

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO**

TEMA:

**Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de
restaurantes en la Isla San Cristóbal, Provincia de Galápagos.**

AUTORES:

**Cabezas Nuñez Jurgen Ricardo
Palma Narvárez Pedro Javier**

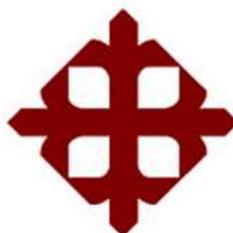
**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Licenciado en Turismo**

TUTOR:

Econ. Albán Alaña Luis Fernando, Mgs

Guayaquil, a los 8 del mes de febrero del año 2024

Ecuador



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**

CARRERA DE TURISMO

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Palma Narváez Pedro Javier, Cabezas Nuñez Jurgen Ricardo** como requerimiento para la obtención del título de Licenciado/a en Turismo.

TUTOR

Econ. Albán Alaña Luis Fernando, Mgs

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Teresa Knezevich Pilay, Phd.

Guayaquil, a los 8 del mes de febrero del año 2024



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Palma Narváez, Javier Pedro**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación: **Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de restaurantes en la Isla San Cristóbal, Provincia de Galápagos**, previo a la obtención del título de Licenciado/a en Turismo, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 8 del mes de febrero del año 2024

EL AUTOR

Palma Narváez Javier Pedro



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Cabezas Núñez Jurgén Ricardo**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación: **Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de restaurantes en la Isla San Cristóbal, Provincia de Galápagos**, previo a la obtención del título de Licenciado/a en Turismo, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 8 del mes de febrero del año 2024

EL AUTOR

Cabezas Núñez Jurgén Ricardo



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Palma Narváez, Pedro Palma**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de restaurantes en la Isla San Cristóbal, Provincia de Galápagos, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 8 del mes de febrero del año 2024

EL AUTOR:

Palma Narváez Pedro Javier



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO**

AUTORIZACIÓN

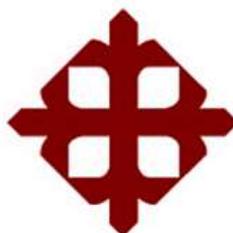
Yo, Cabezas Núñez Jurgén Ricardo

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de restaurantes en la Isla San Cristóbal, Provincia de Galápagos**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 8 del mes de febrero del año 2024

EL AUTOR:

Cabezas Núñez Jurgén Ricardo



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO**

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado (Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de restaurantes en la Isla San Cristóbal, Provincia de Galápagos, presentado por los estudiantes **Cabezas Nuñez Jurgen Ricardo, Palma Narváez Pedro Javier**, fue enviado al Sistema Antiplagio COMPILATIO, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 3%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

CERTIFICADO DE ANÁLISIS
register

TT Jurgen Cabezas_Pedro Palma

3%
Textos sospechosos

4% Similitudes
- 1% similitudes entre comillas (ignorado)
- 1% entre las fuentes mencionadas (ignorado)
- 1% idioma no reconocido (ignorado)

Nombre del documento: TT Jurgen Cabezas_Pedro Palma.docx	Depositante: Luis Fernando Albán Alaña	Número de palabras: 22.748
ID del documento: b751f9884b87f63c73ea22577f6190ae6f9075a	Fecha de depósito: 25/1/2024	Número de caracteres: 156.103
Tamaño del documento original: 1,25 MB	Tipo de carga: interface	
	fecha de fin de análisis: 25/1/2024	

**Luis Fernando Alban Alaña
TUTOR**

Agradecimiento

Agradezco primero Dios por darme la fuerza de seguir adelante y lograr culminar este proyecto, segundo agradezco a mis padres por brindarme la oportunidad de ser un profesional y por siempre motivarme a ser mejor, también agradecer al tutor y compañero de trabajo que siempre estuvieron ahí complementando y apoyando este trabajo de manera exitosa. ¡Gracias!

Palma Narváez Pedro Javier

Agradecimiento

Primero agradezco a Dios por darme la vida y la oportunidad de cumplir un logro más, también a agradecer a mis padres por darme esta oportunidad de culminar un proceso más en mi camino profesional. También agradecer la paciencia del Tutor en guiarnos en este proceso largo y agotador, de la misma manera agradecer a mi compañero de tesis que siempre estuvo dispuesto trabajar en conjunto para culminar este trabajo de la mejor manera. Con mucho cariño ¡Gracias!

Cabezas Nuñez Jurgén Ricardo

DEDICATORIA

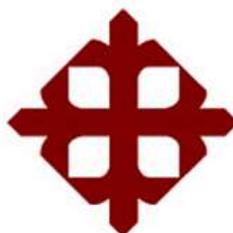
Dedico este trabajo a Dios, a mis padres por ser parte de este camino, y el resto de mi familia por motivarme día a día a esforzarme más.

Palma Narváez Pedro Javier

DEDICATORIA

Dedico este logro a Dios y mis padres, por ser el motivo y razón de yo estar aquí terminado este camino de aprendizaje.

Cabezas Nuñez Jurgén Ricardo



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO**

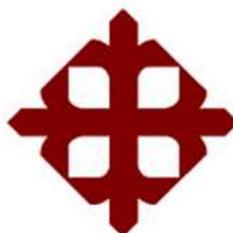
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Econ. Luis Fernando Alban Alaña
TUTOR

Ing. Teresa Knezevich Pilay, Phd.
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Ing. Fabiola Alexandra Murillo Paladines, Mgs
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Cabezas Nuñez Jurgen Ricardo	
Palma Narváez Pedro Javier	

**Luis Fernando Alban Alaña
TUTOR**

Índice General

Introducción	2
Antecedente	3
Situación actual del servicio de restaurantes en San Cristóbal	4
Planteamiento del problema	5
Formulación del Problema	6
Objetivo de la investigación	6
Objetivos Específicos	6
Justificación.....	7
Capítulo I.....	8
Marco Teórico	8
Pirámide de Maslow	8
Servicio.....	10
Calidad de Servicio	11
Satisfacción	12
Medición de calidad de servicio	13
Dinex	14
Matriz FODA	17
Análisis PEST	18
Político	19
Económico.....	19
Social.....	20
Tecnológico	21
Marco Referencial	21
Marco Legal	25
Capítulo II	33
Método de investigación	33
Tipo de investigación	33
Enfoque de investigación	34
Población.....	34
Muestra	35
Herramientas	36
Técnicas de Recolección de Datos	36
Observación.....	36
Entrevista.....	40
Encuesta	42
CAPITULO 3	45

Análisis de datos	45
Análisis de la herramienta de observación	45
Análisis de la Entrevista	47
Análisis de las Encuestas	49
Análisis FODA	59
Fortalezas	59
Oportunidades	59
Debilidades	60
Amenazas:	60
Análisis PEST	60
Político/jurídico	61
Económico	61
Sociocultural.....	61
Tecnológico	61
Capítulo 4	63
Dimensión servicio	64
Dimensión comida	65
Dimensión atmosfera	65
Referencia.....	70

Índice de Tablas

Tabla 1 Número total de restaurantes y su categoría.....	5
Tabla 2 Variables del Modelo Dinex	15
Tabla 3 Factores internos y externos	17
Tabla 4 Datos estáticos de acuerdo al censo	35
Tabla 5 Anexo D Reglamento turístico de A&B	36
Tabla 6 Anexo D1 Reglamento turístico de A&B	38
Tabla 7 Ficha técnica para restaurantes de San Cristóbal Galápagos	41
Tabla 8 Ficha técnica para comensales de restaurantes de San Cristóbal Galápagos	43
Tabla 9 Análisis geográfico de San Cristóbal, Galápagos	46
Tabla 10 Resultados del formulario D y D1 del reglamento turístico de alimentos y bebidas.....	47
Tabla 11 Listado de los restaurantes donde se llevaron a cabo las entrevistas	48
Tabla 12 Análisis FODA	60
Tabla 13 Análisis PEST	62
Tabla 14 Tabla de Dimensiones y Percepciones	63
Tabla 15 Tabla de variables y promedio ponderado	67

Índice de Figuras

Figura 1	Ingreso de turistas a Galápagos	4
Figura 2	Pirámide de Maslow	9
Figura 3	Variables del Modelo SERVQUAL	14
Figura 4	Mapa de restaurantes San Cristóbal.....	46
Figura 5	Edad de los encuestados	50
Figura 6	Sexo de los encuestados.....	51
Figura 7	Estado civil de los encuestados.....	51
Figura 8	País de residencia de los encuestados	52
Figura 9	Ciudad de origen de los encuestados	52
Figura 10	Ciudad donde viven los encuestados	53
Figura 11	Cuántas personas viven en el hogar del encuestado	53
Figura 12	La comida es exacta como se ordena.....	54
Figura 13	El gusto de la comida es agradable.....	54
Figura 14	La cantidad de la comida es la esperada	55
Figura 15	El personal tiene conocimiento sobre la comida que se sirve	55
Figura 16	El personal de servicio tiene cuidado de no hacer esperar al cliente	56
Figura 17	El personal de servicio se comunica adecuadamente	56
Figura 18	La iluminación complementa la experiencia de consumo	57
Figura 19	La ambientación del restaurante es placentera	57
Figura 20	La temperatura del restaurante es placentera	58
Figura 21	No existe olores desagradables	58

Índice de Apéndice

Apendice 1 Ficha de entrevista a los gerentes y/o administradores de restaurantes en la isla San Cristóbal, provincia de Galápagos	77
Apendice 2 Ficha de encuesta a los comensales de restaurantes en la Isla San Cristóbal, Provincia de Galápagos	79

Resumen

Este trabajo de titulación se enfoca en comprender el nivel de satisfacción de los usuarios en los restaurantes de la Isla San Cristóbal. La investigación se realizó mediante la aplicación de encuestas, observación y entrevistas a turistas nacionales y extranjeros que visitaron los 11 restaurantes que formaron parte de la muestra.

El objetivo principal de la investigación fue analizar los factores que influyen en la satisfacción de los usuarios de restaurantes en la Isla San Cristóbal, con el fin de proponer un plan de mejora para incrementar el nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de restaurantes en la Isla San Cristóbal. Para ello, se identificaron modelos y teorías para el desarrollo de las herramientas de medición y se analizó el nivel de satisfacción actual de los comensales para determinar un plan de mejora.

La metodología utilizada se basó en la aplicación de la ficha técnica Dinex para obtener los puntos críticos de falencias de la satisfacción en los restaurantes que frecuentan los turistas en la Isla San Cristóbal. Además, se realizó la aplicación de la herramienta encuesta a turistas nacionales y extranjeros que se encontraban dentro de los 11 restaurantes que formaron parte de la muestra.

La investigación concluyó con un plan de mejoras fundamentado en el formulario Dinex, que identifica las variables críticas a mejorar. Se recomienda mejorar las capacitaciones ofrecidas a los negocios turísticos, la profesionalización del personal y la replicación del estudio una vez implementadas las mejoras para medir el impacto en la satisfacción del cliente. Este análisis proporciona una base sólida para futuras investigaciones en la industria de restaurantes y campos relacionados, con el objetivo de mejorar la calidad del servicio y la experiencia del cliente en la Isla San Cristóbal.

Palabras claves: Restaurante, Turismo, Satisfacción, Dinex, Galápagos, San Cristóbal

Abstract

This thesis focuses on understanding the level of user satisfaction in restaurants on San Cristóbal Island. The research was carried out through the application of surveys, observation and interviews with national and foreign tourists who visited the eleven restaurants that were part of the sample.

The main objective of the research was to analyze the factors that influence the satisfaction of restaurant users on San Cristóbal Island, in order to propose an improvement plan to increase the level of satisfaction of restaurant service users on San Cristóbal Island. To this end, models and theories were identified for the development of measurement tools and the current level of satisfaction of diners was analyzed to determine an improvement plan.

The methodology used was based on the application of the Dinex data sheet to obtain the critical points of shortcomings of satisfaction in the restaurants frequented by tourists on San Cristóbal Island. In addition, the survey tool was applied to national and foreign tourists who were within the eleven restaurants that were part of the sample.

The research concluded with an improvement plan based on the Dinex form, which identifies the critical variables to be improved. It is recommended to improve the training offered to tourism businesses, the professionalization of the staff and the replication of the study once the improvements are implemented to measure the impact on customer satisfaction. This analysis provides a solid foundation for future research in the restaurant industry and related fields, with the goal of improving the quality of service and customer experience on San Cristobal Island.

Key words: Restaurant, Tourism, Satisfaction, Dinex, Galapagos, San Cristobal.

Introducción

El turismo ha aportado a la economía mundial con un valor aproximado de 7,4 billones de dólares estadounidenses en 2022, la contribución directa de los viajes y el turismo incluye los productos básicos de alojamiento, transporte, entretenimiento y atracciones de estos sectores: servicios de alojamiento, servicios de restauración, comercio minorista, servicios de transporte y servicios culturales, deportivos y de ocio. (Statista Research, 2023). Por lo tanto, el turismo contribuye a sus exportaciones, es fuente de inversiones y empleo y tiene una alta participación de micro, pequeñas y medianas empresas para el desarrollo de algunos países, han permitido posicionarse globalmente como destinos turísticos (Peralta, 2022).

Asimismo el turismo beneficia la sostenibilidad ambiental, cultural, económica e los países de la región que ven en el sector una oportunidad de realizar acciones productivas encaminadas a generar fuentes de empleos y de paso mantener y preservar el entorno ambiental en base a políticas compatibles de disponer de herramientas tecnológicas, industriales que impacten de forma positiva en el desarrollo económico local, como en el caso de Ecuador que es un país muy diverso de flora, lugares atractivos para turistas nacionales e internacionales.

El Ecuador está constituido por cuatro regiones Costa, sierra, oriente y región Insular “con una población de 17.757.000 personas” (Datos Macro.com , 2021). Con un total de 24 provincias. Donde el archipiélago de Galápagos, representa la provincia menos poblada, ya que tiene 25.244 habitantes, en específico el cantón de San Cristóbal cuenta con 7.088 (INEC, 2021). Considerada una de las islas más visitadas del archipiélago, con el beneficio de contar con una infraestructura de tecnología de punta que poseen varios lugares turísticos además de su fácil acceso, para su población, lo hace un ambiente propicio en el marco de negocios dedicado a la actividad culinario-gastronómica.

Además, en el presente año 2023 Según datos de la Dirección del Parque Nacional Galápagos, el 51% de turistas que visitaron el archipiélago el tercer mes de este año fueron extranjeros y el 49% nacionales. En lo que respecta a indicadores trimestrales, de enero a marzo de este año arribaron 78.507 visitantes, de los cuales el 58% fueron provenientes del extranjero, mientras que el 42% fueron turistas nacionales. (Gobierno del Ecuador, 2023). Estos datos han permitido a los negocios

posicionar productos y servicios dedicados para la satisfacción del cliente que por motivos personales requiere de algún tipo de atención dando paso a examinar acciones estratégicas de mejora articuladas en la cohesión de los establecimientos con la atención al usuario con el medio turístico.

“La importancia de este segmento de mercado turístico se hace evidente cuando se compara el gasto promedio de un viajero en un evento de turismo de reuniones, siendo cada vez más marcada la diferencia a favor del primero” (Sandoval, 2019). El cual requiere que los restaurantes mantengan la calidad del servicio al contar con un buen manejo estratégico de la variedad de platos, de crear un ambiente gratificante, además de tener al personal apto y capacitado en responder a las exigencias de los comensales en las jornadas de atención.

Asimismo se destaca que dentro de la actividad económica del sector del turismo el mercado de servicio de restaurantes es un componente vital de fuente de ingresos donde necesariamente sus propietarios y administradores debe planear acciones estratégicas que les permita renovar e innovar de acuerdo a sus posibilidades lograr la satisfacción de los clientes mediante la organización de actividades que generen bienestar, prosperidad a los negocios aprovechando la belleza natural que ofrece las Islas San Cristóbal.

Antecedente

Según al “Plan de creación de oportunidades” que se estableció en el año 2021 hasta el año 2025, se necesita asegurar el acercamiento creciente de la población a sus derechos, por medio de programas de desarrollo social o creación de políticas, el cual conforma cinco ejes: El primer eje, “Económico”; el segundo eje “Social”; el tercer eje “Seguridad Integral”; el cuarto eje “Transición Ecológica”. Finalmente, el quinto eje, “Institucional” (Secretaría Nacional de Planificación 2021, 2021). En consecuencia, se presente una propuesta de modelo de gestión se relaciona con dos ejes, el “Económico”, objetivo uno: “Incrementar y fomentar, de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales” (Secretaría Nacional de Planificación 2021, pág. 49).

Situación actual del servicio de restaurantes en San Cristóbal

El informe de la Cámara de Turismo de Galápagos (Capturgal), informó que las Islas Galápagos registró un récord histórico de turistas en marzo de 2023 con más de 32.500 turistas. Demostrando que el comportamiento del flujo de visitantes mensual se mantiene regular desde finales de 2021. Pese a la inseguridad que vive el país, el reporte refleja una tendencia general elevada de visitantes en los primeros tres meses del 2023. De enero a marzo de este año arribaron más de 78.500 visitantes, de los cuales el 58% fueron turistas extranjeros y el 42% fueron turistas nacionales (El Comercio, 2023).

De acuerdo a la información actual el sector turístico en la provincia de Galápagos registra un margen considerable de turistas que han visitados las islas ya sea por su atractivo natural o por la calidad de atención que se ofrecen durante la estancia de los usuarios por ello, es el organismo encargado en dar apoyo a iniciativas de innovación en lo que respecta a la continua mejora del servicio de atención al cliente desde un punto de vista sostenible que enmarque acciones que den respuesta a las exigencias sin descuidar en el proceso la identidad cultural del lugar.

Figura 1

Ingreso de turistas a Galápagos



Fuente: Capturgal

Siendo este un punto a favor para el desarrollo y fortalecimiento de la economía local el cual es aprovechada por el sector turístico, para mejorar considerablemente los servicios que ofrecen las empresas dedicadas a la actividad gastronómica en virtud de proporcionar una atención de calidad al cliente a sin embargo, existe elementos particulares que condicionan alcanzar la excelencia en el servicio en los establecimientos los cuales no cuentan con los recursos necesarios lo que ocasiona cierta ineficiencia en cubrir los ciclos demanda del servicio, además la falta de atención y satisfacción del cliente se debe a diferentes factores, generando resultados negativos en la satisfacción de los comensales y las ganancias económicas de los negocios de A& B en la isla san Cristóbal.

Tabla 1

Número total de restaurantes y su categoría

Categoría	Total
Dos tenedores	7
Tres tenedores	9
Cuatro tenedores	1
Cinco tenedores	1
Total	18

Fuente: Catastro del GAD Municipal del San Cristóbal 2022

Planteamiento del problema

En tiempos actuales los servicios de restaurantes de la Isla San Cristóbal no mantienen la calidad necesaria en la atención que recibe el usuario debido a que hoy en día existen locales informales que no cumplan con las normas estándar del servicio sin embargo sus precios son más bajos dando lugar a que los clientes opten por estos locales que causan una competencia desleal.

La atención al cliente demanda mejorar la calidad del servicio que brindan los establecimientos del sector alimenticio ubicados en la Isla San Cristóbal perteneciente a la provincia de Galápagos por cuanto la gran cantidad de personas que visitan la localidad buscan opciones adecuadas que cubran con sus necesidades de no solo

consumir alimentos sino de un lugar que rebase sus expectativas, lo que motiva a sus propietarios a requerir de la planeación de estrategias que consoliden la satisfacción del usuario y reafirme su marca en el mercado local.

Sin embargo, muchos de los establecimientos no logran obtener una calidad de servicio y atención, que les brinde mayor cobertura de cumplir con los requerimientos de sus clientes debido a presentan inconvenientes como la poca inversión de mejorar la infraestructura, de realizar capacitaciones permanentes al personal, aplicación estrategias de marketing, manejo administrativo, modificación del menú, los cuales ocasiona la insatisfacción de quienes asisten a los restaurantes por lo tanto se debe proponer planes de mejora para conseguir resultados a mediano plazo.

Formulación del Problema

La presente investigación se centra en mejorar el servicio de atención al cliente a fin de lograr la mayor satisfacción del cliente se planteó una interrogante que servirá para comprender causas y efectos que describen el problema y así justificar las soluciones pertinentes, el cual requiere de la estructura de acciones estratégicas en optimizar los recursos tanto humanos como insumos que dan forma a la funcionalidad de los establecimientos.

¿Cómo beneficia la implementación de un plan de mejora en el servicio y satisfacción de los usuarios en los restaurantes de la isla San Cristóbal?

Objetivo de la investigación

Analizar los factores que influyen en la satisfacción de los usuarios de restaurantes en la isla San Cristóbal, mediante un estudio de mercado para mejorar la calidad del servicio ofertado por los restaurantes en San Cristóbal.

Objetivos Específicos

- Identificar modelos y teorías para el desarrollo de las herramientas de medición.
- Analizar el nivel de satisfacción actual de los comensales para determinar un plan de mejora.

- Proponer un plan de mejora para incrementar el nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de restaurantes en la Isla San Cristóbal, Provincia de Galápagos.

Justificación

Se analiza el nivel de calidad del servicio que prestan los restaurantes de la Isla San Cristóbal con el objetivo de proponer planes de mejora que les permitan llegar cumplir con los estándares de atención, en la satisfacción del cliente, el cual está ligada a la planeación estratégica, dentro de la organización en virtud a lograr acciones que den respuesta a las necesidades y que motive a los usuarios asistir permanentemente a los establecimientos dando comienzo a la comprensión de elementos que inciden directamente.

Los cuales parten por la poca inversión de parte de los dueños de los restaurantes en mejorar los conocimientos de atención en sus empleados, esto se ve reflejado en el trato diario, en la presentación del personal encargado además la infraestructura carente de los servicios básicos en muchos de los establecimientos ocasiona una limitada sanitación de los locales, desfavorece la imagen de este y de paso que nuevos clientes accedan al servicio alimentario. Por lo que se debe reforzar los conocimientos administrativos para empatizar con las necesidades del cliente.

A fin de lograr un espacio agradable de socialización, organización de los recursos es determinante que los establecimientos tengan planes de mejoras que permitan manejar eficientemente ciclos de mayor demanda de los alimentos, con el propósito de incrementar la satisfacción del cliente se tomará en cuenta aspectos como la organización dentro de las empresas del sector gastronómico, la colaboración entre los administradores y empleados, planes operativos de marketing, incentivos a los empleados, inversión financiera se empleara instrumentos de recolección de datos a través de encuestas a los empleados de los establecimientos, a los clientes que asisten regularmente, y entrevistas a los administradores.

