

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO



**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Turística y
Hotelera

TRABAJO DE TITULACIÓN

Título del proyecto

**“CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN
ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN ALAUSÍ”**

Autor: Rivera Heredia Patricio Andrés

Tutor: Mgs. Moreno Aguirre Paula Elizabeth

Riobamba - Ecuador

Año 2019

CERTIFICACIÓN

Riobamba, 07 de octubre de 2019

Yo, Mgs. Moreno Aguirre Paula Elizabeth, certifico que el proyecto de investigación previo a la obtención del título de ingeniero en gestión turística y hotelera, con el tema **“CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN ALAUSÍ”**, ha sido elaborado por el señor: Patricio Andrés Rivera Heredia, el mismo que ha sido dirigido y revisado durante todo el proceso de investigación por mi persona en calidad de tutor, por lo que se encuentra apto para su presentación y defensa respectiva.

Es todo lo que puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente.



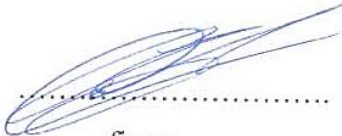
Mgs. Moreno Aguirre Paula Elizabeth

CERTIFICACIÓN

Los miembros del tribunal de graduación del proyecto de investigación titulado “**CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN ALAUSÍ**”, presentado por: Patricio Andrés Rivera Heredia y dirigido por: Mgs. Moreno Aguirre Paula Elizabeth, una vez escuchada la defensa oral y revisado el informe final del proyecto de investigación con fines de graduación, en el cual se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas, remite la presente para uso y custodia en la biblioteca de la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas de la UNACH.

Por constancia de lo expuesto firman:

Dr. Calvopiña Andrade Diego Mauricio
Presidenta de tribunal



.....
firma

Dr. Héctor German Pacheco Sanunga
Miembro de tribunal



.....
firma

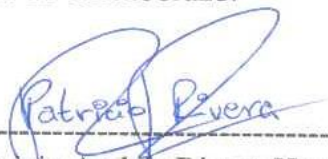
Mgs. Cali Pereira Margoth Isabel
Miembro de tribunal



.....
firma

AUTORÍA

La responsabilidad del presente contenido de la investigación corresponde exclusivamente a: Patricio Andrés Rivera Heredia (autor); Moreno Aguirre Paula Elizabeth (tutor) y el contenido de la misma a la Universidad Nacional de Chimborazo.



Patricio Andrés Rivera Heredia
C.I: 0603773185

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedico a Dios quien guía mi camino en cada paso, mostrándome la luz.

A mi madre Edith Heredia quien siempre es mi apoyo y fortaleza, la que me alienta a seguir cuando parece difícil mi madre y amiga, quien me dio la vida y dedico la suya a criarme como un hombre de bien. A mi padre Hernán Rivera quien es mi ejemplo a seguir, con su fortaleza y seguridad han sabido demostrarme que todo es posible y que nunca me rinda, ellos me han enseñado que las cosas que se hacen con amor valen la pena.

A mis hermanos Cristina y Patricio, quienes son un ejemplo de perseverancia, y han sabido impulsarme en cada paso, dándome cariño y apoyo.

A mis abuelitos porque son el ejemplo de auto educación amor y perseverancia.

A mis docentes que han sabido no solo impartirme sus conocimientos educativos si no también, su sabiduría ética y moral.

A mis amigos y todos aquellos que sin condición han sabido apoyarme ayudarme y también alentarme cuando más lo necesitaba.

Esta tesis se la dedico a los que están y a los que ya no se encuentran conmigo pues desde el cielo están a mi lado apoyándome en cada momento, cada paso y cada decisión, les dedico esta tesis, Abejita Maya, Mami Margarita, Diego y Zack

AGRADECIMIENTO

A Dios por los cambios gigantes que ha hecho en mi vida guiándome en cada decisión que he tomado.

A mi familia por ser el soporte con amor y dedicación sin desfallecer, sin descanso y con mucho cariño alentándome a ser mejor y a que todo es posible con amor, pues un gran poder conlleva una gran responsabilidad.

A la Universidad por haberme impartido los conocimientos necesarios para competir en la vida diaria, y para poder ser un profesional ético y de calidad.

A mi tutora Mgs. Paula Moreno pues sin sus conocimientos no habría sido posible la culminación de este trabajo.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
CERTIFICACIÓN	ii
CERTIFICACIÓN	iii
AUTORÍA.....	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
RESUMEN	xiv
ABSTRACT.....	xv
INTRODUCCIÓN	1
1. CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1. Situación problemática	2
1.2. Formulación del problema.....	2
1.2.1. Problema general	2
1.2.2. Problemas específicos	2
1.3. Justificación.....	3
1.3.1. Justificación teórica	3
1.3.2. Justificación practica	3
1.3.3. Justificación metodológica	4
1.4. Objetivos	4
1.4.1. Objetivo general	4
1.4.2. Objetivos específicos	4
2. CAPITULO II: MARCO TEÓRICO.....	4
2.1. Antecedentes de la Investigación	4
2.2. Marco filosófico o epistemológico de la investigación.....	6
2.2.1. Epistemología de la Calidad del servicio.	6

2.2.2.	Epistemología de la satisfacción del cliente.....	6
2.3.	Bases teóricas/Estado del arte.....	6
2.3.1.	Marco Teórico Variable Independiente: Calidad del Servicio	7
2.3.1.1.	Origen de la calidad de servicio.....	7
2.3.1.2.	Calidad.....	7
2.3.1.3.	Calidad del servicio de alimentos y bebidas.....	7
2.3.2.	Marco Teórico Variable Dependiente: Satisfacción del cliente.	8
2.3.2.1.	Satisfacción del cliente	8
2.3.3.	Estado del arte variable independiente: Calidad del servicio	9
2.3.4.	Estado del arte variable dependiente: Satisfacción del cliente	9
3.	CAPITULO III: METODOLOGÍA.....	10
3.1.	Tipo y diseño de Investigación	10
3.1.1.	Tipo.....	10
3.1.2.	Diseño de la investigación	10
3.2.	Unidad de Análisis.....	11
3.3.	Población de estudio.....	11
3.4.	Tamaños de la muestra.....	11
3.5.	Selección de la muestra	12
3.6.	Matrices.	13
3.6.1.	Matriz de Operacionalización.....	13
	Cuadro 1 Matriz de operacionalización	13
3.6.2.	Matriz de consistencia.....	14
3.7.	Técnicas e instrumentos	15
3.7.1.	Técnicas	15
3.7.1.1.	Encuestas:.....	15
3.7.1.2.	Cuestionario:.....	15
3.8.	Validez de instrumentos	15
3.8.1.	Selección de los expertos	15
3.9.	Confiabilidad de los instrumentos	16
3.9.1.	Alfa de Cronbach, Variable calidad del servicio	16
3.9.2.	Alfa de Cronbach, Variable satisfacción al cliente.....	16
3.10.	Análisis e interpretación de la información	17
3.10.1.	Encuesta aplicada a turistas de Alausí.....	17
3.10.2.	Encuesta aplicada a establecimientos de alimentos y bebidas.....	22

4. CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	24
4.1. Pruebas de Hipótesis.....	24
4.1.1. Hipótesis General	24
4.1.2. Hipótesis Específicas.....	24
4.1.3. Pruebas de Hipótesis Específicas	24
4.1.3.1. Hipótesis Específica 1 (Percepción – Satisfacción al cliente).....	24
4.1.3.2. Hipótesis específica 2 (Expectativa – Satisfacción al cliente)	26
4.1.4. Prueba de Hipótesis General	27
4.2. Presentación de resultados.....	28
5. CONCLUSIONES	29
6. RECOMENDACIONES	30
7. BIBLIOGRAFÍA	31
ANEXOS	33
ANEXO 1. Propuesta.....	33
1.1 Introducción.....	xvi
1.2 Objetivos	xvi
1.2.1 Objetivo General	xvi
1.2.2 Objetivos Específicos.....	xvi
1.3 Aspectos Generales.....	xvii
1.4 Políticas de calidad para establecimientos de alimentos y bebidas.....	xviii
1.5. Criterios de calidad en las diferentes etapas de servicios en los establecimientos de alimentos y bebidas. xix	
1.5.1 Primera parte (Reserva).....	xix
1.5.2 Segunda parte (Recibimiento del cliente).....	xx
1.5.3 Tercera parte (uso del servicio por el cliente)	xxi
1.5.4 Pago del servicio	xxiv
1.5.5 Despedida al cliente	xxv
1.5.6 Documentos y reportes	xxvi
1.5.7 Seguimiento a la calidad del servicio por parte del personal de los establecimientos de alimentos y bebidas	xxvii
1.6 Criterios de sostenibilidad para establecimientos de alimentos y bebidas.....	xxvii
1.6.1. Sostenibilidad ambiental	xxviii
1.6.2. Aspecto sociocultural.....	xxix

1.6.3. Aspecto económico.....	xxx
1.7. Conclusiones	xxx
1.8. Recomendaciones	xxx
ANEXO 2 Árbol de Problemas.....	xxx
ANEXO 3 Asignación del tribunal	xxx
ANEXO 4 Validación de instrumentos.....	xxx
4.1. Variable independiente.....	xxx
4.1.1. Tutor.....	xxx
4.1.2. Presidente	xxx
4.1.3. Miembro 1	xxx
4.1.4. Miembro 2	xxx
4.2. Variable dependiente.....	xxx
4.2.1. Tutor.....	xxx
4.2.2. Presidente	xxx
4.2.3. Miembro 1	xxx
4.2.4. Miembro 2	xl
ANEXO 5 Encuestas.....	xl
5.1. Encuesta Variable independiente Calidad del servicio	xl
5.2. Encuesta Variable independiente Calidad del servicio (Ingles)	xl
5.3. Variable dependiente Satisfacción del cliente.....	xl
ANEXO 6 Oficios Alausí	xl
6.1. Solicitud para la realización del proyecto de investigación	xl
6.2. Respuesta a la solicitud.....	xl
6.3. Certificado de información verídica.....	xl
6.4. Certificado de aplicación de encuestas.....	xl
ANEXO 7 Análisis e Interpretación de los resultados.....	xl
3.1. Tabulación variable independiente (Calidad del servicio)	xl
3.2. Tabulación variable dependiente (Satisfacción al cliente)	xl

