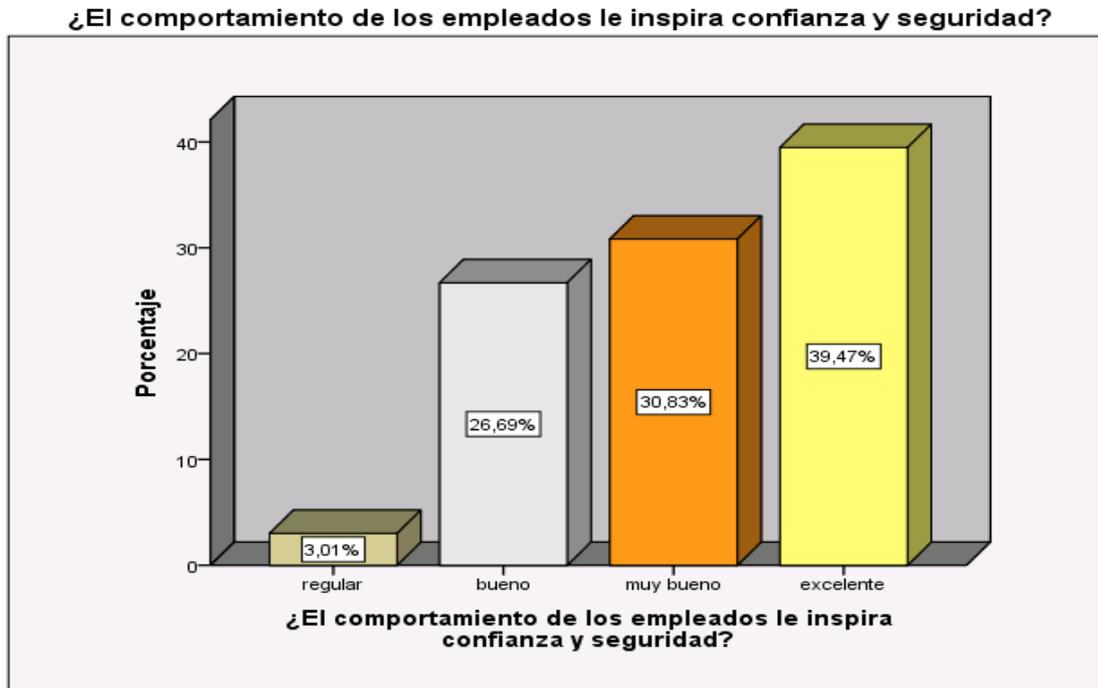


Gráfico 16 Los empleados inspiran confianza y seguridad

Fuente: La Investigación, 2017

Elaborado por: Andocilla. 2017

Análisis e Interpretación: Los empleados de los restaurantes de cuarta categoría inspiran confianza y seguridad en un 39,5%, y el 30,8% opina que es muy bueno, seguido de un 26,7% que dice que es bueno y tan solo un 3% opina que es regular, lo que muestra que hay mucha confianza en los empleados

Tabla 20: Se demuestra igualdad de trato para todos

		¿Los empleados demuestran igualdad para todos sus clientes?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	regular	36	13,5	13,5	13,5
	bueno	96	36,1	36,1	49,6
	muy bueno	50	18,8	18,8	68,4
	excelente	84	31,6	31,6	100,0
Total		266	100,0	100,0	

Fuente: La Investigación, 2017
 Elaborado por: Andocilla. 2017

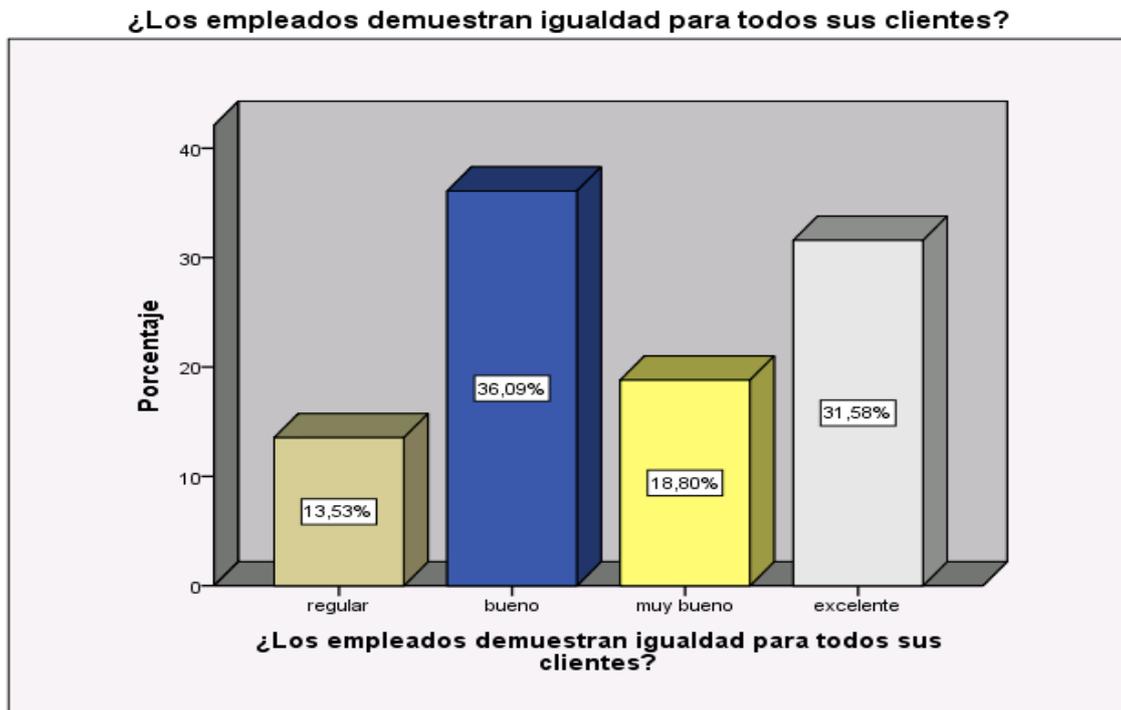


Gráfico 17 Se demuestra igualdad de trato para todos

Fuente: La Investigación, 2017
 Elaborado por: Andocilla. 2017

Análisis e Interpretación: El 36,1% de los encuestados opinan que es bueno que los empleados demuestran igualdad para todos sus clientes, el 31,6% considera que es excelente, seguidos de los que opinan como el 18,85 que es muy bueno y el 13,53% considera que es regular.

Empatía

Tabla 21 Recibe atención personalizada

		¿Usted recibió atención personalizada?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	regular	19	7,1	7,1	7,1
	bueno	70	26,3	26,3	33,5
	muy bueno	73	27,4	27,4	60,9
	excelente	104	39,1	39,1	100,0
Total		266	100,0	100,0	

