



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE**  
**GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN**  
**TURISMO**

**TEMA**

SERVICIO GASTRONÓMICO Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL CANTÓN  
QUEVEDO

**AUTORA:**

BARDI VERA MAYLING STEFFANY

**TUTORA:**

MSC. JESICA MARIANA CACHIPUENDO CASTILLO

**QUEVEDO – ECUADOR**

**202**

## **DEDICATORIA**

Dedico mi tesina a mis padres, por su amor incondicional, su apoyo constante y por haberme enseñado el verdadero valor del esfuerzo y la perseverancia. Gracias por ser mi mayor fuente de inspiración y por brindarme las herramientas necesarias para alcanzar mis metas.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a mis padres, por su apoyo y por enseñarme que todo es posible con esfuerzo, dedicación y perseverancia. Gracias por estar siempre a mi lado apoyándome en todo este proceso, por brindarme su amor y apoyo constante.

A mi tutora de tesis, por su valiosa guía y apoyo constante durante todo este proceso. A mis profesores y compañeros y amigos que estuvieron apoyándome y motivando, gracias por compartir sus conocimientos y por estar siempre presente cuando los necesitaba.

## **CERTIFICACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL**

Yo, **Bardi Vera Mayling Steffany**, portador de la cédula de ciudadanía **1206868299**, en calidad de autor de la Dimensión Práctica del Examen Complexivo De Grado, previo a la Obtención del Título de Licenciada en Turismo, declaro que soy autor del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el problema:

**SERVICIO GASTRONÓMICO Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL CANTÓN QUEVEDO.**

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.

---

**BARDI VERA MAYLING STEFFANY**

**CI. 1206868299**

Quevedo, 12 de febrero de 2025

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA PRUEBA PRÁCTICA  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN TURISMO**

En mi calidad de tutor de la de la prueba práctica previo a la obtención del título de licenciada en Turismo, designado por el consejo directivo mediante oficio N° 198 con fecha 05 de diciembre de 2024, certifica la presente resolución **CD-FAC.CJ.S.E.-SO-012-RES-001-2024**; del cual certifico que: La SRTA. **Bardi Vera Mayling Steffany**, ha desarrollado la prueba práctica previo a la obtención del título de licenciada en Turismo denominado:

**SERVICIO GASTRONÓMICO Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL CANTÓN QUEVEDO**

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas, técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado /a, reproduzca el documento definitivo de la prueba práctica y lo entregue a la coordinación de titulación de la extensión Quevedo, de la Universidad Técnica de Babahoyo; y se proceda a conformar la comisión de especialistas de sustentación designado para la defensa del mismo.

---

**MSC. JESICA MARIANA CACHIPUENDO CASTILLO**  
**DOCENTE TUTOR DE LA FCJSE**

Quevedo, 12 de febrero de 2025

## CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO DE COMPILATIO

En mi calidad de tutor de la de la prueba práctica previo a la obtención del título de licenciada en Turismo de la Srta. **Bardi Vera Mayling Steffany**, cuyo tema es: **Servicio gastronómico y la atención al cliente en el Cantón Quevedo**, certifico que el trabajo investigativo fue analizado por el sistema de antiplagio, **compilatio**, obteniendo como porcentaje de similitud con otras fuentes (**6%**), resultado que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el trabajo final el porcentaje máximo permitido según el **Artículo 61 de la Normativa de la Unidad de Integración Curricular de la Universidad Técnica de Babahoyo**, considera hasta el 20%, se **APRUEBA** el trabajo de titulación para que el estudiante continúe a la fase de la defensa.

The screenshot shows a plagiarism analysis report from the system 'COMPILATIO'. At the top left, it says 'CERTIFICADO DE ANÁLISIS magister'. The document title is 'SERVICIO GASTRONÓMICO Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL CANTÓN QUEVEDO'. A central graphic displays '6% Textos sospechosos' with a green circle. To the right, a breakdown shows: '4% Similitudes' (0% between quotes, 2% between mentioned sources), and '2% Idiomas no reconocidos'. At the bottom, a table provides document details:

Nombre del documento: SERVICIO GASTRONÓMICO Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL CANTÓN QUEVEDO.docx	Depositante: Mayling Bardi	Número de palabras: 6489
ID del documento: 38ed91c6c21a35b0ef74fabd993c394f09469a9f	Fecha de depósito: 12/2/2025	Número de caracteres: 43.039
Tamaño del documento original: 3,39 MB	Tipo de carga: url_submission	
Autor: Mayling Bardi	fecha de fin de análisis: 12/2/2025	

Se adjunta el informe del sistema antiplagio como evidencia del porcentaje indicado.

**MSC. JESICA MARIANA CACHIPUENDO CASTILLO**  
**DOCENTE TUTOR DE LA FCJSE**

## **RESUMEN**

El desarrollo del presente proyecto de investigación se manifiesta debido a la necesidad de dar a conocer la calidad de los servicios gastronómicos y la atención al cliente en el cantón Quevedo, ubicado en la provincia de Los Ríos, Ecuador, el cual es conocido por su rica cultura y su oferta gastronómica. La gastronomía local representa una oportunidad significativa para atraer a turistas a la ciudad. El éxito de los restaurantes en Quevedo no depende únicamente de la calidad de la comida, sino también de la atención al cliente, la variedad de gastronomía y el carisma con el que los clientes son atendidos en las localidades, permitiendo de esta forma que el cliente o turista obtenga una imagen positiva del ambiente culinario en la ciudad, fomentando la fidelización de clientes, generando recomendaciones de los establecimientos en un entorno competitivo. La atención al cliente se convierte en un diferenciador clave en el ofrecimiento de servicios gastronómicos en el cantón Quevedo.

**Palabra clave:** servicio, gastronomía, atención, cliente, fidelización.

## **ABSTRACT**

The development of this research project is due to the need to publicize the quality of food services and customer service in the Quevedo canton, located in the province of Los Ríos, Ecuador, which is known for its rich culture and gastronomic offering. Local gastronomy represents a significant opportunity to attract tourists to the city. The success of restaurants in Quevedo does not depend solely on the quality of the food, but also on customer service, the variety of cuisine and the charisma with which customers are served in the towns, thus allowing the customer or tourist to obtain a positive image of the culinary environment in the city, encouraging customer loyalty by generating recommendations of the establishments in a competitive environment. Customer service becomes a key differentiator in the offering of gastronomic services in the Canton of Quevedo.

**Keyword:** service, gastronomy, attention, customer, loyalty.

## ÍNDICE

RESUMEN .....	5
ABSTRACT .....	6
INTRODUCCIÓN .....	10
1. CONTEXTUALIZACIÓN .....	11
1.1. Planteamiento del problema.....	11
1.2. Justificación .....	12
1.3. Objetivos del estudio.....	13
1.3.1. Objetivos General .....	13
1.3.2. Objetivos Específico .....	13
1.4. Línea de investigación .....	14
1.5. Articulación del tema con vínculo, práctica preprofesional o investigación. ....	14
<b>2. DESARROLLO.....</b>	<b>14</b>
2.1. Marco conceptual.....	14
2.1.1. Turismo .....	14
2.2. ¿Qué son los Servicios gastronómicos?.....	15
2.3. Diferencia entre producto y servicio gastronómico .....	16
2.4. Importancia de la calidad en la gastronomía.....	16
2.5. Consecuencias del descuido en la calidad .....	17
2.6. Higiene alimentaria.....	17
2.7. Atención al cliente .....	18
2.8. Línea de investigación .....	18
2.8.1. Inductivo .....	18
2.8.2. Deductivo .....	19
2.8.3. Bibliográfico .....	19
2.9. Técnicas e instrumentos implementados .....	20
2.9.1. Observación .....	20
2.9.2. Encuesta .....	20
2.9.3. Hojas de cálculo.....	20
2.9.4. Estadísticos. ....	21
2.9.5. Población.....	21
2.10. Resultados .....	22

2.10.1. Categorizar la oferta gastronómica en los establecimientos más relevantes. ....	22
2.10.2. Análisis de las encuestas .....	26
2.10.3 Plan de capacitación en atención al cliente para mejorar la oferta gastronómica.....	37
2.11 Discusión de resultados.....	39
3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	41
3.1. Conclusiones .....	41
3.2. Recomendaciones .....	42
4. REFERENCIAS Y ANEXOS.....	43
Referencias.....	43
4.1. Anexos .....	46

### ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Restaurante Toro Sangría del cantón Quevedo.....	23
Tabla 2. Restaurante El Tizne del cantón Quevedo. ....	24
Tabla 3. Chifa Miraflores del cantón Quevedo.....	25
Tabla 4. Restaurant Chido & Picante.....	26
Tabla 5 Rango de edad.....	27
Tabla 6. Satisfacción de la oferta gastronómica de Quevedo. ....	28
Tabla 7 Calificación de higiene en los establecimientos gastronómicos. ....	29
Tabla 8 Rapidez que el personal atiende las solicitudes y pedidos.....	30
Tabla 9¿Qué tan informado está el personal con el menú? .....	31
Tabla 10 Calidad de los platillos típicos de Quevedo.....	32
Tabla 11 Capacitación en seguridad alimentaria .....	33
Tabla 12 Probabilidad de Recomendación gastronómica de Quevedo.....	34
Tabla 13 Como se caracteriza de calidad-precio de los platillos. ....	35
Tabla 14 Calificación al personal en situaciones de queja o reclamo.....	36
Tabla 15 Módulo de capacitación en atención al cliente para mejorar las ofertas gastronómicas. .....	37

### ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

<i>Foto 1. Fachada del restaurante Toro Sangria .....</i>	23
<i>Foto 2. Asado .....</i>	23
<i>Foto 3. Moro con costilla.....</i>	23
<i>Foto 4. Fachada del restaurante El Tizne .....</i>	24
<i>Foto 5. lomo de res con moro .....</i>	24

<i>Foto 6. Brocheta</i> .....	24
Foto 7. Fachada del restaurante Miraflores.....	25
<i>Foto 8. Chaulafan y tallarin</i> .....	25
<i>Foto 9. Wantán</i> .....	25
Foto 10. Fichada del restaurante chido y picante .....	26
<i>Foto 11. Tacos</i> .....	26
<i>Foto 12. burritos</i> .....	26

## ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico 1 Rango de edad.....	27
Gráfico 2 Satisfacción de la oferta gastronómica de Quevedo.....	28
Gráfico 3 Calificación de higiene en los establecimientos gastronómicos.....	29
Gráfico 4 Rapidez que el personal atiende las solicitudes y pedidos. ....	30
Gráfico 5. ¿Qué tan informado está el personal con el menú? .....	31
Gráfico 6. Calidad de los platillos típicos de Quevedo.....	32
Gráfico 7. Capacitación en seguridad alimentaria .....	33
Gráfico 8. Probabilidad de Recomendación gastronómica de Quevedo.....	34
Gráfico 9. Como se caracteriza de calidad-precio de los platillos.....	35
Gráfico 10. Calificación al personal en situaciones de queja o reclamo. ....	36

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Modelo de encuesta.....	46
Anexo 2: Plan de capacitación de atención al cliente.....	47

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación busca analizar el servicio gastronómico y la atención al cliente en el cantón Quevedo. El turismo gastronómico es una experiencia de suma importancia para los turistas; no solo se trata de consumir distintos platos, sino que también de aprender sobre las diversas culturas culinarias que nos ofrecen los distintos restaurantes de la ciudad. El sector gastronómico es un pilar fundamental para el desarrollo económico y social de cualquier comunidad, y en el cantón Quevedo, ubicado en la provincia de Los Ríos, Ecuador, no es la excepción.

Quevedo destaca por su riqueza cultural e interés como lugar turístico; esto ha propiciado una amplia variedad gastronómica para deleitar tanto a residentes como visitantes exigentes en sus gustos culinarios. El servicio gastronómico en esta área va más allá de la mera elaboración de platos; abarca una experiencia completa que engloba la atención a la cliente ofrecida en un entorno acogedor junto a productos de alta calidad.

La atracción de clientes se ha convertido en un factor fundamental para el éxito de los negocios de restauración actualmente mismo los consumidores no solo buscan un lugar para comer sino que anhelan una vivencia que combine excelencia un servicio acogedor así como una conexión auténtica vinculada la cultura local En el cantón Quevedo la competencia entre restaurantes cafeterías entre otros establecimientos gastronómicos está creciendo lo cual demandará implementar una estrategia que no solo satisfaga las necesidades del cliente sino también fomente su fidelidad.

El propósito de esta investigación consiste en analizar cómo los servicios de restaurantes influyen en la atracción de clientes en la ciudad de Quevedo, considerando las estrategias que utilizan las empresas locales para destacarse en un mercado cada vez más competitivo.

Se analizarán aspectos como la excelencia del servicio prestado, la innovación en la variedad de platos ofrecidos, la importancia de un trato personalizado y las tendencias vigentes en la industria.

Con esto, se pretende contribuir en el conocimiento de estrategias óptimas que puedan mejorar la satisfacción del cliente y fomentar el crecimiento sustentable en este sector regional.

## **1. CONTEXTUALIZACIÓN**

### **1.1. Planteamiento del problema**

El cantón de Quevedo destaca como una zona importante para el comercio y el turismo en Ecuador por su diversidad cultural y amplia oferta gastronómica que incluye una variedad de restaurantes que fusionan la cocina tradicional local y la gastronomía internacional modernas. Sin embargo, a pesar de la variedad y las oportunidades existentes en el ámbito gastronómico se han detectado dificultades importantes en lo que respecta a la excelencia del servicio al cliente, lo cual repercute en la satisfacción y lealtad de los clientes.

Algunos de los problemas más notables incluyen la carencia de formación entre el personal empleado del establecimiento gastronómico; la falta de procedimientos para gestionar reclamaciones o sugerencias; los tiempos de espera prolongados; inconsistencias en la calidad y presentación de los platos servidos; asuntos relativos a la higiene en las instalaciones; factores que contribuyen a una disminución en el número de visitantes y un aumento en los comentarios

desfavorables en plataformas digitales; lo cual afectaría negativamente la reputación de dichos negocios.

En esta circunstancia particular resulta crucial indagar acerca de la manera en que se deben abordar los temas vinculados al sector de la restauración y el trato al cliente en lo que respecta a la satisfacción y fidelización de los compradores finales. Dicho análisis propicia el reconocimiento de las carencias presentes actualmente, así como la formulación de tácticas para potenciar la posición de los locales gastronómicos en el municipio de Quevedo.

## **1.2. Justificación**

La razón de este proyecto se fundamenta en diversos aspectos que subrayan la importancia y la urgencia del estudio en curso. En primer lugar, el turismo culinario es un sector en crecimiento a nivel global que brinda oportunidades significativas para el desarrollo económico. Quevedo con su amplia diversidad cultural y variada propuesta gastronómica tiene la capacidad de establecerse como un destino culinario atractivo para visitantes tanto locales como extranjeros. Mejorar la calidad del servicio al cliente en los restaurantes locales puede atraer a más visitantes, lo que beneficia tanto el empleo como la economía de la región. En segundo lugar, El buen trato al cliente es un componente clave que impacta directamente en la satisfacción y lealtad de los consumidores. En un ambiente competitivo como el que encontramos en Quevedo, los establecimientos de comida no solo deben destacarse por la excelencia de sus platos, sino también por ofrecer una experiencia completa para sus comensales. La capacitación adecuada del personal y la implementación de estrategias efectivas para atender al cliente pueden ser aspectos fundamentales para mejorar la percepción de calidad y satisfacción entre los clientes. Estas acciones no solo podrían fomentar la fidelidad de los clientes sino también generar recomendaciones positivas que

atraigan a nuevos visitantes. Además de esto estudio aborda preocupaciones específicas como la falta de formación del personal y la aplicación deficiente de protocolos para el manejo de quejas en establecimientos gastronómicos destacados en Quevedo y evaluando la calidad del servicio que se brinda en ellos esta investigación proporcionará un diagnóstico que facilitará la implementación de mejoras dirigidas a satisfacer las expectativas del cliente actual quien busca vivir una experiencia gratificante y auténtica. La formación en atención al cliente es crucial para asegurar que los trabajadores no solo estén preparados para sus funciones sino también para brindar un servicio que cumpla los estándares de calidad deseados tanto por los clientes locales como por los visitantes en Quevedo. Encontrar debilidades no es el único enfoque de esta investigación; también busca proponer soluciones prácticas que impulsen el crecimiento sustentable del sector gastronómico en Quevedo.

### **1.3. Objetivos del estudio**

#### **1.3.1. Objetivos General**

Analizar el servicio gastronómico y la atención al cliente en el cantón Quevedo.

#### **1.3.2. Objetivos Específico**

- Categorizar las ofertas gastronómicas más relevantes del cantón Quevedo.
- Evaluar la calidad del servicio y la atención al cliente en los principales establecimientos.
- Implementar un plan de capacitación en atención al cliente para mejorar la oferta gastronómica.

#### **1.4. Línea de investigación**

El proyecto de investigación sobre el servicio gastronómico y la atención al cliente en el cantón Quevedo, provincia de Los Ríos, se enmarca dentro de las siguientes líneas y sublíneas de investigación:

- Gestión y desarrollo turístico sostenible.

#### **1.5. Articulación del tema con vínculo, práctica preprofesional o investigación.**

La investigación sobre el servicio gastronómico y la atención al cliente en el cantón Quevedo, provincia Los Ríos; cuando hablamos de gastronomía, nos enfocamos en la calidad de la comida. Sin embargo, la experiencia gastronómica va más allá de lo que se sirve en el plato; es la calidad del servicio a los clientes, un servicio amable y eficiente. la gastronomía es un reflejo de su diversidad cultural.