Capítulo I

Marco Teórico

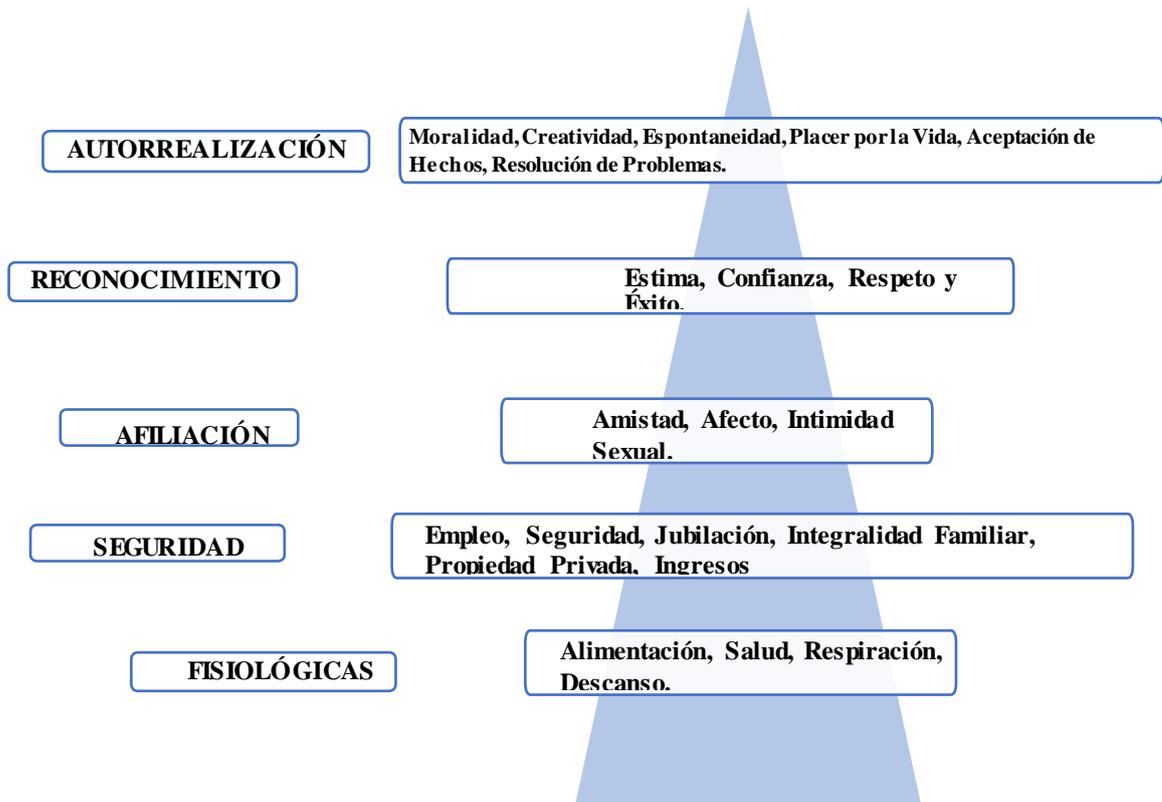
Para el desarrollo del proyecto se define la base teórica relacionada con el nivel de satisfacción de los usuarios en el servicio de restaurantes que dentro del contexto económico busca alcanzar una alta satisfacción de sus clientes, por ello se analizó modelos de medición, evaluación, de la calidad de servicio y atención con el propósito de discernir, exponer el conocimiento necesario que ayude a comprender las exigencias, expectativas, motivaciones del consumidor al momento de recibir un servicio y así proponer planes de mejora del mismo.

Pirámide de Maslow

Según (Doubront, 2020) “Es un modelo que representa las necesidades humanas en orden jerárquico donde las personas pueden alcanzar a desarrollar sus talentos, potencialidades al manifestar sus conocimientos e ideas que les permita crecer como persona al reconocer sus necesidades imperiosas”. En este contexto la pirámide Maslow atiende las necesidades más básicas para la supervivencia de la sociedad las cuales buscan quedar satisfechos, siendo esto aprovechado eficazmente por empresas especializadas en el servicio de atención al cliente.

Figura 2

Pirámide de Maslow



Fuente: Dubront y Dubront (2020)

(Linares, 2020). “El factor alimentario recorre principalmente los 2 primeros niveles de la pirámide de Maslow, comenzando como una necesidad fisiológica propia de todo ser humano y exigiendo seguridad en el suministro del alimento, lo que también con lleva a estabilidad y protección”. Esto permite a las empresas dedicadas a la atención al cliente en trabajar sobre esta necesidad al comenzar actividades destinadas en satisfacer al usuario de manera superior por medio de acciones estratégicas que le ayude a ganarse el reconocimiento en el mercado de servicios y la aceptación social en el lugar donde radica las empresas.

Servicio

El Servicio y la Satisfacción del Cliente, según Correa (2023) “mediante un estudio analítico y descriptivo, fundamentado en el trabajo de campo; Municipio del Cantón Portoviejo, elementos utilizados en diferentes sectores industriales para fortalecer la relación existente entre los consumidores y las empresas”. Por lo tanto, la atención es el elemento inicial donde parte la dinámica comunicativa entre el personal del lugar con el usuario que accede al servicio, tomando escalas del modelo ServQual para mostrar percepciones, patrones particulares de las variables estudiadas.

La calidad del servicio corresponde directamente con los atributos de este, con las exigencias, necesidades del consumidor además del trato que reciben durante su asistencia a los establecimientos lo que implica particularmente que las habilidades del encargado en la atención sean las más adecuadas para cubrir las exigencias y así elevar el grado de excelencia en el servicio proporcionado. “Por las cuales el conjunto de prestaciones de servicios de calidad constituye como un imperativo categórico de sostenibilidad en empresas de diversos sectores estratégicos, como el turismo” (Paredes, 2022). Debido a que “en la actualidad la experiencia del consumidor frente a los servicios que recibe de las empresas ha tomado mayor relevancia, pues la percepción que estos tienen frente a la calidad del servicio es lo que los hace seguir siendo fieles” (Agudelo, 2022).

Se debe comprender plenamente que la calidad del servicio y satisfacción al cliente van directamente relacionadas entre sí, lo que motiva a estructurar modelos evaluativos multi dimensionales con el propósito de comprender tendencias de consumo los cuales reafirman la convicción del estudio en mejorar lo, esto implica el uso métodos de recolección como el que se usa en la actualidad en los restaurantes mexicanos “El instrumento es la escala mexicana de calidad del servicio que se especializa para medir la calidad en restaurantes según las dimensiones siguientes: Aseguramiento, ambiente, comida, instalaciones y conveniencia” (Larico, 2022).

Por ello, es preciso optimizar los procesos de servicio por medio del acoplamiento de instrumentos de medición del modelo ServQual, que evidencien el nivel se encuentran los establecimientos y gestionar planes de mejora que les permita mayor competitividad y rentabilidad en el mercado del servicio restaurante al tener en claro las preferencias del consumidor.

Calidad de Servicio

“La calidad del servicio al cliente, asegura la permanencia en el mercado e incrementa las utilidades, lo que conlleva en familiarizarse y conocer a los clientes en sus gustos, comodidades, preferencias para lograr mejoras continuas en la empresa” (Perez, 2019). Se enuncia que la calidad del servicio al cliente debe estar en una constante reinvencción, e innovación donde existe un intercambio armónico de gestión de utilidades, con actividades que generan ingresos y dan mayor apertura de participación a la comunidad del lugar. Por ello “la medición de la calidad del servicio es donde se detectan falencias en los procesos internos que contribuyen a la insatisfacción en las diferentes actividades ofrecidas por la instalación” (Silador, 2023).

Dando lugar a “establecer dimensiones para la medición de la calidad, donde se han modelizado sus procesos en el ámbito de los servicios es multidimensional” (Demarquet, 2022). Existen varios modelos de calidad de servicio sin embargo solo se hará énfasis al modelo ServQual de Zeternal Berry Parasumaran por cuanto se enfoca desde la percepción del cliente debido a que se puede definir la calidad a través de expectativas previas de consumo, con la percepción del servicio recibido, a través del manejo del conocimiento de las preferencias del cliente se obtiene mayor fiabilidad de respuestas.

Además “no solo se trata de enfocarse en la calidad del producto, sino también en un mejor desempeño y cumplimiento de las metas establecidas, es decir, para conectar con los clientes y anticipar sus necesidades futuras” (Hidalgo, 2023); Esto depende principalmente de las aptitudes del personal en entregar un servicio de calidad que corresponda con las necesidades de atención del usuario donde se desea alcanzar la perfección máxima en la satisfacción de haber cumplidos con sus expectativas lo que demuestre que los establecimientos están a la altura de sus exigencias.

Mediante la planeación de estrategias viables que demuestren la mejora en la calidad del servicio y satisfacción de los clientes. Según Kaplan (2022) “La calidad consiste en aquellas características de un producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto y del cliente”. Por lo tanto, las empresas deben marcar diferencias sobre las demás. Al establecer “relación directa

con el cliente se hará que los responsables de la toma de decisiones determinen prioridades, lo que puede causar un fallo en el rendimiento del servicio por las expectativas del cliente” (Coronel, 2019).

Satisfacción

Los modelos de satisfacción al cliente son esencialmente similares en lo que respecta a la medición (modelo causal), y por supuesto que mantienen diferencias estructurales y en la selección de variables, “un análisis entre los modelos de satisfacción resulta indispensable y de gran valor, especialmente para naciones y sectores de la economía que quieran construir sus propios índices de medición y adaptar los a su propio contexto” (Zea, 2022).

Por ello en el estudio de la satisfacción del cliente es relevante implementar modelos que expongan en comportamiento del consumidor es decir sus preferencias, intereses, expectativas durante la demanda de un servicio en particular lo que involucra hacer análisis objetivo centrado en identificar, lo que motiva al usuario por decidir acceder a un servicio proporcionado por un establecimiento el cual le permita lograr crear planes estratégicos encaminados a lograr la excelencia en la atención y ser parte del mercado competitivo.

Los modelos de satisfacción han ido evolucionando con el pasar del tiempo con el fin de evaluar el rendimiento y rentabilidad del servicio prestado por las empresas a fin de contribuir con mejoras del cual fue utilizado por los años 90 por organizaciones con deseos de evaluar su producción en los tiempos más actuales del 2010 se desarrollaron métodos de encuestas, escalas de medición de satisfacción en Japón y posteriormente en México (Zea, 2022). Sin embargo, estudios realizados en restaurantes ubicados, Puerto López-Ecuador, adopto el modelo ECSI por cuanto este permite a los establecimientos adaptarse a nuevas realidades sociales surgidas en tiempos emergentes (Pincay, 2023).

De acuerdo a esto en los estudios de satisfacción al cliente se toman en cuenta los modelos más referidos como la American Customer Satisfaction Index (ACSI) y la European Customer Satisfaction Index (ECSI) los cuales en teoría son muy similares mantienen estructuras propias distintas pero en función a evaluar el desempeño del servicio que se está ofertando mediante información recolectada que servirá como punto de partida para enmarcar el efecto que tenido en el usuario y así reafirmar la satisfacción del mismo.

Es decir que “para poder brindar satisfacción a los consumidores o usuarios, se debe optimizar la producción y eficacia, minimizando costos y alcanzando resultados que certifican la sostenibilidad de la organización, además de la mejora continua en el talento humano de la organización” (Alvarez, 2019).

En la satisfacción del cliente se requiere de emprender acciones que vayan de acuerdo con el desarrollo turístico sostenible enfocados en los establecimientos alimentarios donde se deben construir, planificar la mejora organizacional, en la infraestructura, en el área operativa administrativa de los negocios. Además de un continuo monitoreo de la gestión realizada donde se evalúa las capacidades de respuesta de los empleados y la productividad de estos ante las exigencias de sus clientes.

Medición de calidad de servicio

El modelo SERVQUAL, es la medición más popular para medir la calidad de servicio en todos los establecimientos de atención al cliente donde “El modelo fundamenta en la evaluación del cliente de calidad del servicio, que no es otra cosa que una comparación de lo esperado y el valor obtenido” (Bonilla, 2018). Además “se analizan las dimensiones de las escalas de medición más utilizadas y determinantes que definen la calidad percibida al proporciona una base conceptual de la calidad del servicio, para su medición y una metodología para medirla denominada SERVQUAL” (Contreras, 2021).

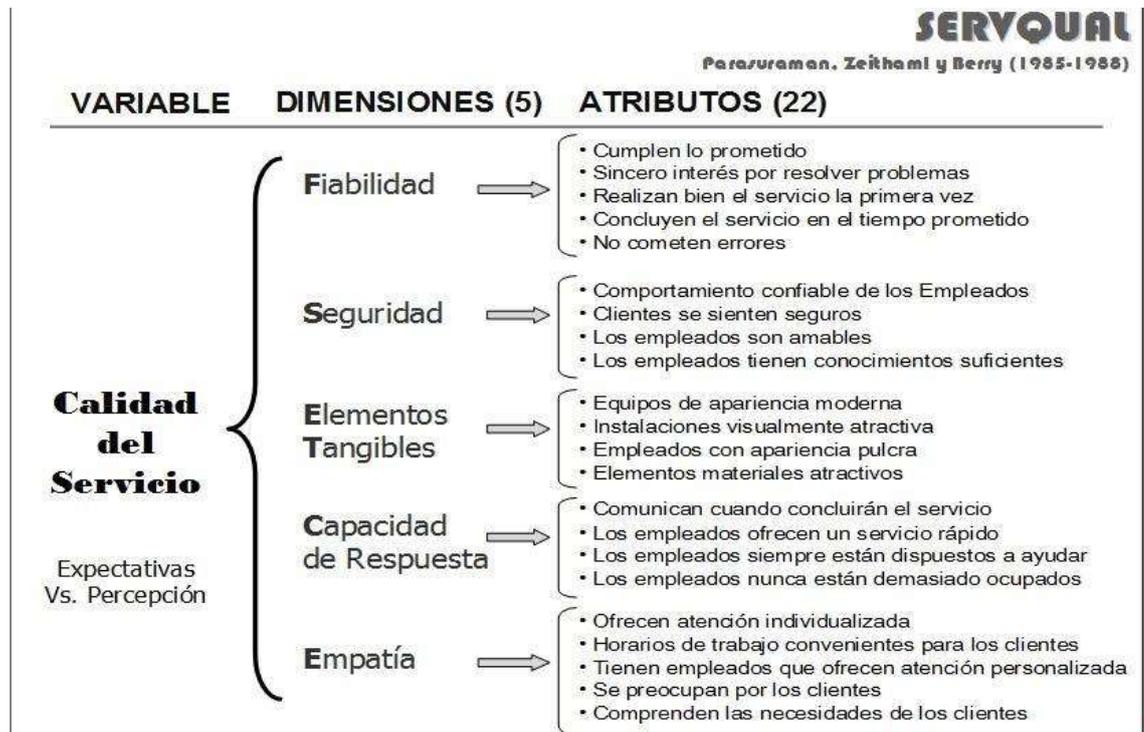
Por cuanto en la complejidad de seleccionar, apreciar un servicio por parte del consumidor las empresas deben constantemente evaluar lo que se ofertando y si este está produciendo las ganancias debidas, en función de cumplir con las expectativas, satisfacción del mismo para consecuentemente mantener su fidelidad y asistencia permanente en el establecimiento por medio de la utilización de procedimientos estandarizados que exponga de manera científica resultados particulares que evidencien su nivel de satisfacción mediante la descripción de métodos que permiten la medición.

La estructura del cuestionario del Modelo Servqual, está basado en 5 dimensiones, y de éstas surgen 22 ítems. Para determinar la importancia de cada ítem, se maneja una escala de Likert 3 de 1 al 7, en donde, 1 representa el puntaje más bajo, es decir, cuando el cliente está en total desacuerdo, y 7 representa el puntaje más alto

(Valencia & Cruz, 2018). se presenta el diseño del cuestionario de Servqual, para las expectativas y percepciones.

Figura 3

Variables del Modelo SERVQUAL



Fuente: Zeithaml, Parasuraman y Berry (1985-1988)

Dinex

“Proviene de la contribución principal en la delimitación conceptual y empírica de la experiencia gastronómica en el restaurante, recogiendo un constructo global todas las evaluaciones de experiencia del cliente a partir de la calidad del entorno y de la comida” (Rodríguez E. , 2019). Este término se basa en la práctica profesional, del servicio donde se evalúa la experiencia del cliente al porcentual los niveles de satisfacción, lo cuales deben ser gratificante al sentir un absoluto beneficio de ser parte de clientes que asisten a un determinado establecimiento.

“Los servicios entregan ventajas que a menudo son intangibles y complejas de evaluar en la elección, evaluación, compra y consumo. El servicio de un restaurante y la calidad de su comida no se pueden juzgar hasta que son experimentados” (Martinez,

2021). La percepción del cliente es un elemento vital para organizaciones en el caso de los restaurantes se deben generar experiencias gastronómicas que perduran en la mente consumidor alcanzar un nivel de satisfacción por ello se debe adecuar instrumentos de respuesta estándar que permitan medir las expectativas de este.

“La escala DINEX sirve para medir la calidad de servicio en restaurantes, en base a las expectativas del cliente, sobre los factores que consideran más importantes de la experiencia gastronómica en un restaurante” (Villalta, 2022). El modelo considera los factores alimentación, servicio y atmósfera, el atributo social, el atributo de salud. Por cuanto la escala facilita establecer, relacionar las expectativas del cliente con las actividades comerciales efectuadas por los empleados de los establecimientos partiendo de las sugerencias del consumidor en virtud de lograr una experiencia grata de haber cumplido con las expectativas en el servicio de atención.

Tabla 2

Variables del Modelo Dinex

<i>Dimensiones</i>	<i>Ítems</i>
<i>Atributos relativos a la comida</i>	La comida es exacta como se ordena
	El gusto de la comida es agradable
	La cantidad de la comida es la esperada
<i>Atributos relativos a la comida saludable</i>	El menú tiene opciones bajas en calorías
	El restaurante contiene comida saludable
<i>Atributos relativos al servicio</i>	El personal de servicio tiene conocimiento sobre la comida que se sirve
	El personal de servicio tiene cuidado de no hacer esperar al cliente
	El personal de servicio se comunica adecuadamente
<i>Atributos relativos a la ambientación</i>	El ruido de la ambientación permite conversar
	La iluminación complementa la experiencia de consumo

Atributos relativos a la interacción social

La ambientación del restaurante es placentera

La temperatura del restaurante es placentera

No existe olores desagradables

Los empleados del restaurante conocen los nombres de los clientes

El personal del servicio tiene conocimiento de como son los clientes

El cliente sabe el nombre de los empleados

El restaurante hace sentirse como en casa

El personal de servicio sabe de los gustos en comida y bebida de los clientes

Se tiene sentido de pertenencia a este restaurante

Los clientes tienen las mismas características que otros

Atributos relativos al comportamiento de consumo

Existe intención de retorno al restaurante

Existe intención de recomendar al restaurante

Existe intención de dar un comentario positivo al restaurante

Atributos relativos a la satisfacción

Existe sentimiento agradable de comer en este restaurante

La elección del restaurante es el adecuado

La experiencia del restaurante es adecuada

Fuente: Antun, Frash, Costen y Runyan (2010)

Matriz FODA

El análisis estratégico FODA, sintetiza las capacidades del territorio bajo estudio, sus debilidades y amenazas, así también las oportunidades para la puesta en valor del turismo rural y el diseño de las estrategias, se sustenta en el cruce de los factores internos y externos (positivos y negativos) identificados, a partir de los cuales se proponen las estrategias que permitirán mejoras en la satisfacción del usuario (Rafael, 2023).

Por cuanto según Bricio, Calle et al. (2018) “es una herramienta de estudio de la situación de una empresa, institución, proyecto o persona, y representa un paso crítico en el proceso de planeación”, esto implica examinar correctamente las oportunidades y peligros futuros de una empresa, y relacionarlo con un estudio de las potencialidades y debilidades de esta, a fin de generar ventajas en cuanto a la toma de decisiones dentro de la misma.

Al realizar un análisis FODA se define como “una herramienta de planificación estratégica para la valorización de la posición actual de un establecimiento en el mercado” (UVirtual, 2023). El cual permite realizar un análisis preciso de las fortalezas, oportunidades debilidades y amenazas al momento de brindar un servicio los restaurantes con el propósito de conocer sus limitantes sean por la ubicación del lugar, por la demanda del usuario, por desempeño del empleado, la oportunidad presente cuando se tiene la visita de varios turistas para así modificar estrategias que beneficien a los restaurantes.

Tabla 3

Factores internos y externos

<i>FORTALEZA</i>	<i>DEBILIDADES</i>
<ul style="list-style-type: none">• <i>Excelente atención al cliente</i>• <i>Producto de calidad</i>• <i>Precios según el mercado</i>• <i>Capacitación continua</i>• <i>Localización e infraestructura estratégica</i>	<ul style="list-style-type: none">• No hay seguimiento en el usuario• Pésimo servicio de proveedores• Nulo estudio de mercado• No hay capacitación en ventas y atención al cliente
<i>OPORTUNIDADES</i>	<i>AMENZAS</i>

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • <i>Ganancias altas</i> • <i>Aplicación de nuevas promociones</i> • <i>Nuevos métodos de comunicación Tecnológicos</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Saturación en el mercado • Rango alto de competencia |
|---|---|

Fuente: Autores

El proyecto que se expone a continuación muestra el plan de mejora de un restaurante situado en la ciudad de Sevilla. La necesidad de este proyecto surge de la idea de abrir un negocio en esta ciudad en la que, dado su espléndido clima y el desarrollo de la vida social de las personas que en esta ciudad viven, un negocio en la restauración se antoja como una inversión que puede parecer interesante y de la que se espera un rendimiento económico importante. La decisión de la localización del local ha sido, en parte, por deseo del autor del documento y para poder acotar el estudio de mercado a una zona menor. Aun así, más adelante se ofrecerá un estudio necesario sobre la forma de escoger la localización (Álvarez Saavedra, 2019, pág. 19).

Análisis PEST

El modelo PEST según (Sierra, 2023) “es un modelo descriptivo para precisar la situación actual de una organización por que analiza la problemática de manera general hasta llegar a datos verificables que demuestren si los resultados alcanzados impactan de forma positiva o negativa dentro del mismo”. Esto permite, examinar situaciones externas que pueden incidir en el funcionamiento y prestación del servicio donde se enmarcan, oportunidad y amenazas. Por lo tanto, a través de una herramienta de medición que podrá clasificar varios factores que entran en el entorno organizacional y legal al mencionar aspectos políticos, económicos, sociales e incluso tecnológicos; permite examinar el impacto en la empresa u organización de cada uno de esos factores y establecer la interrelación que existe entre ellos.