Fuente: La Investigación, 2017

Elaborado por: Andocilla. 2017

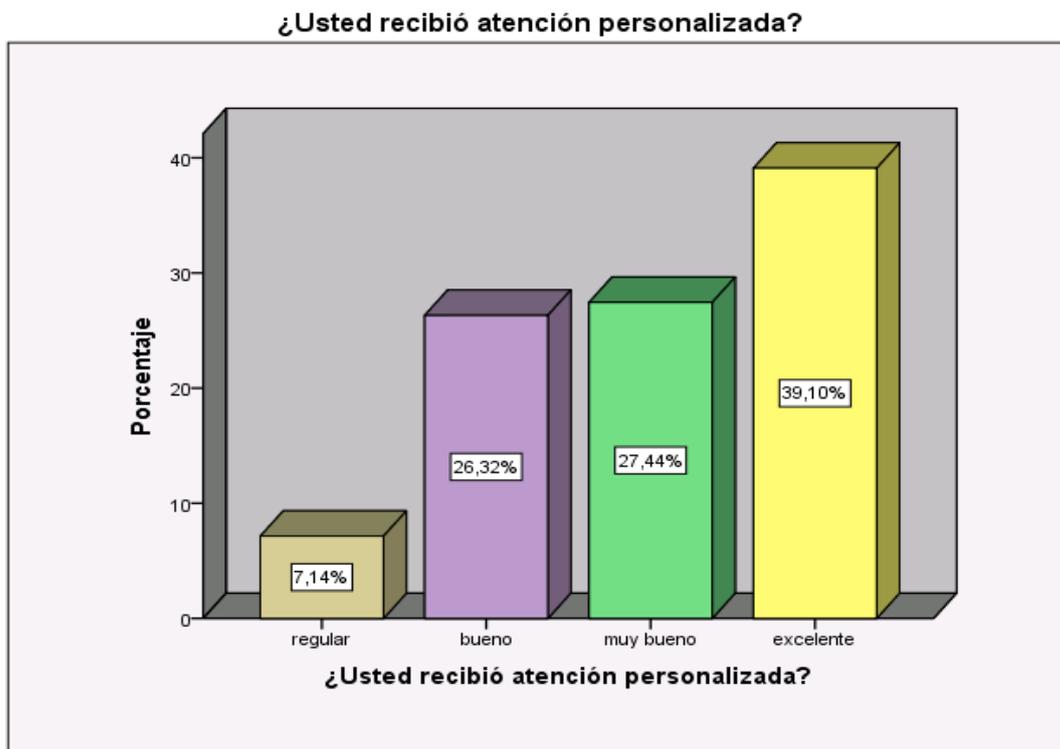


Gráfico 18: Recibe atención personalizada

Fuente: La Investigación, 2017

Elaborado por: Andocilla. 2017

Análisis e Interpretación: Para el 39,1% de los clientes encuestados mencionan que tuvo una atención personalizada que la califican como excelente, seguida de una opinión que dice que el 27,4% es muy bueno, un 26,3% que opina que es bueno y tan solo el 7,1% dice que es regular, lo que demuestra que los clientes tienen buena apreciación en la atención en estos establecimientos

Tabla 22 Demuestran amabilidad y buen trato

		¿Los empleados demuestran amabilidad y buen trato?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	regular	37	13,9	13,9	13,9
	bueno	60	22,6	22,6	36,5
	muy bueno	99	37,2	37,2	73,7
	excelente	70	26,3	26,3	100,0
Total		266	100,0	100,0	

Fuente: La Investigación, 2017

Elaborado por: Andocilla. 2017

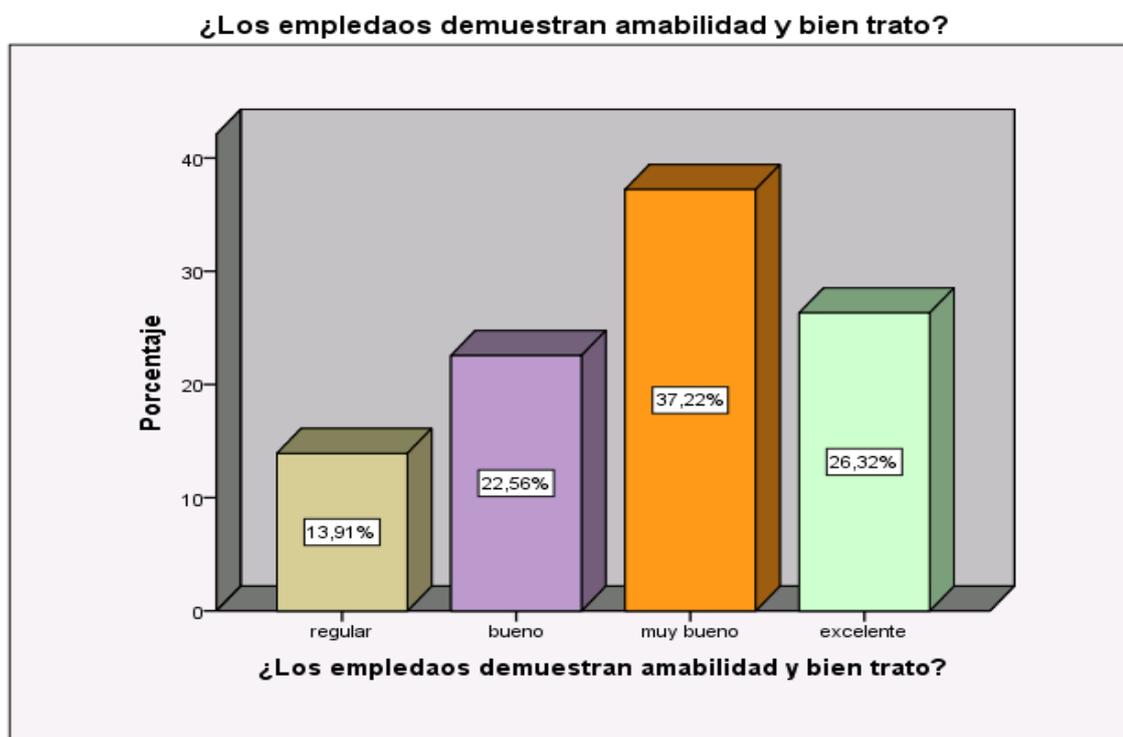


Gráfico 19 Demuestran amabilidad y buen trato

Fuente: La Investigación, 2017

Elaborado por: Andocilla. 2017

Análisis e Interpretación: Según los encuestados el 37,20% de los empleados demuestran amabilidad y buen trato lo califica como muy bueno, seguido del 26,3% que es excelente, y un 22,5% como bueno, y el 13,9% como regular, hay que mejorar la atención de ese grupo de clientes que califica como regular.

Tabla 23 : Se preocupan por los intereses de los clientes

		¿Los empleados se preocupan por los intereses de sus clientes?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	regular	14	5,3	5,3	5,3
	bueno	54	20,3	20,3	25,6
	muy bueno	112	42,1	42,1	67,7
	excelente	86	32,3	32,3	100,0
	Total	266	100,0	100,0	