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Matriz de operacionalización	13
Cuadro 2 Matriz de consistencia.....	14
Cuadro 3 Validación de los expertos	16
Cuadro 4 Estadística de fiabilidad calidad del servicio	16
Cuadro 5 Estadística de fiabilidad satisfacción al cliente	16
Cuadro 6 Encuesta aplicada a turistas de Alausí	17
Cuadro 7 Encuestas aplicadas a establecimientos de alimentos y bebidas	22
Cuadro 9 Prueba de hipótesis específica 1	25
Cuadro 10 Prueba de hipótesis específica 2.....	26
Cuadro 8 Prueba de hipótesis general	27
Cuadro 11 Ficha de reserva.....	xx

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tiempo	xlviii
Tabla 2 Eficiencia	xliv
Tabla 3 Resolución	l
Tabla 4 Registro	li
Tabla 5 Comunicación	lii
Tabla 6 Disponibilidad.....	liii
Tabla 7 Aclaración.....	liv
Tabla 8 Confianza	lv
Tabla 9 Amabilidad.....	lvi
Tabla 10 Conocimientos	lvii
Tabla 11 Utilización.....	lviii
Tabla 12 Pulcritud.....	lix
Tabla 13 Instalaciones.....	lx
Tabla 14 Materiales.....	lxi
Tabla 15 Atención personalizada.....	lxii
Tabla 16 Horarios	lxiii
Tabla 17 Atención de intereses	lxiv
Tabla 18 Comprensión de necesidades	lxv
Tabla 19 Expectativas	lxvi
Tabla 20 Instalaciones.....	lxvii
Tabla 21 Clase de servicio	lxviii
Tabla 22 Producto	lxix
Tabla 23 Seguridad de clientes	lxx
Tabla 24 Retorno de clientes.....	lxxi
Tabla 25 Nivel de satisfacción.....	lxxii
Tabla 26 Publicidad	lxxiii
Tabla 27 Producto esperado.....	lxxiv
Tabla 28 Producto potencial	lxxv

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Tiempo.....	xlviii
Gráfico 2 Eficiencia	xliv
Gráfico 3 Resolución	l
Gráfico 4 Registro.....	li
Gráfico 5 Comunicación	lii
Gráfico 6 Disponibilidad.....	liii
Gráfico 7 Aclaración.....	liv
Gráfico 8 Confianza.....	lv
Gráfico 9 Amabilidad	lvi
Gráfico 10 Conocimientos	lvii
Gráfico 11 Utilización.....	lviii
Gráfico 12 Pulcritud.....	lix
Gráfico 13 Instalaciones	lx
Gráfico 14 Materiales	lxi
Gráfico 15 atención personalizada.....	lxii
Gráfico 16 Horarios	lxiii
Gráfico 17 Atención de intereses	lxiv
Gráfico 18 Comprensión de necesidades	lxv
Gráfico 19 Expectativas	lxvi
Gráfico 20 Instalaciones	lxvii
Gráfico 21 Clase de servicio	lxviii
Gráfico 22 Producto.....	lxix
Gráfico 23 Seguridad de clientes	lxx
Gráfico 24 Retorno del cliente	lxxi
Gráfico 25 Nivel de satisfacción.....	lxxii
Gráfico 26 Publicidad	lxxiii
Gráfico 27 Producto esperado.....	lxxiv
Gráfico 28 Producto potencial	lxxv

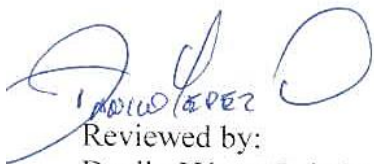
RESUMEN

El cantón Alausí perteneciente a la Provincia de Chimborazo es un lugar lleno de maravillas culturales como también naturales, paisajes de un verdor único. Pasa el tren Ecuador, uno de los atractivos más representativos del Ecuador que atrae a los turistas nacionales e internacionales con su gastronomía y cultura únicas en el mundo, posee una gran variedad de estructuras, la gran mayoría con muy buenas facilidades turísticas para brindar una estadía y experiencia excepcional a los visitantes logrando que sean inolvidables; A través de este proyecto de investigación se da a conocer uno de los más grandes problemas que el cantón Alausí ha analizado, a través de la unidad de turismo del cantón la cual se constata en la calidad del servicio, conllevando a una insatisfacción del cliente, basado en los siguientes instrumentos: como son el árbol de problemas, matrices de operacionalización y consistencia, analizando las variables, dimensiones y conceptos, los cuales tienen una gran influencia en el trabajo y en la satisfacción del cliente; tiene como objetivo analizar en primer lugar a los establecimientos de alimentos y bebidas que representa la oferta del cantón y a los clientes que hacen uso de los servicios de alimentos y bebidas debidamente catastrados. Se estructura en cuatro capítulos: planteamiento del problema, marco teórico, metodología, resultados y discusión debidamente desarrollados cada uno, en la propuesta encontraremos la posible solución para la insatisfacción del cliente mediante un plan de procesos aplicados al GAD del cantón sirviendo como base para establecer un servicio de calidad.

Palabras clave: Insatisfacción, cliente, satisfacción, servicio, calidad.

ABSTRACT

Alausí canton belonging to Chimborazo Province is a place full of cultural as well as natural wonders, landscapes of unique greenery. Pass the train Ecuador, one of the most representative attractions of Ecuador that attracts national and international tourists with its unique cuisine and culture in the world, has a wide variety of structures, the vast majority with very good tourist facilities to provide a stay and exceptional experience to visitors making them unforgettable; through this research project, one of the biggest problems that the Alausí canton has analyzed is made known, through the canton's tourism unit which is verified in the quality of the service, leading to customer not satisfied, based on the following instruments: such as the problem tree, operationalization and consistency matrices, analyzing the variables, dimensions and concepts, which have a great influence on work and customer satisfaction; Its objective is to analyze, first of all, the food and beverage establishments that the canton offer represents and the clients that make use of properly registered food and beverage services. It is structured in four chapters: problem statement, theoretical framework, methodology, results and discussion properly developed each; in the proposal we will find the possible solution for customer not satisfied through a process plan applied to the GAD of the canton serving as the basis for establishing a quality service.



Reviewed by:

Danilo Yépez Oviedo

English professor UNACH



Keywords: Dissatisfaction, customer, satisfaction, service, quality.

INTRODUCCIÓN

La insatisfacción del cliente con relación a la calidad del servicio es un gran dilema que se enfrentan en el presente, es un tema que tiene poco tiempo de estudio, pero se ha ido desarrollando poco a poco, y ha avanzado rápidamente en el sector del servicio turístico, actualmente la calidad del servicio se ha puesto como primordial punto a tratar en el servicio de alimentos y bebidas.

Los objetivos que se pretende alcanzar con este proyecto son analizar de que forma la impresión de los servicios ofertados por los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Alausí tienen relación con la satisfacción del cliente que hace uso de los mismos, además tener un concepto de que expectativa tiene el cliente con respecto al servicio que quiere recibir por parte de la oferta gastronómica del sector, y finalmente se procura diseñar una propuesta que sea un apoyo para los establecimiento de alimentos y bebidas, y así lograr dar una calidad que vaya de la mano con la expectativa de los clientes.

Conociendo los objetivos de ante mano, se han propuesto diversas hipótesis puesto que se quiere saber si se relaciona la calidad del servicio con la satisfacción del cliente, así como también se pretende determinar la relación entre las dimensiones de la calidad que son percepción y expectativa con respecto a la satisfacción que tiene el cliente al hacer uso de los servicios de alimentos y bebidas del cantón Alausí.

Con lo que respecta a la metodología se establece una investigación documental de campo, y a su vez se utilizara el método cuantitativo, introduciéndonos en lo que es la unidad de análisis donde se determinara el universo, población y muestra a la cual va dirigida la investigación, para posteriormente aplicar las técnicas e instrumentos necesarios para la recolección de información necesaria para conocer la situación de los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Alausí

La investigación se constituye en cuatro capítulos previamente definidos los cuales son: planteamiento del problema, marco teórico, metodología, resultados y discusión los cuales serán desarrollados progresivamente.

1. CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación problemática

El Ecuador constantemente ha sido considerado un país con potencial turístico en desarrollo, se considera que el sector de alimentos y bebidas está estrechamente relacionada con el turismo a nivel mundial y no es diferente en el cantón Alausí donde hay una gran afluencia de turistas, ya que cuenta con varios atractivos turísticos como el ferrocarril y la nariz del diablo, pero el municipio del cantón ha constatado que en lo que respecta a alimentos y bebidas existe una insatisfacción de los clientes ya que la calidad del servicio no se ha desarrollado totalmente, puesto que simplemente la oferta no cumplen con las expectativas de la demanda ya que entre varios aspectos no hay una relación sólida entre la percepción del cliente y las expectativas que él tenía antes de consumir el servicio, dejando como resultado un producto y servicio deficientes, deslealtad y pérdida de clientes, poniendo en riesgo la continuidad de la empresa disminuyendo las ventas, dejando una mala imagen y como consecuencia un lento desarrollo turístico de cantón.

La insatisfacción puede ser medido y percibido de acuerdo a distintas dimensiones por el cliente mediante la capacidad de respuesta o confiabilidad, por lo cual, respecto a lo observado, en el cantón se lo aplica de mala manera, ya sea por deficiencia en la capacitación o por una mala actitud, esto ha dado así una mala imagen del cantón, pues la calidad es pilar fundamental para el desarrollo de cualquier negocio.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre la Calidad del servicio y la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cuál es la relación entre la percepción y la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí?

- ¿Cuál es la relación entre la expectativa y la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí?

1.3. Justificación

1.3.1. Justificación teórica

La actual investigación mostró la supremacía de la calidad del servicio con relación a la satisfacción del cliente pues se sabe que para poder tener un cliente fiel las empresas u organización debe crear o adquirir estrategias competitivas que puedan mejorar la calidad del servicio que se brinda al cliente, y así tener no solo clientes potenciales sino también ingresos satisfactorios; por lo tanto el desarrollo de esta investigación se delimitará a hablar de temas como calidad y satisfacción al cliente; para poder lograr la eficiencia se utilizaran teorías de autores expertos y de esta manera poder lograr la mejora atención de los establecimientos de Alimentos y Bebidas en cantón Alausí.

La trascendencia del desarrollo teórico de esta investigación es sumamente vital, pues servirá como soporte de conocimiento a futuros proyectos o investigaciones que sean a fin al tema propuesto, de igual manera trascendente para los establecimientos de alimentos y bebidas con miras a la mejora de la calidad y la satisfacción.