“Permite comprender el crecimiento o declive de un mercado, por ello es sumamente útil para determinar la posición, potencial y dirección de los establecimientos” (Raquel, 2018). Influye directamente en la calidad del servicio y satisfacción del cliente dentro de un entorno que se proporciona una actividad o

servicio dando lugar a promover estrategias de mejora en el proceso al contar con información que enmarca el comportamiento del cliente dentro de la actividad económica comercial en el país los cuales deben ser descritas a continuación:

Político

En cuanto a la política actual del Ecuador, está representada por el presidente de la república, Daniel Roy-Gilchrist Noboa Azín, empresario y ex asambleísta elegido en el presente año 2023, representante del partido político “Acción Democrática Nacional” (ADN); promete "rescatar" y "transformar" al país: Por medio de un programa que hace hincapié en la generación de empleo y el impulso de la economía que presenta uno de los mayores retrocesos del mundo en el índice de desarrollo humano. Además, pone sobre la mesa la crudeza de la crisis de inseguridad que vive Ecuador, asolado por una ola criminal sin parangón. Noboa propone enfrentar este flagelo con un paquete mixto de medidas, desde la militarización de la lucha contra la delincuencia organizada hasta la dotación de oportunidades laborales y educativas para los jóvenes en situaciones de exclusión social (Ortiz, 2023).

En lo que respecta a la parte política los gobiernos de turno deben incentivar leyes que favorezcan el desarrollo económico, social progresivo de los pueblos en el Ecuador al generar opciones de empleo aprovechando la movilidad humana, se organiza eventos de integración comunitaria, aunque en la realidad nacional existan inconvenientes sociales como el incremento de la delincuencia el cual es punto que repercuten al momento de visitar un lugar turístico.

Dando lugar a que las empresas implementen en conjunto estrategias que prevén situaciones limitantes al abarcan un estudio de mercado que enmarca elementos que pueden afectar a los negocios, a mediano y largo plazo que se les permita en el proceso, cambiar, modificar, o mejorar su cadena de suministros, infraestructura, tiempos de distribución del servicio, y así aprovechar a lo máximo los momentos de atención a los clientes.

Económico

En el segundo trimestre de 2023, la economía ecuatoriana registró una variación positiva de 3,3% en comparación con el mismo período del año anterior.

Este crecimiento estuvo impulsado principalmente por el incremento del gasto del gobierno en 6,4%; el consumo de los hogares en 4,3%; y, la formación bruta de capital fijo (FBKF) en 3,8% (Banco Central del Ecuador, 2023).

Esto menciona que el panorama económico en el país sufre variabilidad en favor de impulsar los negocios locales por cuanto los mismos generan gran actividad comercial productiva lo que motiva a que el estado ecuatoriano, de apertura a que los mismos incrementen su capital en base al comportamiento y demanda del cliente podrán adaptarse a nuevos lineamientos de estándares de servicio de atención. Donde el ofrecimiento de servicios hoteleros, turísticos y gastronómico representa una actividad mayor ingreso económico por ello se aprecia que la mayoría de la población está vinculada directamente con ofrecer, vender productos o servicios.

Social

Una fuerte crisis de escasez sacude a Galápagos, por falta de alimentos y de subsidio de gas, esta situación se remota al 26 de marzo de 2023, cuando se averió el barco Isla de la Plata, una de las dos naves que abastecían dos veces al mes a las islas (Primicias, 2023). En el contexto social de las Islas Galápagos, se aprecia que en los actuales momentos se sufre la escasez de alimentos esto y demás insumos debido al desabastecimiento de comidas, gas, materiales lo que ocasiona que sus habitantes estén en emergencia alimentaria esto afecta directamente a los establecimientos dedicados a la actividad gastronómica y de atención al cliente lo que significa un factor limitante al momento de ofrecer menús variados además el aumento de precios de las materias primas influye en la decisión cliente en optar por un establecimiento con menor precio pero con poca calidad de atención, lo cual limita las expectativas del mismo.

El gran reto será generar las condiciones para que los turistas se sientan seguros de viajar, a escasez de los recursos hace que deban establecerse prioridades y que deba establecerse un marco de colaboración y coordinación entre el sector público y el sector privado, tal como se mencionó en las medidas para la reducción de riesgo de desastres (CEPAL, 2020).

Asimismo, en el sector turístico debe actuar en conjunto con las autoridades de las Islas Galápagos para proporcionar el abastecimiento requerido en la actividad de servicio que se brinda en el lugar a fin de que los establecimientos no dejen de atender a sus clientes donde se estableció un control prioritario de no elevar el costo de los

viveres y demás productos provenientes de otras localidades del país y así se evita la especulación en el sector alimentaria, comercial, turístico.

Tecnológico

Según el INEC en el año 2010, reflejo un incremento en el uso de tecnología en la provincia de Galápagos por lo que todos sus habitantes contaban en sus hogares con acceso al internet por medio de un celular inteligente o una computadora. En el 2020, los hogares que tuvieron acceso a internet fue el 53,2% a nivel nacional; el 61,7% en el área urbana y el 34,7% en el área rural. La proporción de personas que tienen teléfono inteligente es un indicador importante a la hora de cuantificar la asimilación de la tecnología y el uso de redes sociales (INEC, 2021).

El acceso de tecnología de alta calidad facilita que los turistas puedan estar comunicados con sus familiares, amigos durante su permanencia además ofrecer garantías en su seguridad y prevenir de paso el ingreso de invasores de otros lugares al haber circuitos integrados de fibra óptica gestionados por el gobierno de Galápagos, ministerio de ambiente al adecuar espacios, instrumentos que no afecta biodiversidad de especies de lugar todo en favor de sus habitantes y de la actividad económica del turismo.

Marco Referencial

Se expone artículos referenciales con el propósito de obtener el conocimiento acorde a la calidad del servicio en la satisfacción al usuario con ello es vital comprender el tipo de acciones pertinentes para medir, evaluar las variables de estudio y observar los planes de mejora realizados en el servicio en los restaurantes, en años anteriores por ello estas referencias se estructuran dentro del contexto investigativo los cuales serán mencionados a continuación:

Medición de las percepciones y expectativas de clientes de restaurantes: importancia de rendimiento utilizando el modelo de análisis Dinex

Este estudio, analiza la importancia y el desempeño de atributos de un restaurante presentados en el instrumento Dinex, que se centra en dimensiones más nuevas, como la conectividad social. Cuya importancia-desempeño se demuestra

utilizando los atributos presentados en el modelo Dinex para evaluar las expectativas de los clientes y de un restaurante de comida informal específico en el sureste de Estados Unidos cumple con esas expectativas o no. Se distribuyó un cuestionario autoadministrado y se obtuvo una muestra de 209 encuestados. A lo largo de los años, se han desarrollado muchos instrumentos para medir las percepciones de los clientes con respecto a los atributos de calidad del servicio. El primer modelo que se adoptó ampliamente en las operaciones minoristas y de servicios fue SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988), que mide la brecha entre Se discuten las implicaciones para profesionales y académicos. Los resultados muestran que la comida, el servicio y la atmósfera son atributos importantes para los clientes, mientras que los ámbitos sociales y de salud no lo son. Se discuten las implicaciones para profesionales y académicos (Monroy, 2019).

Las herramientas utilizadas fueron la escala Dinex utilizando una combinación de métodos de investigación cualitativos y cuantitativos, seis grupos focales y tres encuestas con un total de 2500 encuestados. A través de su investigación, los autores obtuvieron un instrumento con cinco dimensiones de calidad del servicio: alimentación, servicio, ambiente, social y salud. Se realizó una investigación para medir la escala de capital social que se deriva del modelo Dinex utilizando cinco entornos de restaurante diferentes (comida rápida, informal rápido, informal, informal de lujo y elegante) en tres períodos de comida (desayuno, almuerzo, cena).

Los investigadores administraron el cuestionario de la encuesta a los clientes de un restaurante informal italiano independiente específico ubicado en una ciudad de tamaño mediano en la región sureste de los Estados Unidos, aquellos que aceptaron participar recibieron instrucciones de calificar la importancia de los 20 atributos de Dinex antes del servicio de comida y calificar el desempeño real del restaurante en función de esos mismos atributos después de la comida. De los 243 invitados a quienes se les pidió que completaran la encuesta, se recopiló un total de 209 cuestionarios utilizables para una tasa de respuesta del 86%.

Los resultados obtenidos confirman esencialmente la importancia de tres dimensiones: comida, servicio y atmósfera, además un aspecto importante del intercambio social que el instrumento DinEX no logra medir es la relación que los dueños de restaurantes pueden desarrollar con sus clientes. En este restaurante en

particular, se veía que el propietario jugaba un papel importante, ya que su presencia constante, su personalidad y su carisma parecían tener un efecto en la fidelidad de los clientes. A pesar de los hallazgos del estudio actual, la investigación tiene algunas limitaciones, ya que se recopilaron datos en un solo restaurante de comida informal específico con encuestados que representaban una muestra de conveniencia. Por tanto, los hallazgos no pueden generalizarse a todo el mercado de restaurantes informales y la segunda limitación resultó de la distribución del cuestionario autoadministrado a los clientes que estaban cenando en el restaurante, lo que puede haber dado lugar a algún sesgo de deseabilidad social (Monroy, 2019).

Un análisis top box de Dinex para optimizar los recursos de restaurante

Este trabajo cuantifica los aspectos más importantes para los comensales en restaurantes de Estados Unidos, con el fin de que los propietarios y gerentes de restaurantes puedan enfocar sus esfuerzos en aquellas características de la experiencia gastronómica que más contribuyan al aumento de las ventas y, por ende, a una mejora en la rentabilidad. Para lograr esto, se empleó el instrumento Dinex, el cual proporcionó una solución de seis factores (calidad de la comida, estándares de servicio, ambiente, salud, hemofilia y conexión sociales) para medir la importancia percibida de cada uno de estos aspectos para los comensales estadounidenses. Además, se desarrolló un innovador método de análisis de "top box" para medir y evaluar las percepciones de importancia. La muestra utilizada en el estudio fue sustancial y representativa a nivel nacional, lo que fortalece la validez de los hallazgos (Saltos, 2020).

Dos de los hallazgos más importantes de este trabajo son, en primer lugar, la identificación de los seis factores clave que influyen en la experiencia gastronómica de los comensales, lo que proporciona una comprensión más holística y ampliada de dicha experiencia. En segundo lugar, el estudio revela que la percepción de la importancia de ciertos aspectos, como la calidad de la comida y los estándares de servicio, varía según el tipo de restaurante y el momento del día, lo que sugiere la necesidad de estrategias diferenciadas para satisfacer las preferencias de los comensales en diferentes contextos gastronómicos.

En conclusión, este estudio aporta una contribución significativa a la literatura sobre gestión de servicios, al proporcionar una comprensión más clara de los factores

que influyen en la experiencia gastronómica de los comensales. Los resultados tienen importantes implicaciones prácticas para los propietarios y gerentes de restaurantes, ya que les brindan información valiosa para priorizar sus decisiones operativas con el fin de mejorar la eficiencia y rentabilidad de sus establecimientos. Además, el estudio destaca la utilidad del enfoque de "top box" para analizar las percepciones de importancia, lo que puede ser relevante para investigaciones futuras en el campo de la hospitalidad y el turismo (Saltos, 2020).

Evaluar con precisión las expectativas más importantes para los clientes del restaurante: Creación de la escala Dinex

La industria de los restaurantes ha intentado evaluar con precisión qué expectativas son más importantes para los clientes de los restaurantes. Los resultados se han centrado en los ámbitos de la comida, el servicio y la atmósfera. Esta investigación agrega el dominio de la conectividad social y la hemofilia al modelo. Se creó una escala para medir con precisión y eficiencia estos conceptos utilizando técnicas de investigación tanto cualitativas como cuantitativas y con la participación de cinco muestras que suman 2500 encuestados. Se emplearon cinco etapas para proporcionar validez, confiabilidad, estabilidad y homogeneidad. Se creó una escala de 20 artículos (Dinex) utilizando un enfoque de análisis confirmatorio de dos pasos.

El objetivo de este estudio de crear una escala más inclusiva y al mismo tiempo parsimoniosa (Dinex) para medir las expectativas de importancia de los comensales. La investigación empleó pasos de varias etapas, utilizando métodos tanto cualitativos como cuantitativos, que se resumen en la Tabla 1 y se describen en las siguientes secciones.

El estudio hace uso de varias herramientas y métodos, incluyendo el método Delphi para recopilar datos cualitativos, la escala Dinex como herramienta para igualar las expectativas de los clientes de restaurantes, el análisis de componentes principales (PCA) para reducir el número de ítems en la escala, y el análisis factorial confirmatorio (CFA) para validar la escala. Estas herramientas son fundamentales para el desarrollo, validación y análisis de datos en el estudio sobre las expectativas de los clientes en restaurantes (Reguant, 2020).

La muestra del estudio estuvo compuesta por estudiantes y ciudadanos que viven en una ciudad del sureste de tamaño mediano en los Estados Unidos. Se

identificaron cinco factores latentes que influyen en las expectativas gastronómicas de los comensales: comida, servicio, atmósfera, lo social y la salud. La escala Dinex, creada a partir de este estudio, es una herramienta útil para medir las expectativas de importancia de los huéspedes de restaurantes de manera precisa y eficiente.

Se puede concluir que la escala Dinex es una herramienta valiosa para medir las expectativas de importancia de los clientes de restaurantes de manera precisa y eficiente, lo que puede ser de gran utilidad para los propietarios y gerentes de restaurantes. Además, la combinación de técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas utilizadas en el estudio proporciona una base sólida para futuras investigaciones en la industria de restaurantes y en otros campos relacionados (Reguant, 2020).

Marco Legal

Se estructura el marco legal mediante la exposición de artículos jurídicos que brindan el soporte y viabilidad para el desarrollo de la investigación con ello comprender ordenanzas, resoluciones imprescindibles para llevar a cabo la actividad del servicio que ofrecen los restaurantes de la Isla San Cristóbal los cuales deben ser reguladas y monitoreadas por las autoridades correspondientes en virtud de beneficiar la satisfacción del cliente amparadas por las siguientes leyes.

Derechos del Buen Vivir En el Título II de Derechos, Capítulo segundo de Derechos del Buen Vivir, se establecen los derechos de que gozan las personas en general.

En la sección primera, Agua y alimentación, se norman los siguientes derechos:

Art. 12.- El derecho humano al agua es fundamental e irrenunciable. El agua constituye patrimonio nacional estratégico de uso público, inalienable, imprescriptible, inembargable y esencial para la vida.

Art. 13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.

El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria (Asamblea Constituyente , 2008).

Ley Orgánica de salud

Alimentación y Nutrición, Art. 16.-

Art. 16.- El Estado establecerá una política intersectorial de seguridad alimentaria y nutricional, que propenda a eliminar los malos hábitos alimenticios, respete y fomente los conocimientos y prácticas alimentarias tradicionales, así como el uso y consumo de productos y alimentos propios de cada región y garantizará a las personas, el acceso permanente a alimentos sanos, variados, nutritivos, inocuos y suficientes. Esta política estará especialmente orientada a prevenir trastornos ocasionados por deficiencias de micronutrientes o alteraciones provocadas por desórdenes alimentarios. (LEXIS FINDER, 2017).

El Reglamento Sustitutivo Para Otorgar Permisos De Funcionamiento A Los Establecimientos Sujetos A Vigilancia Y Control Sanitario.

Art. 1 el objeto del presente reglamento es categorizar, codificar y establecer los requisitos que los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario deben cumplir, previo a la emisión del Permiso de funcionamiento por parte de la Autoridad Sanitaria Nacional, a través de la Agencia de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria -ARCSA Y de las Direcciones Provinciales de Salud, según corresponda, o quien ejerza sus competencias.

Art. 2.- Las disposiciones del presente Reglamento serán aplicadas de manera obligatoria a nivel nacional a todas las instituciones, organismos y establecimientos públicos y privados, con o sin fines de lucro, que realicen actividades de producción, almacenamiento, distribución, comercialización, expendio, importación, exportación de productos de uso y consumo humano, servicios de salud públicos y privados de atención al público, empresas privadas de salud y medicina prepagada y otros establecimientos de atención al público sujetos a vigilancia y control sanitario (Ministerio de Salud, 2015).

Art. 4.- Competencias de las entidades públicas en las Galápagos. - El Consejo de Gobierno del Régimen Especial de la Provincia de las Galápagos; y, las entidades

y organismos públicos que ejercen competencias dentro de la misma se sujetarán para tal efecto a lo dispuesto en las normas y principios contemplados en la Ley Orgánica de Régimen Especial de la Provincia de Galápagos y demás legislación vigente.

Art. 3.- El Permiso de Funcionamiento es el documento otorgado por la Autoridad Sanitaria Nacional a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente.

Art. 4.- La Autoridad Sanitaria Nacional, a través de las Direcciones Provinciales de Salud, o quien ejerza sus competencias, otorgará el Permiso de Funcionamiento a los establecimientos categorizados en este Reglamento como servicios de salud.

La Autoridad Sanitaria Nacional, a través de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria – ARCSA, otorgará de forma automatizada el Permiso de Funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario, a excepción de los establecimientos descritos en el inciso anterior.

Los Permisos de Funcionamiento se emitirán de acuerdo con la categorización señalada en el presente Reglamento, conforme a su riesgo sanitario.

Art. 5.- (Sustituido por el Art. 1 del Acdo. 00004907, R.O. 294, 22-VII-2014).
- Los establecimientos que dispongan de la certificación de Buenas Prácticas de Manufactura obtendrán el Permiso de Funcionamiento ingresando únicamente la solicitud a la Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria – ARCSA, o quien ejerza sus competencias, y no tendrán que cancelar los valores establecidos en el presente Reglamento.

El Permiso de Funcionamiento a los establecimientos sujetos a control sanitario, a excepción de los establecimientos de servicios de salud, será otorgado sin inspección previa y únicamente con el cumplimiento de los requisitos documentales descritos en el presente Reglamento.

Art. 6.- El Certificado de Permiso de Funcionamiento otorgado a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA y por las Direcciones Provinciales de Salud, o quien ejerza sus competencias, tendrá vigencia de un año calendario, contado a partir de su fecha de emisión.

Art. 7.- El Certificado de Permiso de Funcionamiento contendrá la información que se detalla a continuación:

- Categoría del establecimiento.
- Código del establecimiento.
- Número del Permiso de Funcionamiento.
- Nombre o razón social del establecimiento.
- Nombre del propietario o representante legal.
- Nombre del responsable técnico, cuando corresponda.
- Actividad del establecimiento.
- Tipo del riesgo.
- Dirección exacta del establecimiento.
- Fecha de expedición.
- Fecha de vencimiento.
- Firma de la autoridad competente.

Categorización Sanitaria de los Establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario (2019).

Art. 9.- Los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario se clasifican en tres categorías conforme su riesgo: ¡Grupo A (riesgo alto) ; Grupo B (riesgo moderado) y Grupo C (riesgo bajo), tomando en consideración los siguientes criterios:

1. Riesgo epidemiológico.
2. Tipo de producto / servicio.
3. Procesos utilizados conforme a la actividad del establecimiento.
4. Tipo de desechos generados.

Art. 6.- Restauración integral de la capacidad de los ecosistemas de generar servicios. - Las autoridades ambientales competentes, dentro de sus respectivos ámbitos, ordenarán y supervisarán la restauración de los ecosistemas de la provincia de las Galápagos que sufrieren afectación o daño ambiental, para cuyo efecto coordinarán con las instituciones públicas que corresponda y observarán lo dispuesto en la legislación ambiental vigente. Si el daño o afectación ambiental se hubiere originado con motivo de la ejecución de obras, actividades o proyectos que contaren con licencia o autorización ambiental, la restauración se efectuará conforme corresponda a su naturaleza o en los planes de acción y/o emergentes que éstas

aprueben. Si las obras, actividades o proyectos no contaren con licencia o autorización ambiental, las autoridades ambientales competentes exigirán al sujeto de control, en el plazo de 48 horas de producido el o los eventos perniciosos, la elaboración de un plan emergente, el que, una vez aprobado por aquellas, será obligatoriamente aplicado en las tareas de restauración. La existencia de afectación o daño ambiental deberá ser determinada mediante resolución emitida por la autoridad competente, luego del correspondiente procedimiento administrativo sancionatorio, en la que se establecerá, además, la obligación de restaurar los ecosistemas perjudicados. Esta obligación se llevará a cabo, sin perjuicio de la responsabilidad administrativa, civil o penal de los sujetos de control, por los daños o afectaciones ambientales que se hubieren producido (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitarias, 2019).

Título III (Ministerio de Turismo, 2018)

De la Clasificación, requisitos de categorización y sistema de puntuación

Clasificación

Art. 14.- De su clasificación. - Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán en:

a) Cafetería

b) Bar

c) Restaurante

a) Cafetería: Establecimiento donde se elaboran, expenden y/o sirven alimentos de elaboración rápida o precocinada, pudiendo ser fríos y/o calientes que requieran poca preparación, así como el expendio de bebidas alcohólicas y no alcohólicas.

b) Bar: Establecimiento donde se consumen bebidas alcohólicas y no alcohólicas, alimentos ligeros como bocaditos, picadas, sándwich, entre otros similares, cuya estructura debe tener una barra o mostrador donde se servirán las bebidas y todo aquello que ordenen los consumidores, para el consumo dentro del establecimiento. No podrá contar con área de baile.

c) Restaurante: Establecimiento donde se elaboran y/o expenden alimentos preparados. En estos establecimientos se puede comercializar bebidas alcohólicas y

no alcohólicas. También podrá ofertar servicios de cafetería y, dependiendo de la categoría, podrá disponer de servicio de autoservicio.

Esta tipología incluye los establecimientos con especialidad de comida rápida.

Art. 15.- Según el tipo de servicio. - Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas clasificados como cafetería, bar y restaurante, deberán informar, a través del sistema establecido por la Autoridad Nacional de Turismo, el tipo de servicio que brindan de acuerdo con lo siguiente:

- a) Menú
- b) Autoservicio
- c) Buffet
- d) Menú fijo
- e) Servicio a domicilio

En caso de que los establecimientos encajen dentro de dos o más tipos de servicio, deberán informar, a través del sistema determinado por la Autoridad Nacional de Turismo, todos los tipos de servicio que ofrecen.

a) A la Carta: Utiliza como instrumento de comunicación y venta de la oferta de alimentos y bebidas, un listado de platos, a través del cual el consumidor hace su elección para seleccionar lo que va a consumir. El personal de servicio es el encargado de ejecutar la atención al consumidor a la mesa.

b) Autoservicio: Servicio cuya característica es la de presentar los alimentos en mostradores específicos, desde donde el consumidor se sirve asimismo de manera directa. En algunos casos, no hay personal de servicio.

c) Buffet: Servicio cuya característica es la de presentar los alimentos en mostradores específicos, donde los alimentos son servidos por personal especializado a los consumidores, quienes deben acercarse a la zona donde se encuentren los mostradores de los alimentos, para luego dirigirse a sus mesas respectivas a consumirlos. El personal de servicio está encargado de retirar la vajilla utilizada y en algunos casos, sirve las bebidas y postres.

d) Menú fijo: Los alimentos se ofrecen a través de una lista de platos en una oferta rígida que usualmente esta exhibida en el mostrador directamente al consumidor, con un precio fijo, que ofrece pocas posibilidades de cambio.

e) Servicio a domicilio: Servicio cuya característica principal es realizar el pedido a través de diferentes medios sea vía telefónica o internet. A través de la cual el consumidor recibe su orden en el lugar al que fue señalado o la retira directamente en el establecimiento.