Fuente: La Investigación, 2017
 Elaborado por: Andocilla. 2017

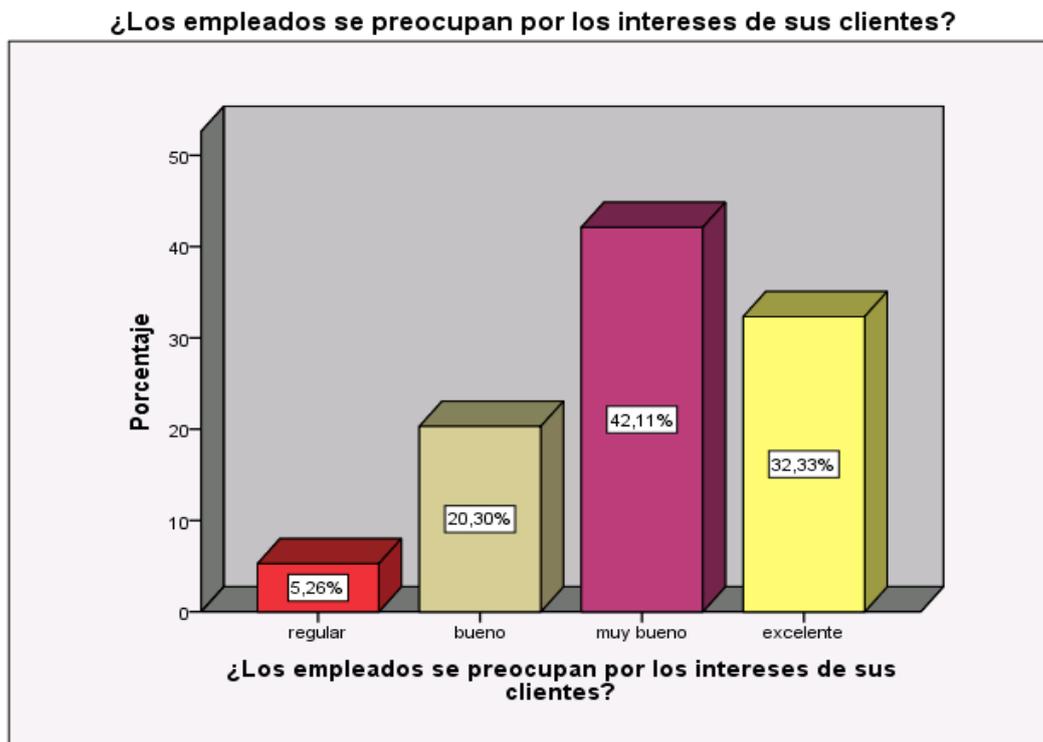


Gráfico 20: Se preocupan por los intereses de los clientes

Fuente: La Investigación, 2017
 Elaborado por: Andocilla. 2017

Análisis e Interpretación: Según el 42,10% de los encuestados se califica como muy bueno por la preocupación por los intereses de los clientes, seguido de 32,3% como excelente, y un 20,3% califica como bueno, y 5,3% como regular, habrá que considerar la opinión negativa para mejorar.

Tabla 24: Horario de atención es conveniente

¿El horario de atención es conveniente para Usted?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	regular	6	2,3	2,3	2,3
	bueno	30	11,3	11,3	13,5
	muy bueno	99	37,2	37,2	50,8
	excelente	131	49,2	49,2	100,0
	Total	266	100,0	100,0	

Fuente: La Investigación, 2017

Elaborado por: Andocilla. 2017

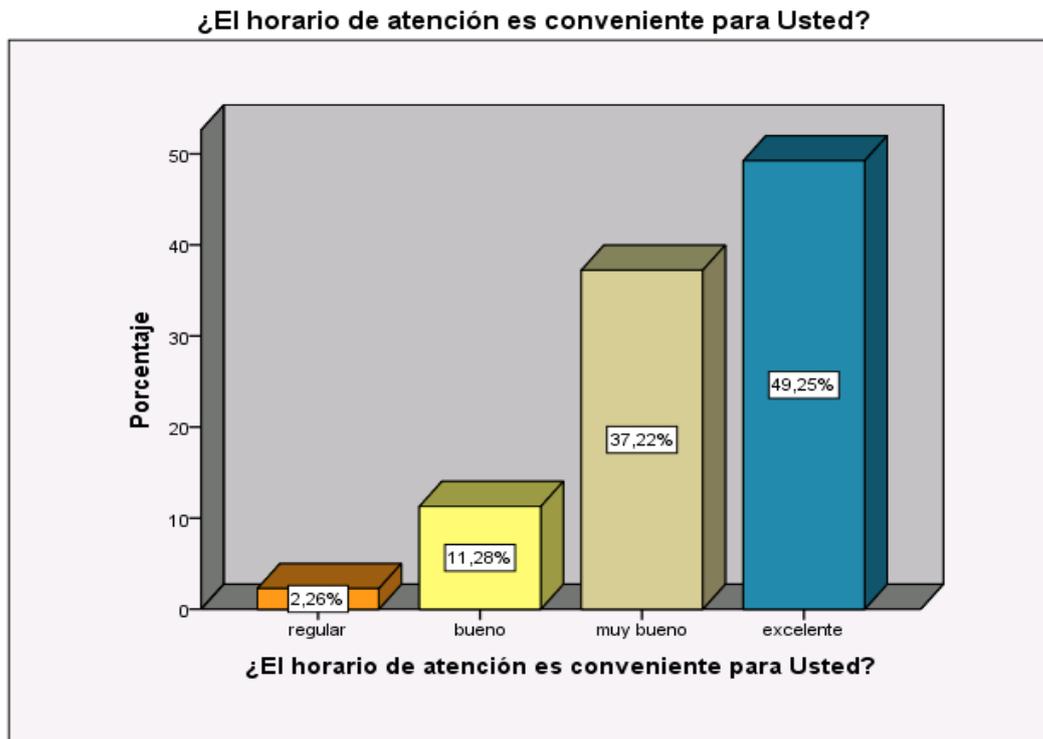


Gráfico 21: Horario de atención es conveniente

Fuente: La Investigación, 2017

Elaborado por: Andocilla. 2017

Análisis e Interpretación: Para el 49,2% de los encuestados lo califica como excelente el horario de atención, y el 37,2% dice que es muy bueno, y el 11,28% dice que es bueno, mientras que el 2,26% dice que es regular el horario de atención.

Tabla 25: Entienden las necesidades específicas de los clientes

¿Los empleados entienden las necesidades específicas de los clientes?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	malo	8	3,0	3,0	3,0
	regular	13	4,9	4,9	7,9
	bueno	38	14,3	14,3	22,2
	muy bueno	156	58,6	58,6	80,8
	excelente	51	19,2	19,2	100,0
	Total	266	100,0	100,0	

Fuente: La Investigación, 2017

Elaborado por: Andocilla. 2017

¿Los empleados entienden las necesidades específicas de los clientes?

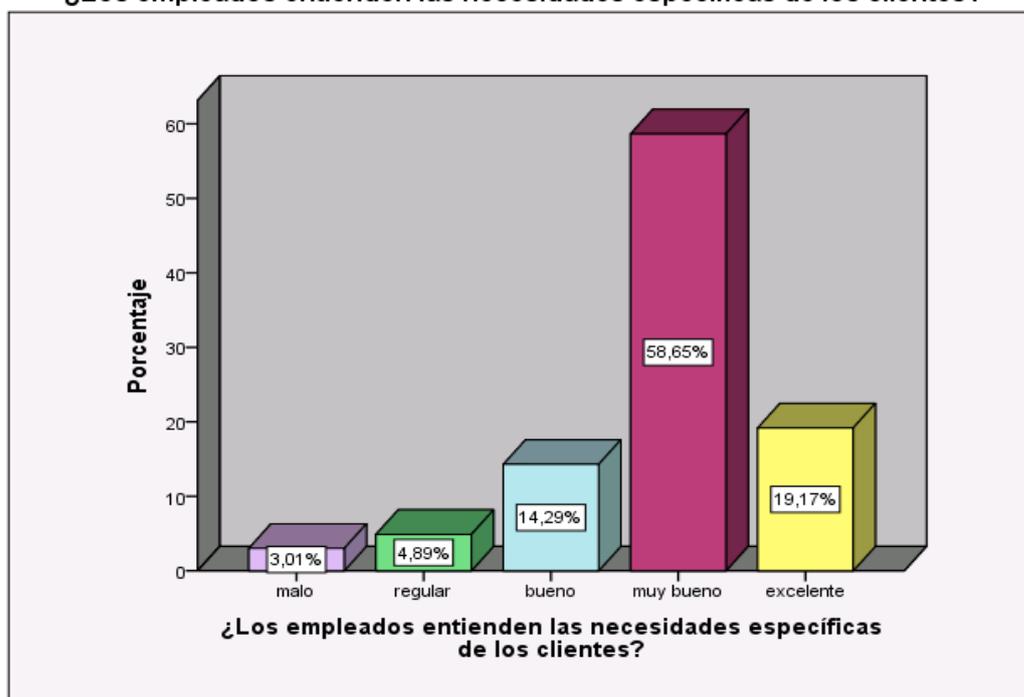


Gráfico 22: Entienden las necesidades específicas de los clientes

Fuente: La Investigación, 2017

Elaborado por: Andocilla. 2017

Análisis e Interpretación: Según los encuestados mencionan que, si entienden las necesidades específicas de los clientes en un 58,6% como muy bueno y el 19,2% como excelente, mientras que el 14,3% es bueno y tan solo el 4,9% es regular y n 3% opina que es malo, lo que muestra que es aceptable el trato y atención y que hay que atender aquel porcentaje que opina como regular y malo.