1.3.2. Justificación practica

La actual investigación es de gran trascendencia no solo se logrará solucionar varios problemas que aquejan a los establecimientos de alimentos y bebidas; sino que a través de esta se obtuvo calidad y satisfacción en los clientes, además de crecimiento de los prestadores de servicio.

Económicamente, dará a los establecimientos de Alimentos y Bebidas, la fidelización del consumidor lo cual conlleva a nuevos clientes potenciales; obteniendo ingresos y rentabilidad favorable para los establecimientos; todo lo dicho fue resultado de las buenas estrategias generadas.

Socialmente beneficio a los clientes actuales y potenciales, debido a la calidad del servicio prestado al cliente. También internamente existio un mejor ambiente de trabajo contribuyendo a la satisfacción del cliente interno y no solo del externo.

1.3.3. Justificación metodológica

La metodología utilizada servirá para futuras investigaciones que busquen referencias sobre el tema de calidad del servicio y satisfacción del cliente como una base bibliográfica que ayude a solventar las dudas e inquietudes de futuros estudiantes ya que la presente muestra datos importantes sobre la Calidad del servicio en los prestadores de establecimientos de Alimentos y Bebidas en el cantón Alausí; pues permite una consolidación de la actividad turística ya que establece diferentes acciones y herramientas que incrementan la satisfacción al cliente, las mismas que serán propuestas en base al conocimiento turístico mundial y a las estrategias necesarias para el lugar en cuestión.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Analizar cuál es la relación entre la Calidad del servicio en la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí.

1.4.2. Objetivos específicos

- Analizar cuál es la relación entre la percepción y la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí.
- Determinar la relación entre la expectativa y la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí.
- Diseñar una propuesta acorde a los resultados de la investigación.

2. CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

En la actualidad se considera la calidad del servicio como parte principal de la satisfacción del cliente puesto que como avanza el mundo las exigencias del consumidor crecen por ende la calidad debe adaptarse a las necesidades de cada persona en el caso del sector de alimentos y bebidas en el Ecuador se puede decir que se ha posicionado como un eje

fundamental para el desarrollo turístico implementando nuevas estrategias como certificaciones que motiven al prestador de servicios y a la afluencia de visitantes al país y dando lugar a una mejora de la economía.

De acuerdo estas necesidades varios autores han dirigido sus esfuerzos a darle seguimiento a la satisfacción del cliente con respecto a la calidad del servicio que reciben en los establecimientos turísticos del Ecuador vinculando el producto con la atención y el servicio tomando en cuenta que cada uno depende del otro para lograr la calidad esperada a continuación se presenta antecedentes vinculados al tema a tratar, tomando como referencia:

(Naranjo, 2019) en su proyecto de investigación titulado “Gestión de calidad de los servicios para mejorar el desempeño laboral en el hotel Riobamba INN. De la ciudad de Riobamba” expresa que un sistema de calidad siempre debe estar basado en los requisitos especificaos del cliente puesto que es una nueva generación en la que le cliente decide lo que desea consumir y no se le impone lo que el prestador desea vender, el mundo globalizado que ahora nos muestra una satisfacción muy bien definida.

(Cachot, 2011) en su proyecto de investigación titulado “Mejoramamiento de calidad en el servicio y atención al cliente en el Restaurante Los Pollos de la Colón, de la ciudad de Riobamba” expresa que: las empresas se veran afectadas por la mala educacion de los clientes y el mal uso de los servicios ofertados ya sean estos tangibles o no pero el personal de servicio debe comprender el perfil de cliente con el que esta tratando y satisfacer las necesidades individuales de cada cliente, esto es conocido como el arte de “tratar”, asi tambien expresa que no se debe cambiar este trato hacia el cliente pues de esto depende la fidelizacion del mismo.

(Salazar Yépez, 2016) en su investigacion “Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo-Ecuador” manifiesta que: existen varios modelos que nos ayudan a verificar la calidad del servicio y en qué grado el cliente se encuentra satisfecho con el mismo, uno de los más usados es el modelo SERVQUAL que en si es un instrumento ya aprobado de la medición de la calidad, mediante este instrumento se puede verificar si la expectativa del cliente va de la mano de la percepción que da la organización y diagnosticar si existe un balance entre los mismos.

(Miyahira, 2008) en su investigacion “Criterios de calidad de las revistas científicas” expresa que: las dimensiones que abarca la calidad del servicio son varias y no están definidas pero la base fundamental de estas es alcanzar la calidad total que solo se la puede alcanzar

conociendo lo que el cliente desea consumir, sin este factor la expectativa del cliente no se verá satisfecha y se quedará en una satisfacción de necesidades biológicas y no de experiencias y deseos.

2.2. Marco filosófico o epistemológico de la investigación.

2.2.1. Epistemología de la Calidad del servicio.

Epistemológicamente hablando la calidad como termino está relacionada con la filosofía, puesto que para alcanzar la felicidad se debe llevar una vida de calidad, ahora en términos de servicio la calidad posee diversas variaciones, estas dependen del cliente que la perciba y el servicio que la ofrezca puesto que la calidad no es obligatoria ciertas entidades o negocios no la aplican a de más depende de qué clase de calidad se aplique y en qué grado puesto que la decisión de tener calidad no siempre será la misma en un mismo sector o ciudad esta varía de acuerdo a estándares pictográficos y geográficos puesto que nosotros no deseamos lo mismo en nuestra ciudad o nuestro sector que en otra ciudad o sector, actualmente la calidad ha ido evolucionando al punto de concentrarse en lo que el cliente quiere y no en lo que el mercado quiere ofrecer, solo si el cliente lo desea se alcanza la calidad total.

2.2.2. Epistemología de la satisfacción del cliente.

La satisfacción a existido desde el principio de la humanidad obviamente en estándares bajos como satisfacer las necesidades biológicas casar, alimentarse, entre otras pero en realidad la satisfacción como calidad de vida nació desde las primeras industrias, en donde se consideraba satisfacción del cliente a la evolución del mercado, mientras el mercado y sus productos eran más modernos y evolucionados el cliente estaba satisfecho pero en este caso se dejaba a las necesidades de cada cliente en segundo plano, ahora se considera un cliente satisfecho cuando sus necesidades biológicas y expectativas han sido llenadas lo que ellos desean de un servicio o producto es lo que se les ofrece, poniendo en primer plano al cliente, averiguando que es lo que ellos desean y así estableciendo parámetros para satisfacer esos deseos.

2.3. Bases teóricas/Estado del arte.

2.3.1. Marco Teórico Variable Independiente: Calidad del Servicio

2.3.1.1. Origen de la calidad de servicio.

El servicio y la calidad están con el hombre desde que comenzó la vida, pero desde los años 80 se le considera como estrategia en el ámbito empresarial, en el siglo XXI se considera a los procesos, las actitudes, la innovación y la creatividad hacen a la calidad, en otras palabras la calidad y la cultura van de la mano ya que describen de manera sencilla los valores sociales de la organización (Quiñones, 2014).

2.3.1.2. Calidad.

El juicio global del cliente acerca de la excelencia o superioridad del servicio, que resulta de la comparación entre las expectativas de los consumidores (lo que ellos creen que las empresas de servicios deben ofrecer) y sus percepciones sobre los resultados del servicio ofrecido (Camisón, 2006).

2.3.1.3. Calidad del servicio de alimentos y bebidas

La gestión de la calidad en el sector de A&B en los hoteles tiene como principal punto la higiene de los alimentos lo que también revela la preocupación por el tipo de alimentos que se ingieren y en qué condiciones esos alimentos se encuentran, evaluando los posibles efectos sobre la salud. La cocina de un restaurante, independientemente de su categoría, es el lugar donde se concentra la satisfacción de las expectativas del cliente. Así, ésta es extremadamente importante ya que se trata del lugar donde se prepara la comida. Por lo tanto, una planificación adecuada y la calificación profesional de los empleados constituyen un atributo incuestionable en la búsqueda de calidad (Correia Paulino, 2012).

Expectativa:

Las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de éstas cuatro situaciones: promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio, experiencias de compras anteriores. opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión (Thompson, 2005).

Percepción:

Se refiere al desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el "resultado" que el cliente "percibe" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió (Thompson, 2005).

Fiabilidad:

La fiabilidad se concibe como la consistencia o estabilidad de las medidas cuando el proceso de medición se repite (Prieto, 2010).

2.3.2. Marco Teórico Variable Dependiente: Satisfacción del cliente.**2.3.2.1. Satisfacción del cliente**

Juicio evaluativo o cognitivo que analiza si el producto o servicio produce un resultado bueno o pobre o si el producto es sustituible o insustituible (Thompson, 2005).

Producto / Servicio:

Es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico (Oliva, 2005).

Fiabilidad:

Es la capacidad que debe tener la empresa que presta el servicio para ofrecerlo de manera confiable, segura y cuidadosa. Dentro del concepto de fiabilidad se encuentran incluidos todos los elementos que permiten al cliente detectar la capacidad y conocimientos profesionales de la organización, es decir, fiabilidad significa brindar el servicio de forma correcta desde el primer momento (Oliva, 2005).

Lealtad:

Para suministrar servicio es necesario establecer un contacto entre la organización y el cliente. Es una relación en la que el cliente participa en la elaboración del servicio (Oliva, 2005).

2.3.3. Estado del arte variable independiente: Calidad del servicio

Calidad:

(Torres, 2019) en su investigación titulada “Calidad de atención según expectativas y percepciones de las usuarias atendidas en consulta externa” menciona que la calidad como la totalidad de funciones, características o comportamientos de un bien producido o de un servicio prestado, que les hace capaces de satisfacer las necesidades de los consumidores.

Calidad del servicio:

(Herrera, 2019) en su investigación titulada “Calidad de servicio y satisfacción en la atención de los usuarios externos referidos en un hospital de asociación público privada” define la calidad de servicio como la prestación que cumple la función de satisfacer las necesidades y expectativas del servicio.

Servicio de alimentos y bebidas:

(Binz, 2019) en su investigación titulada “GESTION DE LA GASTRONOMIA SUSTENTABLE: Practicas del sector de alimentos y bebidas en hospedajes” menciona que actualmente existe un creciente aumento de la percepción de la alimentación en relación a la salud y el bienestar social, y de la gastronomía como atractivo turístico y actividad cultural fundamental al ser humano. Finalmente, hay una mayor conciencia sobre nuestro rol e influencia en el medioambiente.