Art. 16.- Según el tipo de cocina. - Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas clasificados como cafetería, bar, restaurante establecimiento móvil y servicio de catering deberán informar, a través del sistema determinado por la Autoridad Nacional de Turismo, el tipo de cocina que estos ofrezcan a sus usuarios de acuerdo con lo establecido en el (Anexo A) de este reglamento.

La información proporcionada en este anexo será con fines informativos, no determinará la categoría del establecimiento.

Requisitos obligatorios y de categorización

Art. 17.- Requisitos obligatorios. - Son los requisitos mínimos que deben cumplir de forma obligatoria los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas a nivel nacional a excepción de la provincia de las Galápagos, sea cual fuere su clasificación y/o categoría.

Los requisitos obligatorios estarán contenidos en los anexos B-C-D-E-F-G-H que son parte integrante del presente reglamento.

En caso de que el establecimiento no cumpla con estos requisitos dentro de los plazos establecidos por la Autoridad Nacional de Turismo, no podrá registrarse y se procederá con el proceso administrativo conforme a la normativa vigente.

Art. 18.- Categorización. - Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se categorizarán mediante un sistema de puntuación, obtenida de acuerdo con el cumplimiento de requisitos establecidos en este reglamento.

Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán de la siguiente manera:

a) Las cafeterías se categorizarán en: (2) dos tazas y (1) una taza, siendo (2) dos tazas la mayor categoría y (1) una taza la menor categoría;

b) Los restaurantes se categorizarán en: (5) cinco, (4) cuatro, (3) tres, (2) dos y (1) un tenedor, siendo (5) cinco tenedores la mayor categoría y un (1) tenedor la menor categoría;

c) Los bares y discotecas se categorizarán en: (3) tres, (2) dos y (1) una copa siendo (3) tres copas la mayor categoría y (1) una copa la menor categoría; y, d) Los

establecimientos móviles, plazas de comida y servicio de catering se categorizarán como categoría única.

Art. 19.- Requisitos de categorización. - Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas para obtener una categoría, de acuerdo con su clasificación, deberán alcanzar un mínimo de 40 cuarenta puntos; caso contrario tendrán el plazo determinado según el artículo para alcanzar el puntaje mínimo, de lo contrario no obtendrán el registro turístico. Los requisitos de categorización se encuentran detallados en los Anexos que son parte integrante de este reglamento, conforme a lo siguiente:

- a) Requisitos para cafeterías Anexo B.1
- b) Requisitos para bares Anexo C.1
- c) Requisitos para restaurantes Anexo D.1

Sistema de Puntuación

Art. 20.- Del sistema de puntuación. - Cada establecimiento turístico de alimentos y bebidas es categorizado con requisitos que son ponderados: para determinar su categorización de acuerdo con el presente reglamento.

Art. 21.- Del puntaje para categorización. - Los requisitos establecidos para cada clasificación, están identificados mediante un puntaje de acuerdo con el tipo de requisito, considerando los siguientes parámetros:

- Requisitos de buenas prácticas 6 puntos
- Requisitos de servicios 4 puntos
- Requisitos de infraestructura 2 puntos.

Art. 22.- Fórmula de cálculo. - Para obtener el nivel de cumplimiento requerido por cada categoría se aplicará la siguiente fórmula de cálculo:

Nota: Para leer Tabla, ver Registro Oficial Suplemento 575 de 5 de octubre de 2018, página 23 (Ministerio de Turismo, 2018).

Capítulo II

Método de investigación

Se detallan los pasos a seguir en la presente investigación, realizada en la isla de San Cristóbal – Galápagos. Para la elección del tema a investigar se busca referencias para la factibilidad del análisis del nivel de satisfacción de los usuarios por parte de los restaurantes de San Cristóbal, por esta razón se identifica una serie de técnicas basadas en la metodología científica en virtud de la aplicación de encuestas para la recolección de datos, enfocados en determinar el nivel de satisfacción del cliente.

Tipo de investigación

El método de investigación del presente trabajo de titulación es de enfoque descriptivo no experimental para la ejecución de la investigación: cuantitativo y cualitativo, debido a que se observara tipos de comportamientos del consumidor sin realizar ninguna intervención. Sobre el enfoque adopta una forma mixta, por el proceso de recolección y análisis de datos cuantitativo y cualitativo:

La investigación bajo el enfoque cuantitativo se denomina así porque trata con fenómenos que se pueden medir (esto es, que se les puede asignar un número, como por ejemplo: número de hijos, edad, peso, estatura, aceleración, masa, nivel de cociente intelectual, entre otros) a través de la utilización de técnicas estadísticas para el análisis de los datos recogidos, su propósito más importante radica en la descripción, explicación, predicción y control objetivo de sus causas y la predicción de su ocurrencia a partir del desvelamiento de las mismas (Sánchez Flores, 2019).

La investigación cualitativa aborda los significados, las acciones de los individuos y la manera en que estos se vinculan con otras conductas propias de la comunidad; además que conlleva a explicar los hechos sociales, buscando la manera de comprenderlos. De la misma manera, analiza, interpreta y comprende la realidad estudiada tal como aparece, esto es, tal como es y se da, situación que la hace caracterizar como una metodología fenomenológica. Así también ayuda teóricamente a interpretar y comprender la intersubjetividad como formas de obtener la verdad de la realidad, la interpretación de la forma de pensar del sujeto, quien es que da la información y actúa como ser pensante y participativo en la interpretación de su realidad (Piña, 2023).

El desarrollo de la investigación depende del conjunto de métodos aplicados en obtener resultados cualitativos y cuantitativos que corresponderán a la comprensión del problema planteado y a su vez determinar las preferencias que tienen los consumidores.

“Se quiere establecer la posible causa-efecto observando hechos que ya han ocurrido y buscar los factores o situaciones que lo han podido provocar” (Arias, 2021). A fin de comprender la realidad se debe cuantificar hechos presentes en la realidad actual del servicio de restaurantes al utilizar deducciones lógicas que ayudaran a la recolección de datos estadísticos.

Enfoque de investigación

Se utilizan fuentes bibliográficas y hemerográficas. Para obtener información relacionada al análisis del nivel de satisfacción de los usuarios se realiza la investigación de campo con entrevistas y encuestas directas a los usuarios que frecuentan estos establecimientos, se gestionan los datos obtenidos en respuesta a las entrevistas y encuestas tomadas en los restaurantes a cada comensal y parte de personal administrativo de los mismos, obteniendo así datos reales.

Asimismo, el nivel de alcance de la investigación se enfoca en identificar las causas principales por las que existe ineficiencia en el servicio prestado a los clientes, en los restaurantes de la Isla de San Cristóbal, al contar con datos reales obtenidos en la aplicación de las encuestas respectivas y así entrar en análisis objetivo. Apoyados con la precisión de instrumentos de medición, para una correcta interpretación de lo que acontece en los establecimientos y a la vez dar forma a la planeación de estrategias de mejoras.

Población

Se determina la población para este estudio según el rango del total de población y el total de visitas frecuentes que mantiene los 18 restaurantes con emisión de permiso de funcionamiento para establecimientos de servicio de alimentación colectiva.

Tabla 4

Datos estáticos de acuerdo con el censo

<i>Isla</i>	<i>Turistas</i>
<i>San Cristóbal</i>	1356

Fuente: Ministerio de Turismo (MINTUR) 2022

Muestra

Es un porcentaje representativo del grupo de personas donde se centra el estudio el cual tiene como fin, obtener información objetiva al aplicarse el muestreo no probabilístico. Utilizando la fórmula del muestreo finito.

En la investigación actual se usa la calculadora de muestras en línea para tener un cálculo más exacto, con un total de población 1356 de turistas al año 2022.

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

Tamaño de muestra: 300

n= Tamaño de muestra

z= Nivel de confianza deseado

p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)

q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e= Nivel de error dispuesto a cometer

N= Tamaño de la población

Limitante de la muestra: debido a la situación de seguridad que vive el país desde el año 2021 por los altos índices de inseguridad. Según el informe global contra el crimen organizado transnacional 2023, Ecuador pasó de 6,25 en el índice de criminalidad de 2021 a 7,07 en el índice de 2023. (Miño, 2023).

Se ha logrado obtener una muestra de 300.

Herramientas

Para el desarrollo de la investigación se requiere de técnicas de recolección de datos eficientes a la identificación de los problemas planteados, el cual permitirá ampliar el conocimiento del tema. Obteniendo así respuestas que validen las argumentaciones expresadas para la consecución de criterios enfocados en planes de mejora, al demostrar la influencia de las variables.

Técnicas de Recolección de Datos

Observación

La observación de fenómenos cuyos análisis estadísticos, es el más usado en el campo de las ciencias sociales y en las ciencias naturales. Por lo tanto, los datos empíricos son sacados de las pruebas acertadas y los errores, es decir, de experiencia. Se utiliza una ficha de observación tomando en cuenta criterios o requisitos generales obligatorios para los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas (León, 2021). Donde se estructura ítems específicos con su opción de respuesta objetiva para evidenciar si cumplen o no con el equipamiento necesario para brindar atención al usuario. A continuación, se presenta la tabla 5 y 6 obtenidas del reglamento turístico de A&B del Ecuador para determinar con los restaurantes que cumplen con el reglamento de A&B y así también la tabla 6 obtenida del mismo reglamento para obtener la puntuación y categorización.

Tabla 5

Anexo D Reglamento turístico de A&B

ANEXO D. REQUISITOS GENERALES OBLIGATORIOS PARA LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS – RESTAURANTES

No.	REQUISITOS	CUMPLE	NO CUMPLE
1	Tener acceso universal el establecimiento e instalaciones, con facilidades para el uso de personas con discapacidad. (En caso de establecimientos existentes contar con ayudas técnicas o servicio personalizado que haya aprobado el curso de atención al turista con discapacidades emitido por la autoridad competente.		
2	Contar con manejo de desperdicios en contenedores con tapa, identificados por tipo de desperdicio.		
3	Contar con sistema de iluminación de emergencia.		

4	Identificar y señalar las zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras según las disposiciones de la autoridad competente.
5	Debe 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.
6	Contar con suministro de agua permanente en el establecimiento.
7	Debe contar con alarma de incendios y/o detector de humo.
8	Los alimentos, deben estar sobre estanterías o repisas limpias 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 (no se permite el uso de madera, no oxidadas), deben ser de material de fácil limpieza.
9	La 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.
10	Exhibir en un lugar visible al consumidor el aforo permitido en el establecimiento.
11	Debe contar con sumideros en áreas de preparación de alimentos.
12	Debe contar con un equipo que garantice la extracción de humos y olores de la zona de cocción.
12	Debe contar con baños y/o baterías sanitarias en cumplimiento con el marco legal vigente.
	Nota: se exceptúa para los establecimientos que compartan baños
14	Contar con menú de alimentos y bebidas que incluya precio con impuestos, exhibidos al público y legibles.
15	Contar con personal uniformado de servicio: no uso de joyas, uso de uniforme limpio, uñas cortas, limpias, sin pintura de uñas.
16	Personal que manipula alimentos: no uso de joyas, uñas cortas, limpias, sin pintura de uñas, uniforme limpio y sin maquillaje.
17	El personal del establecimiento debe usar protector para el cabello.
18	Contar con un botiquín de primeros auxilios con contenido básico, según lo establecido en este reglamento.
19	Debe mostrar registros visibles de limpieza diaria de baños y/o baterías sanitarias.
20	Los horarios de atención del establecimiento deben estar exhibidos en un lugar visible al consumidor.
21	Debe contar con bodega(s) y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y menaje.
22	Debe contar con vajilla, cubiertos y cristalería en óptimas condiciones (que no estén rotas, despostilladas, sin signos de deterioro, entre otras).
23	Contar con un registro documental de control de plagas.
24	Debe contar con pisos o elementos antideslizantes en el área de producción (puede aplicar el uso de moquetas antideslizantes).

25	Todas las áreas de almacenamiento deben mantenerse limpias, y protegidas contra ingreso de roedores, animales y personas ajenas al servicio.
26	Deben contar con trampa de grasa en el área de producción y área de lavado de vajilla.
27	El personal que manipula alimentos de manera directa e indirecta debe contar con un certificado médico actualizado que le habilita poder trabajar en dicha actividad, conforme a lo requerido por la autoridad competente.
28	Debe contar con un informativo del correcto lavado de manos en el área de producción.
29	Debe exhibir en un lugar visible al consumidor el número del servicio integrado de seguridad ECU 911.
30	Focos y lámparas de techo en áreas de producción deben aislarse con protectores en caso de rotura.
31	Las superficies donde se preparan los alimentos son de materiales de fácil limpieza y lavables, resistentes a la corrosión, sin daños evidentes. Está prohibido el uso de madera y cerámica.
32	Contar con salida(s) de emergencia identificadas y habilitadas.
33	Debe contar con suministro continuo de energía eléctrica.
34	Contar 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.
35	El personal de servicio conoce el detalle del contenido de la carta.
36	El personal de cocina conoce el detalle de la preparación de los platos que ofrece el establecimiento.
37	Cuenta con letreros que promuevan el uso eficiente del agua y energía eléctrica en el establecimiento.
38	Contar con un registro quincenal de limpieza profunda del establecimiento turístico

Fuente: Tomado del Reglamento de establecimientos turísticos de alimentos y bebidas por MINTUR (2018)

Tabla 6

Anexo D1 Reglamento turístico de A&B

ANEXO D.1. REQUISITOS DE CATEGORIZACIÓN PARA RESTAURANTES

No.	REQUISITOS	SI/NO CUMPLE	PUNTAJE	TIPO DE REQUISITO
1	Cuenta con entrada de consumidores independiente de la del personal de servicio.		2	Infraestructura
2	Cuenta con guardarropa y/o percheros para los consumidores.		4	Servicio
3	Cuenta con vestíbulo o sala de espera, independiente del comedor del restaurante.		2	Infraestructura
4	Cuenta con zona específica para bar.		2	Infraestructura

5	Cuenta con calefacción y/o aire acondicionado en área de comedor.	4	Servicio
6	Cuenta con menú en idioma extranjero.	4	Servicio
7	Cuenta con menú de vinos nacionales e importados, vinos espumosos, licores, aguardientes y cervezas.	4	Servicio
8	Cuenta con cava de vinos.	4	Servicio
9	Cuenta con jefe de comedor con conocimientos de un idioma extranjero.	4	Servicio
10	Cuenta con somelier o persona con capacidad de explicar el menú de vinos y licores.	4	Servicio
11	Cuenta con parqueadero, propio o contratado, y/o servicio de valet parking.	4	Servicio
12	Cuenta con mecanismos informativos que contengan advertencias de alimentos que generan intolerancias o alergias.	4	Servicio
13	Cuenta con servicio de reserva de mesa.	4	Servicio
14	Cuenta con anfitrión para recepción de consumidores.	4	Servicio
15	Cuenta con una póliza de responsabilidad civil.	4	Servicio
16	Cuenta con un instrumento para que los consumidores puedan valorar la satisfacción del servicio prestado.	4	Servicio
17	Cuenta con un listado de compañías de taxis de la zona y/o aplicaciones móviles para otorgar el servicio de taxi.	4	Servicio
18	Cuenta con personal de seguridad capacitado y certificado debidamente identificado.	4	Servicio
19	Los baños de hombres y mujeres cuentan con cambiadores para bebés en los dos géneros.	4	Servicio
20	Cuenta con letreros que promuevan el uso eficiente del agua y energía eléctrica en el establecimiento.	4	Servicio
21	Cuenta con un 10% mínimo del personal que acredita el nivel A2 (nivel básico) de conocimiento de un idioma extranjero de acuerdo con el Marco Común Europeo para las lenguas.	4	Servicio
22	Cuenta con vestuarios y servicios higiénicos independientes para personal de servicio. Este lugar debe estar iluminado, ventilado y limpio.	2	Infraestructura
23	Cuenta con sistema computarizado de facturación.	4	Servicio
24	Cuenta con un proceso de almacenamiento e identificación de productos o utiliza el manejo de alimentos mediante el principio PEPS y PCPS.	6	BPM
25	Cuenta con un plan de registro de temperaturas.	6	BPM
26	Cuenta con sistemas de purificación de agua en áreas de preparación de alimentos.	6	BPM
27	Cuenta con fuentes de abastecimiento alternativo de energía eléctrica en caso de necesitarlo.	4	Servicio

28	En el área de producción, cuenta al menos con un lavadero exclusivamente para manos y otro para vajilla y menaje de cocina.	6	BPM
29	Cuenta con un Licenciado en Gastronomía debidamente reconocido por la autoridad competente.	4	Servicio
30	Cuenta con certificación de BPM o HACCP por una empresa calificada.	6	BPM
31	Cuenta con área de pescadería.	6	BPM
32	Cuenta con área de carnicería.	6	BPM
33	Cuenta con área de panadería o pastelería.	6	BPM
34	Cuenta con área separada de cocina caliente y cocina fría.	6	BPM
35	Cuenta con cámaras de refrigeración.	6	BPM
36	Cuenta con cámaras de congelación.	6	BPM
37	Cuenta con facilidades de pago electrónico (transferencia, pay pal, tarjeta de débito/ crédito y/o dinero electrónico).	4	Servicio
38	Debe contar con instrumentos de control de acidez del aceite. Respetando los parámetros del ARCSA en relación de uso del aceite	6	BPM
39	Cuenta con un plan maestro de limpieza.	6	BPM
40	Las áreas de servicio cuentan con sistemas de ventilación natural y/o forzada que permita el flujo del aire y la no acumulación de olores.	4	Servicio
41	Cuenta con vestíbulo o sala de espera, en el cual podrá instalarse un bar independiente del comedor del restaurante	4	Servicio

Fuente: Tomado del Reglamento de establecimientos turísticos de alimentos y bebidas por MINTUR (2018)

Entrevista

La entrevista es una de las técnicas cualitativas más utilizadas en la investigación sociológica. Mediante la entrevista, el investigador persigue acceder a la perspectiva del sujeto estudiado donde se expone un marco de preguntas objetivas a las funciones de servicio que realizan los restaurantes.

La siguiente entrevista va a ser destinada para recoger información importante de actores en la actividad turística en San Cristóbal provincia de las Galápagos, aquellos negocios que participan y que atienden o están registrados como negocios que practican actividades turísticas y que atienden a turistas nacionales y extranjeros. A

continuación, se presenta en la tabla numero 9 las dimensiones y variables a considerarse para obtener la información respectiva de primer orden para su proceso futuro.

Tabla 7

Ficha técnica para restaurantes de San Cristóbal Galápagos

<i>Dimensiones</i>	<i>Variables</i>	<i>Preguntas</i>
<i>Demográficas</i>	Edad	Cuál es su edad
	Sexo	Defina su sexo
	Estado civil	Cuál es su estado civil
	Lugar de residencia	País de residencia Ciudad donde vive Ciudad de origen
<i>Socio Graficas</i>	Composición Familiar	Cuántas personas viven en su hogar
	Nivel socioeconómico	Cuáles son sus ingresos mensuales
	Ocupación	En qué tipo de industria trabaja usted En qué tipo de empresa Qué cargo posee usted en esta organización
	Nivel Educativo	Cuál es su nivel de educación alcanzado
<i>Económica</i>	Ingreso por ventas	Cuál es su ingreso de ventas por mes
	Ticket promedio de consumo	Cuanto en promedio gasta en consumo un cliente por visita
	Número de personas atendidas por día	Cuál es el rango de personas que atienden por día
<i>Atmosfera</i>	La iluminación complementa la experiencia de consumo	Como planifica la iluminación en su restaurante para potenciar la experiencia de consumo
	La ambientación del restaurante es placentera	Como percibe la influencia de la ambientación en los clientes
	La temperatura del restaurante es placentera	Como considera que la temperatura influye en la satisfacción general de los clientes
	No existe olores desagradables	En qué medida considera que la ausencia de olores desagradables puede

		impactar a la satisfacción general de los clientes
<i>Servicio</i>	El personal de servicio tiene cuidado de no hacer esperar al cliente	Como asegura que su personal evite largas esperas para los clientes
	El personal de servicio se comunica adecuadamente	Como asegura que su personal se comunique de manera efectiva con los clientes
<i>Comida</i>	La comida es exacta como se ordena	Como garantiza que la comida de su restaurante sea exacta según las ordenes de sus clientes
	El gusto de la comida es agradable	Como califica la satisfacción de los clientes con respecto al gusto de la comida ofrecida en su restaurante
	La cantidad de la comida es la esperada	En su experiencia la comida servida en su restaurante generalmente cumple con las expectativas de los clientes
	El personal de servicio tiene conocimiento sobre la comida que se sirve	Como asegura que su personal de servicio este informado sobre el menú

Fuente: Autores

Encuesta

La encuesta es una técnica cuantitativa, ampliamente utilizada como un instrumento requerido para acercarse oportunamente a la realidad que tiene la calidad de servicios que prestan los restaurantes de una localidad. Debido a que es una técnica de investigación que permiten medir la calidad-servicio, conociendo las expectativas, percepciones, que dan sus clientes por el servicio recibido dentro de los establecimientos, además, permite analizar aspectos cuantitativos y cualitativos de la satisfacción por ello, es una herramienta efectiva, relacionada directamente con las directrices del reglamento turístico de alimentos y bebidas.

La siguiente encuesta va a ser destinada para recoger información importante de actores en la actividad turística en San Cristóbal provincia de las Galápagos, aquellos

negocios que participan y que atienden o están registrados como negocios que practican actividades turísticas y que atienden a turistas nacionales y extranjeros. A continuación, se presenta en la tabla número 8 donde se aplicará el formulario Dinex y consecuentemente se incorporará las variables demográficas y socio gráficas.