4.3. Comprobación de Hipótesis

La Hipótesis planteada en la presente investigación fue:

- Los estándares de calidad de servicio influyen positivamente en la satisfacción de los consumidores de restaurantes de cuarta categoría de la ciudad de Puyo

Para la comprobación de la hipótesis se utilizó el análisis de correlación lineal, una técnica estadística utilizada para estudiar la relación entre variables. Ya sea que se necesite analizar la relación entre dos variables (correlación simple) o entre más de dos variables (correlación múltiple), este análisis puede utilizarse para explorar y cuantificar la relación entre una variable llamada dependiente o criterio (Y) y una o más variables llamadas independientes o predictoras (X_1, X_2, \dots, X_p), así como para desarrollar una ecuación lineal con fines predictivos (regresión lineal). Se seleccionaron las variables que reflejan la calidad de servicio de acuerdo a lo que establece Parasuaraman, Zeithaml y Berry (1988).

La Tabla 28 muestra los coeficientes de correlación entre cada una de las variables que miden la calidad del servicio y la variable Satisfacción de Necesidades que es considerada como variable dependiente. Se puede evidenciar que todas las variables tienen una relación positiva y significativa con la variable Satisfacción (p -valor < 0.05) a excepción de la variable Instalaciones (que mide el nivel de calidad de las instalaciones físicas) y la variable Disponibilidad de los empleados, las cuales muestran una relación positiva pero no significativa con la satisfacción. Estos resultados nos llevan a concluir que no todos los estándares de calidad de servicio influyen en la Satisfacción de los consumidores de restaurantes de cuarta categoría, llevando a aceptar parcialmente la hipótesis de investigación. La aceptación parcial de una hipótesis permite inferir que no todos los aspectos que se miden con las variables independientes tienen influencia directa con la variable dependiente. En este caso particular, las instalaciones físicas y la disponibilidad de los empleados no son aspectos que influyan de manera significativa en la satisfacción de los consumidores de este tipo de restaurantes.

Tabla 28. Coeficientes de Correlación entre Variables de Estudio

		Instalaciones	Fiabilidad Servicio	Interés Empleado	Capacidad Respuesta	Disponibilidad Empleado	Prestación Servicio	Satisfacción Necesidades
Instalaciones	Correlación de Pearson	1	,527**	,188**	,733**	,503**	,289**	,077
	Sig. (bilateral)		,000	,002	,000	,000	,000	,212
	N	266	266	266	266	266	266	266
Fiabilidad_Servicio	Correlación de Pearson	,527**	1	,193**	,504**	,250**	,157*	,119*
	Sig. (bilateral)	,000		,002	,000	,000	,011	,053
	N	266	266	266	266	266	266	266
Interes_Empleado	Correlación de Pearson	,188**	,193**	1	,274**	-,020	-,334**	,332**
	Sig. (bilateral)	,002	,002		,000	,750	,000	,000
	N	266	266	266	266	266	266	266
Capacidad_Respu ta	Correlación de Pearson	,733**	,504**	,274**	1	,458**	,094	,252**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000		,000	,125	,000
	N	266	266	266	266	266	266	266
Disponibilidad Empleado	Correlación de Pearson	,503**	,250**	-,020	,458**	1	,157*	,057
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,750	,000		,010	,351
	N	266	266	266	266	266	266	266
Prestacion_Servicio	Correlación de Pearson	,289**	,157*	-,334**	,094	,157*	1	,190**
	Sig. (bilateral)	,000	,011	,000	,125	,010		,002
	N	266	266	266	266	266	266	266
Satisfaccion_necesid ades	Correlación de Pearson	,077	,119	,332**	,252**	,057	-,190**	1
	Sig. (bilateral)	,212	,053	,000	,000	,351	,002	
	N	266	266	266	266	266	266	266

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

4.4 Diseñar y proponer estrategias de mejora en la calidad de servicio

De conformidad a los resultados analizados en el FODA y a las matrices respectivas al estudio es evidente que el sector de los restaurantes de cuarta categoría tiene básicamente los siguientes hallazgos:

- a) No conoce de los requisitos y de los estándares mínimos de calidad que requieren para instalar y operar en su negocio
- b) Requieren de fortalecer capacidades del personal que trabaja en el negocio con capacitaciones
- c) Se requiere hacer una evaluación del estado situacional de los restaurantes después de la intervención realizada para conocer los cambios o acciones tomadas por parte de los propietarios

Las estrategias a desarrollarse serían:

- 1) Diseñar un mecanismo que permita la socialización y capacitación de los propietarios de los restaurantes de cuarta categoría que sirva como una Guía virtual de los estándares de calidad de los restaurantes de un tenedor (cuarta categoría)
- 2) Proponer un cronograma de socializaciones de ésta herramienta en la que los establecimientos de cuarta categoría puedan participar y hacer los cambios necesarios para cumplir los estándares de calidad.
- 3) Evaluar el desempeño y el impacto generado una vez la puesta en marcha de las socializaciones y capacitaciones del sector de restauración.

CAPÍTULO V

5. Propuesta

5.1 Estrategia 1: Guía virtual de los estándares de calidad de la ciudad de Puyo

5.1.1 Antecedentes

Probablemente la gran cantidad de empresas turísticas del área de restaurante en la ciudad de Puyo, provincia de Pastaza y del resto del país requieran de una inducción clara y rápida que sea asertiva, innovadora para poder acatar las mismas y cumplirlas. Estos estándares van generándose conforme las exigencias de los clientes y normas de manipulación y seguridad alimentaria, que a nivel mundial se van estandarizando, contar con los mecanismos más rápidos de uso y de fácil comprensión es vital para el sector de restauración que cuentan con un limitado tiempo para capacitarse, es por lo tanto una propuesta que recoge la petición del sector y de sus vivencias ya que en las dos instancias de regulación como es el GAD Municipal de Pastaza y el MINTUR hay escaso personal para contar con una asesoría personalizada.

5.1.2 Justificación

El cumplimiento de la ley, sus normas y reglamentos es obligatorio para cada prestador de servicios, las exigencias y estándares de calidad van de manera simultánea en el país cambiando y ambientándose a un proceso de cambio y de modelación de una oferta que quiere garantizar la calidad en el servicio, calidad en la infraestructura y la capacitación y desempeño del talento humano

El nuevo reglamento de alimentos y bebidas y las nuevas normativas no son conocidas por los empresarios, a los funcionarios del MINTUR y del GAD Municipal del cantón Pastaza les corresponde socializar, pero el volumen de empresarios que forman parte del catastro le conllevaría demasiado tiempo el poder dar una asistencia personalizada, por ello contar con un tutorial a manera de recorrido o imágenes virtuales de cómo es un

restaurante de cuarta categoría de acuerdo a la norma, puede ser una apoyo enorme en la gestión institucional y además el aplicativo tiene la factibilidad técnica, económica y social que requieren las propuestas como estas que buscan beneficiar al sector desde la academia como un aporte innovador y modelo a seguir en otras provincias.