## **2. DESARROLLO**

### **2.1. Marco conceptual**

#### **2.1.1. Turismo**

El turismo constituye un fenómeno que conlleva el traslado de individuos hacia lugares disímiles a su entorno habitual, primordialmente motivado por razones de ocio, actividades comerciales o intereses culturales. Dentro de este marco, el turismo desempeña un papel primordial en diversas regiones mediante la generación de empleo, la promoción de la inversión en infraestructuras y la estimulación de la preservación del patrimonio cultural y natural (Huertas et al., 2020; León et al., 2022)

El turismo gastronómico está experimentando un notable aumento de popularidad en la actualidad. En esta modalidad turística los viajeros buscan vivir experiencias culinarias únicas que reflejen la auténtica cultura de un lugar en particular. Este enfoque no solo tiene beneficios económicos evidentes sino que también promueve el intercambio cultural y contribuye a la preservación de las tradiciones gastronómicas locales. (Freire, 2020; Pisarski et al., 2024)

Según Lopez (2024), el turismo en Ecuador ha desempeñado un papel importante en el desarrollo económico social del país. Durante los primeros seis meses de 2024, Ecuador se ha establecido como un lugar atractivo para visitar, atrayendo a 589 ,082 turistas, de los cuales una cantidad considerable de 59 ,631 turistas vinieron de España. El subsecretario de promoción del Ministerio de Turismo de Ecuador menciona que junio fue un mes destacado en cuanto al número de visitantes recibidos y que julio también mostró un aumento continuado en la cifra de visitas; esto augura una tendencia positiva para lo que queda del año en curso. Durante el año 2023 se observó un crecimiento en el turismo receptivo en Ecuador: se registró un incremento de 12,77%, comparado al año anterior alcanzando una cifra total de 1.426.514 visitantes. Este incremento refleja la exitosa implementación de estrategias de marketing turístico que han tenido un fuerte impacto económico al generar ventas por un total de 6 198 millones de dólares y aumentar la tasa de empleabilidad en un 5,12%, beneficiando a aproximadamente 560.574 trabajadores dentro del sector turístico. (Lopez, 2024)

## **2.2. ¿Qué son los Servicios gastronómicos?**

Los servicios gastronómicos integran una serie de operaciones y servicios relacionados con la preparación y suministro de alimentos y bebidas a los consumidores. (Marín et al., 2021) Este sector abarca desde restaurantes y cafés hasta catering y servicios de hotelería. Los servicios

gastronómicos no solo se centran en la entrega de alimentos, sino que también implican ofrecer una experiencia completa al cliente, la cual incluye desde el ambiente y la atención al cliente hasta la presentación y calidad de los platos servidos (Marín et al., 2021; Salazar , 2020; Solano, 2024)

### **2.3. Diferencia entre producto y servicio gastronómico**

La distinción entre producto y servicio en el ámbito de la cocina es fundamental para entender cómo las empresas en esta industria pueden competir y destacarse. Un producto gastronómico hace referencia a la preparación culinaria física que se ofrece en un establecimiento. Por otro lado, el servicio culinario abarca todo el proceso de interacción entre el cliente y el proveedor, que incluye desde el momento en que el cliente ingresa al establecimiento hasta su partida. El secreto de un servicio gastronómico exitoso radica en la calidad del trato al cliente, la minuciosa atención a los detalles y la capacidad de adaptar la experiencia para satisfacer las expectativas del cliente. (Marín Guzmán & Rojas Hernández, 2023)

### **2.4. Importancia de la calidad en la gastronomía**

En la industria culinaria se libra una competencia intensiva donde la excelencia ya no es solo una exigencia sino una regla de oro establecida. Mantener altos estándares de calidad resultan cruciales para la reputación de cualquier emprendimiento gastronómico y un descuido en este aspecto ofrecería un golpe fatal incluso al más exitoso de los negocios del sector. Es esencial para los emprendedores de negocios nuevos y existentes en pequeña y mediana escala en la industria alimentaria comprender e implementar los principios de gestión de calidad en gastronomía. (Bustamante, 2024)

La percepción que tienen los clientes sobre la experiencia gastronómica no solamente se basa en el gusto de la comida; también influyen la calidad del servicio ofrecido por el personal del restaurante, la presentación de los platos servidos y el ambiente del lugar. Todos estos elementos contribuyen a formar una impresión general que puede tanto elevar como dañar la reputación de un establecimiento gastronómico. En una era de constante conexión digital, una sola vivencia negativa puede propagarse rápidamente, afectando cómo perciben el negocio los potenciales clientes en el futuro. (Verdezoto Dávalos, 2024)

## **2.5. Consecuencias del descuido en la calidad**

La falta de cuidado en la prestación de servicios culinarios puede acarrear diversas consecuencias negativas para las empresas. Estos aspectos abarcan desde la disminución de la clientela hasta el aumento de críticas desfavorables en plataformas digitales e incluso una merma en las ventas. La disparidad en los estándares de calidad podría resultar en la pérdida de clientes habituales y afectar la reputación del negocio. Así mismo el descuido en términos de higiene y servicio podría acarrear multas legales e incidir negativamente en la salud pública. Mantener la calidad es esencial no solo para retener la lealtad de los clientes existentes sino también para atraer nuevos clientes y permanecer competitivos en un mercado en constante cambio. (Solano, 2024)

## **2.6. Higiene alimentaria**

Este concepto se refiere al conjunto de medidas y requisitos necesarios para garantizar la seguridad y la salud de los alimentos a lo largo de toda la cadena de producción y distribución hasta llegar al consumidor final. La aplicación de regulaciones y prácticas de higiene rigurosas ayuda a prevenir la contaminación cruzada y controlar el crecimiento de microorganismos dañinos para asegurar

que los alimentos se manejen y sirvan en condiciones óptimas adecuadas. (Baque Solórzano & Cevallos Alonzo, 2023)

## **2.7. Atención al cliente**

Este elemento hace referencia al modo en que los trabajadores se relacionan con los clientes durante su visita al restaurante: desde el saludo inicial hasta la despedida al finalizar su experiencia culinaria. La atención al cliente de excelencia no solo mejora la satisfacción de los comensales, sino que también constituye una herramienta esencial para fomentarla fidelidad. (Camarena Perez, 2022)

Un buen servicio de atención al cliente debe tener en cuenta la actitud amable del personal que atiende a los clientes, así como su capacidad para resolver problemas de manera efectiva además de brindar una experiencia personalizada a cada cliente. Ofrecer entrenamientos continuos para mejorar el servicio al cliente e impulsar una cultura empresarial centrada en el servicio puede jugar un papel crucial en mejorar la percepción de los clientes sobre la calidad del servicio recibido, lo que a su vez aumentaría las posibilidades de que los clientes vuelvan a usar el servicio o lo recomienden a otros. (Salazar, 2020; Solano, 2024)

## **2.8. Línea de investigación**

Se desarrolló una metodología que integró diversos enfoques y técnicas de análisis, lo que posibilitó un abordaje integral de la situación del cantón en cuanto a su oferta gastronómica y atención al cliente.

### **2.8.1. Inductivo**

Se utilizó un enfoque inductivo para adquirir una comprensión minuciosa de la variedad gastronómica en el cantón Quevedo, lo que facilitó la identificación de patrones y rasgos distintivos presentes en los establecimientos locales a través de la recolección de datos mediante observaciones directas y entrevistas realizadas allí mismo. La descripción de estas propuestas se fundamentó en la recopilación de información cualitativa, permitiendo ahondar en las particularidades y características únicas de cada propuesta gastronómica para alcanzar el objetivo específico de caracterizar las ofertas culinarias más relevantes.

### **2.8.2. Deductivo**

El enfoque deductivo se utilizó principalmente para analizar datos cuantitativos recopilados de encuestas realizadas a clientes consumidores en Quevedo sobre servicios gastronómicos. Las encuestas tenían como objetivo evaluar la satisfacción global del cliente en áreas como la higiene del establecimiento o la eficiencia del servicio proporcionado por el personal. Los resultados obtenidos permitieron realizar conclusiones acerca de la calidad de los servicios ofrecidos en el área local para así contribuir a mejorar tanto la calidad del servicio como la atención al cliente en los negocios más destacados de Quevedo. La recopilación de datos resultará clave para diseñar e introducir un programa de formación en atención al cliente que impulse la mejora de la oferta culinaria en el municipio de Quevedo.

### **2.8.3. Bibliográfico**

Se utilizará esta técnica para reunir e investigar los estudios previos sobre turismo culinario, atención al cliente y mejoras en el servicio, centrándose en aspectos importantes como la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes. Los documentos académicos proporcionarán un marco

teórico detallado para entender la relevancia de la calidad en el servicio gastronómico y su impacto en la reputación de los locales de Quevedo.

## **2.9. Técnicas e instrumentos implementados**

Durante el desarrollo de este estudio, se utilizaron diferentes métodos y herramientas para recopilar datos precisos sobre la calidad del servicio gastronómico ofrecido en Quevedo y la atención al cliente en esa zona específica.

### **2.9.1. Observación**

Para capturar la atmósfera de manera efectiva se recurrió principalmente a la observación de las actividades cotidianas en los locales gastronómicos y a la interacción entre el personal y los clientes, así como otros aspectos relacionados directamente al funcionamiento de los restaurantes. La observación resultó en la recopilación de datos cualitativos que enriquecen la información obtenida a través de encuestas y brindan una comprensión más profunda del entorno y del nivel de servicio proporcionado.

### **2.9.2. Encuesta**

Se creó un formulario estructurado destinado a los clientes de los restaurantes en Quevedo y sirvió como herramienta clave en términos cuantitativos. Este cuestionario constaba de 10 preguntas de opinión sobre la satisfacción global respecto a la oferta gastronómica, higiene, rapidez del servicio, nivel de conocimiento del personal sobre el menú, calidad de los platos típicos y otros aspectos relevantes. Las respuestas obtenidas permiten cuantificar la percepción y las experiencias de los consumidores, determinantes para el análisis y las conclusiones del estudio.

### **2.9.3. Hojas de cálculo**

La información recopilada a través de encuestas se estructuró y analizó mediante hojas de cálculo de Excel. Esta herramienta facilitó la interpretación de datos estadísticos para obtener estadísticas descriptivas y gráficos que representan visualmente los resultados obtenidos. Excel resultó fundamental para sintetizar los hallazgos y detectar patrones o tendencias en la percepción del servicio gastronómico.

#### **2.9.4. Estadísticos.**

Se utilizaron métodos estadísticos simples para analizar los datos recolectados de las encuestas realizadas, utilizando herramientas de análisis estadístico para realizar cálculos de frecuencia y porcentaje que proporcionaron una comprensión clara sobre las áreas de satisfacción y oportunidades de mejora en el servicio gastronómico y la atención al cliente en Quevedo, Ecuador. Las técnicas estadísticas garantizaron la precisión y confianza de las conclusiones obtenidas del estudio.