Tabla 8

Ficha técnica para comensales de restaurantes de San Cristóbal Galápagos

<i>Dimensiones</i>	<i>Variables</i>	<i>Preguntas</i>
<i>Demográficas</i>	Edad	Cuál es su edad
	Sexo	Defina su sexo
	Estado civil	Cuál es su estado civil
	Lugar de residencia	País de residencia
		Ciudad donde vive
<i>Socio Graficas</i>	Composición Familiar	Ciudad de origen Cuántas personas viven en su hogar
	Nivel socioeconómico	Cuáles son sus ingresos mensuales
	Ocupación	En qué tipo de industria trabaja usted
		En qué tipo de empresa Qué cargo posee usted en esta organización
	Nivel Educativo	Cuál es su nivel de educación alcanzado
<i>Atmosfera</i>	La iluminación complementa la experiencia de consumo	Cree usted que influye la iluminación en la experiencia de consumo
	La ambientación del restaurante es placentera	Como percibe la influencia de la ambientación en restaurantes
	La temperatura del restaurante es placentera	Como considera que la temperatura influye en la satisfacción general
	No existe olores desagradables	En qué medida considera que la ausencia de olores desagradables puede impactar a la satisfacción general de los clientes
<i>Servicio</i>	El personal de servicio tiene cuidado de no hacer esperar al cliente	Como valoras que el personal evite hacer esperar al cliente
	El personal de servicio se comunica adecuadamente	Que importancia le das a la comunicación adecuada del personal de servicio en un restaurante

<i>Comida</i>	El personal de servicio tiene conocimiento sobre la comida que se sirve	Valoras que el personal de servicio conozca la comida que se sirve
	La comida es exacta como se ordena	Como es importante para ti que la comida sea exacta como la ordenas
	El gusto de la comida es agradable	Como impacta en tu satisfacción general el gusto de la comida
	La cantidad de la comida es la esperada	Que tan relevante es que la cantidad de comida en un restaurante sea la esperada

Fuente: Autores

CAPITULO 3

Análisis de datos

La recolección de datos para este trabajo de investigación se logró por medio de tres herramientas: observación, entrevista y encuestas. La primera herramienta de investigación aplicada denominada observación fue realizada los días los días 28,29 y 30 de diciembre del 2023 en dos horarios: a) 10H:00 a 13H:00 y b) 15H:00 a 18H:00. La herramienta entrevista fue realizada los días 7, 8, y 9 en el mes de enero del 2024 en el horario de 10H:00 a 12H:00. Así mismo, se realizó la aplicación de la herramienta encuesta a turistas nacionales y extranjeros que se encontraban dentro de los 11 restaurantes que formaron parte de la muestra y que están ubicados en la Isla San Cristóbal.

Análisis de la herramienta de observación

A continuación, se presentan los datos recolectados de primer orden obtenido mediante las fichas técnicas D y D1 del reglamento turístico de alimentos y bebidas del Ecuador. Las herramientas aplicadas permitieron recolectar información necesaria para identificar: tipo de negocio y categorización de negocio. De un total de 18 negocios observados y que constaban en el catastro de turismo nacional 2022, se consideraron solo 11 negocios de alimentos y bebidas debido a que 4 de estos negocios se encuentran ubicados en la Isla Floreana y 3 no se encuentra operando.

La posición geográfica de la isla San Cristóbal se presenta a continuación en la tabla 9; además en la figura 4 se presenta la ubicación de los restaurantes observados en la Isla San Cristóbal provincia de Galápagos.

Tabla 9

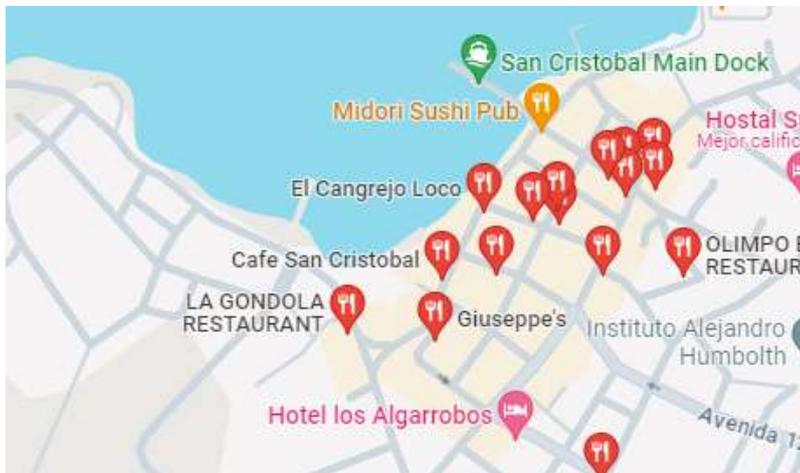
Análisis geográfico de San Cristóbal, Galápagos

Extensión	Limites Rango	Altitudinal
Total: 558 km ² Cabecera Cantonal: Puerto Baquerizo Moreno Parroquias Rurales: Parroquia el Progreso	Norte: Océano Pacífico Sur: Isla española Este: océano Pacífico Oeste: Limita con isla Santa Cruz e isla Floreana	Altitud: Punto más alto (759 metros) cerro San Joaquín Latitud: Latitud sur 0° 40' 40" y 0° 57' 00" y 89° 14' 10" y 89° 37' 30" de longitud oeste Longitud: 49 km

Fuente: Autores

Figura 4

Mapa de restaurantes San Cristóbal



Fuente: Google Maps

La tabla 10 presenta a continuación el número de restaurantes observados en la isla San Cristóbal durante las fechas 28, 29 y 30 de diciembre en dos (2) horarios: a) 10H:00 a 13H:00 y b) 15H:00 A 18H:00 y donde se pudo cotejar los datos del catastro nacional de turismo 2022 con el inventario actual.

A continuación, se presenta el resultado del formulario D y D1 del reglamento turístico de alimentos y bebidas de manera resumida en la tabla 10.

Tabla 10

Resultados del formulario D y D1 del reglamento turístico de alimentos y bebidas

<i>Nombre del negocio de alimentos y bebidas</i>	<i>Tipo de negocio</i>	<i>Categorización Observada</i>	<i>Categorización MINTUR</i>
<i>Restaurante Cormorán</i>	Restaurante	1 tenedor	3 tenedores
<i>Restaurante Paulev</i>	Restaurante	2 tenedores	3 tenedores
<i>Midori Sushi Pub</i>	Restaurante	3 tenedores	2 tenedores
<i>Wok by the sea</i>	Restaurante	1 tenedor	4 tenedores
<i>The mockingbird</i>	Restaurante	1 tenedor	3 tenedores
<i>Restaurante Miconia</i>	Restaurante	1 tenedor	3 tenedores
<i>Giuseppe's restaurant</i>	Restaurante	1 tenedor	3 tenedores
<i>El Descanso marinero</i>	Restaurante	1 tenedor	2 tenedores
<i>El cangrejo loco</i>	Restaurante	2 tenedores	2 tenedores
<i>Maui restobar</i>	Restaurante	1 tenedor	2tenedores
<i>Post office</i>	Restaurante	2 tenedores	5tenedores
<i>Golden prague restaurant</i>			

Fuente: Autores

En esta tabla se ha considerado solo los restaurantes que están domiciliados en la Isla San Cristóbal, las fichas técnicas implementadas para la observación han demostrado que los datos provistos por el catastro de turismo nacional no son correctos. Se observó que existen: un restaurante de 5 tenedores, un restaurante de 4 tenedores, cinco restaurantes de 3 tenedores y cuatro restaurantes de 2 tenedores.

Análisis de la Entrevista

La herramienta entrevista fue realizada los días 7, 8, y 9 de enero en el horario de 10H:00 a 12H:00 (matutino), durante esos días, se realizaron visitas a los restaurantes que cumplieron con las siguientes características: pertenecen al catastro de turismo, están domiciliados en la isla san Cristóbal y fueron parte de la observación de validación de este trabajo de investigación. Es importante destacar que, de estos 11

establecimientos, solo 5 proporcionaron la apertura necesaria para llevar a cabo la entrevista. Este proceso permitió recopilar información valiosa sobre la perspectiva y experiencia de los dueños y administradores de los restaurantes: El descanso el mariner, El cangrejo loco, Wok by the sea, Midori sushi pub, Giuseppe's restaurant. Obsérvese la tabla 11 donde se presenta el listado de los restaurantes donde se llevaron a cabo las entrevistas.

Tabla 11

Listado de los restaurantes donde se llevaron a cabo las entrevistas

<i>Nombre de Restaurante</i>	<i>Nombre de la persona</i>	<i>Cargo</i>
<i>El Descanso mariner</i>	Marina Jaime	Gerente propietario
<i>Giuseppe's restaurant</i>	Giuseppe Paldino	Gerente propietario
<i>Cangrejo loco</i>	Jessica Mogolbay Jaime	Gerente propietario
<i>Wok by the sea</i>	Jorge Basurto Mejía	Gerente propietario
<i>Midori sushi pub</i>	Jorge Basurto Mejía	Administrador

Fuente: Autores

En cuanto a la dimensión demográfica encontramos los siguientes hallazgos, se ha identificado que el 100% de los entrevistados viven en la isla San Cristóbal, la mayoría de los propietarios de restaurantes involucrados en este tipo de negocio de alimentos y bebidas denominado restaurantes la mayoría son hombres con un total de 60% y 40% mujeres, la edad promedio es de 45 años (rango de edades: 36-51). Podemos notar también que el 60% están casados y 40% están solteros.

Además, los datos revelados en la dimensión socio gráfica, identifican que el 100% de los entrevistados se dedican exclusivamente al negocio de alimentos y bebidas, específicamente al sector de restaurantes. Así también, se identificó que el 80% de los entrevistados eran propietarios de los negocios de alimentos y bebidas y el restante 20% trabajan en relación de dependencia para este tipo de negocio en calidad de administradores. Un tercer hallazgo de esta dimensión socio gráfica indicó que los ingresos netos generados mensualmente por esta actividad oscilan entre los \$800 y \$1000. En cuanto a la variable educación el 75% de los entrevistados han obtenido un título de bachiller y un 25% han alcanzado un título universitario.

La dimensión económica de las entrevistas a dueños de restaurantes indica que el 80% de los entrevistados tiene un ingreso diario menor a \$1000 mientras que el

20% restante tiene ingresos mayor a los \$1000, el ticket promedio de consumo muestra que el 100% de clientes gastan entre \$30 a \$40 por visita, así mismo el número de personas atendidas por día es una variable que muestra el volumen de clientes que visita cada restaurante, otra variable mostro que el 80% de restaurantes tiene un promedio de 30 personas atendidas por día, mientras que el restaurante Midori presenta un promedio de 50 personas atendidas por día.

La cuarta dimensión estudiada mediante el formulario de entrevista fue la atmósfera donde los entrevistados indicaron que conocen la importancia de la atmosfera para un negocio de alimentos y bebidas y que estos aspectos son de gran relevancia para ellos. La mayoría de los dueños de restaurantes afirmaron que poseen una ambientación placentera para brindar una experiencia satisfactoria a los comensales. Uno de los propietarios mencionó durante la entrevista que ha recibido por parte de los comensales buenos comentarios acerca de su atmósfera (única y atractiva) estos son los comentarios que han emitido los comensales sobre esta dimensión en este restaurante.

En la dimensión relativa a la comida, los resultados evaluados indicaron que el 100% de los participantes en la entrevista manifestaron de manera unánime hacia la respuesta (totalmente satisfactorio). Es clave destacar que la satisfacción del cliente es un factor importante para el éxito de cualquier negocio de restauración, siendo fundamental que los establecimientos se esfuercen en ofrecer una experiencia gastronómica de calidad.

En cuanto a la dimensión servicio los entrevistados indicaron en su totalidad (100%) que es de vital importancia contar con un personal de servicio que reduzca el tiempo de espera del cliente, consideran que es elemental brindar un servicio eficiente y rápido, sin la necesidad que el cliente tenga que esperar por largos periodos de tiempo para ser atendido o que su plato sea servido a la mesa. Para los dueños de restaurantes, contar con un personal de servicio que cumpla con estas características es determinante para lograr la satisfacción de los clientes y el éxito del negocio.

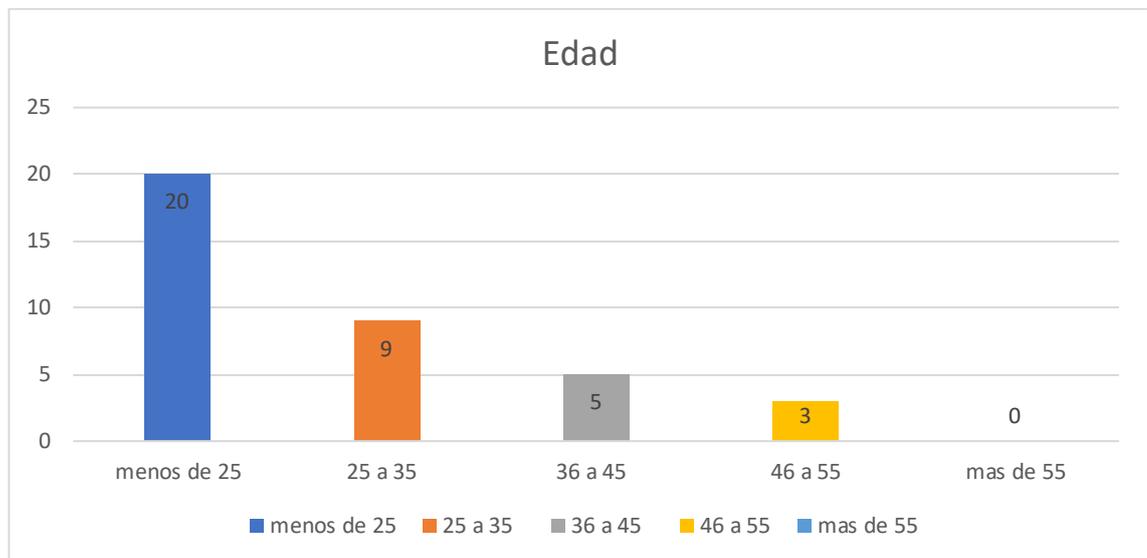
Análisis de las Encuestas

La herramienta de encuesta se ejecutó entre los días 7, 8, y 9 en el mes de enero en el horario de la mañana (10H:00 a 12H:00), Durante este período, se efectuaron visitas a un total de 11 restaurantes de los 18 que figuraban en el registro catastral. Es

relevante señalar que, de estos 11 establecimientos, únicamente 5 permitieron la realización de encuestas en sus instalaciones. Este procedimiento permitió la recopilación de información valiosa acerca de la experiencia de los clientes en relación con el servicio en los siguientes restaurantes: El Descanso del Marinero, El Cangrejo Loco, Wok by the Sea, Midori Sushi Pub y Giuseppe's Restaurant.

Figura 5

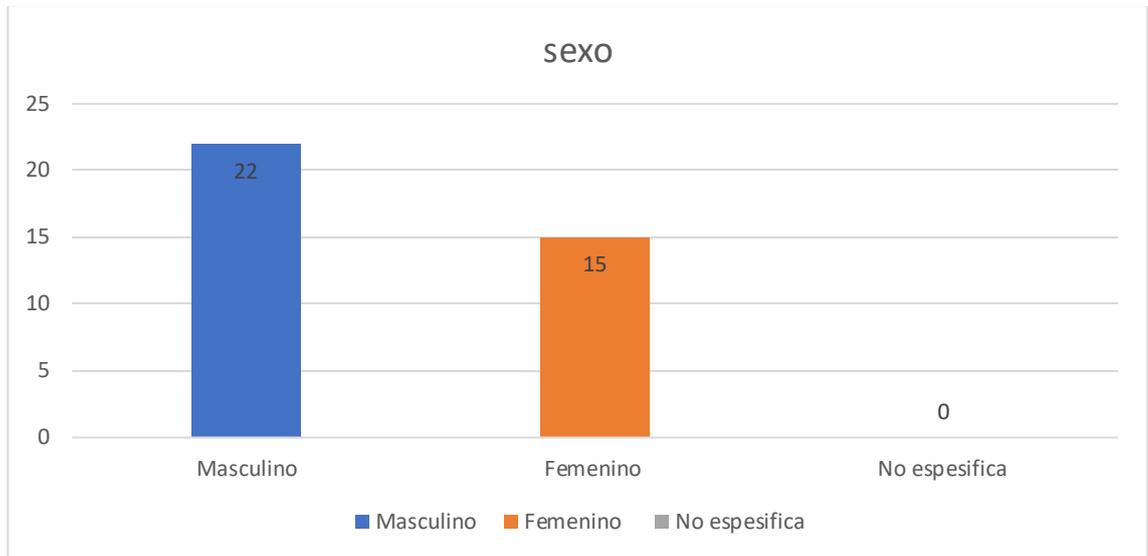
Edad de los encuestados



De las 37 personas encuestadas, 20 pertenecen al rango menos de veinticinco años, 9 pertenecen al rango de 25 a 35 años, 5 pertenecen al rango de 36 a 45 años y 3 entre 46 a 55 años.

Figura 6

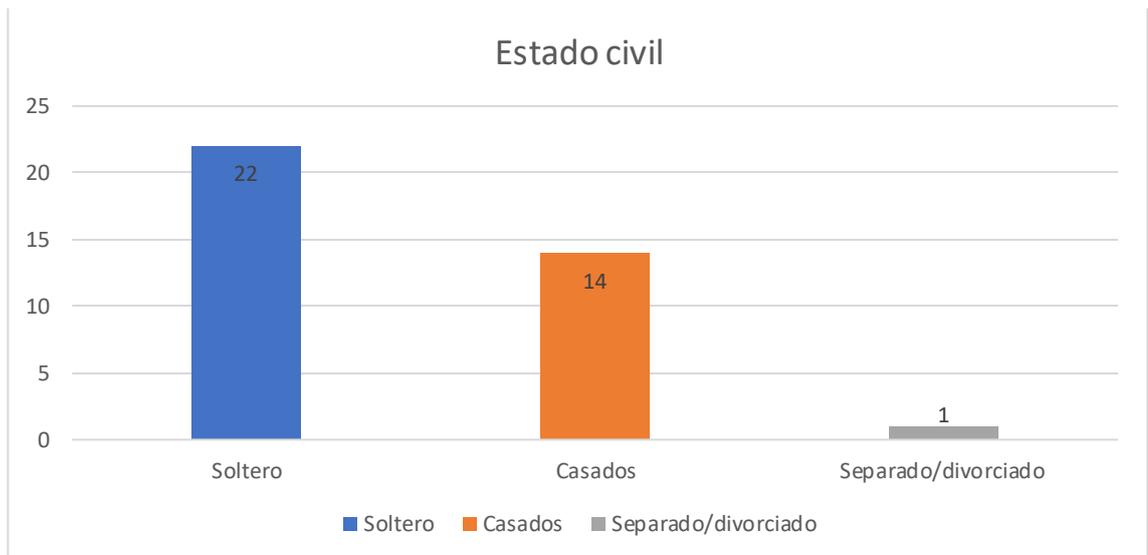
Sexo de los encuestados



De las 37 personas encuestadas, 22 pertenecen al sexo masculino mientras que 15 pertenecen al sexo femenino.

Figura 7

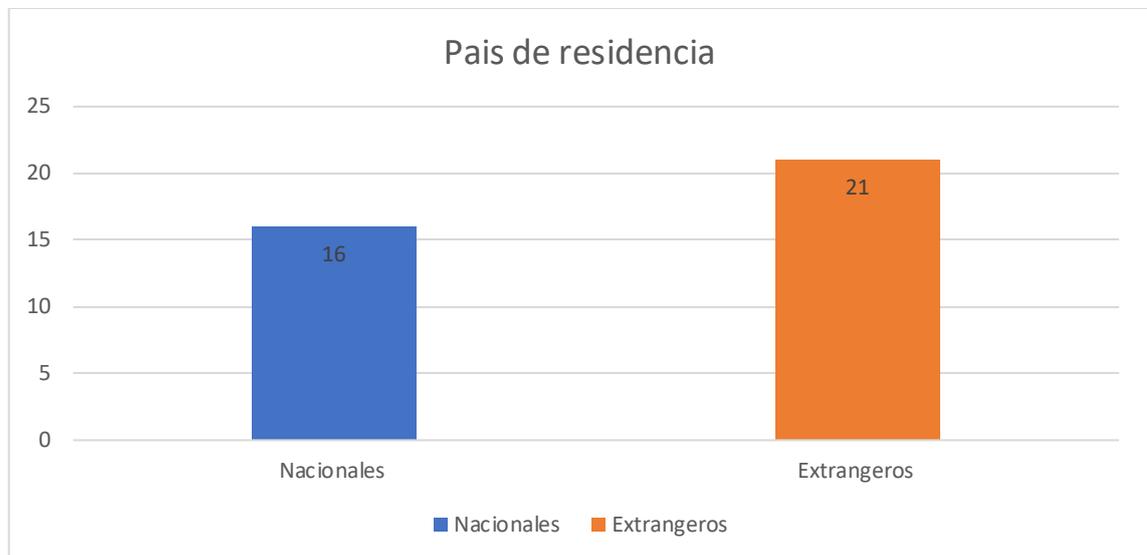
Estado civil de los encuestados



De los 37 encuestados, 22 son solteros, 14 son casados y 1 es separado/divorciado.

Figura 8

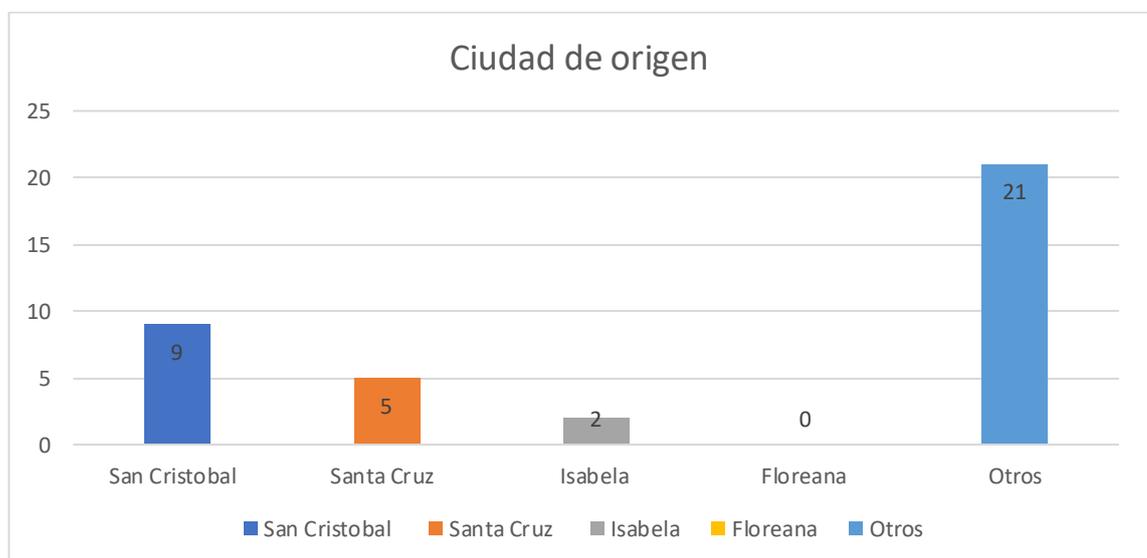
País de residencia de los encuestados



De los 37 encuestados, 16 comensales son nacionales y 21 comensales de origen extranjero.