2.3.4. Estado del arte variable dependiente: Satisfacción del cliente

(Romero T. &, 2019) en su investigación titulada “Seguridad Alimentaria y Calidad del Servicio de las Huecas Tradicionales de la Ciudad de Riobamba” menciona que todo cliente construye una imagen del establecimiento incluso antes de llegar a él y se debe en la medida de lo posible intentar estar a la altura de la mejor de sus expectativas.

(Gómez, 2019) en su investigación titulada “Medición del grado de satisfacción del turista de Puerto Progreso” define a la calidad de un destino turístico como el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y precios.

3. CAPITULO III: METODOLOGÍA.

3.1. Tipo y diseño de Investigación

3.1.1. Tipo

Luego de analizar la bibliografía de Hernández Sampieri en el 2003 se establece los aspectos más trascendentales del diseño metodológico de la investigación para la presente investigación, considerada como investigación básica (Sampieri, 2003).

Investigación documental

Se caracteriza por el empleo predominante de registros gráficos como fuente de información. Generalmente se le identifica con el manejo de mensajes registrados en forma de manuscritos impresos (Básico, 2006).

Se aplicaron documentos de recolección de datos como encuestas y cuestionario a las diferentes unidades de análisis para medir mediante estos la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

Investigación de campo

Asume las formas de la exploración y la observación del terreno, la encuesta, la observación participante y el experimento. Se caracteriza por el contacto directo con el objeto de estudio (Básico, 2006).

Se efectuó una visita a los establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí donde se obtendrá información y datos técnicos, evidencia una investigación de campo.

3.1.2. Diseño de la investigación

Investigación Correlacional

Para el presente trabajo se utilizó la investigación descriptiva correlacional, la cual permitió saber si existe relación entre calidad del servicio y satisfacción del cliente, de ahí que se comprobaría la hipótesis, con el fin de analizar la dependencia entre las variables del proyecto de investigación.

Investigación no experimental – transversal

La investigación es transversal ya que las encuestas fueron aplicadas por una vez y de manera aleatoria con el fin de conocer el estado actual de los establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí.

3.2. Unidad de Análisis

Se estudió la siguiente unidad de análisis del proyecto de investigación tomando en cuenta los 14 establecimientos de Alimentos y Bebidas debidamente catastrados del cantón Alausí.

3.3. Población de estudio.

Población 1: Está constituida según el i-tour de Alausí por 14 establecimientos de Alimentos y Bebidas los cuales fueron estudiados en su totalidad, ya que forman parte importante de la economía turística del cantón.

Población 2: Está constituida por 67368 entre turistas y visitantes que conforman la población activa que hace uso de los establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón, según registros realizados por el i-tour de Alausí.

3.4. Tamaños de la muestra

Muestra 1: el tamaño de la muestra a consideración del autor son los mismos 14 establecimientos de Alimentos y Bebidas.

Muestra 2: se considera una población de 67368 los cuales fueron encuestados por el i-tour, para calcular la muestra se tomó en cuenta la fórmula del cálculo de la muestra finita según (Aguilar-Barojas, 2005).

Datos:

n= Tamaño de la muestra

N= Universo

e= Error de estimación máximo (0,05)

p= Probabilidad de ocurrencia (0,80)

q= Probabilidad de no ocurrencia (0,20)

Z= Nivel de confianza (1,64)

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q \cdot Z^2}{N \cdot e^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{67368 \cdot 0,80 \cdot 0,20 \cdot 1,64^2}{70575 \cdot 0,05^2 \cdot 0,80 \cdot 0,20}$$

$$n = 172$$

Posterior a la aplicación de la fórmula del cálculo de la muestra finita que fue determinada para una población de 67368 turistas, con un margen del error del 5%, nos ha dado como resultados la aplicación de 172 encuestas.

3.5. Selección de la muestra

Llamado muestreo por rutas aleatorias, en donde establecida el área de muestreo se asigna una ruta desde un punto de partida determinado y los elementos de la muestra se van seleccionando a medida que se avanza en el trabajo de campo, buscando asegurar una cobertura geográfica de la muestra (Torres M. P., 2006).

Se obtuvo una muestra probabilística, puesto que se aplicó de manera aleatoria a los clientes que en ese momento estaban haciendo uso de los servicios de Alimentos y Bebidas en el cantón Alausí.

3.6. Matrices.

3.6.1. Matriz de Operacionalización

Cuadro 1 Matriz de operacionalización

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones / Categorías	Indicadores	Ítems o preguntas	Diseño de la investigación
Variable independiente: La Calidad del Servicio.	el juicio global del cliente acerca de la excelencia o superioridad del servicio, que resulta de la comparación entre las expectativas de los consumidores (lo que ellos creen que las empresas de servicios deben ofrecer) y sus percepciones sobre los resultados del servicio ofrecido. (Colmenares, 2007)	Es la comparación entre la percepción y las expectativas del cliente dando un resultado de satisfacción.	Percepción	Fiabilidad	1. Cumplimiento en el tiempo estándar del servicio 2. La eficiencia durante el servicio 3. Resolución de problemas por parte del personal de servicio 4. Registro de pedido y datos complementarios para la factura 5. La comunicación del personal durante el servicio 6. Disponibilidad del personal de servicio a ayudar al cliente 7. Aclaración de inquietudes por parte del personal de servicio 8. La confianza que trasmite el personal de servicio 9. La amabilidad del personal de servicio	Tipo: Básica Nivel: Documental de Campo Técnica: Encuesta Técnica de Procesamiento: SPSS/ EXEL Instrumento: Cuestionario Universo: Turistas que visitan el canto Alaúsi. Población 1: Turistas que visitan el cantón Alaúsi y han hecho uso de los servicios de alimentos y bebidas.
			Capacidad de respuesta.	10. Los conocimientos de servicio que posee el personal 11. Utilización de equipos modernos 12. La pulcritud del personal de servicio 13. Instalaciones atractivas y señalética adecuada 14. Diseño de materiales como menú, folletos, publicidad 15. Atención personalizada durante el servicio 16. Horarios de trabajo convenientes 17. Atención a sus intereses por parte del personal de servicio 18. Comprensión de necesidades específicas por parte del personal de servicio		
			Expectativa	Elementos tangibles Empatía		
Variable de dependiente: Satisfacción del Cliente:	juicio evaluativo o cognitivo que analiza si el producto o servicio produce un resultado bueno o pobre o si el producto es sustituible o insustituible. (Cabanillas Valdivieso, 2018)	Es un juicio evaluativo de la fiabilidad y lealtad hacia un producto o servicio.	Fiabilidad	Servicio acorde. Buen funcionamiento.	1. el servicio es acorde a las expectativas del cliente 2. las instalaciones están acordes a las necesidades de los clientes 3. qué clase de servicio presta usted a los clientes 4. el producto el servicio y el personal están coordinados 5. los clientes se sienten seguros de consumir sus servicios 6. el retorno de clientes al consumo del servicio 7. el nivel de satisfacción con el servicio 8. la publicidad boca a boca de este servicio 9. el producto esperado que ofrecen al momento del servicio 10. el producto potencial que se pretende ofertar	Población 2: 14 Dueños de servicio de alimentos y bebidas que se encuentran debidamente catastrados.
			Lealtad	Cumplimiento Compromiso del cliente		
			Producto/ Servicio	Producto esperado. Producto potencial.		

Fuente: Autor

Elaboración: Rivera, P. 2019

3.6.2. Matriz de consistencia

Cuadro 2 Matriz de consistencia

Problema general	Objetivo general	Hipótesis principal	Variables	Dimensiones
¿Cuál es la relación entre Calidad del servicio en la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí?	Analizar la relación entre Calidad del servicio en la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí.	Existe relación entre la Calidad del servicio y la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí	<p>Variable independiente:</p> <p>La Calidad del Servicio:</p> <p>El juicio global del cliente acerca de la excelencia o superioridad del servicio, que resulta de la comparación entre las expectativas de los consumidores (lo que ellos creen que las empresas de servicios deben ofrecer) y sus percepciones sobre los resultados del servicio ofrecido. (Colmenares, 2007)</p>	<p>Variable dependiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Percepción • Expectativa <p>Variable independiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fiabilidad • Lealtad • Producto
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		
1. ¿Cuál es la relación entre percepción en la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí?	1. Analizar la relación entre percepción y la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí.	1. La percepción se relaciona significativamente con la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí.		
2. ¿Cuál es la relación entre expectativa en la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí?	2. Determinar la relación entre expectativa y la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí.	2. La expectativa se relaciona significativamente con la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí.	<p>Variable de dependiente:</p> <p>Satisfacción del Cliente:</p> <p>Juicio evaluativo o cognitivo que analiza si el producto o servicio produce un resultado bueno o pobre o si el producto es sustituible o insustituible. (Cabanillas Valdivieso, 2018)</p>	

Fuente: Autor

Elaboración: Rivera, P. 2019

3.7. Técnicas e instrumentos

3.7.1. Técnicas

Las técnicas son procedimiento o conjunto de procedimientos, reglas, normas o protocolos, que tienen como objetivo obtener un resultado determinado, ya sea en el campo de la ciencia, de la tecnología, del arte, de la educación o en cualquier otra actividad”. (Kotler, 2013)

3.7.1.1. Encuestas:

Con la realización de las encuestas se pretende plantear preguntas relacionadas con las falencias que atraviesan los establecimientos de Alimentos y Bebidas en el cantón Alausí, provincia de Chimborazo con respecto a la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, en las cuales permitió establecer instrumentos para fortalecer las debilidades existentes en el entorno de la misma.

3.7.1.2. Cuestionario:

Para su elaboración se formuló una guía de preguntas las cuales van dirigidas tanto a prestadores de servicios como a quienes hacen uso de los mismos con el fin de obtener la información más verídica.

3.8. Validez de instrumentos

En este apartado del proyecto de investigación se demuestra que se sometió a los instrumentos a una evaluación en concordancia a la investigación, instrumento elaborado con la tutora del proyecto y posteriormente analizados por los expertos

3.8.1. Selección de los expertos

Para la aplicación de los instrumentos se vio necesaria la verificación de los mismos por los expertos, para lo cual se tomó en cuenta a los miembros del tribunal que fueron designados para la sustentación oral de la investigación.

En el siguiente cuadro se podrá observar el listado de los expertos a cargo de la validación de los instrumentos, cargo en la institución y la asignación del tribunal.