#### **2.9.5. Población**

cantidad completa de personas consideradas en esta investigación corresponde a la población del municipio de Quevedo que cuenta actualmente con 177 792 residentes según los datos más recientes disponibles; esta cifra abarca la totalidad de individuos de los cuales se puede obtener la muestra requerida.

##### **3.9.5.1 Muestra.**

Para determinar el tamaño adecuado de la muestra, se aplicó la fórmula para población finita, ya que es manejable y se puede usar con facilidad en la cual se encuestó 383 habitantes en el Cantón Quevedo, a continuación, se presenta el cálculo implementado:

#### **DATOS**

**n**= Tamaño de la muestra

**N**= Población de Quevedo 177.792

**E**: Margen de error 5%

**P**: Probabilidad de no ocurrencia 50%

**Q**: Probabilidad de ocurrencia 50%

**Z**: Nivel de confianza 95% = (1.96)

### 3.9.5.2 Fórmula de la muestra

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q =}$$
$$n = \frac{177.792 * 1.96^2 * 0.50 * 0.50}{(0.05)^2 (177.792 - 1) + (1.96)^2 * 0.50 * 0.50 =}$$
$$n = \frac{177.792 * 3.8416 * 0.25}{0.0025 (177.791) + 3.8416 * 0.25 =}$$
$$n = \frac{170751.437}{444.48 + 0.9604 =}$$
$$n = \frac{170751.437}{445.4404 =}$$
$$n = 383$$

## 2.10. Resultados

Para abordar los resultados de este estudio que analiza el servicio gastronómico y la atención al cliente en el cantón Quevedo, es importante identificar primero las principales dimensiones de la oferta de restaurantes y evaluar cómo estas influyen en la percepción y satisfacción del cliente local y visitante.

### 2.10.1. Categorizar la oferta gastronómica en los establecimientos más relevantes.

La intervención inicial se centra en caracterizar la oferta gastronómica más relevada, lo cual aprecie las bases para un entendimiento profundo y detallado de lo que distingue a cada establecimiento.

Tabla 1. Restaurante Toro Sangría del cantón Quevedo.

<p><b>Datos de localización</b>  <b>Provincia:</b> los Ríos  <b>Cantón:</b> Quevedo  <b>Ubicación:</b> Calle Décima octava y Av. Jaime Roldos, a tres cuerdas del estadio 7 de octubre.  <b>Restaurante:</b> Toro Sangría.  <b>Categoría:</b> 5 tenedores.</p>	<p><b>Descripción:</b>          En el restaurante Toro Sangría sus instalaciones son de primer nivel, la atención al cliente es muy buena, con facilidad de acceso a parqueos. Cuenta con seguridad y la relación de calidad-precio está bien justificada. Su horario de atención es de martes a domingo desde las 18:00 a 23:00.          Muchas personas recomiendan este lugar porque se encuentran los siguientes platos: ricas costillas acompañada con moro, hamburguesa, asado, batidos, unos deditos de queso mozarela.</p>
<div data-bbox="318 1220 691 1499" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="266 1503 764 1533"><i>Foto 1. Fachada del restaurante Toro Sangría</i></p>	<div data-bbox="899 1178 1252 1388" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="980 1388 1133 1417"><i>Foto 2. Asado</i></p> <div data-bbox="932 1451 1230 1688" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="943 1696 1219 1726"><i>Foto 3. Moro con costilla</i></p>

*Nota: Autora.*

Tabla 2. Restaurante El Tizne del cantón Quevedo.

<p><b>Datos de localización</b> <b>Provincia:</b> Los Ríos. <b>Cantón:</b> Quevedo. <b>Ubicación:</b> Parroquia 7 de octubre, calle 4 y la C. <b>Restaurante:</b> El Tizne. <b>Categoría:</b> 3 tenedores.</p>	<p><b>Descripción</b> El Tizne es un asadero que ofrece platos a la parrilla con todo recién preparado, como costillas, lomo de res, brochetas y pollo. Estos platillos tienen un precio muy accesible donde encontrarán cualquier tipo de comida. La atención al cliente es muy buena. Es un restaurante recomendado por el 70% de personas en los sitios web. Su horario de atención es de lunes a domingo de las 17:00 a 21:00.</p>
 <p>Foto 4. Fachada del restaurante El Tizne</p>	 <p>Foto 5. lomo de res con moro</p>  <p>Foto 6. Brocheta</p>

Nota: Autora.

Tabla 3. Chifa Miraflores del cantón Quevedo.

<p><b>Datos de localización</b>  <b>Provincia:</b> Los Ríos.  <b>Cantón:</b> Quevedo.  <b>Ubicación:</b> Av. 7 de octubre.  <b>Restaurante:</b> Chifa Miraflores.  <b>Categoría:</b> 4 tenedores.</p>	<p><b>Descripción</b>  El chifa Miraflores es un restaurante que ofrece comida china con sus platos más llamativos como el chaulafan, tallarin salteado, wantán, caldo de wantán. Es muy recomendado por sus delicias de platos por sus páginas web con un 89% de recomendaciones. La atención al cliente es muy satisfactoria. Su horario de atención es de miércoles a domingo de las 10am a 21 pm.</p>
 <p>Foto 7. Fachada del restaurante Miraflores</p>	 <p>Foto 8. Chaulafan y tallarin</p>  <p>Foto 9. Wantán</p>

Nota: Autora.

Tabla 4. Restaurant Chido & Picante.

<p><b>Datos de localización</b>  <b>Provincia:</b> Los Ríos.  <b>Cantón:</b> Quevedo.  <b>Ubicación:</b> Plaza comercial La Quadra.  <b>Restaurante:</b> Chido y picante.  <b>Categoría:</b> 5 tenedores.</p>	<p><b>Descripción</b>  Chido y picante es un restaurante muy llamativo por su comida mexicana donde encontraras ricos platos mexicanos como: tacos, tortillas, chilaquiles, burritos, tortas mexicanas. Este restaurante queda en la Quadra, es recomendado por sus sitios web con un 98% de personas y su horario de atención al cliente es desde la 1:00 pm hasta 11:30 pm. Trabajan todos los días.</p>
 <p>Foto 10. Fichada del restaurante chido y picante</p>	 <p>Foto 11. Tacos</p>  <p>Foto 12. burritos</p>

Nota: Autora.

### 2.10.2. Análisis de las encuestas

Al examinar las encuestas realizadas se pretende brindar una mayor comprensión de cómo los clientes evalúan diferentes aspectos del servicio de restaurantes en Quevedo a Esto no solo ofrece una visión cuantitativa sobre la percepción del cliente, sino que también destaca los niveles de satisfacción en áreas como la limpieza rapidez en el servicio y conocimiento del personal.

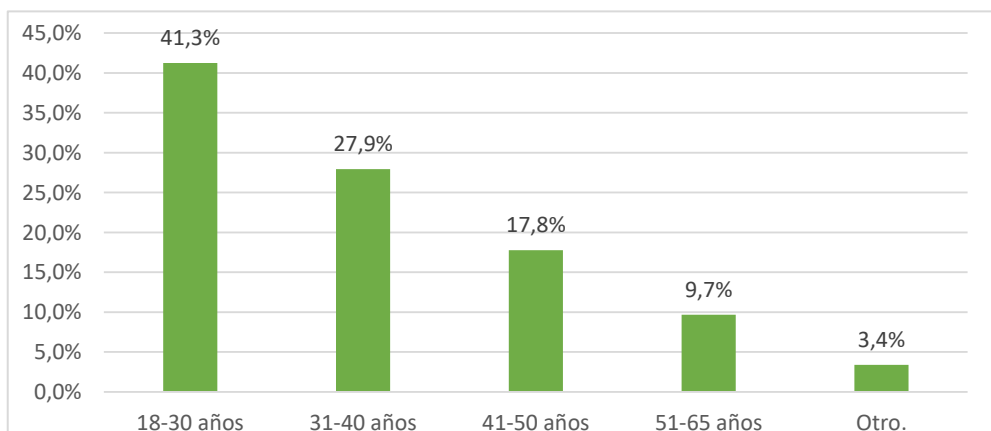
#### 1. ¿Cuál es su edad?

Tabla 5 Rango de edad.

Datos.	Frecuencias Abs.	Frecuencia Rel.	%
18-30 años	158	0,413	41,3%
31-40 años	107	0,279	27,9%
41-50 años	68	0,178	17,8%
51-65 años	37	0,097	9,7%
Otro.	13	0,034	3,4%
Total.	383	1	100%

Nota: Autora.

Gráfico 1 Rango de edad.



Nota: Autora.

Nota: En el gráfico nos indica que se logra observar que un 41,3% de habitantes de 18 a 30 años el mayor porcentaje segundo de 27,9% entre 31 a 40 años, en tercero de un 17,8% con la edad de 41 a 50 años de edad. Lo que indica que los jóvenes son los mas interesados en el servicio gastronómico y la atención al cliente.