Figura 9

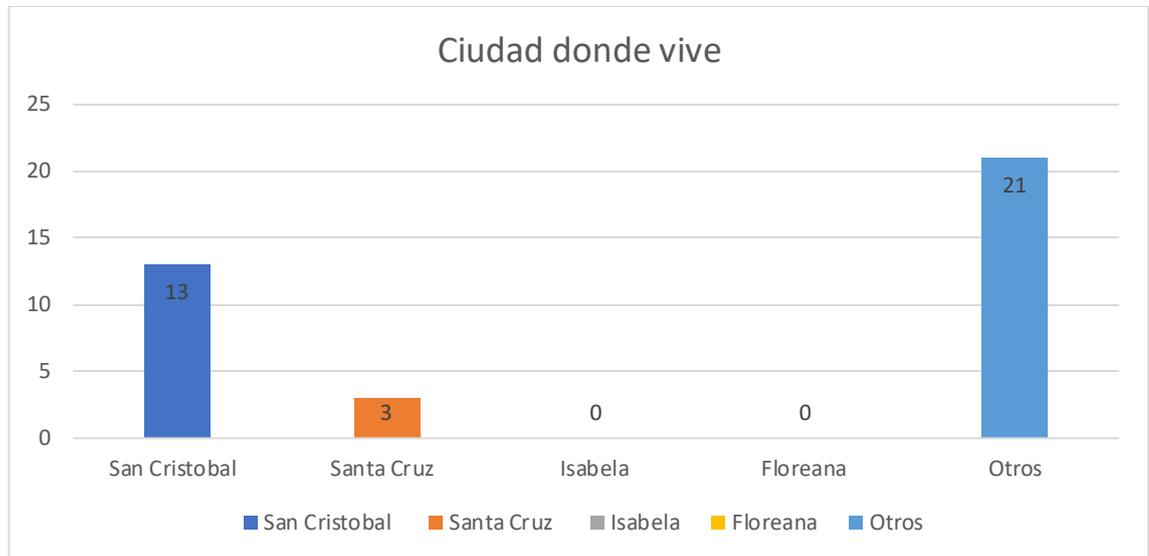
Ciudad de origen de los encuestados



De los 37 encuestados, 21 comensales son de origen de ciudades extranjeras, 9 son de San Cristóbal, 5 son de Santa Cruz, 2 de Isabela y 0 de Floreana.

Figura 10

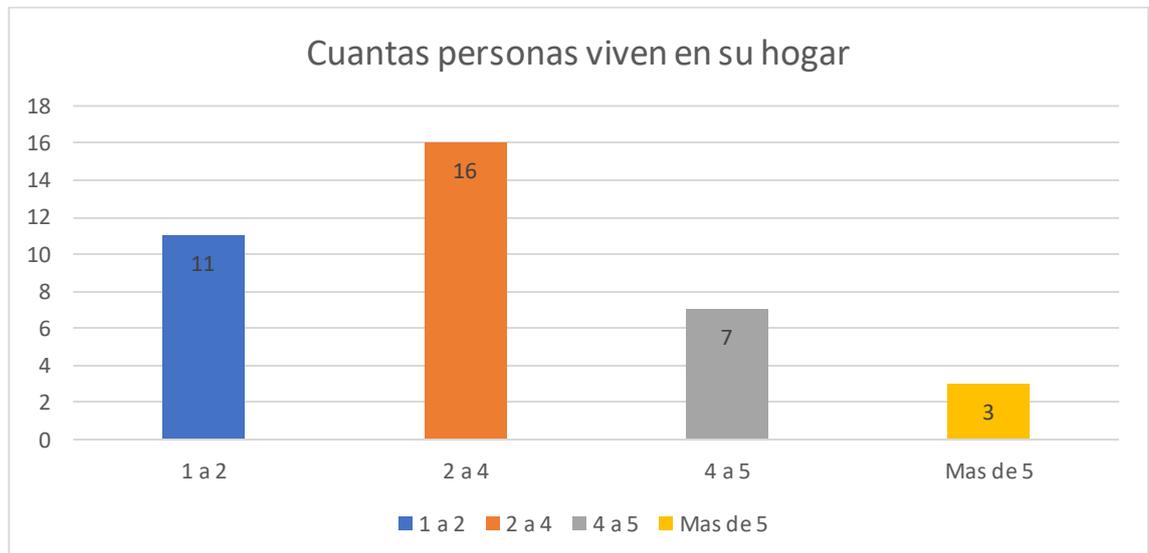
Ciudad donde viven los encuestados



De los 37 encuestados, 21 viven en ciudades extranjeras, 13 viven en San Cristóbal y 3 en Santa Cruz.

Figura 11

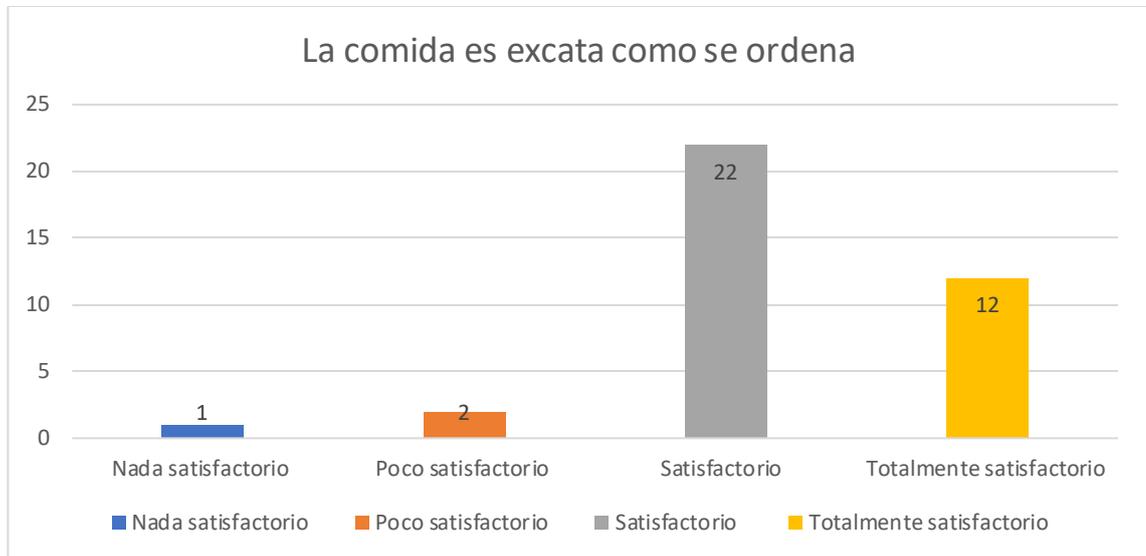
Cuántas personas viven en el hogar del encuestado



De los 37 encuestados, 11 personas están en el rango de 1 a 2 personas, 16 están en el rango de 2 a 4 personas, 7 están en el rango de 4 a 5 personas y 3 en el rango de más de 5 personas en su hogar.

Figura 12

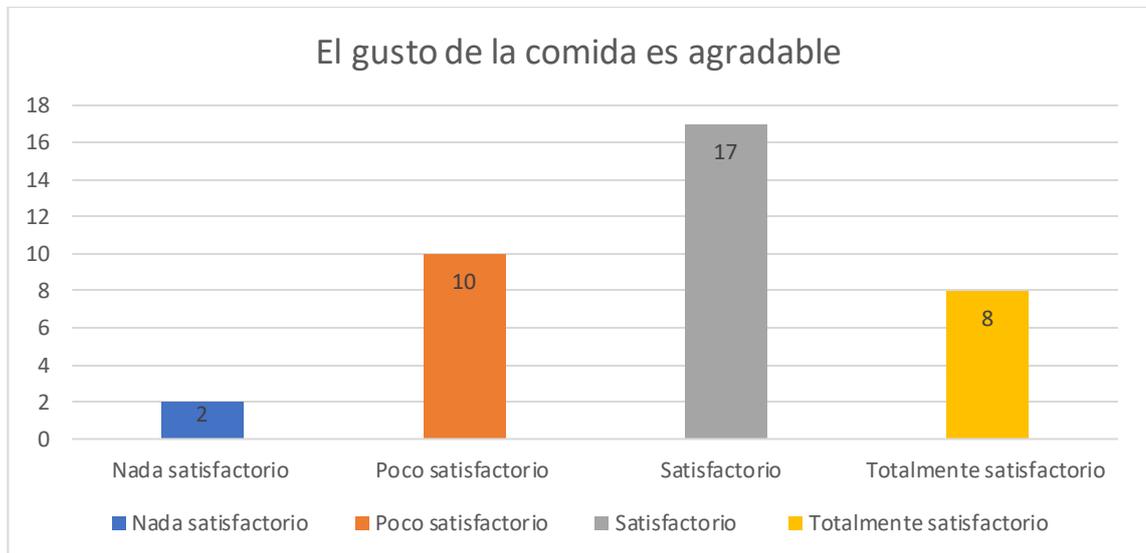
La comida es exacta como se ordena



De los 37 encuestados, 12 son totalmente satisfactorio, 22 son satisfactorios, 2 poco satisfactorio y 1 nada satisfactorio.

Figura 13

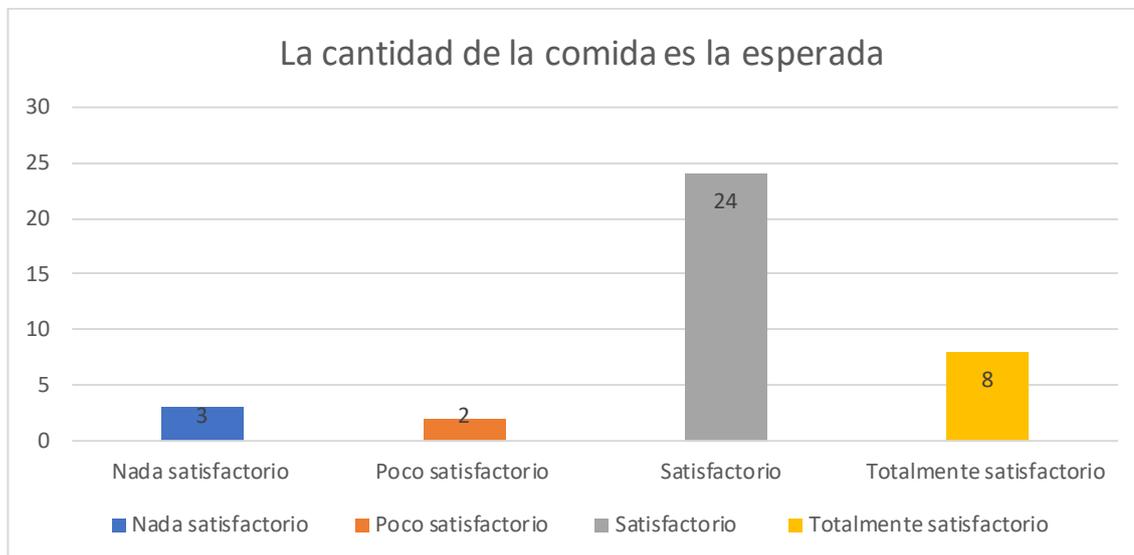
El gusto de la comida es agradable



De los 37 encuestados, 8 son totalmente satisfactorio, 17 son satisfactorio, 10 poco satisfactorio y 2 nada satisfactorio.

Figura 14

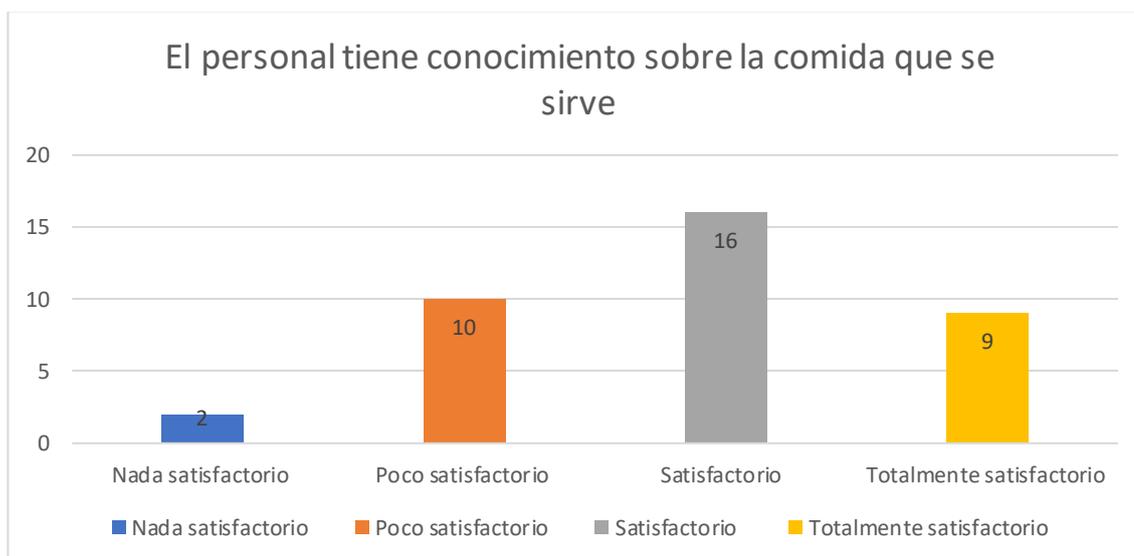
La cantidad de la comida es la esperada



De los 37 encuestados, 8 son totalmente satisfactorio, 24 son satisfactorios, 2 poco satisfactorio y 3 nada satisfactorio.

Figura 15

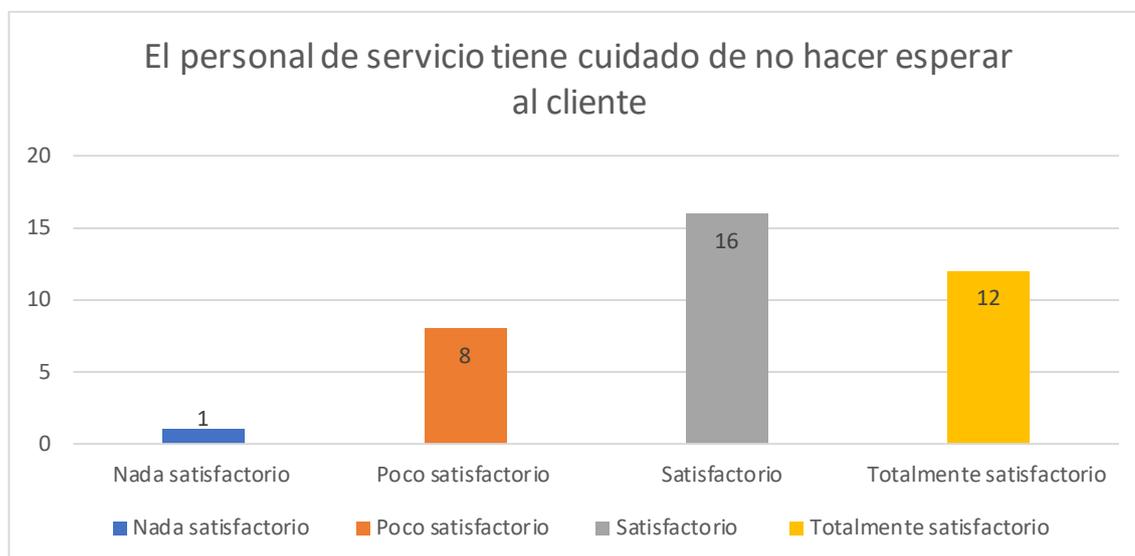
El personal tiene conocimiento sobre la comida que se sirve



De los 37 encuestados, 9 son totalmente satisfactorio, 16 en satisfactorio, 10 poco satisfactorio y 2 en nada satisfactorio.

Figura 16

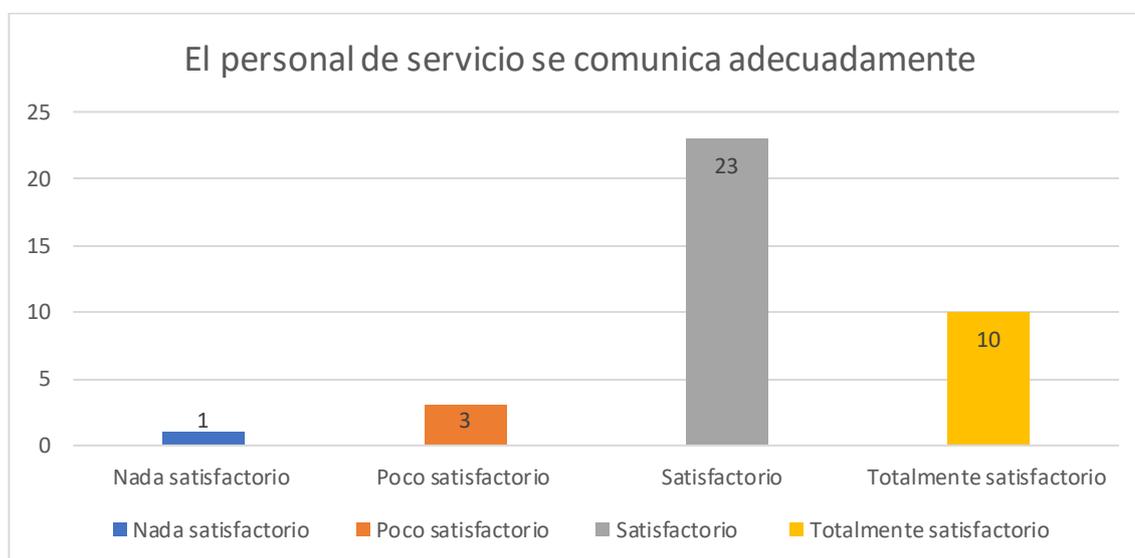
El personal de servicio tiene cuidado de no hacer esperar al cliente



De los 37 encuestados, 12 son totalmente satisfactorio, 16 son satisfactorio, 8 en poco satisfactorio y 1 en nada satisfactorio.

Figura 17

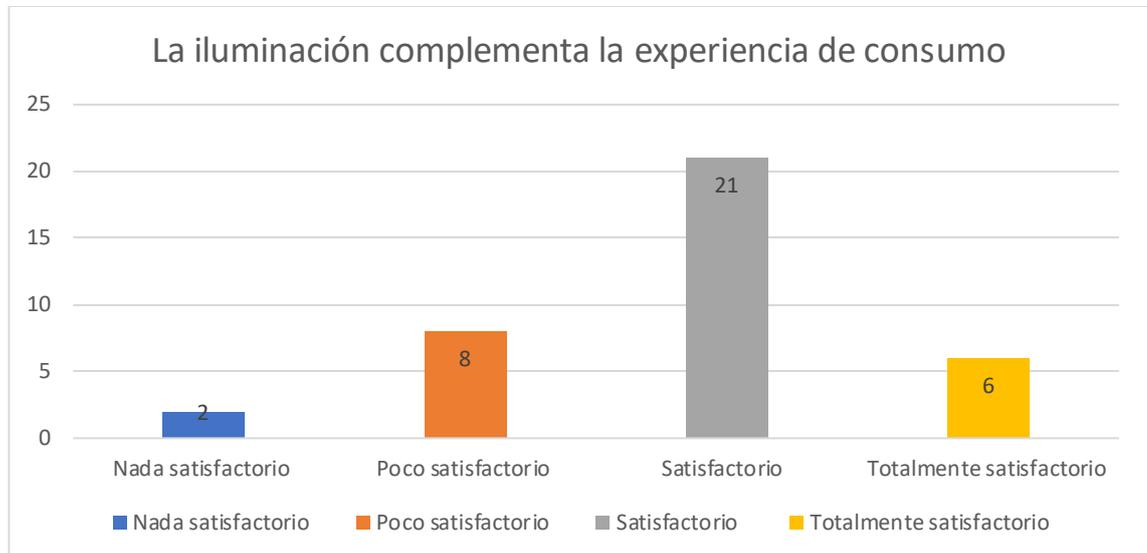
El personal de servicio se comunica adecuadamente



De los 37 encuestados, 10 son totalmente satisfactorios, 23 en satisfactorio, 3 poco satisfactorio y 1 nada satisfactorio.

Figura 18

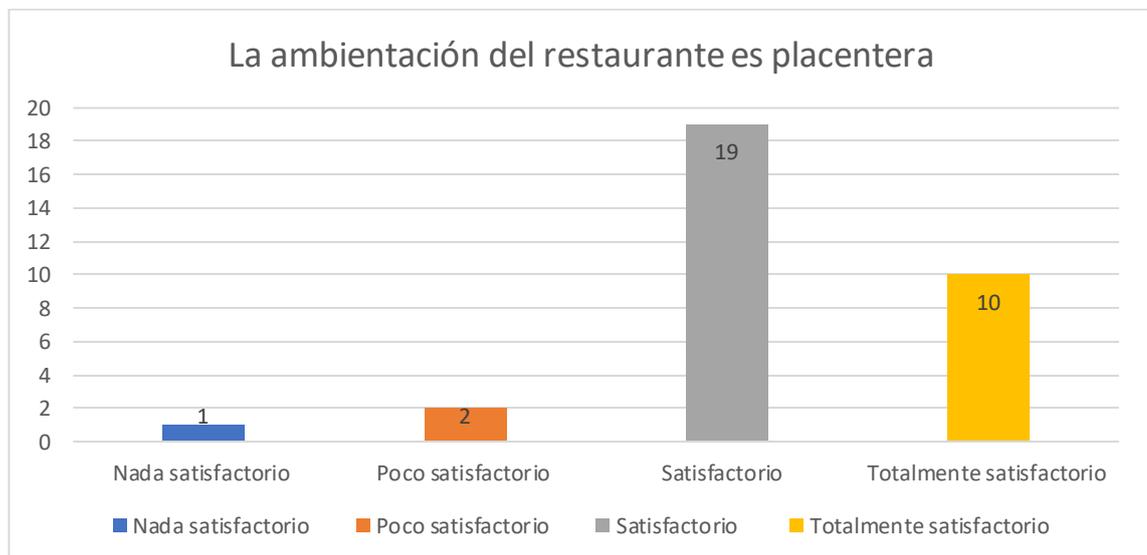
La iluminación complementa la experiencia de consumo



De los 37 encuestados, 6 son totalmente satisfactorio, 21 son satisfactorio, 8 en poco satisfactorio y 2 nada satisfactorio.

Figura 19

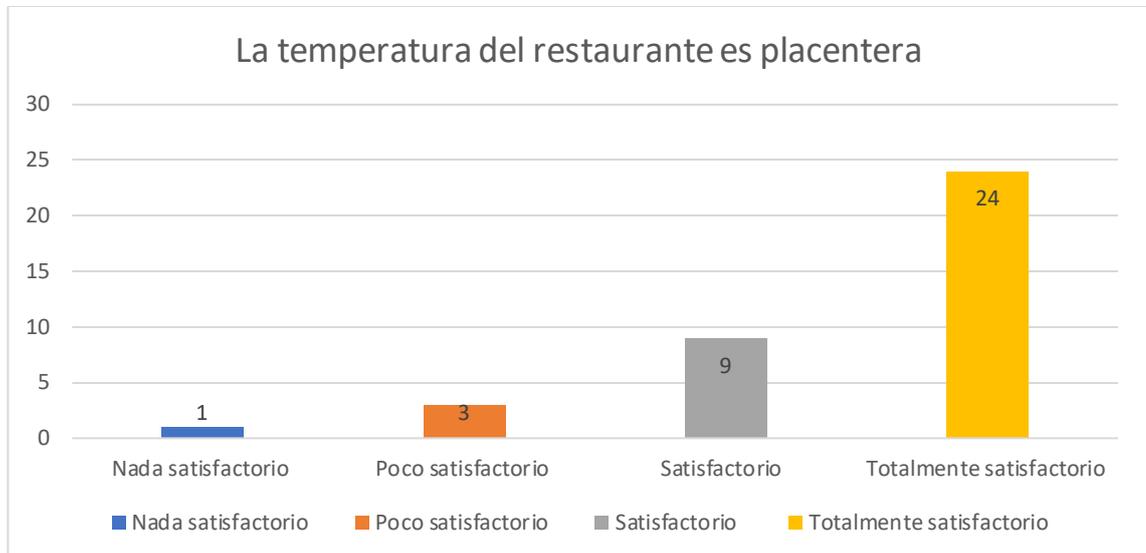
La ambientación del restaurante es placentera



De los 37 encuestados, 10 son totalmente satisfactorio, 19 satisfactorio, 3 en poco satisfactorio, y 1 nada satisfactorio.