Cuadro 3 Validación de los expertos

N°	EXPERTO	CARGO	ASIGNACIÓN DEL TRIBUNAL
1	Mgs Paula Moreno	Docente UNACH	Tutora
2	Mgs. Diego Calvopiña	Docente UNACH	Presidente
3	Dr. Héctor Pacheco	Docente UNACH	Miembro 1
4	Mgs. Margoth Cali	Docente UNACH	Miembro 2

Fuente: Los expertos
Elaborado por: Rivera, P. 2019

3.9. Confiabilidad de los instrumentos

3.9.1. Alfa de Cronbach, Variable calidad del servicio

En relación con el coeficiente alfa de Cronbach, para la realización de la validación del instrumento de la variable independiente calidad del servicio, a lo que se aplicó a una prueba piloto de 20 personas de la ciudad de Alausí, dando como resultado al ser aplicado es apropiada con 0,850 siendo un grado bueno de confiabilidad según (Cronbach, 1965).

Cuadro 4 Estadística de fiabilidad calidad del servicio

Alfa de Cronbach	N de elementos
,850	20

Fuente: Encuestas aplicadas en junio 2019 y procesadas en SPSS
Elaborado por: Rivera, P. 2019

3.9.2. Alfa de Cronbach, Variable satisfacción al cliente

En relación con el coeficiente alfa de Cronbach, para la realización de la validación del instrumento de la variable independiente calidad del servicio, a lo que se aplicó al número total de la población, 14 establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Alausí, dando como resultado al ser aplicado es apropiada con 0,816 siendo un grado bueno de confiabilidad.

Cuadro 5 Estadística de fiabilidad satisfacción al cliente

Alfa de Cronbach	N de elementos
,816	14

Fuente: Encuestas aplicadas en junio 2019 y procesadas en SPSS
Elaborado por: Rivera, P. 2019

3.10. Análisis e interpretación de la información

En este apartado se observan los resultados de las encuestas aplicadas para la variable independiente y para la variable dependiente, con su instrumento propio, se realiza la interpretación en tablas, gráficos y así obtener un análisis detallado mediante la encuesta para la adquisición de información, para lo que se crea una base de datos en Microsoft Excel, y posteriormente pasar los datos al programa estadístico SPSS.

3.10.1. Encuesta aplicada a turistas de Alausí

Cuadro 6 Encuesta aplicada a turistas de Alausí

N°	INDICADOR	ITEMS	INTERPRETACIÓN
PERCEPCIÓN			
1	tiempo	Cumplimiento o en el tiempo estándar del servicio	Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 25% de los turistas del cantón Alausí mencionan que el cumplimiento del servicio es deficiente, el 28% menciona que es regular el 19% menciona que es bueno, el 13% menciona que es muy bueno y el 15% menciona que es excelente, se puede concluir que el 28% de los turistas menciona que el cumplimiento del servicio es regular, dando a notar que el cumplimiento en tiempo estándar es deficiente.
2	Eficiencia	Eficiencia durante el servicio	Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 9% de los turistas del cantón Alausí mencionan que la eficiencia durante el servicio es deficiente, el 42% menciona que es regular el 20% menciona que es bueno, el 15% menciona que es muy bueno y el 15% menciona que es excelente, se puede concluir que el 42% de los turistas menciona que la eficiencia durante el servicio es regular
3	Resolución	Resolución de problemas por parte del personal de servicio	Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 13% de los turistas del cantón Alausí mencionan que la resolución de problemas del personal de servicio es deficiente, el 43% menciona que es regular el 18% menciona que es bueno, el 13% menciona que es muy bueno y el 13% menciona que es excelente, se puede concluir que la resolución de problemas por parte del personal de servicio es regular con un 43%

4	Registro	Registro de pedido y facturación	Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 19% de los turistas del cantón Alausí mencionan que el registro y pedido de facturación es deficiente, el 33% menciona que es regular el 19% menciona que es bueno, el 9% menciona que es muy bueno y el 20% menciona que es excelente, se puede concluir que el registro de pedido y facturación es regular con un 33%
5	Comunicación	Comunicación del personal durante el servicio	Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 19% de los turistas del cantón Alausí mencionan que la comunicación del personal durante el servicio es deficiente, el 30% menciona que es regular el 22% menciona que es bueno, el 12% menciona que es muy bueno y el 18% menciona que es excelente, se puede concluir que la comunicación del personal durante el servicio es regular con un 30%
6	Disponibilidad	Disponibilidad del personal de servicio para ayudar al cliente	Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 17% de los turistas del cantón Alausí mencionan que la disponibilidad del personal de servicio para ayudar al cliente es deficiente, el 31% menciona que es regular el 23% menciona que es bueno, el 12% menciona que es muy bueno y el 17% menciona que es excelente, se concluye que el mayor porcentaje de turistas correspondiente al 31% opinan que la disponibilidad de ayuda por parte del personal del servicio hacia el cliente es regular
7	Aclaración	Aclaración de inquietudes por parte del personal de servicio	Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 18% de los turistas del cantón Alausí mencionan que la aclaración de inquietudes por parte del personal de servicio es deficiente, el 27% menciona que es regular el 26% menciona que es bueno, el 11% menciona que es muy bueno y el 17% menciona que es excelente, se concluye que el mayor porcentaje de turistas correspondiente al 27% opinan que la aclaración de inquietudes por parte del personal de servicio es regular
8	Confianza	Confianza que transmite el personal de servicio durante la atención	Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 15% de los turistas del cantón Alausí mencionan que la confianza que transmite el personal de servicio durante la atención es deficiente, el 28% menciona que es regular el 27%

			menciona que es bueno, el 10% menciona que es muy bueno y el 20% menciona que es excelente, se concluye que el mayor porcentaje de turistas correspondiente al 28% opinan que la confianza que transmite el personal de servicio durante la atención es regular
9	Amabilidad	Amabilidad del personal de servicio durante la atención	Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 12% de los turistas del cantón Alausí mencionan que la amabilidad del personal de servicio durante la atención es deficiente, el 31% menciona que es regular el 27% menciona que es bueno, el 12% menciona que es muy bueno y el 18% menciona que es excelente, se concluye que el mayor porcentaje de turistas correspondiente al 31% opinan que la amabilidad del personal de servicio durante la atención es regular.
10	Conocimientos	Conocimientos de servicio que posee el personal para la atención	Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 11% de los turistas del cantón Alausí mencionan que los conocimientos de servicio que posee el personal para la atención es deficiente, el 35% menciona que es regular el 25% menciona que es bueno, el 11% menciona que es muy bueno y el 18% menciona que es excelente, se concluye que el mayor porcentaje de turistas correspondiente al 35% opinan que los conocimientos de servicio que posee el personal para la atención es regular
EXPECTATIVA			
11	Utilización	Utilización de equipos modernos	Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 25% de los turistas del cantón Alausí mencionan que la utilización de equipos modernos es deficiente, el 28% menciona que es regular el 23% menciona que es bueno, el 10% menciona que es muy bueno y el 13% menciona que es excelente, se concluye que el mayor porcentaje de turistas correspondiente al 28% opinan que la utilización de equipos modernos es regular.

12	Pulcritud	Pulcritud del personal de servicio	Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 22% de los turistas del cantón Alausí mencionan que la pulcritud del personal de servicio es deficiente, el 27% menciona que es regular el 20% menciona que es bueno, el 15% menciona que es muy bueno y el 15% menciona que es excelente, se concluye que el mayor porcentaje de turistas correspondiente al 27% opina que la pulcritud del personal de servicio es regular.
13	Instalaciones	Instalaciones atractivas y señalética adecuada	Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 24% de los turistas del cantón Alausí mencionan que las instalaciones atractivas y la señalética adecuada es deficiente, el 30% menciona que es regular el 15% menciona que es bueno, el 13% menciona que es muy bueno y el 19% menciona que es excelente, se concluye que el mayor porcentaje de turistas correspondiente al 30% opina que las instalaciones atractivas y la señalética adecuada para el cantón Alausí es regular.
14	Diseño	Diseño de materiales como menú, folletos, publicidad	Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 24% de los turistas del cantón Alausí mencionan que diseño de materiales como: menú, folletos y publicidad es deficiente, el 27% menciona que es regular el 18% menciona que es bueno, el 9% menciona que es muy bueno y el 22% menciona que es excelente, se concluye que el mayor porcentaje de turistas correspondiente al 27% opinan que el diseño de materiales como: menú, folletos y publicidad para el cantón Alausí es regular.
15	Atención personalizada	Atención personalizada durante el servicio	Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 23% de los turistas del cantón Alausí mencionan que la atención personalizada durante el servicio es deficiente, el 24% menciona que es regular el 24% menciona que es bueno, el 14% menciona que es muy bueno y el 16% menciona que es excelente, se concluye que el mayor porcentaje de turistas correspondiente al 24% opinan que la atención personalizada durante el servicio es regular y bueno.

16	Horarios	Horarios de trabajo convenientes	Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 19% de los turistas del cantón Alausí mencionan que los horarios de trabajos convenientes son deficientes, el 30% menciona que es regular el 20% menciona que es bueno, el 12% menciona que es muy bueno y el 19% menciona que es excelente, se concluye que el mayor porcentaje de turistas correspondiente al 30% opinan que los horarios de trabajos convenientes son regulares
17	Atención de intereses	Atención de intereses por parte del personal de servicio	Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 19% de los turistas del cantón Alausí mencionan que la atención de intereses por parte del personal de servicio es deficiente, el 30% menciona que es regular el 24% menciona que es bueno, el 11% menciona que es muy bueno y el 16% menciona que es excelente, se concluye que el mayor porcentaje de turistas correspondiente al 30% opinan que la atención de intereses por parte del personal es regular.
18	Comprensión de necesidades	Comprensión de necesidades específicas por parte del personal de servicio	Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 9% de los turistas del cantón Alausí mencionan que la comprensión de necesidades específicas por parte del personal de servicio es deficiente, el 26% menciona que es regular el 34% menciona que es bueno, el 11% menciona que es muy bueno y el 20% menciona que es excelente, se concluye que el mayor porcentaje de turistas correspondiente al 26% opinan que la comprensión de necesidades específicas por parte del personal de servicio es regular.