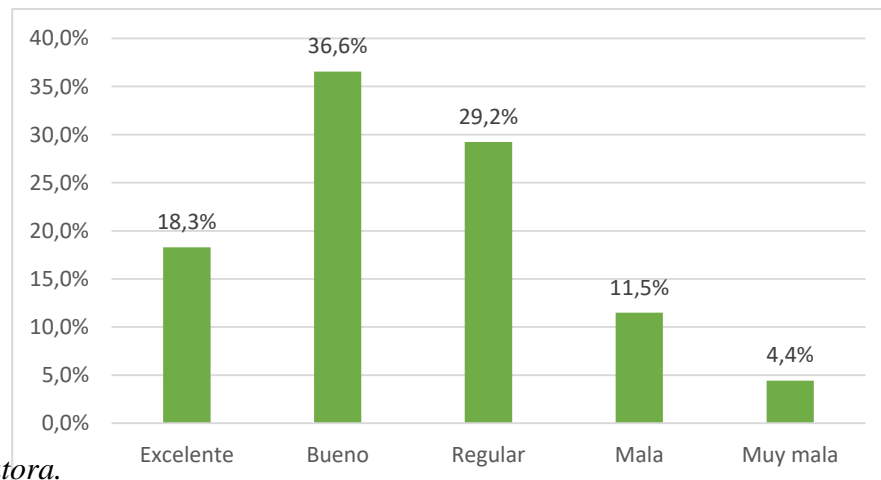
## 2. ¿Cómo calificaría su satisfacción general con la oferta gastronómica en Quevedo?

Tabla 6. Satisfacción de la oferta gastronómica de Quevedo.

Datos.	Frecuencias Abs.	Frecuencia Rel.	%
Excelente	70	0,183	18,3%
Bueno	140	0,366	36,6%
Regular	112	0,292	29,2%
Mala	44	0,115	11,5%
Muy mala	17	0,044	4,4%
Total.	383	1	100%

Nota: Autora.

Gráfico 2 Satisfacción de la oferta gastronómica de Quevedo



Nota: Autora.

Nota: En el gráfico nos indica que se logra encuestar a los habitantes y turistas que nos muestran una calificación satisfactoria de la gastronomía de Quevedo con un Bueno de 36,6%, a segundo de un 29,2% de regular y un 18,3% de excelente.

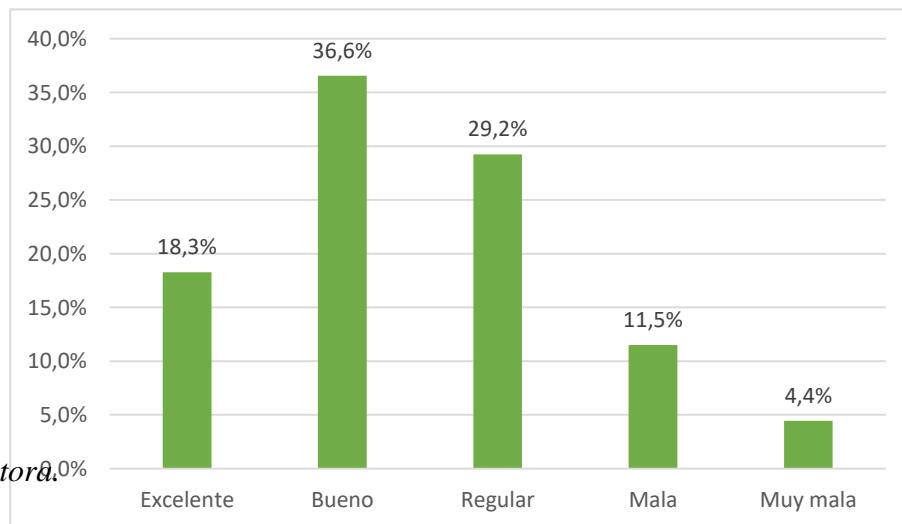
### 3. ¿Cómo calificaría la higiene general en los establecimientos gastronómicos que ha visitado en Quevedo?

Tabla 7 Calificación de higiene en los establecimientos gastronómicos.

Datos.	Frecuencias Abs.	Frecuencia Rel.	%
Excelente	77	0,201	20,1%
Bueno	127	0,332	33,2%
Regular	117	0,305	30,5%
Mala	45	0,117	11,7%
Muy mala	17	0,044	4,4%
Total.	383	1	100%

Nota: Autora.

Gráfico 3 Calificación de higiene en los establecimientos gastronómicos.



Nota: Autora.

Nota: En el gráfico nos indica que los resultados reflejan que bueno tiene un rango de 36,6%, seguido de regular con el rango de 29,2% con la seguridad de la higiene general con los establecimientos y un 18,3% de excelente así es como los habitantes califican la higiene en los establecimientos.

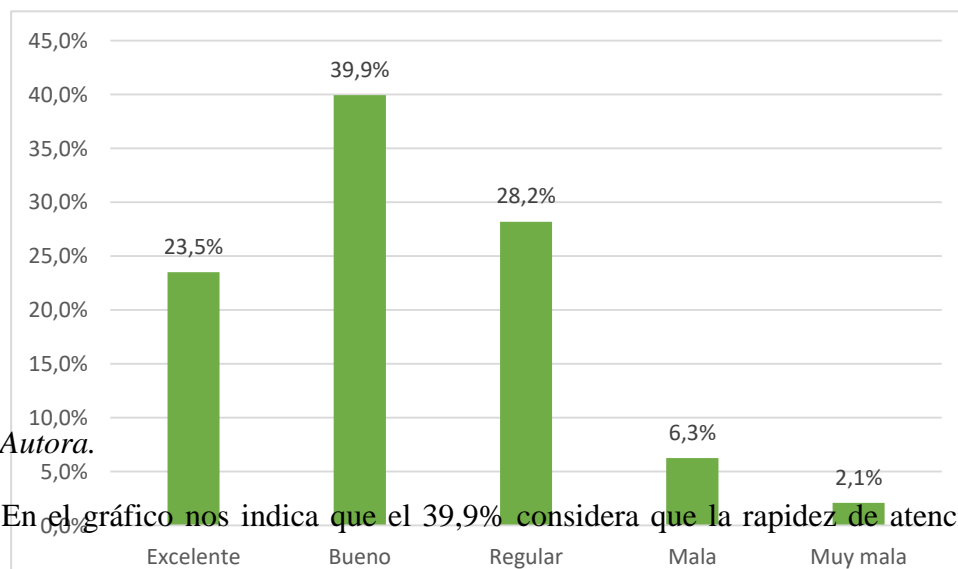
**4. ¿La rapidez con la que el personal atiende las solicitudes y pedidos es adecuada en los restaurantes de Quevedo?**

*Tabla 8 Rapidez que el personal atiende las solicitudes y pedidos.*

Datos.	Frecuencias Abs.	Frecuencia Rel.	%
Excelente	90	0,235	23,5%
Bueno	153	0,399	39,9%
Regular	108	0,282	28,2%
Mala	24	0,063	6,3%
Muy mala	8	0,021	2,1%
Total.	383	1	100%

*Nota: Autora.*

*Gráfico 4 Rapidez que el personal atiende las solicitudes y pedidos.*



*Nota: Autora.*

Nota: En el gráfico nos indica que el 39,9% considera que la rapidez de atención es buena, al 28,2% de regular y un 23,5% excelente, aunque sea buena la rapidez que el personal atiende las solicitudes y pedidos debería mejorar a un excelente.

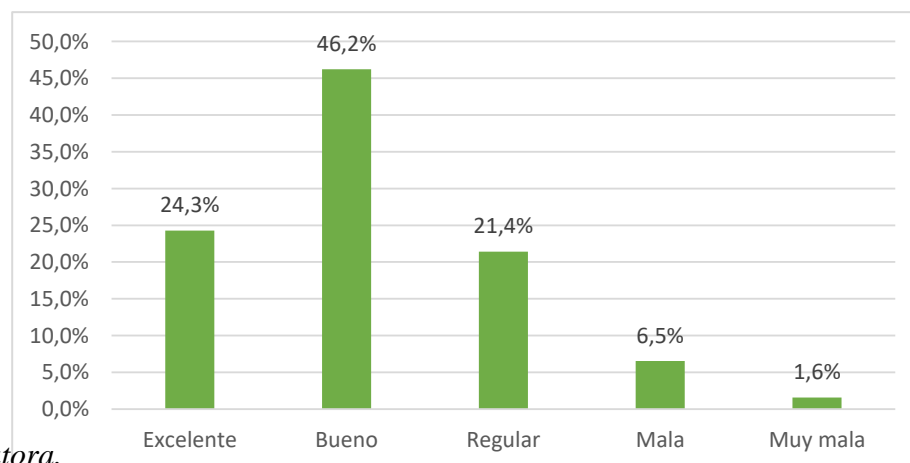
**5. ¿Qué tan bien informado considera al personal en relación con el menú y las opciones disponibles en los restaurantes de Quevedo?**

*Tabla 9 ¿Qué tan informado está el personal con el menú?*

<b>Datos.</b>	<b>Frecuencias Abs.</b>	<b>Frecuencia Rel.</b>	<b>%</b>
Excelente	93	0,243	24,3%
Bueno	177	0,462	46,2%
Regular	82	0,214	21,4%
Mala	25	0,065	6,5%
Muy mala	6	0,016	1,6%
<b>Total.</b>	<b>383</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

*Nota: Autora.*

*Gráfico 5. ¿Qué tan informado está el personal con el menú?*



*Nota: Autora.*

Nota: En el gráfico nos indica que el 46,2 % de los habitantes considera que es bueno el nivel de la información, pero tiene un segundo de un 24,3 % de excelente y un regular de un 21,4%, los

habitantes del Cantón Quevedo califican que tan informados están los personales con el menú con un bueno, pero en sí, pero en si debería de mejorar con un excelente.