Figura 20

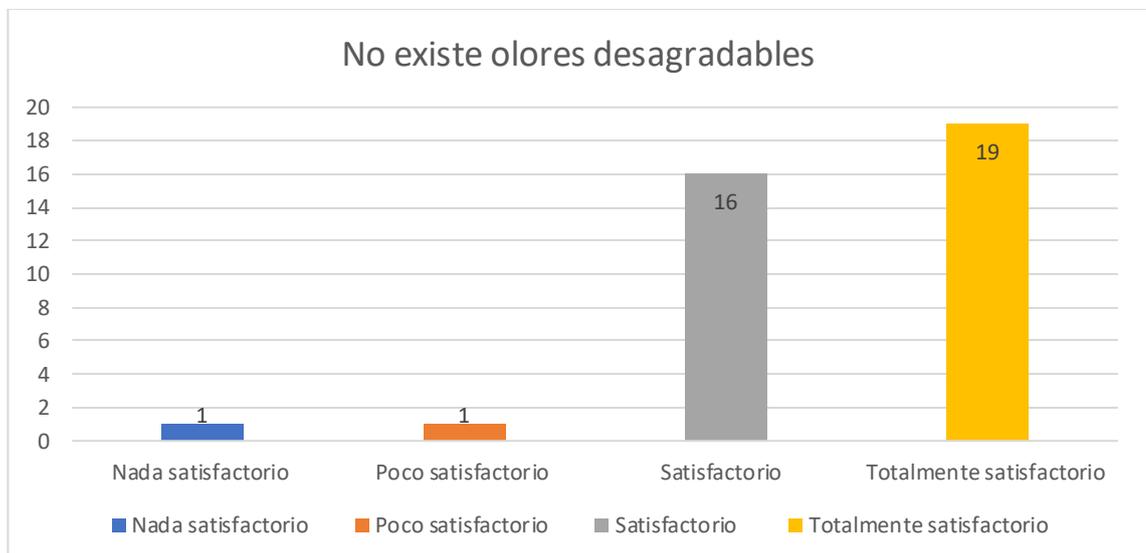
La temperatura del restaurante es placentera



De los 37 encuestados, 24 son totalmente satisfactorio, 9 son satisfactorio, 3 en poco satisfactorio y 1 nada satisfactorio.

Figura 21

No existe olores desagradables



De los 37 encuestados, 19 son totalmente satisfactorio, 16 son satisfactorio, 1 poco satisfactorio y 1 nada satisfactorio.

Análisis FODA

La isla San Cristóbal destaca por sus cualidades únicas que la convierten en un destino turístico excepcional, a pesar de estas fortalezas, existen factores que pueden impactar la calidad del servicio en los restaurantes, con el objetivo de evaluar la situación se llevará a cabo un análisis FODA. Este análisis permitirá identificar las fortalezas y oportunidades que pueden ser potenciadas, así como las amenazas y debilidades que requieren atención y estrategias específicas para garantizar la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios de los restaurantes en la isla San Cristóbal.

Fortalezas

Ubicación única: Al estar en la isla San Cristóbal, los restaurantes tienen la ventaja de ofrecer una experiencia única y atractiva para los turistas que visitan las islas Galápagos.

Productos locales: Pueden aprovechar los productos locales frescos y únicos de las islas, como: pescado fresco, camarón, langosta, langostino, pulpo, churos e ingredientes autóctonos, para así ofrecer platos auténticos y frescos. Según los datos recopilados en las entrevistas la totalidad de los ingredientes marinos utilizados en la preparación de sus platos son 100% autóctonos de las islas Galápagos.

Atracción turística: La isla San Cristóbal es un importante destino turístico, lo que atrae un flujo constante de clientes para los restaurantes. San Cristóbal forma parte del archipiélago de las Galápagos, conocido por su excepcional biodiversidad y por ser el lugar donde Charles Darwin desarrolló su teoría de la evolución. Este aspecto único atrae a viajeros interesados en la naturaleza y la ciencia.

Oportunidades

Turismo en crecimiento: Si el turismo en la región sigue creciendo, los restaurantes tienen la oportunidad de expandir su clientela y aumentar sus ingresos. Según el informe anual de ingreso de visitantes a las áreas protegidas de Galápagos, en el 2022, más de 145 mil turistas extranjeros viajaron a las islas Galápagos, esta cifra fue más del doble que la de 2021 (+54 mil turistas) pero todavía 20% menos que en el 2019. (DPNG Fernando Caisaguano A., 2022).

Debilidades

Competitividad en sector de restaurantes: Según el catastro del ministerio de turismo del 2022 existen 18 restaurantes debidamente catastrados y en óptimas condiciones las cuales permite una gran variedad de oferta gastronómica, así también dada la popularidad de San Cristóbal como destino turístico, hay una fuerte competencia entre los restaurantes locales. (Mintur, 2022)

Amenazas:

Impactos ambientales: Dada la importancia ecológica de las Galápagos, los restaurantes podrían enfrentar regulaciones estrictas y críticas si no gestionan adecuadamente sus impactos ambientales. (Mintur, 2022)

Tabla 12

Análisis FODA

<ul style="list-style-type: none">• Fortalezas:• <i>Ubicación única.</i>• <i>Productos locales.</i>• <i>Atracción turística.</i>	<ul style="list-style-type: none">• Oportunidades:• <i>Turismo en crecimiento.</i>
<ul style="list-style-type: none">• Debilidades:• <i>Competitividad en sector de restaurantes.</i>	<ul style="list-style-type: none">• Amenazas:• <i>Impactos ambientales.</i>

Fuente: Autores

Análisis PEST

Para comprender el nivel de satisfacción de los usuarios, es necesario realizar un análisis PEST, que considera los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos que pueden influir en la industria de los restaurantes. La tabla expuesta a continuación permitirá identificar áreas de mejora y crear estrategias para brindar una experiencia óptima a los turistas en la isla San Cristóbal.

Político/jurídico

Restricciones en la importación de alimentos y bebidas: Los productos, subproductos y derivados de origen animal y vegetal que se transporten hacia la provincia de Galápagos, deben cumplir con las normas generales y requisitos específicos establecidos según lo establecido por la Agencia de Bioseguridad Galápagos (ABG, 2016)

Económico

Dependencia del turismo: La economía de la isla depende en gran medida del turismo, lo que hace que los restaurantes sean vulnerables a las fluctuaciones en la industria del turismo. En el 2019 se registró 271.000 de arribos turísticos en las Galápagos, el 2020 debido a la emergencia sanitaria del covid-19, se registró tan solo 73.000 de arribos turísticos pertenecientes al primer trimestre del año, lo que afectó directamente al sector turístico. En el 2021 ya presenta un aumento registrando 132.000 arribos turísticos y en el 2022 se registró el ingreso de 267.688 turistas a las Galápagos según el informe anual de ingreso de visitantes a las áreas protegidas de Galápagos 2021 y 2022. (DPNG Fernando Caisaguano A., 2022).

Sociocultural

Diversidad cultural y de preferencias alimentarias de los turistas: La diversidad cultural y las preferencias alimentarias de los turistas en galápagos pueden ser variadas debido a la afluencia de turistas de diferentes partes del mundo. Se registró el ingreso de 267.688 turistas a las Galápagos en el 2022 (DPNG Fernando Caisaguano A., 2022)

Tecnológico

Tecnología para mejorar la eficiencia y la calidad del servicio: En Galápagos el internet siempre ha sido sinónimo de problema debido a la mala calidad del servicio, esta problemática se soluciona gracias a Starlink que empieza a operar en todo el territorio ecuatoriano a comienzos del 2023, así lo indica el Ministerio de

Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (MINTEL, 2023). La implementación de internet de calidad ayudara a mejorar la eficiencia de los servicios de restaurantes como: métodos de pago, así agilizando y dando mayor comodidad al cliente.

Tabla 13

Análisis PEST

<ul style="list-style-type: none"> • Político/Jurídico: • <i>Restricciones en la importación de alimentos y bebidas.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Económico: • <i>Dependencia del turismo y la fluctuación en la demanda.</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Socioculturales: • <i>Diversidad cultural y de preferencias alimentarias de los turistas.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tecnológico: • <i>Tecnología para mejorar la eficiencia y la calidad del servicio.</i>

Fuente: Autores

Capítulo 4

Propuesta de un plan de mejora para incrementar el nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de restaurantes en la Isla San Cristóbal, Provincia de Galápagos.

A continuación, se presenta una propuesta basada en el análisis del nivel de satisfacción de usuarios de restaurantes de San Cristóbal, la misma se encuentra dividida en tres (3) fases: a) comida, b) servicio y c) atmosfera. Las fases presentadas cumplen este orden debido a los valores obtenidos en el análisis de los niveles de satisfacción de los turistas que visitaron los restaurantes domiciliados en la isla San Cristóbal mediante la aplicación de la herramienta dinex.

La herramienta Dinex permitió recolectar datos de primer orden sobre la experiencia gastronómica de los turistas que visitaron los restaurantes durante el periodo de la investigación; de tal manera que se han identificado variables críticas que afectan de manera directa los niveles de satisfacción de los comensales en los restaurantes de la isla San Cristóbal.

La siguiente tabla (tabla 14) presenta el resumen de los resultados obtenidos del análisis del modelo Dinex.

Tabla 14

Resultados modelo Dinex

<i>Dimensión</i>	<i>Percepciones</i>	
	Variables	Promedio ponderado
<i>Dimensión comida</i>	La comida es exacta como se ordena	3,21
	El gusto de la comida es agradable	2,84
	La cantidad de la comida es la esperada	3
<i>Dimensión servicio</i>	El personal de servicio tiene conocimiento de la comida que se sirve	2,86
	El personal de servicio tiene cuidado de no hacer esperar al cliente	3,05
		3,01

<i>Dimensión atmosfera</i>	El personal se comunica adecuadamente	3,3	
	Iluminación complementa la experiencia de consumo	2,83	
	La ambientación del restaurante es placentera	2,75	
	La temperatura del restaurante es placentera	3,51	3,3
	No existen olores desagradables	3,43	
	El ruido de la ambientación permite conversar	3,13	

Fuente: Autores

El objetivo de esta propuesta es incrementar los niveles de satisfacción de los turistas que visitan los restaurantes en la isla San Cristóbal. Para lograr dicho objetivo se propone estratégicamente trabajar en tres (3) fases y cada fase se encuentra dividida en subcategorías.

Fase 1: Estrategias de mejora para el personal de servicio

El resultado obtenido es de 3.01 sobre 5 donde el involucrado principal es el personal de servicio (meseros, cajeros).

Dimensión servicio

La mejora del servicio de restaurante es crucial para cualquier negocio gastronómico éxitos, La calidad del servicio puede influir en la percepción de la calidad de la comida y en la experiencia del cliente.

En la dimensión de servicio, las variables: El personal de servicio tiene conocimiento de la comida que se sirve, el personal se comunica adecuadamente y el personal de servicio tiene cuidado de no hacer esperar al cliente, son otras de las variables críticas a mejorar. Se propone implementar un manual de salones, que deben cumplir y ejecutar todos los empleados que formen parte del restaurante, como recomienda (Ortiz, 2005) en su estudio, que se creen estándares mínimos de calidad en servicio para los salones, y un control de su gestión permanente y continua.

En la dimensión servicio, variable: el personal de servicio tiene cuidado de no hacer esperar al cliente. Según (Bernhard Fabian Bichler, 2021) se propone capacitar a los empleados para que mantengan una conexión con los clientes, centrándose en

habilidades de comunicación y emocionales para interactuar con los clientes y proporcionar procesos de servicio exitosos.

Fase 2: Estrategias de mejora de la oferta gastronómica

El resultado obtenido es de 3.01 sobre 5 donde el involucrado principal es la comida que se sirve al cliente.

Dimensión comida

En la dimensión comida, para las tres variables, se realizan las siguientes propuestas: Estandarización de recetas y procesos de preparación de alimentos, según (Chagerben Dueñas & López Loor , 2023) la propuesta consiste en la estandarización de recetas y procesos de preparación de alimentos, luego elaboró un manual de recetas estandarizadas y se capacito al personal en uso. Como resultado se logró una mayor eficiencia en la preparación de alimentos.

En la segunda propuesta (Chagerben Dueñas & López Loor , 2023) implementó un sistema de control de inventarios y compras. Además, se estableció una frecuencia semanal para las compras, lo que permitió una mejor planificación y control de los gastos. Como resultado, se logró una reducción en los costos de operación y una mayor eficiencia en la gestión de los recursos.

Fase 3: Estrategias de mejora en la atmosfera de los restaurantes

El resultado obtenido es de 3.3 sobre 5 donde el actor principal es la ambientación del restaurante.

Dimensión atmosfera

El primer paso en mejorar la dimensión atmosférica es la variable más critica a trabajar es: la ambientación del restaurante es placentera. Se propone intervenir directamente en el espacio físico mediante la redistribución de áreas clave como: áreas de barra, bar, parrilla y recepción, con el objetivo de lograr un cambio global en la concepción del lugar. (ARIAS, 2009).



La dimensión atmosférica, la variable: Iluminación complementa la experiencia de consumo, es la siguiente variable crítica a resolver. Se propone la implementación de un sistema de luz de 360° las que puedan proyectar tanto en paredes, pisos, y techos, luces de diversos colores que formen puedan formar distintos escenarios dentro del restaurante. (Oswaldo, 2022).

También se propone Instalar un sistema de luces tenue y privada en la zona de mesas, cuidando que no ilumine directamente el rostro de las personas, la luz debe ser sutil, suave y un poco cálida. Debe ser iluminación focal con un haz de luz que cubra la mesa desde el centro con una distancia mínima de 70 cm entre lámpara y mesa ideal para restaurantes que quieren crear una atmósfera íntima (MACO, 2021).

En la siguiente variable: el ruido de la ambientación permite conversar, se propone implementar péneles fonos absorbentes, estos son una solución eficaz para optimizar la acústica de un restaurante, ya que los paneles reducen el ruido base y mejoran la calidad del ambiente dentro del restaurante. También, estos evitan el rebote del sonido en las superficies, así creando un entorno acústicamente más equilibrado. Como lo indica (Fernández Bórquez, 2013) en su estudio, que el funcionamiento de los paneles fono absorbentes evitan la reflexión de los sonidos (reverberación) que se origina por las superficies duras de paredes o techos y atenúa el nivel sonoro general.

Con relación a la dimensión atmosfera, la variable de: no existen olores desagradables, tiene un puntaje intermedio, ni insatisfactorio, ni muy satisfactorio. El 100% de los restaurantes de San Cristóbal cuentan con áreas de servicio con sistemas de ventilación natural que permite el flujo de aire y a la no acumulación de malos olores. Esto también, permite resolver la variable: la temperatura del restaurante es placentera, se propone implementar sistemas de aire acondicionado para interiores o zonas cerradas de los restaurantes.

Tabla 15

Tabla de variables y promedio ponderado

VARIABLES	PROMEDIO PONDERADO
<i>DA1</i>	2,75
<i>DA2</i>	2,83
<i>DC1</i>	2,84
<i>DS1</i>	2,86
<i>DC2</i>	3
<i>DS2</i>	3,05
<i>DA3</i>	3,13
<i>DC3</i>	3,21
<i>DS3</i>	3,3
<i>DA4</i>	3,43
<i>DA5</i>	3,51

Fuente: Autores

Conclusiones

- En la presente investigación se analizó los factores que influyen en el nivel de satisfacción y la calidad de los servicios que brindan los restaurantes de la isla San Cristóbal Galápagos. La calidad de los servicios que se evalúan analizando el nivel de la satisfacción del cliente, al analizar los niveles de satisfacción del cliente, identificamos las percepciones de los turistas que visitan los restaurantes y se puede definir que el cliente se siente satisfecho y que el servicio ofrecido es de calidad, o si de lo contrario se evidencia insatisfacción por parte del cliente se identifica un resultado negativo del servicio ofrecido por los restaurantes de San Cristóbal.
- Para poder encontrar las necesidades y factores que inciden en la satisfacción de los turistas que frecuentan los restaurantes, este trabajo implemento herramientas como la aplicación de la ficha técnica Dinex para poder obtener los puntos críticos de falencias de la satisfacción en los restaurantes que frecuentan los turistas en la isla San Cristóbal.
- Además, la recolección de datos para este trabajo de investigación se logró por medio de tres (3) herramientas: observación, entrevista y encuestas. Así mismo, se realizó la aplicación de la herramienta encuesta a turistas nacionales y extranjeros que se encontraban dentro de los 11 restaurantes que formaron parte de la muestra y que están ubicados en la Isla San Cristóbal. Los datos recolectados de primer orden obtenidos mediante las fichas técnicas D Y D1 del reglamento turístico de alimentos y bebidas del Ecuador. Las herramientas aplicadas permitieron recolectar información necesaria para identificar: tipo de negocio y categorización de negocio.
- Para concluir, la propuesta de plan de mejoras se fundamentó con el formulario Dinex, el cual nos ayuda a identificar las variables críticas a mejorar. En este plan, se plantean propuestas para resolver las falencias encontradas, las cuales deben ser cumplidas para que los restaurantes de San Cristóbal alcancen un servicio de excelente calidad y mejoren el nivel de satisfacción de los turistas que frecuentan los restaurantes.

Recomendaciones.

Un tema importante es mejorar las capacitaciones que oferta el gobierno autónomo descentralizado de San Cristóbal a los negocios turísticos enfocados al tema de alimentos y bebidas.

Se recomienda que la gerencia de cada restaurante de San Cristóbal tome en cuenta lo planteado en el plan de mejoras para obtener mejores resultados, analizando con detenimiento cada una de las dimensiones y variables donde evidencio fallos.

También, es importante que todos los empleados de restaurantes estén en constante capacitación en temas de calidad, atención al cliente y servicio para que gradualmente se cumpla con las expectativas del cliente.

Buscar la profesionalización de todos aquellos que se dedican a la actividad turística específicamente en el negocio de alimentos y bebidas para que puedan obtener un título en turismo, de esta forma pueden operar mejor sus negocios con conocimientos teóricos turísticos.

Además, se recomienda que este trabajo se replique una vez implementado las mejoras para que se pueda volver a tomar una muestra más amplia, y poder contrastar los resultados de hoy con los resultados futuros una vez implementado el plan de mejoras para ver el porcentaje de incremento de los niveles de satisfacción de los turistas que frecuentan los restaurantes de la isla San Cristóbal.

Referencia

- ABG. (2016). *Agencia de Bioseguridad Galápagos*. Obtenido de Agencia de Bioseguridad Galápagos: <https://bioseguridadgalapagos.gob.ec/lista-de-productos/>
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitarias. (2019). *Instructivo descriptivo de establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario*. Obtenido de Coordinación Técnica de Certificaciones y Autorizaciones y Buenas Prácticas Sanitarias: https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/04/IE-B.3.0-PF-01_Descriptivo-de-establecimientos-sujetos-a-vigilancia-y-control-sanitario_v6.0.pdf
- Agudelo, S. (15 de 09 de 2022). *Revista CIES – ISSN-e 2216-0167. Volumen 13. Número 2. Año 2022. Páginas 241-253*. Obtenido de Dirección de Investigaciones – Institución Universitaria Escolme (Medellín, Colombia): <http://revista.escolme.edu.co/index.php/cies/article/view/429/460#>
- Alarcon, N. (27 de 12 de 2019). *Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL*. Obtenido de Ingeniare. Revista chilena de ingeniería: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052019000400668>
- Aldana, L. (2020). *La observación como base del componente empírico en la investigación científica*. Obtenido de University of Zulia: https://www.researchgate.net/publication/340938721_La_observacion_como_base_del_componente_empirico_en_la_investigacion_cientifica
- Álvarez Saavedra, J. (05 de 12 de 2019). *Plan de negocio para un restaurante*. Obtenido de Plan de negocio para un restaurante: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/101458/TFG2643%20ÁLVAREZ%20SAAVEDRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alvarez, D. (29 de 02 de 2019). *Universidad Tecnológica de Peru*. Obtenido de Facultad de Administración y Negocios: https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2303/Dayana%20Alvarez_Asley%20Rivera_Tesis_Titulo-profesional_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- ARIAS, C. D. (2009). Obtenido de <https://repositorio.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/4268/tesis166.pdf>
- Arias, J. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Obtenido de Concytec.gob.pe: https://www.google.com/url?sa=t&rc=t=j&q=&src=s&source=web&cd=&ved=2ahUKewi7_GQ1I-CAXU-mWoFHVN1DtgQFnoEAgQAQ&url=https-repositorio.concytec.gob.pe-bitstream-0.500.12390-260-1-Arias-Covinos-Diseño_y_metodologia_de_la_investigacion
- Asamblea Constituyente. (23 de 07 de 2008). *Constitucion de la Republica del Ecuador*. Obtenido de Constitución de la República del Ecuador: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Sitios/LIBRO-buen-vivir/files/assets/downloads/page0026.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2023). *Cuentas nacionales del segundo trimestre de 2023*. Obtenido de BCE: <https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/la-economia-ecuatoriana-registro-un-crecimiento-interanual-de-3-3-en-el-segundo-trimestre-de-2023>
- Bernhard Fabian Bichler, B. P. (2021). Exploring the role of service. *Journal of Hospitality and Tourism*. Obtenido de <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JHTI-04-2020->