Fuente: Encuestas aplicadas en junio 2019 y procesadas en SPSS
Elaborado por: Rivera, P. 2019

3.10.2. Encuesta aplicada a establecimientos de alimentos y bebidas

Cuadro 7 Encuestas aplicadas a establecimientos de alimentos y bebidas

N°	INDICADOR	ITEMS	INTERPRETACIÓN
FIABILIDAD			
1	Expectativas	El servicio es acorde a las expectativas del cliente	Según el resultado de las encuestas aplicadas a los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Alausí el 50% menciona que el servicio acorde a las expectativas del cliente es bueno y el otro 50% menciona que es excelente
2	Instalaciones	Las instalaciones están acordes a las necesidades de los clientes	Según las encuestas aplicadas a los establecimientos de alimentos y bebidas el 7% de los encuestados menciona que las instalaciones están acordes a las necesidades de los clientes es bueno el 50% menciona que es muy bueno y el 43% menciona que es excelente, se concluye que con el 50% las instalaciones están en un estado muy bueno.
3	Clase de servicio	Qué clase de servicio presta usted a los clientes	Según las encuestas aplicadas a los establecimientos de alimentos y bebidas el 29% de los encuestados menciona que el servicio que presta a los clientes es bueno el 36% menciona que es muy bueno y el 36% menciona que es excelente, se concluye que con el 36% el servicio que presta a los clientes es muy bueno y excelente.
4	Producto	El producto el servicio y el personal están coordinados	Según las encuestas aplicadas a los establecimientos de alimentos y bebidas el 7% de los encuestados menciona que el producto el servicio y el personal están coordinados es bueno el 50% menciona que es muy bueno y el 43% menciona que es excelente, se concluye que con el 50% las instalaciones están en un estado muy bueno.
LEALTAD			
5	Seguridad de clientes	Los clientes se sienten seguros de consumir sus servicios	Según las encuestas aplicadas a los establecimientos de alimentos y bebidas el 14% de los encuestados menciona que los clientes se sienten seguros de consumir sus servicios es bueno el 36% menciona que es muy bueno y el 50% menciona que es excelente, se concluye que con el 50% los clientes se sienten seguros de consumir sus servicios en un nivel excelente.
6	Retorno de clientes	El retorno de clientes al consumo del servicio	Según las encuestas aplicadas a los establecimientos de alimentos y bebidas el 21% de los encuestados menciona que el retorno de clientes al consumo del servicio es bueno el 57% menciona que es muy bueno y el 21% menciona que es excelente, se concluye que con el 57% el retorno de clientes al consumo del servicio es muy bueno.
7	Nivel de satisfacción	El nivel de satisfacción con el servicio	Según las encuestas aplicadas a los establecimientos de alimentos y bebidas el 7% de los encuestados menciona que el nivel de satisfacción con el servicio es bueno el 50% menciona que es muy bueno y el 43% menciona que es excelente, se concluye que con el 50% el nivel de satisfacción con el servicio es muy bueno.

8	Publicidad	La publicidad boca a boca de este servicio	Según las encuestas aplicadas a los establecimientos de alimentos y bebidas el 14% de los encuestados menciona que la publicidad de boca a boca de este servicio es buena el 64% menciona que es muy bueno y el 21% menciona que es excelente, se concluye que con el 64% la publicidad de boca a boca del servicio es muy bueno
PRODUCTO/SERVICIO			
9	Producto esperado	El producto esperado que ofrecen al momento del servicio	Según las encuestas aplicadas a los establecimientos de alimentos y bebidas el 7% de los encuestados menciona que el producto esperado que ofrecen al momento del servicio es bueno el 29% menciona que es muy bueno y el 64% menciona que es excelente, se concluye que con el 64% el producto esperado que ofrecen al momento del servicio es excelente
10	Producto potencial	El producto potencial que se pretende ofertar	Según las encuestas aplicadas a los establecimientos de alimentos y bebidas el 7% de los encuestados menciona que el producto potencial que se pretende ofertar es bueno el 43% menciona que es muy bueno y el 50% menciona que es excelente, se concluye que con el 50% el producto potencial que se pretende ofertar es excelente.

Fuente: Encuestas aplicadas en junio 2019 y procesadas en SPSS

Elaborado por: Rivera, P. 2019

4. CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Pruebas de Hipótesis

4.1.1. Hipótesis General

H₁ Existe relación entre la Calidad del servicio y la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí.

H₀ No existe relación entre la Calidad del servicio y la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí.

4.1.2. Hipótesis Específicas

H₁ La percepción se relaciona significativamente con la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí.

H₀ La percepción no se relaciona significativamente con la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí.

H₁ La expectativa se relaciona significativamente con la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí.

H₀ La expectativa no se relaciona significativamente con la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí.

En conjunto con la hipótesis General y las hipótesis específicas planteadas en la investigación se presentan los resultados obtenidos con la correlación de las variables y las dimensiones de la variable independiente, datos procesados en el programa estadístico SPSS.

4.1.3. Pruebas de Hipótesis Específicas

4.1.3.1. Hipótesis Específica 1 (Percepción – Satisfacción al cliente)

Para la comprobación de la hipótesis específica 1 se procedió a realizar la prueba de Rho de Spearman en el programa estadístico SPSS en relación a la variable independiente primera dimensión percepción y la variable dependiente satisfacción del cliente, considerando la escala de Likert en los instrumentos de investigación, obteniendo los siguientes resultados.

H₁ La percepción se relaciona significativamente con la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí.

H₀ La percepción no se relaciona significativamente con la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí.

α: 0,05

Rho de Spearman: 0,586

Sig: 0,028

Decisión: Con el resultado de la prueba de hipótesis dado dando un valor de coeficiente con Rho de Spearman diferente a 0 siendo 0,586 con una correlación altamente positiva, se acepta la siguiente hipótesis, la percepción se relaciona significativamente con la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí, rechazando la hipótesis nula.

Prueba de Rho de Spearman

Cuadro 8 Prueba de hipótesis específica 1

			Satisfacción	Percepción	
			del cliente		
Rho de Spearman	Satisfacción del cliente	Correlación de Pearson	1,000	,586*	
		Sig. (bilateral)		,028	
		N	14	14	
	Percepción	Correlación de Pearson	,586*		1
		Sig. (bilateral)	,028		
		N	14		172

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

Fuente: Encuestas aplicadas en junio 2019 y procesadas en SPSS

Elaborado por: Rivera, P. 2019

4.1.3.2. Hipótesis específica 2 (Expectativa – Satisfacción al cliente)

Para la comprobación de la hipótesis específica 2 se procedió a realizar la prueba de R – Pearson en el programa estadístico SPSS en relación a la variable independiente segunda dimensión expectativa y la variable dependiente satisfacción del cliente, considerando la escala de Likert en los instrumentos de investigación, obteniendo los siguientes resultados.

H₁ La expectativa se relaciona significativamente con la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí.

H₀ La expectativa no se relaciona significativamente con la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí.

α: 0,05

Rho de Spearman: 0,632

Sig: 0,015

Decisión: Con el resultado de la prueba de hipótesis dado dando un valor de coeficiente con Rho de Spearman diferente a 0 siendo 0,632 con una correlación altamente positiva, se acepta la siguiente hipótesis, la expectativa se relaciona significativamente con la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí, rechazando la hipótesis nula.

Prueba de R - Pearson

Cuadro 9 Prueba de hipótesis específica 2

		Satisfacción del cliente		Expectativa
Rho de Spearman	Satisfacción del cliente	Correlación de Pearson	1,000	,632*
		Sig. (bilateral)		,015
		N	14	14
	Expectativa	Correlación de Pearson	,632*	1
		Sig. (bilateral)	,015	
		N	14	172

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

Fuente: Encuestas aplicadas en junio 2019 y procesadas en SPSS

Elaborado por: Rivera, P. 2019

4.1.4. Prueba de Hipótesis General

Para la comprobación de la hipótesis general se procedió a realizar la prueba de Rho de Spearman en el programa estadístico SPSS en relación a la variable independiente calidad del servicio y la variable dependiente satisfacción del cliente, considerando la escala de Likert en los instrumentos de investigación, obteniendo los siguientes resultados.

H₁ Existe relación entre la Calidad del servicio en la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí.

H₀ No existe relación entre la Calidad del servicio en la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí.

α : 0,05

Rho de Spearman: 0,536

Sig: 0,048

Decisión: Con el resultado de la prueba de hipótesis dado dando un valor de coeficiente con Rho de Spearman diferente a 0 siendo 0,536 con una correlación altamente positiva, se acepta la siguiente hipótesis, existe relación entre la Calidad del servicio en la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí, rechazando la hipótesis nula.

Prueba de Rho de Spearman

Cuadro 10 Prueba de hipótesis general

			Calidad del servicio	Satisfacción del cliente	
Rho de Spearman	Calidad del servicio	Correlación de Pearson	1,000	,536*	
		Sig. (bilateral)		,048	
		N	172	14	
	Satisfacción del cliente	Correlación de Pearson	,536*		1
		Sig. (bilateral)	,048		
		N	14		14

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

Fuente: Encuestas aplicadas en junio 2019 y procesadas en SPSS

Elaborado por: Rivera, P. 2019

4.2. Presentación de resultados

Se presentan los resultados obtenidos en la realización del proceso estadístico SPSS, conociendo que para la validación y la confiabilidad de los instrumentos se aplicó el método Alfa de Cronbach dando como resultado la aceptación y confiabilidad de los instrumentos aplicando las encuestas en relación a la muestra de la variable independiente y la variable dependiente. En el programa estadístico SPSS versión 23 se realizó la correlación de las variables y las dimensiones de la variable independiente, llegando a la conclusión.

Hipótesis general siguiendo el proceso estadístico en SPSS versión 23 se da como resultado que existe evidencias para aceptar la hipótesis de la investigación y rechazar la hipótesis nula con un valor de significancia de 0,048 siendo menor a 0,05, concluyendo que existe relación entre la variable independiente calidad del servicio y la variable dependiente satisfacción al cliente.

Hipótesis específica 1 (Percepción) siguiendo el proceso estadístico en SPSS versión 23 se da como resultado que existe evidencias para aceptar la hipótesis de la investigación y rechazar la hipótesis nula con un valor de significancia de 0,028 siendo menor a 0,05, concluyendo que existe relación entre la variable independiente primera dimensión percepción y la variable dependiente satisfacción al cliente.

Hipótesis específica 2 (Expectativa) siguiendo el proceso estadístico en SPSS versión 23 se da como resultado que existe evidencias para aceptar la hipótesis de la investigación y rechazar la hipótesis nula con un valor de significancia de 0,015 siendo menor a 0,05, concluyendo que existe relación entre la variable independiente segunda dimensión expectativa y la variable dependiente satisfacción al cliente.