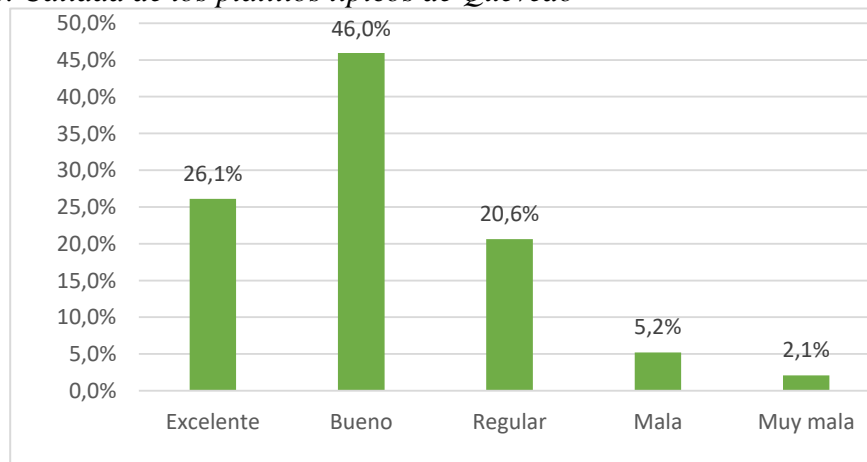
**6. ¿Cómo calificaría la calidad de los platillos típicos de Quevedo que se ofrecen en los restaurantes locales?**

*Tabla 10 Calidad de los platillos típicos de Quevedo.*

<b>Datos.</b>	<b>Frecuencias Abs.</b>	<b>Frecuencia Rel.</b>	<b>%</b>
Excelente	100	0,261	26,1%
Bueno	176	0,460	46,0%
Regular	79	0,206	20,6%
Mala	20	0,052	5,2%
Muy mala	8	0,021	2,1%
<b>Total.</b>	<b>383</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

*Nota: Autora.*

*Gráfico 6. Calidad de los platillos típicos de Quevedo*



*Nota: Autora.*

Nota: En el gráfico nos indica un total de 46% de Habitantes y Turistas consideran buena la calidad de los platillos típicos en Quevedo y seguido con un 26,1% de excelente; con el 20,6% de habitantes y turistas que calificaron con un regular de calidad de los platillos.

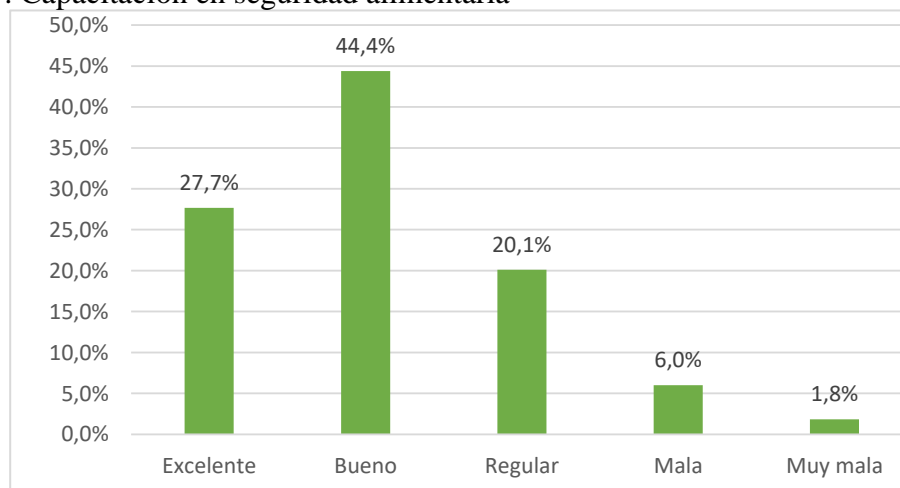
**7.- ¿Cómo calificaría la capacitación en seguridad alimentaria que debería ser obligatoria para todo el personal de los establecimientos gastronómicos de Quevedo?**

*Tabla 11 Capacitación en seguridad alimentaria*

<b>Datos.</b>	<b>Frecuencias Abs.</b>	<b>Frecuencia Rel.</b>	<b>%</b>
Excelente	106	0,277	27,7%
Bueno	170	0,444	44,4%
Regular	77	0,201	20,1%
Mala	23	0,060	6,0%
Muy mala	7	0,018	1,8%
<b>Total.</b>	<b>383</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

*Nota: Autora.*

**Gráfico 7. Capacitación en seguridad alimentaria**



*Nota: Autora.*

Nota: En el gráfico nos indica que la capacitación en seguridad alimentaria, que debería ser obligatoria para todo el personal, tiene un 44,4% de bueno ya que los habitantes están dispuestos a que se dé a conocer la capacitación al personal ya que tiene un seguido de 27,7% de excelente y un 20.1% de regular.

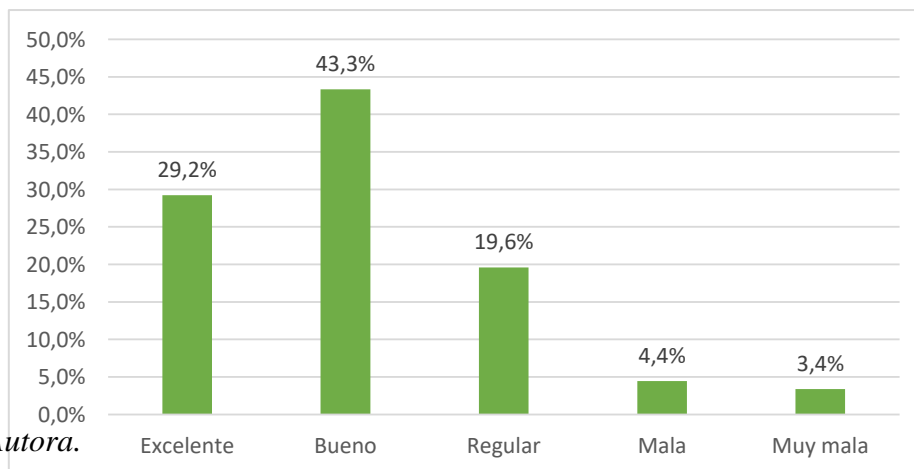
### 8. ¿Qué tan probable es que recomiende la gastronomía de Quevedo a amigos o familiares?

Tabla 12 Probabilidad de Recomendación gastronómica de Quevedo

Datos.	Frecuencias Abs.	Frecuencia Rel.	%
Excelente	112	0,292	29,2%
Bueno	166	0,433	43,3%
Regular	75	0,196	19,6%
Mala	17	0,044	4,4%
Muy mala	13	0,034	3,4%
Total.	383	1	100%

Nota: Autora.

Gráfico 8. Probabilidad de Recomendación gastronómica de Quevedo



Nota: Autora.

Nota: En el gráfico nos indica que el 43,3% de habitantes se destaca que la probabilidad de recomendar la gastronomía de Quevedo es buena ya que va con un seguido de 29,2% de excelente y de una regularidad de 19,6% a que no se recomiende.

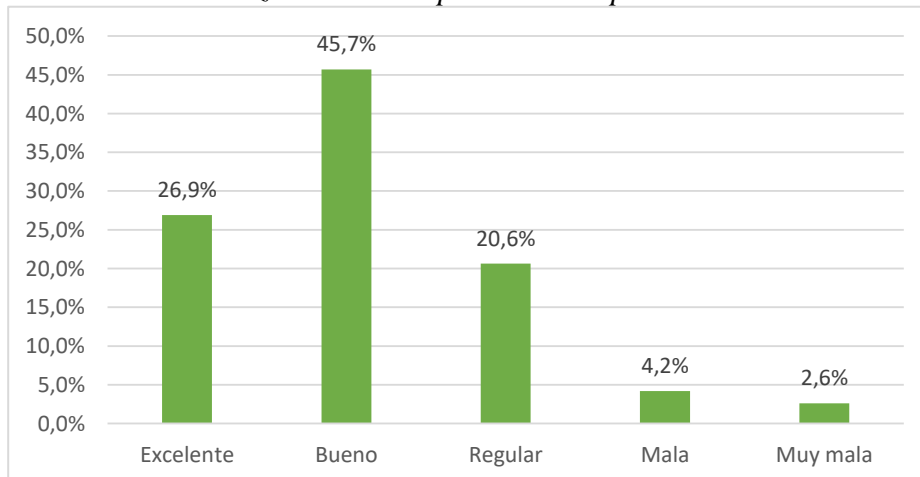
### 9. ¿Cómo caracteriza usted la relación de calidad-precio de los platillos en los restaurantes de Quevedo?

Tabla 13 Como se caracteriza de calidad-precio de los platillos.

Datos.	Frecuencias Abs.	Frecuencia Rel.	%
Excelente	103	0,269	26,9%
Bueno	175	0,457	45,7%
Regular	79	0,206	20,6%
Mala	16	0,042	4,2%
Muy mala	10	0,026	2,6%
Total.	383	1	100%

Nota: Autora.

Gráfico 9. Como se caracteriza de calidad-precio de los platillos.



Nota: Autora.

Nota: En el gráfico nos indica que el 45,7% de bueno y 26,9% de excelentes de cómo se caracteriza de calidad-precio de los platillos en los restaurantes de Quevedo ya que también tiene un 20,6% de regularidad.