5.1.3 Objetivo General

Diseñar una guía virtual de los estándares mínimos de calidad para los restaurantes de la ciudad de Puyo

5.1.4 Objetivos Específicos

1. Realizar la propuesta teórica y de contenido
2. Proponer un boceto de la guía y aspectos relevantes
3. Presentar la Guía virtual de los estándares de calidad

5.1.5 Análisis de factibilidad

El proyecto goza de plena factibilidad para su realización, ya que el garantizar. La viabilidad ejecutoria del proyecto en mención, es evidente por el manejo técnico de la información, el interés de la institución y ejecución por parte del Ministerio de Turismo, basándose en esta propuesta y guía virtual

La viabilidad técnica del proyecto en contexto está dada por la importancia de generar la sensibilización en cada persona que forma parte de la oferta de alimentos y bebidas

La viabilidad sociocultural se expresa en la construcción de las premisas por parte de estos beneficiarios donde se encuentra el personal administrativo como las entidades de regulación y control.

También es aplicable desde el punto de vista de la equidad de género, porque va diseñada equitativamente para hombres y mujeres que son parte de los actores turísticos del sector de restauración.

Es factible desde el aspecto Económico-financiero, porque para la ejecución y uso de esta Guía de manera virtual permite realizar procesos de autogestión, auto aprendizaje y da soporte técnico a todo el usuario del mismo.

La propuesta tiene sustento Socio-cultural, ya que a través de la información clara que esta genera y fortalece la labor de las entidades de control.

5.1.6 Principales aportes de la Guía virtual de los estándares mínimos de calidad para los restaurantes de la ciudad de Puyo

La estrategia 1 contará con los siguientes insumos:

Guía virtual de los estándares de calidad para los restaurantes de la ciudad de Puyo

- a) Portada
- b) Prologo
- c) Índice
- d) Imagen fachada
- e) Imagen servicio de restaurante
- f) Imagen cocina
- g) Imagen del baño
- h) Imagen de exteriores
- i) Contraportada

Todos los diseños se elaborarán en base a los estándares de calidad vigentes

Figura 1: Portada



Fuente: La Investigación, 2017
Elaborado por: Andocilla. 2017

Figura 2: Prologo y créditos



Fuente: La Investigación, 2017
Elaborado por: Andocilla. 2017

Figura 3: Índice



INDICE

Portada	1
Prologo	2
Índice	3
Introducción	4
Estandares de Calidad	5
Recorrido virtual	6
Promocionales Empresariales- promocionales	7
Créditos	



Fuente: La Investigación, 2017
Elaborado por: Andocilla. 2017

Figura 4: Consideraciones al ingreso principal del área de Restaurante



UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
VITA ET SAPIENTIA

Ministerio
de Turismo

CONSIDERACIONES DEL INGRESO PRINCIPAL AL COMEDOR

- 1 Contar con un sistema de iluminación de emergencia
- 2 Señalizar: Zonas de evacuación, punto de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras según las disposiciones de la autoridad competente
- 3 LUAF y Registro de Turismo actualizado en un lugar visible
- 4 letreros que promuevan el uso eficiente de energía
- 5 Exhibir el aforo
- 6 Carta de alimentos y bebidas
- 7 Contar con personal uniformado (mesero y /o cajero
- 8 Horarios de atención al público
- 9 Horarios de atención a proveedores



Fuente: La Investigación, 2017
Elaborado por: Andocilla. 2017

Figura 5 Consideraciones de Área de cocina



CONSIDERACIONES EN EL AREA DE COCINA

1. Mostrar registros visibles de limpieza
2. Personal uniformado
3. Contar con sumideros
4. Extractor de humos
5. Mostrar registros visibles de limpieza
6. Cuenta con bodega para almacenar utilería y artículos de limpieza
7. Cuenta con vajilla, cubiertos y cristalería en óptimas condiciones
8. Manejo de plagas
9. Aéreas de ventilación natural
10. Pisos antideslizantes
11. Trampa de grasa
12. Agua caliente para lavaderos
13. Registro físicos de control de temperatura en equipos de refrigeración
14. Certificado médico del personal de cocina
15. Cartilla en sistema braille
16. Informativo del correcto lavado de manos



Fuente: La Investigación, 2017
Elaborado por: Andocilla. 2017

Figura 6: Consideraciones en Baños

CONSIDERACIONES EN BAÑOS

1 Señalética
2 Dispensador de papel higiénico
3 Dispensador de jabón líquido
4 Dispensador de gel antibacterial
5 Secador de manos
6 Basurero con tapa y funda
7 Cartilla de limpieza de baños
8 Espejo
9 Letrero que promuevan el Ahorro de energía y el uso del agua
10 señalética del voltaje

6

Fuente: La Investigación, 2017
Elaborado por: Andocilla. 2017

Figura 7. Interior del Restaurante y Fachada Principal



Fuente: La Investigación, 2017
Elaborado por: Andocilla. 2017

Figura 8: parte posterior del restaurante



Fuente: La Investigación, 2017
Elaborado por: Andocilla. 2017

Figura 9 : Contraportada



Fuente: La Investigación, 2017
Elaborado por: Andocilla. 2017

5.2 La Estrategia 2: Diseño de cronograma de socialización y acciones de capacitación

El cronograma será ejecutado por el Ministerio de Turismo y GAD Municipal de Pastaza con la finalidad de que todos los establecimientos catastrados puedan cumplir con la normativa.

- A) Cronograma: contemplará: El objetivo, la temática, horas y el responsable de ejecutar y costo
- B) Adicional se colocarán los presupuestos y cronograma general de las estrategias

5.2.1 Socialización

Tema: “Sensibilización de los Estándares Mínimos de Calidad de los establecimientos de cuarta categoría”

Análisis: En la actualidad varios establecimientos deben cumplir con normativas nuevas según los reglamentos vigentes al 2018, muchos de ellos no comprenden la terminología y los estándares mínimos de calidad.

Objetivo: Socializar los principales estándares mínimos de calidad dirigido a los establecimientos de cuarta categoría

Duración: El Taller tendrá una duración de 3 horas, la temática describe el tiempo de cada actividad planteada

Recursos:

Humanos

Coordinador: Ministerio de Turismo

Facilitador: Mgs. Nelly Durán / Eliana Andocilla

Participantes: Propietarios de los establecimientos turísticos de cuarta categoría.

Materiales

Infocus, computador portátil, esfero y papel Bonn.

Económicos: Mintur (200. USD)

Recursos de capacitación

Técnica de Exposición Oral Individual: Conferencia

Técnica de Exposición Oral colectiva: Tarea grupal y exposición.

Ejecución: Taller se ejecutará en 3 horas

La temática de reglamentación de alimentos y bebidas.

Contenidos: Reglamento de alimentos y bebidas, estándares mínimos de calidad, formatos, requisitos, procedimientos.

Área: Alimentos y bebidas

Destreza del Criterio de desempeño: Sensibilizar por temas de reglamentación de alimentos y bebidas

Actividades: Charla – Conferencia: Se expondrán casos actuales

Segundo momento: Preparación del ambiente

Los facilitadores dan la bienvenida a los participantes, y desarrollan la dinámica

Tercer momento: Etapa Intermedia

Se desarrolla el taller con apoyo de imágenes y textos

Cuarto momento: Etapa final

Se recopilará aportes de los participantes, responsable los facilitadores

Aprendizaje: Casos prácticos

Seguimiento y evaluación

Control: Se supervisa la ejecución del taller de conformidad a la planificación

Evaluación: Se logra la socialización de los 43 establecimientos de alimentos y bebidas y se evalúa por escrito.