- 0048/full/pdf?title=exploring-the-role-of-service-quality-atmosphere-and-food-for-revisits-in-restaurants-by-using-a-e-mystery-guest-approach
- Boada, A. (01 de 06 de 2019). *Percepción de los usuarios frente a la calidad de atención en salud del servicio de consulta externa según el modelo SERVQUAL*. Obtenido de Revista Investig Salud Univ Boyacá. 2019;6 (1): 55-71:
<https://revistasdigitales.uniboyaca.edu.co/index.php/rs/article/view/408/462>
- Bonilla, D. (2018). *Métodos para medir la calidad del servicio turístico en empresas de alojamiento*. Obtenido de Revista Ciencia & Tecnología:
<https://cienciaytecnologia.uteg.edu.ec/revista/index.php/cienciaytecnologia/article/view/186/294>
- Bustamante, A. (29 de 11 de 2019). *Revista Empresarial, ISSN 1390-3748, Vol. 13, N° 2, 2019, págs. 1-15*. Obtenido de Fundamentos de calidad de servicio, el modelo Servqual Dianet metricas:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7361518>
- CEPAL. (2020). *Aplicación de la metodología para la evaluación de desastres*. Obtenido de Naciones Unidas:
<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/15124871-aa2f-4098-aac6-2c1aa196b1d6/content>
- Chacón, W. (2022). *La gestión estratégica y la matriz de ANSOFF. Innovación o competitividad gerencial?* Obtenido de Revista Estudios Gerenciales y de las Organizaciones: <http://regyo.bc.uc.edu.ve/v6n11/v6n112022.pdf#page=95>
- Chagerben Dueñas, F. R., & López Loor, N. (2023). *Propuesta de mejora de los procesos administrativos del restaurante*.
- Contreras, E. (03 de 08 de 2021). *Revista Scielo*. Obtenido de Innovar vol.31 no.81 Bogotá July/Sept. 2021 Epub Aug 03, 2021:
http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-50512021000300035&script=sci_arttext
- Coronel, J. (04 de 03 de 2019). *Revista Espacios*. Obtenido de Un estudio de la calidad del servicio en restaurantes de mariscos (Ecuador):
<https://www.revistaespacios.com/a19v40n07/19400709.html>
- Criollo, P. (20 de 03 de 2021). *Análisis de la calidad del servicio a los turistas en el Parque Nacional Galápagos, periodo 2018-2019*. Obtenido de Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil:
<http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/bitstream/handle/123456789/1490/Analisis-de-la-calidad-del-servicio-a-los-turistas-en-el-Parque-Nacional-Galapagos-periodo-2018-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Datos Macro.com . (27 de 12 de 2021). *Datos Macro.com* . Obtenido de Datos Macro.com :
<https://datosmacro.expansion.com/demografia/poblacion/ecuador>
- Demarquet, M. (21 de 03 de 2022). *Universidad Tecnológica ECOTEC, Samborondón, Ecuador*. Obtenido de RES NON VERBA Revista Científica:
<https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/rnv/article/view/677/418>
- Dominguez, E. (04 de 08 de 2020). *Revista Scielo*. Obtenido de Inf. tecnol. vol.31 no.4 La Serena ago. 2020: https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642020000400027&script=sci_arttext&tlng=pt
- Doubront, A. (15 de 07 de 2020). *Universidad Centroccidental "Lisandro Alvarado" (Baquisimeto, Venezuela)*. Obtenido de vol.5.Nº2.año 2020.julio-diciembre:
<https://revistas.uclave.org/index.php/dissertare/article/view/2791/1749>

- DPNG Fernando Caisaguano A., J. F. (2022). Obtenido de https://galapagos.gob.ec/wp-content/uploads/2023/02/informe_anual_visitantes_2022_DUP.pdf
- Duque Cardona, D. (15 de 02 de 2019). *Modelo de negocios para la creación de un restaurante especializado en comida saludable, en Cartago*. Obtenido de Modelo de negocios para la creación de un restaurante especializado en comida saludable, en Cartago.: https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/13379/Daniela_DuqueCardona_2018.pdf?sequence=5
- El Comercio. (2023). *Galápagos registra un récord histórico de visitantes en marzo*. Obtenido de Artículo de periodico - Diario "El Comercio": <https://www.elcomercio.com/tendencias/turismo/galapagos-registra-record-historico-visitantes-marzo-2023.html>
- Fernández Bórquez, R. A. (2013). *Acústica para un Diseño Absorbente Paneles modulares para la aislación y absorción acústica*. Obtenido de http://opac.pucv.cl/pucv_txt/txt-1500/UCE1795_01.pdf
- FUNIBLOGS. (2019). *Modelo Kano de satisfacción del cliente*. Obtenido de Fundación Universitaria Iberoamericana: <https://blogs.funiber.org/blog-proyectos/2019/05/08/modelo-kano-de-satisfaccion-del-cliente>
- Gobierno del Ecuador. (06 de 04 de 2023). *Turismo.Gob.Ec*. Obtenido de Turismo.Gob.Ec: <https://www.turismo.gob.ec/galapagos-alcanzo-cifras-record-en-la-llegada-de-viajeros/>
- Hidalgo, D. C. (2023). *Gestión de la calidad de servicios y la satisfacción del usuario en el GAD de Portoviejo*. Obtenido de Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada Yachasun: <https://editorialibkn.com/index.php/Yachasun/article/view/360/610>
- INEC. (2021). *Encuesta Nacional Multipropósito de Hogares*. Obtenido de Boletín Técnico N° 04: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2020/202012_Boletin_Multiproposito_Tics.pdf
- INEC. (10 de 11 de 2021). *Galápagos tiene 25.244 habitantes según censo 2021*. Obtenido de Galápagos tiene 25.244 habitantes según censo 2021.: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/galapagos-tiene-25-244-habitantes-segun-censo-2015/>
- K. B., J. C., & M. Z. (2018). *El Marketing Digital: Como una herramienta en el desempeño laboral en el entorno ecuatoriano*. Obtenido de Universidad y Sociedad: <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n4/2218-3620-rus-10-04-103.pdf>
- Larico, B. (27 de 06 de 2022). *Dialnet-CalidadDelServicioEnRestaurantesDeCanetePeru-8890693.pdf*. Obtenido de Revista Venezolana de Gerencia: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890693>
- León , E. (11 de 02 de 2021). *Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas*. Obtenido de Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/2018-053.pdf>
- LEXIS FINDER. (04 de 03 de 2017). *Ley Organica de Salud*. Obtenido de Ley Organica de Salud: <https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2017/03/LEY-Organica-de-Salud4.pdf>

- Linares, A. (25 de 09 de 2020). *Análisis de mecanismo de intervención para seguridad alimentaria y nutricional en Guatemala*. Obtenido de Revista Académica de Zacapa 3(1) 25-35: <https://doi.org/10.46780/cunzac.v3i1.14>
- Lopez, D. (16 de 02 de 2018). *Repositorio de la Universidad Católica de Guayaquil*. Obtenido de Maestría en Administración de Empresas: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- MACO, V. C. (2021). Obtenido de <https://repositorio.unp.edu.pe/server/api/core/bitstreams/b3b0595a-d7d0-4e99-a458-6570065c0a14/content>
- Martinez, I. (24 de 06 de 2021). *Universidad Católica Boliviana "San Pablo"*. Obtenido de Universidad Católica Boliviana "San Pablo": http://www.scielo.org.bo/pdf/rp/n47/n47_a05.pdf
- Ministerio de Salud. (04 de 12 de 2015). *Ediciones Legales*. Obtenido de Ediciones Legales: <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/A-4712-Reglamento-para-otorgar-Permisos-de-funcionamiento-de-Establecimientos.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2018). *Reglamento turisticode limentos y bebidas-Acuerdo ministerial 53*. Obtenido de LEXISFINDER: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf
- Ministerio del ambiente, agua y transición ecológica. (2022). *Informe anual del ingreso de visitas a las áreas protegidas de Galápagos*. Obtenido de Ministerio del ambiente, agua y transición ecológica: https://galapagos.gob.ec/wp-content/uploads/2023/02/informe_anual_visitantes_2022_DUP.pdf
- MINTEL. (2023). Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/starlink-destina-15-satelites-para-dotar-de-internet-satelital-a-ecuador/>
- Mintur. (2022). Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/catastro-turistico/>
- Miño, E. P. (2023). Obtenido de <https://gk.city/2023/10/02/ecuador-uno-de-los-10-paises-mayor-indice-criminalidad-mundo/#:~:text=Ecuador-paso-de-6-25,en-el-indice-de-2023.>
- Monroy, A. (23 de 01 de 2019). *Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México*. Obtenido de Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México: <https://www.redalyc.org/journal/4560/456057665005/html/>
- Narvaez, E. (09 de 03 de 2020). *Servicio al cliente: desde una perspectiva del modelo SERVQUAL. 593 Digital Publisher*. Obtenido de Servicio al cliente: desde una perspectiva del modelo SERVQUAL. 593 Digital Publisher: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7898176>
- Navarro, J. K. (2022). *SERVQUAL: Calidad en el servicio de un restaurante de mariscos*. Obtenido de Revista de investigación académica Sin Frontera : https://revistainvestigacionacademicasinfrontera.unison.mx/index.php/RDIA_SF/article/view/472/581
- Orellana, C. (23 de 04 de 2020). *Journal Of Business Studies*. Obtenido de Journal Of Business Studies: <https://doi.org/10.37956/jbes.v4i2.113>
- Ortiz, R. (2023). *Bibliografía del presidente y la asamblea nacional del Ecuador*. Obtenido de CIDOB 50years:

- https://www.cidob.org/biografias_lideres_politicos/america_del_sur/ecuador/daniel_noboa_azin
- Ortiz, S. (2005). *Programas de calidad en servicio en restaurantes de lujo y primera categoría de la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/4577/1/7098.pdf>
- Oswaldo, C. I. (2022). Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/36158/1/C%C3%A1rdenas%20Erick%20.pdf>
- Paredes, M. (15 de 06 de 2022). *Investigación Valdizana*. Obtenido de Dirección de Investigación Universitaria, Universidad Nacional Hermilio Valdizán: <https://revistas.unheval.edu.pe/index.php/riv/article/view/1399/1315>
- Peñafort, V. (30 de 01 de 2020). *Calidad del servicio en una clínica de Bucaramanga bajo la aplicación del modelo SERVQUAL*. Obtenido de Revista FACCEA, Universidad de la Amazonia, Vol. 10: <https://editorial.uniamazonia.edu.co/index.php/faccea/article/view/259/248>
- Peralta, L. (19 de 06 de 2022). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. Obtenido de Publicación de las Naciones Unidas: <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/3da051b8-968d-40a7-94a2-8fcb9710bc1e/content>
- Perez, C. (23 de 12 de 2019). *Repositorio de Tesis USAT*. Obtenido de Repositorio de Tesis USAT: <https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/203>
- Pincay, G. (2023). *Calidad de servicios y satisfacción del cliente en los restaurantes del sector turístico de la ciudad de Puerto López*. Obtenido de UNESUM: <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/5222/1/Pincay-Mero-Genesis-Lady.pdf>
- Piña, L. (2023). *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*. Obtenido de El enfoque cualitativo: Una alternativa compleja dentro del mundo de la investigación: http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2542-30882023000100001
- Primicias. (2023). *Galápagos espera a 280.000 turistas en medio de la escasez*. Obtenido de Primicias: <https://www.primicias.ec/noticias/exclusiva/galapagos-turismo-desabastecimiento-gas/>
- R. G. (2018). *Análisis de la situación comercial actual y perspectivas del cacao fino de aroma en el mercado ecuatoriano*. Obtenido de Universidad Andina Simón Bolívar: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6373/1/T2734-MBA-Garcia-Analisis.pdf>
- R. V. (2023). *Estrategias para la gestión del turismo rural en el sitio llamado Mosquito del cantón Chone, Ecuador*. Obtenido de Revista Científica de Ciencias Sociales y Humanas: <https://universidadverdad.uazuay.edu.ec/index.php/uda/ver/article/view/643/985>
- Reguant, M. (07 de 01 de 2020). *El método Delphi*. REIRE, *Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 9 (1), 87-102. Obtenido de El método Delphi. REIRE, *Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 9 (1), 87-102.: DOI: 10.1344/reire2016.9.1916
- Revista CEA*. (2023). Obtenido de Modelo SERQUAL para medir la calidad en el servicio en operadores logísticos.: <https://www.redalyc.org/journal/6381/638174353001/638174353001.pdf>

- Rivera Rosas, B., & Acero Parra, F. (01 de 12 de 2016). *Modelo de negocio DE UN restaurante la Aceituna Fast Good*. Obtenido de modelo de negocio de un restaurante la Aceituna Fast Good:
https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/4064/TOG_La%20Aceituna%20.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Rodriguez, E. (07 de 03 de 2019). *Cuadernos de Gestión Vol. 20 N° 1 (2020)*, pp. 181-204. Obtenido de University of Granada (Spain):
<https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/65993/180904mr.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rodriguez, E. (30 de 03 de 2019). *Inf. tecnol. vol.30 no.2 La Serena mar. 2019*. Obtenido de Inf. tecnol. vol.30 no.2 La Serena mar. 2019:
https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642019000200073&script=sci_arttext&tlng=en
- Romero, L. (01 de 11 de 2022). *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México*. Obtenido de Estado del arte de los estudios del modelo SERVQUAL en la gestión pública:
<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/3879/5892>
- Saltos, V. (09 de 12 de 2020). *Universidad Andina Simón Bolívar*. Obtenido de Universidad Andina Simón Bolívar:
<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7205/1/T3106-MAE-Saltos-Analisis.pdf>
- Sánchez Flores. (2019). *Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos*. Obtenido de Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos:
<https://revistas.upc.edu.pe/index.php/docencia/article/view/644/913>
- Sandoval, A. (22 de 09 de 2019). *Universidad UTE Ecuador*. Obtenido de Revista San Gregorio:
<https://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/article/view/1123/3-JOSEA2>
- Schumper, J. (08 de 09 de 2020). *Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento*. Obtenido de Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento:
<http://recursos.ccb.org.co/bogotaemprende/portalininos/contenido/doc2estado delarteenlaenseñanzadelemprendimiento.pdf>
- Sierra, M. (27 de 09 de 2023). *Modelo de gestión del talento humano basado en competencias para la Nueva E.S.E Hospital San Rafael de Jericó*. Obtenido de Biblioteca Hildebrando Perico Afanador:
<http://hdl.handle.net/10882/13129>
- Silador, R. (12 de 06 de 2023). *Revista de Investigación de Turismo*. Obtenido de Facultad de Ciencias Económicas (Universidad Nacional de La Plata):
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/147237/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Statista Research. (26 de 06 de 2023). *Contribución total de los viajes y el turismo a la economía mundial de 2009 a 2022*. Obtenido de Statista Research Department: <https://es.statista.com/estadisticas/634694/contribucion-directa-y-total-de-los-viajes-y-el-turismo-al-pib-mundial/#:~:text=Esta-estadistica-muestra-el-impacto,de-dolares-estadounidenses-en-2022.>
- Tejero, J. (2021). *Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario*. Obtenido de Ediciones de la Universidad de Castilla-La

- Mancha: <https://ruidera.uclm.es/server/api/core/bitstreams/fdf77886-6075-453a-b7cc-731232b56e77/content>
- UVirtual. (2023). *Importancia del análisis Foda*. Obtenido de <https://blog.uvirtual.org/analisis-foda-para-empresas>
- Valencia, V., & Cruz, S. (2018). *Aplicación del modelo SERQUAL para la determinación de los factores que inciden en la satisfacción de los usuarios en los hogares infantiles de Chibolo, Magdalena*. Obtenido de INGE CUC: <file:///Users/macros/Downloads/Dialnet-AplicacionDelModeloSERQUALParaLaDeterminacionDeLo-7030762.pdf>
- Verano, D. (2018). *La nueva ISO 22000 ya está disponible*. Obtenido de Revista AENOR: <https://revista.aenor.com/339/la-nueva-iso-22000-ya-esta-disponible.html>
- Villalta, C. (19 de 06 de 2022). *Escuela Universitaria de Posgrado*. Obtenido de Universidad Federico Villareal: https://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13084/6676/Tesis_Villalta_Flores_Claudia_Yolanda.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Zea, M. (19 de 09 de 2022). *Res Non Verba Revista Científica*. Obtenido de Universidad de Córdoba, Córdoba, España.: <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/rnv/article/view/735/454>

Apéndices



Ficha de entrevista a los gerentes y/o administradores de restaurantes en la isla San Cristóbal, provincia de Galápagos

Proyecto de titulación: “Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de restaurantes en la Isla San Cristóbal, Provincia de Galápagos”

PREGUNTAS:

1. ¿Cuál es su edad?
2. ¿Defina su sexo?
3. ¿Cuál es su estado civil?
4. ¿País de residencia?
5. ¿Ciudad donde vive?
6. ¿Ciudad de origen?
7. ¿Cuántas personas viven en su hogar?
8. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?
9. ¿En qué tipo de industria trabaja usted?
10. ¿En qué tipo de empresa?
11. ¿Qué cargo posee usted en esta organización?
12. ¿Cuál es su nivel de educación alcanzado?
13. ¿Cuál es su ingreso de ventas por día?
14. ¿Cuánto en promedio gasta en consumo un cliente por visita?
15. ¿Cuál es el rango de personas que atienden por día?
16. ¿Como garantiza que la comida de su restaurante sea exacta según las ordenes de sus clientes?
17. ¿Como califica la satisfacción de los clientes con respecto al gusto de la comida ofrecida en su restaurante?
18. ¿En su experiencia la comida servida en su restaurante generalmente cumple con las expectativas de los clientes?
19. ¿Como asegura que su personal de servicio este informado sobre el menú?

20. ¿Como asegura que su personal evite largas esperas para los clientes?
21. ¿Como asegura que su personal se comunique de manera efectiva con los clientes?
22. ¿Como asegura que la ambientación facilite conversaciones agradables sin generar molestia para los clientes?
23. ¿Como planifica la iluminación en su restaurante para potenciar la experiencia de consumo?
24. ¿Como percibe la influencia de la ambientación en los clientes?
25. ¿Como considera que la temperatura influye en la satisfacción general de los clientes?
26. ¿En qué medida considera que la ausencia de olores desagradables puede impactar a la satisfacción general de los clientes?

Apéndices



Ficha de encuesta a los comensales de restaurantes en la Isla San Cristóbal, Provincia de Galápagos

Proyecto de titulación: “Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de restaurantes en la Isla San Cristóbal, Provincia de Galápagos”

Dimensión 1: Demográfico	Escala de Likert				
Cuál es su edad	1	2	3	4	5
Defina su sexo	1	2	3	4	5
Cuál es su estado civil	1	2	3	4	5
País de residencia	1	2	3	4	5
Ciudad donde vive	1	2	3	4	5
Ciudad de origen	1	2	3	4	5
Cuántas personas viven en su hogar	1	2	3	4	5

Dimensión 2: Socio Grafico	Escala de Likert				
Cuáles son sus ingresos mensuales	1	2	3	4	5
En qué tipo de industria trabaja usted	1	2	3	4	5
En qué tipo de empresa	1	2	3	4	5
Qué cargo posee usted en esta organización	1	2	3	4	5
Cuál es su nivel de educación alcanzado	1	2	3	4	5

Dimensión 3: Atmosfera	Escala de Likert				
Como percibe que el ruido influye en la ambientación de un restaurante	1	2	3	4	5
Cree usted que influye la iluminación en la experiencia de consumo	1	2	3	4	5
Como percibe la influencia de la ambientación en restaurantes	1	2	3	4	5
Como considera que la temperatura influye en la satisfacción general	1	2	3	4	5
En qué medida considera que la ausencia de olores desagradables puede impactar a la satisfacción general de los clientes	1	2	3	4	5

Dimensión 4: Servicio	Escala de Likert				
Valoras la disponibilidad de reserva de mesa en un restaurante	1	2	3	4	5
La presencia de un menú en un idioma extranjero afecta en tu elección a un restaurante	1	2	3	4	5
Valoras que el personal de servicio conozca la comida que se sirve	1	2	3	4	5
Como valoras que el personal evite hacer esperar al cliente	1	2	3	4	5
Que importancia le das a la comunicación adecuada del personal de servicio en un restaurante	1	2	3	4	5

Dimensión 5: Comida	Escala de Likert				
Como es importante para ti que la comida sea exacta como la ordenas	1	2	3	4	5
Como impacta en tu satisfacción general el gusto de la comida	1	2	3	4	5
Que tan relevante es que la cantidad de comida en un restaurante sea la esperada	1	2	3	4	5



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Cabezas Nuñez Jurgen Ricardo**, con C.C: # **2050000740** y **Palma Narváez Javier Pedro**, con C.C: # **0931237127** autores del trabajo de titulación: **Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de restaurantes en la Isla San Cristóbal, Provincia de Galápagos**, previo a la obtención del título de **LICENCIADO/A EN TURISMO** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaramos tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizamos a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, a los 8 del mes de febrero del año 2024

Nombre: **Cabezas Nuñez Jurgen Ricardo**
C.C: **2050000740**

Nombre: **Palma Narváez Javier Pedro**
C.C: **0931237127**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de restaurantes en la Isla San Cristóbal, Provincia de Galápagos.		
AUTOR(ES)	Cabezas Nuñez Jurgen Ricardo Palma Narváez Javier Pedro		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Econ. Luis Fernando Albán Alaña, Mgs		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Economía y Empresa		
CARRERA:	Carrera de Turismo		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciado/a en Turismo		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	8 de febrero del 2024	No. DE PÁGINAS:	80
ÁREAS TEMÁTICAS:	Restaurantes, Turismo, Ocio		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	Restaurante, turismo, nivel de satisfacción, dinex, Galápagos, San Cristóbal.		
RESUMEN:	<p>Este trabajo de titulación se enfoca en comprender el nivel de satisfacción de los usuarios en los restaurantes de la Isla San Cristóbal. La investigación se realizó mediante la aplicación de encuestas, observación y entrevistas a turistas nacionales y extranjeros que visitaron los 11 restaurantes que formaron parte de la muestra.</p> <p>El objetivo principal de la investigación fue analizar los factores que influyen en la satisfacción de los usuarios de restaurantes en la Isla San Cristóbal, con el fin de proponer un plan de mejora para incrementar el nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de restaurantes en la Isla San Cristóbal. Para ello, se identificaron modelos y teorías para el desarrollo de las herramientas de medición y se analizó el nivel de satisfacción actual de los comensales para determinar un plan de mejora.</p> <p>La metodología utilizada se basó en la aplicación de la ficha técnica Dinex para obtener los puntos críticos de falencias de la satisfacción en los restaurantes que frecuentan los turistas en la Isla San Cristóbal. Además, se realizó la aplicación de la herramienta encuesta a turistas nacionales y extranjeros que se encontraban dentro de los 11 restaurantes que formaron parte de la muestra.</p> <p>La investigación concluyó con un plan de mejoras fundamentado en el formulario Dinex, que identifica las variables críticas a mejorar. Se recomienda mejorar las capacitaciones ofrecidas a los negocios turísticos, la profesionalización del personal y la replicación del estudio una vez implementadas las mejoras para medir el impacto en la satisfacción del cliente. Este análisis proporciona una base sólida para futuras investigaciones en la industria de restaurantes y campos relacionados, con el objetivo de mejorar la calidad del servicio y la experiencia del cliente en la Isla San Cristóbal.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0960443732 0999548626	E-mail: jurgencabezas93 @gmail.com Palma_pdro@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Knezevich Pilay Teresa Susana		
	Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049		
	E-mail: teresa.knezevich@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			