5. CONCLUSIONES

Una vez realizada la investigación se concluye

1. La calidad del servicio tiene relación con la satisfacción al cliente, comprobada con el programa estadístico SPSS mediante la aplicación del método Rho de Spearman, arrojando como resultado 0,536 con una correlación altamente positiva. Tomando en cuenta las encuestas aplicadas a los establecimientos de alimentos y bebidas, así como a los pobladores del cantón Alausí.
2. La percepción tiene relación con la satisfacción al cliente, dando como resultado 0,586 en la aplicación del método Rho de Spearman en el programa estadístico SPSS, con una correlación altamente positiva, teniendo en cuenta que los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Alausí no cuenta con un modelo de calidad para establecimientos de alimentación.
3. La expectativa tiene relación con la satisfacción al cliente dando como resultado en la prueba de hipótesis con el método Rho de Spearman con un valor significativo de 0,632 con una correlación altamente positiva, se puede acotar que la satisfacción del cliente se debe a la calidad del servicio que se presta en los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Alausí, por lo que se concluye que las expectativas tienen relación positiva con la satisfacción del cliente.

6. RECOMENDACIONES

- 1.** Se requiere el mejoramiento de la calidad del servicio por parte de los establecimientos de alimentos y bebidas para su continuo desarrollo en la satisfacción al cliente en el cantón Alausí.
- 2.** Es importante implementar manejos de calidad del servicio para mejorar la percepción de los servicios en establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Alausí.
- 3.** Para las expectativas dentro de la calidad del servicio de los establecimientos de alimentos y bebidas es importante que se tome en cuenta la satisfacción de los clientes que visitan las instalaciones en el cantón Alausí.

7. BIBLIOGRAFÍA

- 9001, ISO. (22 de Julio de 2019). *ISO 9001 calidad. sistemas de gestión de calidad*. Obtenido de <http://iso9001calidad.com/que-es-calidad-13.html>
- Aguilar-Barojas, S. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Salud en Tabasco*, 11(1-2), 333-338.
- Básico, B. &. (2006). *Metodología de la Investigación*. Londres: Universidad de Londres.
- Binz, P. &. (2019). GESTION DE LA GASTRONOMIA SUSTENTABLE: Practicas del sector de alimentos y bebidas en hospedajes. *Estudios y perspectivas en turismo*, 28(2), 507-525.
- Cabanillas Valdivieso, L. S. (2018). *Percepción de la calidad de atención y la satisfacción del usuario del área de desarrollo*. Mexico : Dirección de Investigación Tutelar en el Ministerio de la Mujer.
- Cachot, V. I. (2011). Mejoramiento de calidad en el servicio y atención al cliente en el Restaurante Los Pollos de la Colón, de la ciudad de Riobamba (Trabajo de Grado). Riobamba, Chimborazo, Ecuador: Escuela Superior Politecnica de Chimborazo.
- Camisón, C. (2006). *GESTIÓN DE LA CALIDAD: CONCEPTOS, ENFOQUES, MODELOS Y SISTEMAS*. Madrid: ARSON EDUCACIÓN, S. A.
- Colmenares, O. &. (2007). Aproximación teórica de los modelos conceptuales de la calidad del servicio. *Técnica administrativa*, 6(4).
- Correia Paulino, G. A. (2012). GESTIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS. La importancia del manipulador de alimentos en la calidad del servicio hotelero de la ciudad de João Pessoa, Brasil. *Estudios y perspectivas en turismo*, 21(3).
- Cronbach, L. J. (1965). Alpha coefficients for stratified-parallel tests. *Educational and Psychological Measurement*, págs. 25(2), 291-312.
- Gómez, P. S. (2019). *Medición del grado de satisfacción del turista de Puerto Progreso*. Yucatán: Yucatán. Advances in Engineering and Innovation,.
- Google imágenes. (2019). Obtenido de https://www.google.com/search?q=calidad&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjDquDMkcrjAhUs2FkKHYOVBa0Q_AUIESgB&biw=633&bih=594#imgrc=bHzq4OjGjcXi nM:
- Hernandez, & Fernandez. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Herrera, P. &. (2019). *Calidad de servicio y satisfacción en la atención de los usuarios externos referidos en un hospital de asociación público privada*. Lima : Universidad Nacional Mayor de San Marcos .

- Mejía. (2008). *Epistemología de la Investigación Social en América Latina*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos. .
- Miyahira, J. M. (2008). Criterios de calidad de las revistas científicas. *Médica Herediana*, 19(1), 01-04.
- Naranjo, B. P. (2019). GESTIÓN DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO LABORAL EN EL HOTEL RIOBAMBA INN. DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA (TRABAJO DE TITULACIÓN). Riobamba, Chimborazo, Ecuador: Universidad Nacional de Chimborazo.
- Oliva, E. J. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar*, 15(25), 64-80.
- Prieto, G. &. (2010). Fiabilidad y validez. *Papeles del psicólogo*, 31(1), 67-74.
- Quiñones, M. E. (2014). *Calidad y servicio: conceptos y herramientas*. México : Ecoe Ediciones.
- Romero, O. (2006). *Introducción a la ingeniería. Un enfoque Industria*. México DF: México: International Thomson Editores.
- Romero, T. &. (2019). *Seguridad Alimentaria y Calidad del Servicio de las Huecas Tradicionales de la Ciudad de Riobamba*. Riobamba: Bachelor's thesis, Universidad Nacional de Chimborazo.
- Salazar Yépez, W. &.-V. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo-Ecuador. *Industrial data.*, 19(2).
- Sampieri, H. (2003). *Metodología de la Investigación*. Mexico D.F.
- Thompson, I. (2005). La satisfacción del cliente. *Rev Med*, 6.
- Torres, M. P. (2006). Tamaño de una muestra para una investigación de mercado. *Boletín electrónico*, 2, 1-13.
- Torres, R. &. (2019). *Calidad de atención según expectativas y percepciones de las usuarias atendidas en consulta externa*. San Martí: Gineco–Obstetricia de la Corporación Médica .

ANEXOS

ANEXO 1. Propuesta

Manual de buenas prácticas para establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Alausí.

1.1 Introducción

La propuesta está enfocada en la competitividad de los productos de alimentos y bebidas que se ofrecen, siendo una eficiencia en la planta turística en relación a la calidad adecuada de los servicios y de las necesidades de los consumidores.

Los cambios que presentan los establecimientos de alimentos y bebidas no están solamente direccionados a satisfacción, sino también a la percepción y expectativas de los turistas, la calidad del servicio es un papel importante dentro de las empresas que prestan servicios, sabiendo que el consumidor no solo realiza la compra de un servicio sino también de deseos propios.

Ayudará a impulsar la mejora de la calidad del servicio para generar satisfacción a los clientes, el éxito de la satisfacción de los consumidores se relaciona con el cumplimiento de la percepción y expectativas de las comunidades que hace uso de estos servicios, esta propuesta contendrá criterios de calidad convirtiéndose en un documento guía para los establecimientos de alimentos y bebidas. Obteniendo beneficios que se verán reflejados a corto y largo plazo en donde las entidades involucradas se verán favorecidas.

El manual estará dirigido directamente al Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Alausí y su competencia para que se pueda difundir a los establecimientos de alimentos y bebidas sin importar su categoría, para que se pueda cumplir con los requerimientos establecidos

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Realizar un manual de buenas prácticas para los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Alausí

1.2.2 Objetivos Específicos

- Establecer políticas de calidad para los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Alausí.

- Determinar criterios de calidad para las etapas del servicio en los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Alausí.
- Establecer criterios de sostenibilidad para establecimientos de alimentos y bebidas en el cantón Alausí.

1.3 Aspectos Generales

Para un buen entendimiento del manual es necesario tener conocimientos básicos sobre calidad del servicio y satisfacción del cliente.

¿Qué es calidad?

Según 9001, ISO “La calidad es el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos, con un enfoque de la gestión de la calidad basada en un sistema conformado por múltiples elementos, interrelacionados entre sí, y cuya gestión de manera definida, estructurada y documentada, debe permitir lograr un nivel de calidad que alcance la satisfacción del cliente.”

La preocupación de la calidad proviene del cumplimiento de los requisitos mínimos que son necesarios para cumplir con la percepción y expectativas de los clientes que hacen uso de los servicios prestados, generando con esto el posicionamiento de las empresas en el mercado turístico.

¿Qué es servicio al cliente?

Es la interrelación entre la empresa y los clientes, en cuanto a la oferta de los servicios o actividades que se ofrecen, con el fin de que el consumidor logre obtener el producto en un momento determinado

¿Qué es satisfacción al cliente?

Según 9001, ISO la satisfacción del cliente “Se define como una de las medidas del desempeño del sistema de gestión de la calidad, al seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente”



(Romero, O. 2006)

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

1.4 Políticas de calidad para establecimientos de alimentos y bebidas

El manual de calidad para establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Alausí estará dirigido para el personal que está en intervención con la actividad turística en la prestación de servicios de restaurants y bebidas, los cuales desean tener una cultura organizacional en función a las percepciones y expectativas de los clientes en marcándose en el cumplimiento de los requisitos establecidos y el firme propósito de lograr satisfacer las necesidades de los clientes. Para lo cual se establece una política de calidad general para los establecimientos de distintas categorías.

POLÍTICA DE CALIDAD DE RESTAURANT´S Y BARES

La política del restaurante o bar “XX” con el compromiso hacia los clientes en el cumplimiento de requisitos y el logro de satisfacción de los clientes en percepción y expectativas, se garantiza, calidad basada en compromiso de mejora continua, así como seguridad alimentaria en las operaciones de la institución.

Estableciendo como políticas:

- Capacitaciones sobre seguridad alimentaria.
- Capacitaciones en niveles de satisfacción y necesidades de los consumidores.
- Realizar evaluaciones continuas sobre los procesos pre y post prestación de servicios.
- Implementación de acciones para la mitigación de posibles problemas con los servicios prestados.
- Seguimiento a los clientes para atracción de posibles consumidores.



(Romero, O. 2006)

1.5. Criterios de calidad en las diferentes etapas de servicios en los establecimientos de alimentos y bebidas.

En esta sección se desglosará cada etapa o parte de los servicios en establecimientos de alimentos y bebidas para lo cual se ha seleccionado los siguientes:

- 1) Reserva
- 2) Recibimiento al cliente
- 3) Uso del servicio por el cliente
- 4) Pago del servicio
- 5) Despedida
- 6) Documentos y reportes
- 7) Seguimiento a la calidad del servicio por parte del personal

1.5.1 Primera parte (Reserva)



(Romero, O. 2006)

Los establecimientos de alimentos y bebidas pueden realizar reservaciones para una o varias personas, se debe tomar en cuenta la capacidad del local para realizar esta actividad, se lo puede realizar a través de teléfono o redes sociales, cabe recalcar que esta etapa se lo realizara solo si el establecimiento lo requiere.