Retroalimentación: Una vez identificado cada uno de los estándares de calidad y del grado de cumplimiento del grupo se requiere de los aportes de los propietarios para dar sus criterios

“Taller - Foro”

Tabla 26: Foros taller

ACTIVIDAD	DETALLE	DESARROLLO	RECURSOS	TIEMPO	RESPONSABLE
Etapa Inicial Juegos de expresión personal	Juego de la avispa	Se entrega un recorte de masquin para que un participante pegue en cualquier parte del cuerpo al otro participante y se explica el significado de la picadura de la avispa que se asimila a un insulto o mal comentario del humano, luego se debe retirar con la boca, todo depende del lugar que colocó el masquin	Humanos masquin	30mm	Facilitadores participantes
Autocontrol	Exposición Tema	- Conocer cuáles son los parámetros de control y requisitos - exponer las imágenes referentes al tema.	Diapositivas Marcadores Pizarrón	30 mm	Facilitador
Etapa Intermedia Foro	Desarrollo del Foro	Exposición de los temas principales Foro Preguntas y aportes del tema Acuerdos y resoluciones En esta fase todo el insumo que se recopilen serán aportes para la aplicación de los estándares de calidad	Humanos Papel Bonn esferos	1 hora 1 hora 30 mm	Facilitadores participantes
Etapa Final Evaluación	Evaluación final del aprendizaje	Cuestionario	Humanos	30 mm	Facilitadores participantes

Fuente: La Investigación, 2017
Elaborado por: Andocilla. 2017

5.3 La Estrategia 3: Evaluación del grado de cumplimiento de los estándares de calidad de los restaurantes de cuarta categoría

- A) Aplicar encuestas a los 43 propietarios de los restaurantes de cuarta categoría
- B) Aplicar la matriz de verificación de cumplimiento de los estándares de calidad

5.3.1 Previsión de la Evaluación

Hetero-evaluación

El proyecto se evaluará con la participación de profesionales de las entidades de regulación y control, así como también los beneficiarios en el grado de apoyo y auto guía para poder cumplir con los estándares mínimos a través de una encuesta que dichas entidades levantaran y las matrices correspondientes.

Identificación de Recursos Institucionales

Ministerio de Turismo
Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Pastaza
CAPTUR Pastaza
Gobierno Provincial de Pastaza

Identificación de Recursos Humanos

Investigador: Eliana Andocilla
Tutor: Carlos Aníbal Manosalvas Vaca

Identificación de Recursos Materiales

Tabla 27: Identificación de recursos

Materiales	Precio
Diseño de artes	\$ 200
Socialización	\$ 100
Técnicos para la socialización	\$ 300
Imprevistos	\$100
Total	\$ 700

Fuente: La Investigación, 2017

Elaborado por: Andocilla. 2017

Cronograma

Tabla 28: Cronograma

Actividades	Mes		
	Junio 2018	Julio 2018	Agosto 2018
Preparación y logística	x		
Socialización de la Guía Virtual	x	x	
Evaluación de los talleres y retroalimentación		x	x

Fuente: La Investigación, 2017

Elaborado por: Andocilla. 2017

CAPÍTULO VI

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- **Realizar un diagnóstico a los restaurantes de cuarta categoría de la ciudad de puyo de acuerdo a los estándares de calidad establecidos por el MINTUR a fin de obtener el estado situacional actual.**
- 43 restaurantes analizados y revisados según los estándares de calidad establecidos por el MINTUR
- El 53.06% de los restaurantes no cumple con los estándares de calidad mínimos y el 46,945 ha realizado todos los esfuerzos para poder cumplir con los estándares de calidad
- Las fortalezas sobresalen en un 2,16% a las debilidades como lo demuestra la matriz de factores internos, y sólo el 0,36 %
- Con el 1.83% las oportunidades superan a las amenazas que refieren a 0.75% según la matriz de factores externos
- Según la matriz cuantitativa de planificación estratégica se establecen algunas estrategias como: fomentar procesos de capacitación y socialización en el sector para el cumplimiento de los estándares de calidad, además de concienciar en turismo gastronómico, y a la generación de oportunidades de negocios, como también la formación del talento humano y de mejora de infraestructura

- **Analizar la relación de calidad de servicio y satisfacción a través de la aplicación de encuestas a los consumidores de los restaurantes de cuarta categoría pertenecientes al Ministerio de Turismo de la ciudad de Puyo.**

Dentro de los elementos tangibles el empleado tiene equipos de apariencia moderna califican como malo un 27,40% , sin embargo a la carta si ésta es visualmente atractiva lo califican en un 30,805 como regular y a las instalaciones en general como muy bueno con un 32,30% demostrando que los elementos tangibles son los menos valorados por los clientes de los restaurantes de cuarta categoría.

Para la fiabilidad de la prestación de servicio se enfatiza en el servicio que esperada en un 32,20% como bueno al igual que el 42,90% cuando el empleado de servicio promete hacer algo lo cumple; y cuando tiene un problema el empleado muestra sincero interés en solucionarlo en un 58.30% dice que es bueno y así mismo el empleado realiza el servicio en un 68,00% lo califican como bueno, lo que demuestra que la Fiabilidad del servicio es buena.

Para la capacidad de respuesta el tiempo que aguardó para obtener el servicio fue para el 39,80% bueno, así mismo la disponibilidad del empleado en un 35,70% calificado como muy bueno y si necesito resolver algún inconveniente con un 39,80% como muy bueno, demostrando con ello que los clientes se identifican con la capacidad de respuesta como muy bueno.

En Seguridad el comportamiento de los empleados inspira confianza el 39,5% dice que es excelente, y el 39,10% dice que los empleados demuestran igualdad para todos sus clientes lo que demuestra que en temas de seguridad es excelente.

La empatía para los clientes refiere a la atención personalizada el 39,10% como excelente, al 37,20% muy bueno para los empleados que demuestran amabilidad y buen trato, 42,10% como muy bueno porque demuestran que se preocupan, el horario de atención es en un 49,20% como muy bueno, y un 58,60% entienden las necesidades de los clientes, demostrando con ello que la empatía tiene como resultado muy bueno.

- **Diseñar y proponer estrategias de mejora en la calidad de servicio en base a los resultados obtenidos del estudio a los restaurantes de cuarta categoría para que puedan adaptarse al cumplimiento de los estándares de calidad.**

Las estrategias resultantes del proyecto establecen tres momentos de acción:

- 1.- Generar una guía virtual a manera de tutorial para poder orientar al propietario sobre los estándares de calidad para una mejor comprensión y aplicación.
- 2.- Socializar a los prestadores de servicios de alimentos y bebidas sobre la reglamentación y estándares de calidad.
- 3.- Evaluar el proceso y su impacto en el sector, en especial en los establecimientos de alimentos y bebidas.

6. BIBLIOGRAFIA

- Brown, s., & Lam, S. (2008). *A meta - analysis of relationships linking*. Journal of retailing.
- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2006). *Gestión de Calidad* (1era ed.). Madrid: Perason Prentice Hall.
- Customer Satisfacción and Market Share*. (1993). México: Journal of Retailing.
- Enriquez Palomino, A., & Sánchez Rivera, J. M. (2015). *Implantación de Sistemas de Gestión de Calidad*. México: PC LABORITEX.
- Fomell, C. (1995). *A National Customer Satisfaction Barometer The swedish Experiencie Journal*. México: Pirámide.
- Giese, J., & Cote, J. (2000). *Definingg consumer satisfacción*. London: Academy of Marketing Sciencie Review.
- Gil, I., Sánchez, M., BerenguerG, & Galarza, M. (2005). *Encuentro de servicio- satisfacción del cliente*. México: Cuadernos e Estudios Empresariales.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Pastaza. (2013). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de "Pastaza*. Puyo.
- Gobierno Descentralizado del cantón Pastaza. (2011). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Pastaza*. Puyo.
- Gobierno Descentralizado Provincial de Pastaza. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Pastaza*. Puyo.
- Hernández, S. (2006). *Metodología de la investigación*. México D.F.: Mc Graw-Hill.
- Kotler, & Armstrong. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México: PEARSON.
- kotler, P. (2005). *Dirección de Mercadotecnia* (8va ed.). Madrid: Pirámide.
- Ministerio de Turismo. (2002). *Ley de Turismo*. MINTUR, Subsecratraía d. Quito: Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic-2002.
- Ministerio de Turismo. (2002). *Reglamento General a la Ley de Turismo*. Quito: MINTUR.
- Ministerio de Turismo. (2010). *Ley de Turismo*. Quito.
- Ministerio de Turismo. (2015). *Referencias del Destino Ecuador*. Quito.: MINTUR.
- Ministerio de Turismo. (2017). *Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas*. Quito: MINTUR.
- Organización Mundial del Turismo. (2016). *Glorario de Términos*. Madrid: OMT, UNTWO.
- Szymanski, D., & Henard, D. H. (2001). *Customer Satisfaccción*. México: Academy of Marketing Science 29.
- Talacón, P. (12 de 08 de 2006). *Contribuciones a la Economía*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/>

Wawkins, Best, & Coney. (2008). *Comportamiento del consumidor. Construyendo estrategias de marketing*. México: Mc Graw Hill.