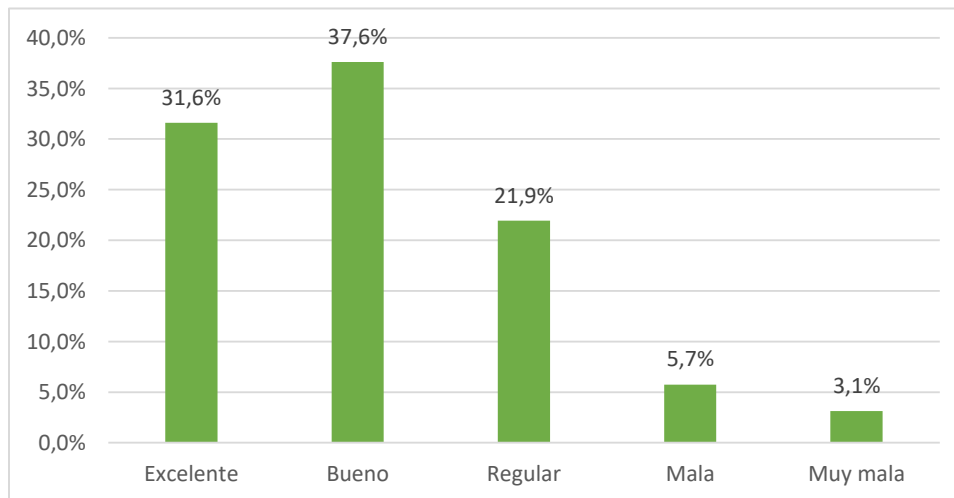
### 10.- ¿Cómo calificaría la atención del personal en situaciones de queja o reclamo?

Tabla 14 Calificación al personal en situaciones de queja o reclamo.

Datos.	Frecuencias Abs.	Frecuencia Rel.	%
Excelente	121	0,316	31,6%
Bueno	144	0,376	37,6%
Regular	84	0,219	21,9%
Mala	22	0,057	5,7%
Muy mala	12	0,031	3,1%
Total.	383	1	100%

Nota: Autora.

Gráfico 10. Calificación al personal en situaciones de queja o reclamo.



Nota: Autora.

Nota: En el gráfico nos indica que los habitantes califican al personal con un 37,6% de bueno y un 31,6% de excelente en las siguientes situaciones de quejas o reclamos, pero tiene un porcentaje de 21,9% de regular.

### **2.10.3 Plan de capacitación en atención al cliente para mejorar la oferta gastronómica.**

Este plan está diseñado para abordar de manera estratégica las conclusiones derivadas del análisis y mejorar las prácticas relacionadas con la atención al cliente y el servicio gastronómico ofrecido en el cantón Quevedo. Al considerar las evaluaciones realizadas previamente, junto con un enfoque en la mejora continua y la satisfacción del cliente, el plan de atención al cliente tiene como objetivo elevar los estándares de calidad y consolidar la reputación de Quevedo como un destino gastronómico destacado en la región (ver Anexo 2. del Módulo de atención al cliente)

***Tabla 15 Módulo de capacitación en atención al cliente para mejorar las ofertas gastronómicas.***

<b>Fecha.</b>	<b>Tema</b>	<b>Contenido</b>	<b>Objetivo</b>
Día 1.	Fundamentos de la Atención al Cliente	Importancia de la primera impresión y técnicas para desarrollarlas. Desarrollo de habilidades interpersonales mediante role-playing.	Desarrollar habilidades interpersonales y generar conciencia sobre la importancia de la primera impresión.

Día 2.	Comunicación Efectiva	Técnicas de comunicación verbal y no verbal. Simulaciones para la escucha activa y la comunicación asertiva.	Mejorar la comunicación verbal y no verbal para una atención a la cliente más efectiva.
Día 2.	Manejo de Quejas y Reclamos	Estrategias y técnicas para la gestión de conflictos. Talleres interactivos para la práctica de casos reales.	Capacitar en estrategias de manejo de quejas y resolución de conflictos para mejorar la experiencia del cliente.
Día 3.	Higiene y Seguridad Alimentaria	Prácticas esenciales para asegurar la seguridad alimentaria. Inspecciones guiadas para asegurar estándares de calidad.	Asegurar que el personal conozca y aplique prácticas de higiene y seguridad alimentaria.
Día 4.	Evaluación y Retroalimentación	Evaluación del conocimiento adquirido y discusión de mejoras. Desarrollo de un plan de mejora personal mediante talleres grupales.	Evaluar el aprendizaje y definir un plan de mejora para la atención al cliente.

		Evaluación del conocimiento	
		adquirido y discusión de	Evaluar el aprendizaje y
	Evaluación y	mejoras.	definir un plan de mejora
Día 5	Retroalimentación	Desarrollo de un plan de	para la atención al
		mejora personal mediante	cliente.
		talleres grupales.	

---

*Nota: Autora.*

## **2.11 Discusión de resultados**

En el estudio sobre la clasificación de restaurantes del Cantón Quevedo, se pueden observar algunas tendencias importantes en la oferta gastronómica local. Toro Sangría es uno de los lugares más destacados por sus exquisito asado y costillas con moro allí; tiene cinco tenedores y se encuentra en Los Ríos. Sus servicios de calidad, atención al cliente impecable ubicación conveniente lo han convertido en una opción muy popular entre los clientes. Las personas valoran su ambiente acogedor relación calidad precio, lo que demuestra lo crucial que son estos aspectos para el éxito de un restaurante. De la misma manera, el restaurante Chido & Picante, también clasificado como un local de categoría 5 tenedores por sus platos mexicanos más recomendados son sus tacos y burritos, se diferencia por su propuesta culinaria mexicana de alto nivel que es respaldada por el 98 % de los clientes recomendándolo. Esto refuerza la excelente reputación del lugar en cuanto a calidad gastronómica que ofrece en la zona. Ambas locaciones destacan la importancia de fusionar una amplia gama de platos sabrosamente elaborados junto a un servicio al

cliente excepcional, aspecto fundamental para construir su prestigio, lo cual se refleja en la satisfacción experimentada por los comensales que los visitan.

Es importante señalar que la gran mayoría de los participantes evaluó de manera positiva la prontitud con la que el personal responde a las solicitudes y pedidos; un 39.9 % mencionó que es buena mientras que un 23.5 % la consideró excelente. Esto sugiere que la eficacia del servicio es percibida de forma favorable, lo cual es un aspecto crucial para la satisfacción del cliente, así como para su percepción general del servicio.

La opinión sobre la formación del personal es otro aspecto relevante evaluado en esta investigación. Se descubrió que un 46,2% de los encuestados piensan que el conocimiento del personal sobre las opciones y el menú es bueno y un 24,3% para que lo consideren excelente, Sin embargo, un 21. 20% de los encuestados dieron una calificación regular. Esta diversidad en las opiniones indica que, aunque la mayoría de los clientes se encuentra contentos con el nivel de conocimientos del personal, aún existen oportunidades para mejorarlo mediante una capacitación más completa y detallada.

Un factor fundamental a tener en cuenta al evaluar el servicio es la limpieza de los locales comerciales. Los datos de la encuesta revelaron que un 33% de los encuestados consideran que la limpieza es buena y un 20,1% la califica como excelente. No obstante, un considerable 30,5% la percibe como regular. Estos resultados subrayan la importancia de mantener y aplicar estándares rigurosos en materia de higiene para evitar que las opiniones adversas impacten en la experiencia del cliente y, por consiguiente, en la reputación del establecimiento.

Quizá uno de los signos más clarificadores es la voluntad de los clientes de sugerir la cocina del cantón Quevedo como una buena opción gastronómica para otros comensales. Un 43,3 % de las

personas encuestadas mostraron su disposición a recomendar esta experiencia culinaria como un reflejo del atractivo potencial que ofrece la oferta local de alimentos. Sin embargo, resultará crucial garantizar que esta inclinación se mantenga elevada o incluso mejore en aras del crecimiento continuado, así como el éxito de los negocios locales.

Se ha comprobado también la relevancia de la capacitación constante del personal para garantizar un servicio de primera calidad que resulte en una experiencia satisfactoria para los clientes. Las opiniones generales positivas sobre la oferta culinaria en Quevedo destacan la importancia de mantener y mejorar estos niveles de excelencia a través del entrenamiento continuado.

La higiene alimentaria junto a la seguridad se destacó positivamente según los encuestados; esto destaca la importancia de establecer medidas que garanticen la limpieza apropiada en el tratamiento de alimentos. La capacitación en este aspecto debe estar enfocada no solo en cumplir las normativas sanitarias sino también en mantener actualizadas las prácticas óptimas al nivel internacional. La calidad del servicio se define por la habilidad del personal para abordar quejas o reclamaciones de manera efectiva; este es otro aspecto crucial que merece atención. Dando la debida importancia a las quejas no solo ayuda a mejorar la imagen de los negocios ante los clientes, sino que también fomenta la lealtad de los consumidores e impulsa recomendaciones positivas de boca en boca.

### **3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **3.1. Conclusiones**

La descripción de los platos ofrecidos en restaurantes destaca que algunos establecimientos se destacan por la excelencia de su cocina y atractivo culinario. La amplia variedad de opciones

gastronómicas en Quevedo representa un punto a favor, pero también apuntan a la importancia de especializarse e impulsar la marca para destacar en un mercado competitivo.

La valoración del servicio ha revelado niveles satisfactorios en líneas generales; no obstante, se requiere una mejora en aspectos particulares como el conocimiento del personal acerca del menú y la limpieza de las instalaciones para garantizar estándares elevados y aumentar la satisfacción del cliente.

Es esencial llevar a cabo un programa de formación en atención al cliente para fortalecer la experiencia gastronómica, garantizando altos niveles de calidad en el servicio ofrecido. Dicha capacitación contribuirá a abordar las diferencias en la percepción de la calidad del servicio detectadas entre los clientes encuestados.

### **3.2. Recomendaciones**

Promover el impulso de la identidad gastronómica de Quevedo que precisa resaltar los platos tradicionales y vivencias singulares que distinguen a estos locales del resto. Por medio de alianzas junto a especialistas en la cocina y eventos culinarios se puede incrementar la visibilidad y encanto de la oferta regional.

Es recomendable llevar a cabo evaluaciones regulares sobre la calidad del servicio y las normas de higiene para identificar oportunidades de mejora continua mediante observaciones y encuestas de satisfacción del cliente, garantizando que las acciones correctivas sean efectivas y reflejen las experiencias de los clientes.

Crear cursos de capacitación continua que abarquen temas como atención al cliente y normas de higiene y seguridad alimentaria junto a manejo de situaciones conflictivas es fundamental para mejorar tanto la experiencia de los clientes como el desempeño de los empleados en cada negocio

en particular. Es crucial adaptar estas capacitaciones a las necesidades específicas de cada establecimiento para lograr beneficios tangibles tanto para los clientes como para el personal. Implementar incentivos que reconozcan el esfuerzo del equipo en mejorar sus habilidades de atención al cliente puede ser clave para incrementar la motivación y fomentar un compromiso genuino hacia la excelencia en el servicio ofrecido.

#### **4. REFERENCIAS Y ANEXOS**

##### **Referencias**

Baque Solórzano, Z. D., & Cevallos Alonzo, Y. Y. (2023). *Buenas prácticas de seguridad e higiene alimentaria en restaurantes de la parroquia san mateo, Manta*. [Thesis].  
<https://repositorio.ulead.edu.ec/handle/123456789/4890>

Bustamante, R. D. C. V. (2024). Relación entre Turismo, Gastronomía y Alimentación Saludable en Ecuador. *Revista Científica de Salud y Desarrollo Humano*, 5(3), Article 3.  
<https://doi.org/10.61368/r.s.d.h.v5i3.306>

Camarena Perez, S. D. (2022). Calidad de servicio para mejorar la atención al cliente en el área del restaurante de la Granjaheidy- Lima. *Repositorio Institucional - USS*.  
<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/10075>

Huertas López, T. E., Pilco Segovia, E. A., Suárez García, E., Salgado Cruz, M., Jiménez Valero, B., Huertas López, T. E., Pilco Segovia, E. A., Suárez García, E., Salgado Cruz, M., & Jiménez Valero, B. (2020). Acercamiento conceptual acerca de las modalidades del turismo y sus nuevos enfoques. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(2), 70-81.

- León, L. R., Ruperti Rubira, L. S., & Montilla Pacheco, A. de J. (2022). El Turismo Sostenible en Ecuador: Reflexiones constitucionales y legislativas. *Revista de Ciencias Sociales y Económicas*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.18779/csye.v6i1.553>
- Lopez, M. del C. (2024). *Turismo en Ecuador en 2024: Un crecimiento sostenido con mirada a la sostenibilidad*. [https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/033921\\_turismo-en-ecuador-en-2024-un-crecimiento-sostenido-con-mirada-a-la-sostenibilidad.html](https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/033921_turismo-en-ecuador-en-2024-un-crecimiento-sostenido-con-mirada-a-la-sostenibilidad.html)
- Marín Guzmán, M. E., & Rojas Hernández, Z. (2023). Marketing gastronómico en el Comercio para franquicias que empiezan de cero, concepto exportable de crecimiento económico y sus perspectivas de opciones turísticas. *Revista Ciencia Universitaria*, 21, //cu-id.com/cu/v21e07.
- Marín Parra, I. M., Haro Sosa, G. L., & Ávalos Pérez, M. C. (2021). Análisis de la oferta turística—Gastronómica de Ecuador y la implementación de estrategias de marketing. *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional*, 6(8), 1118-1137.
- Pisarski Junior, M. R., Zepeda Arce, A., & Valduga, V. (2024). Turismo Gastronómico y Desarrollo Local en el contexto de América Latina: Gastronomic Tourism and Local Development in the Context of Latin America. *Élisée - Revista de Geografia da UEG*, 13(01), Article 01.
- Salazar Duque, D. A. (2020). *Modelación de las estrategias de Marketing de servicios sobre el comportamiento del consumidor aplicado a restaurantes de lujo y primera categoría de la ciudad de Quito*. <https://rehiph.unr.edu.ar/items/272aaa7a-c699-4427-a3d6-0442a9690c4f>

Solano Loachamín, E. N. (2024). *Gestión de procesos y servicio al cliente, sector gastronómico restaurant Charito, cantón Santa Elena, año 2023* [bachelorThesis, La Libertad, Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2024].

<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/11728>

Verdezoto Dávalos, L. A. (2024). Estrategias Innovadoras de marketing gastronómico: Creando experiencias únicas en los restaurantes de Quito. *REVISTA MULTIDISCIPLINARIA DE DESARROLLO AGROPECUARIO, TECNOLÓGICO, EMPRESARIAL Y HUMANISTA.*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.61236/dateh.v6i2.834>

## 4.1. Anexos

*Anexo I: Modelo de encuesta.*

### Servicios gastronómicos y la atención al cliente en el Cantón Quevedo

---

B I U ↺ ↻

Encuesta dirigida a los habitantes del Cantón Quevedo

---

#### Edad \*

- 18-30 años
- 31-40 años
- 41-50 años
- 51-65 años
- otro

#### ¿Cómo calificaría su satisfacción general con la oferta gastronómica en Quevedo? \*

- Muy mala
  - Mala
  - Regular
  - Bueno
  - Excelente
-

¿Cómo calificaría la higiene general en los establecimientos gastronómicos que ha visitado en Quevedo? \*

- Muy mala
- Mala
- Regular
- Buena
- Excelente

¿La rapidez con la que el personal atiende las solicitudes y pedidos es adecuada en los restaurantes de Quevedo? \*

- Muy mala
- Mala
- Regular
- Buena
- Excelente

¿Qué tan bien informado considera al personal en relación con el menú y las opciones disponibles en los restaurantes de Quevedo? \*

- Muy mala
- Mala
- Regular
- Buena
- Excelente

**¿Qué tan probable es que recomiende la gastronomía de Quevedo a amigos o familiares?**

- Muy mala
- Mala
- Regular
- Buena
- Excelente

---

**¿Cómo caracteriza usted la relación de calidad-precio de los platillos en los restaurantes de Quevedo?**

- Muy mala
- Mala
- Regular
- Buena
- Excelente

**¿Cómo calificaría la atención del personal en situaciones de queja o reclamo?**

- Muy mala
- Mala
- Regular
- Buena
- Excelente

*Nota: Autora*

Anexo 2: Plan de capacitación de atención al cliente.

## Plan de Capacitación en Atención al Cliente

PARA MEJORAR LA OFERTA GASTRONÓMICA



"La satisfacción de los clientes es un factor crítico para el crecimiento y la rentabilidad del negocio en el sector gastronómico".  
—Dorcas Luque, Jefa de Cocina

Bardi Vera Mayling Steffany.

### Introducción

En la competitiva gastronomía, la calidad del producto no basta. La atención al cliente es crucial para el éxito de cualquier restaurante. En Quevedo, famosa por su diversidad culinaria, sobresalir entre muchas opciones es un reto. Un servicio excepcional asegura la lealtad del cliente y mejora la reputación del local mediante recomendaciones positivas. Este manual está diseñado para ayudar a los restaurantes a mejorar su servicio al cliente, garantizando que cada visita sea una experiencia memorable. El programa de capacitación equipa a los empleados con las herramientas necesarias para elevar la calidad del servicio, adaptándose a las expectativas del cliente moderno.



### Objetivo del Plan.

Incrementar la calidad de la atención al cliente.

Incrementar la calidad de la atención al cliente.

#### Importancia de la Capacitación.

Capacitación continua:	Beneficio tanto para empleados como clientes.
Personal actualizado:	Mejores prácticas y tendencias en atención al cliente.
Cultura de excelencia:	Mejora moral, habilidades y satisfacción del cliente.
Factor crítico:	Crecimiento y competitividad en el sector gastronómico.
Inversión en formación:	Empresa más robusta y competitiva a largo plazo.

#### Método de Capacitación.

Descripción de las metodologías teóricas

30%

→

Aplicación de conocimientos de forma práctica

70%

#### Estructura del Programa & Temario

##### Estructura del Programa.

Duración total: 5 días.  
Sesiones diarias de 1 hora.

##### Temario del Programa.

Fecha.	Tema.	Objetivo.
Día 1	Fundamentos de la Atención al Cliente	Desarrollar habilidades interpersonales y conductiva de la primera impresión.
Día 2	Comunicación Efectiva	Mejorar la comunicación verbal y no verbal.
Día 3	Manejo de Quejas y Reclamos	Capacitar en manejo de quejas y resolución de conflictos.
Día 4	Higiene y Seguridad Alimentaria	Asegurar prácticas de higiene y seguridad alimentaria.
Día 5	Evaluación y retroalimentación.	Evaluar el aprendizaje y definir un plan de mejora para la atención al cliente.

#### Conclusiones.

La implementación de estrategias efectivas y el desarrollo de habilidades clave permitirán que el personal brinde una experiencia más satisfactoria a los clientes, fortaleciendo la reputación y competitividad del establecimiento.

#### Resultados esperados.

Mejorar la satisfacción del cliente.	Reducir la cantidad de quejas y reclamos.	Mayor compromiso y motivación del personal.
--------------------------------------	---	---

#### Recomendaciones para el seguimiento.

Realizar evaluaciones periódicas.  
Implementar programas de actualización y formación continua.



Nota: Autora