7. ANEXOS

Tabla 29. Requisitos generales obligatorios para restaurantes de Cuarta Categoría o un tenedor

ANEXO D. REQUISITOS GENERALES OBLIGATORIOS PARA LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	
No.	REQUISITOS
1	Manejo adecuado desperdicios en contenedores con tapa, de preferencia identificados por tipo de desperdicios.
2	Contar con sistema de iluminación de emergencia.
3	Identificar y señalar las zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras según las disposiciones de la autoridad competente.
4	Contar con el siguiente equipamiento en áreas de preparación de alimentos: a. Dispensador de jabón con este elemento disponible. b. Dispensador de toallas de mano desechables con este elemento disponible. c. Dispensador de desinfectante con este elemento disponible.
5	Licencia de funcionamiento y registro de turismo emitido por la autoridad competente, exhibidos en un lugar visible al cliente.
6	Colocar letreros que promuevan el uso eficiente del agua y energía eléctrica en el establecimiento.
7	Contar con el suministro de agua permanente en el establecimiento.
8	Los alimentos, vajilla, cristalería, cubertería e implementos de cocina deben estar sobre estanterías o repisas en buenas condiciones, limpios y a una distancia mínima de 15 cm. del piso, 50 cm. entre hileras y 15 cm. de la pared. No deben estar en contacto con el piso.
9	Exhibir en un lugar visible al cliente el aforo permitido en el establecimiento.
10	Contar con sumideros en áreas de preparación de alimentos.
11	Contar con un sistema que garantice la extracción de humos y olores de la zona de cocción
12	Contar con suministro público de energía eléctrica en el establecimiento
13	Contar con baños y/o baterías sanitarias en cumplimiento con el marco legal vigente Nota: se exceptúa para los centros comerciales y/o edificaciones que compartan baños
14	Carta de alimentos y bebidas que incluya precio con impuestos, se encuentran exhibidas al público y están en buen estado de mantenimiento.
15	Contar con personal uniformado
16	El personal del establecimiento debe usar protector para el cabello
17	Cuenta con un botiquín de primeros auxilios con contenido básico, según lo establecido en este reglamento.
18	Mostrar registros visibles de limpieza diaria, de las áreas operativas del establecimiento.
19	Cuenta con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con la hora de alto tránsito de los clientes.
20	El personal de servicio conoce el detalle del contenido de la carta.

21	El personal de cocina que prepara los alimentos conoce el detalle de la preparación de los platos que ofrece el establecimiento.
22	Horarios de atención del establecimiento exhibidos en un lugar visible al cliente.
23	Cumplir con el porcentaje del personal acredita mínimo el nivel A2 (nivel básico) de conocimiento de al menos un idioma extranjero de acuerdo al Marco Común Europeo para las lenguas.
24	Contar con bodegas y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y menaje
25	Cuenta con vajilla, cubiertos y cristalería en óptimas condiciones (que no estén rotas, despostilladas, sin signos de deterioro, entre otras).
26	El establecimiento tiene definido un proceso de almacenamiento e identificación de productos o utiliza el manejo de alimentos mediante el principio PEPS y PCPS.
27	Cuenta con manejo integrado de plagas con la evidencia del cumplimiento
28	Cuenta con mecanismos informativos que contengan advertencias de alimentos que generan intolerancias o alergias.
29	Áreas del establecimiento cuentan con sistemas de ventilación natural y/o forzada que permita el flujo de aire y la no acumulación de olores.
30	Cuenta con pisos o elementos antideslizantes en el área de producción.
31	Áreas utilizadas para circulación del personal de cocina y administrativo, sin presencia de contaminación con aguas residuales o líquidos de desechos.
32	Todas las áreas de almacenamiento deben mantenerse limpias, secas, ventiladas y protegidas contra ingreso de roedores, animales y personas ajenas al servicio.
33	Cuenta con trampa de grasa en el área de producción
34	Cuenta con un proceso y/o informativo de advertencias de alimentos alérgenos y/o intolerancias alimentarias.
35	Cuenta con agua caliente en los lavaderos de producción
36	Cuenta con sistemas de purificación de agua en áreas de preparación de alimentos
37	El personal que manipula alimentos de manera directa e indirecta cuenta con un certificado médico actualizado que le habilita poder trabajar en dicha actividad, conforme a lo requerido por la autoridad competente.
38	Contar con un informativo del correcto lavado de manos en el área de producción
39	Focos y lámparas de techo deben aislarse con protectores en caso de rotura.
40	Contar con un registro físico de control de temperatura de los equipos de refrigeración y congelación
41	Cuenta con una carta en sistema braille

Fuente: MINTUR, 2017

Elaborado por: Andocilla. 2017

Tabla 30: Catastro Turístico de los restaurantes de cuarta categoría a noviembre del 2017

	Ruc	Nombre Comercial	Propietario	Dirección
1	1600161408001	NAYELITA	TENECORA QUINDE CELIA MARIA	ATAHUALPA Y 9 DE OCTUBRE
2	1600383143001	AMARILLO DE CORAZÓN	MUÑOZ LEDESMA HAMILTON PAUL	20 DE JULIO Y COTOPAXI
3	1600353468001	MARISCAL	MEJIA GARCES MONICA PATRICIA	CESLAO MARIN Y ROCAFUERTE
4	1600905804001	ASADERO EL ABUELO	PRIETO MONZON PAULA ISIDORA	KM 5 1/2 VIA PUYO - SHELL
5	1600285157001	PARADERO EL MANA DE DIOS	AMORES MARTINEZ BEATRIZ ELIZABETH	VIA A POMONA KM. 10 A 300 MTS DE HOLA VIDA
6	1801611557001	LINCE CEVICHERIA	ANALUISA FREIRE UMBELINA ROCIO	9 DE OCTUBRE Y BOLIVAR
7	1717785826001	ESQUINA DEL SABOR LA	TIPANGUANO MOLINA MARTHA CECILIA	20 DE JULIO Y GUAYAS
8	1306193499001	MANABA EL	RAMON BOLIVAR GILER ZAMBRANO	AV. 10 DE AGOSTO Y ATAHUALPA
9	1600414682001	YASUNI	MIRYAN FAVIOLA CAÑO PAUCAR	AV. ALBERTO ZAMBRANO Y GONZALES SUAREZ
10	1712768561001	EDEN EL	NANCY PATRICIA BASANTES TIPAN	ATAHUALPA Y 27 DE FEBRERO
11	1500580624001	REY DAVID	GONZALEZ LEDESMA JUAN CARLOS	AV. ALBERTO ZAMBRANO Y GONZALES SUARES
12	1715257620001	ZUVAR	VARGAS AVILA ROSALBA	BOLIVAR Y 20 DE JULIO
13	1600228850001	CAUCARAS CARMITA	ARMELA	CESLAO MARIN-VIA A TENA- REDONDEL EL BALSERO
14	1600185415001	DOÑA MARY INN 1	CHICAIZA CUNALATA MARIA AMELIA	AV CESLAO MARIN FRENTE CASA DE DON AMADEO
15	1801382092001	SAN FRANCISCO	FLORES MARTÍNEZ TEODORO	ATAHUALPA Y 27 DE FEBRERO
16	1500457146001	CARLOS LOS	LLERENA JARRIN ELCI GILLERMINA	AV. ALBERTO ZAMBRANO - JUNTO A LA CARIHUELA
16	1201727060001	PARADERO SANTA ROSA	SILVA FIALLOS MAGDALENA DEL ROCIO	VIA PUYO - BAÑOS SECTOR SANTA ROSA
17	0604020461001	ARLECCHINO	CASTELO CUADRADO CARMEN ELIZABETH	AMAZONAS Y TENIENTE HUGO ORTIZ
18	1600177586001	QUEEN BROSTER BURGUER	ALTAMIRANO SUAREZ EDGAR RENEE	AV. ALBERTO ZAMBRANO FRENTE AL TERMINAL
19	1600283145001	VANTAGE	PATRICIA SORAYA CHARIGUAMAN CHICAIZA	LUIS ARIAS GUERRA Y SIN NOMBRE
20	1600113862001	PARADERO EL GUAYUSAL	POZO PERRAZO GLORIA MARIA	KM 5 1/5 VIA PUYO TENA

21	0502891930001	CHIFA PAPAS MAS PAPAS	TOCTE CHACHA ALEX GILBERTO	10 DE AGOSTO Y ATAHUALPA
22	0603422775001	GRAN CHIFA SUEÑO DORADO	RIVERA HERNANDEZ CRUZ MARILU	20 DE JULIO Y COTOPAXI
23	2100432810001	PEPE POLLO	PAZMIÑO MONTERO VERINICA IRENE	LOJA Y CAÑAR
24	0921212767001	SAZON DE LA COLORADA LA	SONIA CECIBEL IÑEGUEZ CONTRERAS	CESLAO MARIN Y ATAHUALPA
25	1801039817001	CAMPERO EL	GUEVARA VACA MARIO RODRIGO	CESLAO MARIN Y 20 DE JULIO
26	1500324536001	KIWA PISHKU MIKUNA	TANGUILA ANDI MERCEDES JOSEFINA	FRANCISCO DE ORELLANA (MI MARISQUERÍA)
27	1712706082001	SABOR ATACAMEÑO	LUNA ORTIZ WASHINTON PABLO	FRANCISCO DE ORELLANA Y 9 DE OCTUBRE
28	1725237398001	CHIFA ORIENTE	YANG JUPEI	AV. CESLAO MARIN Y MANABI
29	1751909001001	ASADERO EL ABUELO #2	HUAMAN GUADAÑA MARIO	KM 3 VIA PUYO TENA
30	1802688398001	HUEQUITO DEL SABOR EL	SULCA MOLINA MILENA DEL PILAR	AV. ALBERTO ZAMBRANO Y GONZALEZ SUAREZ
31	1600576035001	MENESTRAS DE LA NEGRITA YARITZA	CORTEZ VALENCIA MARITZA VERONICA	GONZALEZ SUAREZ Y CESLAO MARIN
32	1801234210001	OMENAMM	QUINTUÑA OLIVAREZ MANUELA	24 DE MAYO Y 9 DE OCTUBRE
33	1600382780001	TERRAZA DEL SABOR LA	FREIRE DUARTE DANIELA FERNANDA	27 DE FEBRERO Y 24 DE MAYO
34	1600124604001	CRIOLLO EL	MONTERO LLERENA NELLY DEL CARMEN	10 DE AGOSTO Y ATAHUALPA
35	1600207086001	FOGON EL	SANCHEZ PAREDES ALBA DEL ROCIO	ATAHUALPA Y 27 DE FEBRERO
36	1803222296001	GUAYTAMBO EL	CAISAGUANO TORRES ALEXANDRA MARISOL	AV. ALBERTO ZAMBRANO Y GONZALEZ SUAREZ
37	0301754289001	VINO TINTO EL	BRIONES YANZA ENMA MERCY	KM 11/2 PASO LATERAL ANTES DEL REDONDEL DE LA UEA
38	1600344939001	ALEXA	VINUEZA RAMIREZ NANCY CORINA	9 DE OCTUBRE Y TOMAS ROMERO
39	1600087488001	PARADERO EL MANDARINAL	PADILLA MERINO MARIA ISABEL	KM. 7 VIA A MACAS
40	1600843492001	CUCHARA BRAVA LA	VARGAS CAÑO LUCIA MAGALY	AV. ALBERTO ZAMBRANO
41	1600322117001	POLLO PIKON	AMAN GAMBOA MARICELA ELIZABETH AMAN GAMBOA	AV. ALBERTO ZAMBRANO-FRENTE TERMINAL
42	1802320505001	PARRILLADAS PUNTA DEL ESTE	MIGUEL ANGEL RUSSO SOSA	COTOPAY CUENCAXI
43	1715665186001	CEVICHERIA REY DEL MAR	MENDOZA PAZ MIRIAN PATRICIA	GONZALES SUAREZ Y CESLAO MARIN

Fuente: Catastro del Ministerio de Turismo, 2017
Elaborado por: Andocilla, 2017

Tabla 31: Modelo de encuesta aplicada a los clientes de los restaurantes de cuarta categoría



UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
INGENIERÍA EN TURISMO



Lea con atención y no dude en preguntar cualquier duda mientras realice el cuestionario.

Este cuestionario es anónimo. No lo firme ni escriba una identificación.

Las respuestas se analizan como respuestas en grupo y no como respuestas individuales.

Se miden diferentes aspectos a los que usted debe de responder marcando con una **X** un número Entre el 1 y el 5 siendo el 1 la mínima satisfacción y el 5 la máxima.

ELEMENTOS TANGIBLES: Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, empleados y materiales de Comunicación.

				1	2	3	4	5
1	El empleado tiene equipos de apariencia moderna							
2	La carta o el menú es visualmente atractivo							
3	Las instalaciones físicas son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio.							

FIABILIDAD O PRESENTACION DEL SERVICIO: Habilidad para ejecutar el Servicio Prometido de forma

fiable y cuidadosa, tales como: eficiencia, eficacia, efectividad, repetición y problemas.

				1	2	3	4	5
4	Usted obtiene el servicio que esperaba							
5	Cuando el empleado de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple?							
6	Cuando un cliente tiene un problema el empleado muestra sincero interés en solucionarlo							
7	El empleado realiza bien el servicio la primera vez							

CAPACIDAD DE RESPUESTA: Disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente y proporcionar el servicio.

				1	2	3	4	5
8	El tiempo que aguardó para sostener el servicio fue satisfactorio							
9	Hay disponibilidad del empleado para atenderle							
10	Si necesitó resolver algún inconveniente con su orden le atendieron en el tiempo adecuado							

SEGURIDAD: Conocimiento y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar confianza.

				1	2	3	4	5
11	El comportamiento de los empleados le inspira confianza y seguridad.							
12	Los empleados demuestran igualdad para todos sus clientes.							

EMPATÍA: Atención personalizada que ofrecen los empleados a sus clientes.		1	2	3	4	5
13	Usted recibió atención personalizada					
14	Los empleados demuestran amabilidad y buen trato					
15	Los empleados se preocupan por los intereses de sus clientes					
16	El horario de atención es conveniente para usted					
17	Los empleados entienden las necesidad específicas de los clientes					

Fuente: La Investigación, 2017

Elaborado por: Andocilla. 2017

Foto de encuestas a restaurante



Fuente: La Investigación, 2017
Elaborado por: Andocilla. 2017



Fuente: La Investigación, 2017
Elaborado por: Andocilla. 2017