El establecimiento debe contar con una ficha la cual permitirá receptor la información necesaria de la reserva, misma que servirá para que la prestación del servicio sea más llevadera.

Cuadro 11 Ficha de reserva

Fecha y hora de la reserva	
Datos personales	
Nombre de la reserva	
Día y hora para la reserva	
Número de pax	
Menú	
Servicios adicionales	
Repetición de los datos	
Nombre y firma de quien recepto la reservación	

Elaborado por: Rivera, P. 2019

1.5.2 Segunda parte (Recibimiento del cliente)

Es importante mencionar que, si los establecimientos no realizan la primera parte, la calidad del servicio empezara en esta etapa.



(Romero, O. 2006)

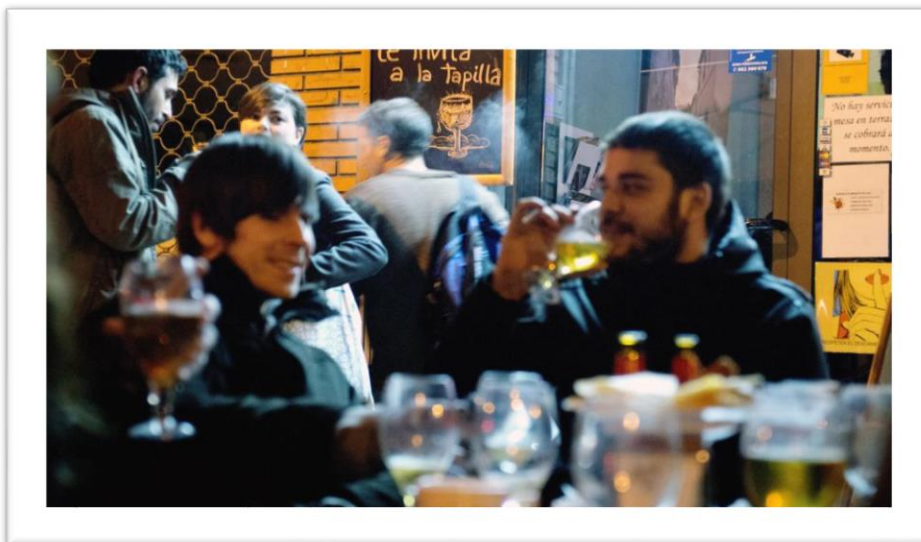
Bienvenida al cliente

Los clientes que hagan uso de los servicios de los establecimientos de alimentos y bebidas deberán ser recibidos con un saludo de bienvenida, será decisión de los establecimientos si desean incluir un guion que se mencione para cada uno de los consumidores en general, teniendo en cuenta que la primera impresión es lo que cuenta.

Esto permitirá que el personal de servicio y el cliente puedan establecer un contacto de comunicación, en lo posible los consumidores deben ser acompañados hacia su mesa, con prioridad a las damas.

En caso de que el personal este ocupado se deberá hacer la bienvenida con una sonrisa o una afirmación con la cabeza, el cliente podrá entender, y no se ira a su mesa con señal de descontento.

1.5.3 Tercera parte (uso del servicio por el cliente)



(Romero, O. 2006)

Los consumidores que visitan y hacen uso de los servicios en los establecimientos de alimentos y bebidas en el cantón Alausí, desean tener experiencias fuera de lo habitual es decir acuden a estos sitios con la finalidad de tener una distracción, compartir con la familia, amigos, para lo cual es necesario que el ambiente de los mismos deben ser impecables, responsabilidad que recae en el personal de servicio del establecimiento.

Condiciones necesarias de los establecimientos de alimentos y bebidas

- El establecimiento debe mantenerse impecable en el horario de atención .
- Debe contar con buena iluminación no intensa para no molestar a los consumidores.
- Deben contar con ventanas que permitan la salida de olores.
- El establecimiento debe estar provisto de mesas y sillas de acuerdo a la capacidad del local, logrando con esto comodidad en los consumidores.
- En lo posible transmitir tranquilidad a los clientes con música apropiada para el uso del servicio.
- Mantener los servicios higiénicos (SSH) en buen estado.
- Considerar todas estas recomendaciones también para personas con discapacidades, niños y adultos mayores.
- Limpiar el restaurante cada que se es posible sin molestar al cliente.
- Evitar la utilización de vajilla en mal estado.

Mesas y Sillas

Para comodidad del cliente es indispensable que las sillas y mesas tengan medidas promedio que no interrumpen el paso del resto de consumidores

Mesas

Altura: 75 cm

Ancho: 80 cm* 80 cm (Esto dependerá para el número de pax)

Sillas

Altura: 40 a 43 cm

Ancho: 40 cm* 40 cm

Se recomienda que las mesas tengan forma rectangular, cuadradas y redondas el tamaño dependerá del número de personas , no cambiar la estructura de las mesas es decir que todas deberán tener la misma forma.

En cuanto a la forma de las sillas es necesario que el respaldo y el asiento tengan protección, la utilización de sillas plásticas podría tornarse peligroso y nada estético.



(Romero, O. 2006)

En caso de ser necesario la utilización de mantelería se deberá tener diferentes consideraciones:

- Deberán estar limpios y planchados.
- Deben ser colores armonicos, no llamativos.
- Los manteles no deberán ser utilizados como secadores
- No se debe utilizar manteles rotos o desgastados.
- Implementación de servilleta para los consumidores.

La higiene del personal es indispensable para dar una buena imagen a los establecimientos de alimentos y bebidas por lo que es necesario los siguiente requerimientos que deberan ser cumplidos por el personal de servicio, dentro y fuera de la cocina.

- **Manos:** El personal de servicio en el apartado de cocina deberá tener las uñas cortas, en caso de ser mujer no tener las uñas largas, el personas que tendrá contacto directo con el cliente debe mantener sus manos limpias en lo posible lavarlas continuamente con agua y jabón, ya que está manipulando alimentos.
- **Ropa de trabajo:** Las personas dentro de la cocina deberán equiparse de ropa apropiada con un estado de limpieza nítido, la utilización de gorro es obligatoria, los zapatos deben ser antideslizantes, las personas que prestarán el servicio directamente deberán equiparse con ropa semi formal.

- Es importante que las áreas donde se almacene la materia prima para la realización de platos, bebidas etc.. tengan un estado higiénico, deberan estar distribuidas en el caso de restaurantes en cuartos frios y calientes, que sean comodoss y de facil acceso.

1.5.4 Pago del servicio



(Romero, O. 2006)

El pago de los servicios consumidos por el cliente solo serán presentados cuando este lo requiera, es en este apartado cuando el consumidor puede presentar las quejas y sugerencias percibidas en la prestación del servicio.

Es importante que el personal de servicio al momento de entregar la cuenta al cliente se le extienda factura, la entrega de estos documentos permitira seguir la linea legal tanto para el consumidor como para el dueño de los estableimientos.

En caso de que existan quejas y sugerencias por parte del cliente, el personal de servicio tendra la obligación de solucionarlos de lo posible en su totalidad, para lo que se necesitara:

- Al momento de recibir una queja por parte del cliente se debera sondear el motivo de la misma.

- Siempre dar importancia a las quejas o sugerencias por mas pequeñas que estas parezcan.
- Demostrar interes por solucinar los problemas o mejorar el servicio.
- Informar a la persona a cargo de las quejas y sugerencias asi como a la persona encarga de atender al grupo.
- No entrar en discusión con el cliente, teniendo en cuenta que el cliente no siempre tiene la razón pero si prioridad.
- No echar la culpa al resto del personal, siempre trabajar en grupo.
- Buscar soluciones no mas problemas
- Asumir la responsabilidad de las quejas en caso de que el cliente tenga la razón.
- Ofrecer un insentivo o en su caso una promoción en un nuevo consumo.
- Brindar una disculpa y mencionar que las quejas seran atendidas y solucionadas.
- Y lo mas importante para evitar que se emitan quejas por parte de los clientes, es indispensable brindar un servicio de calidad cumpliendo con los requerimientos establecidos.



(Romero, O. 2006)

1.5.5 Despedida al cliente

Es importante que el personal de servicio acompañe a los clientes hasta la salida del establecimiento, sin olvidarse de agradecer por su visita y si es necesario presentar una disculpa por cualquier inconveniente.



(Romero, O. 2006)

1.5.6 Documentos y reportes

Los establecimientos de alimentos y bebidas sin importar su categoría deberán contar con los documentos y registros que son necesarios para la operación y ejecución de sus servicios.

Para lo que es necesario:

- **Área de gerencia:** deberá emitir un reporte de la ejecución de las actividades por áreas diario, llevando un inventario de los muebles e inmuebles del establecimiento.
- **Área de cocina:** inventario de los productos que entran y salen diariamente, así como de los platos que se realizan en el día.
- **Área de caja y comedor:** El personal que este encargado de esta área tendrá la obligación de emitir facturas a todos sus clientes, en caso de no querer reportar inmediatamente a gerencia.



(Romero, O. 2006)

1.5.7 Seguimiento a la calidad del servicio por parte del personal de los establecimientos de alimentos y bebidas

Para establecer si el cliente logro satisfacer sus necesidades al consumir los servicios que son prestados por los establecimientos de alimentos y bebidas, es importante:

- Conocer las necesidades del cliente
- Poner música adecuada, es recomendable música instrumental o suave
- No dar la espalda a los clientes
- Utilización de un lenguaje entendible
- El personal es la imagen de la institución.



(Romero, O. 2006)

1.6 Criterios de sostenibilidad para establecimientos de alimentos y bebidas

La sostenibilidad es un aspecto que actualmente está en auge dentro del ámbito turístico, consiste en la responsabilidad que tiene cada institución y persona con el medio ambiente, esto ayudara también a generar una mejor calidad del servicio en conjunto con la satisfacción al cliente, para lo que se tratara 3 aspectos:

- Aspecto ambiental
- Aspecto sociocultural
- Aspecto económico



(Romero, O. 2006)

1.6.1. Sostenibilidad ambiental

Es importante el cuidado del medio ambiente y de sus elementos.

Cuidado del Agua:

- Monitoreo del consumo del agua en los establecimientos.
- Manejo correcto del agua
- Materiales que indiquen la importancia del cuidado del agua, dirigidos a los clientes.

Cuidado de la energía

- Utilizar focos ahorradores con buena iluminación.
- Reducir el consumo de la luz y/o energía.
- Manejar materiales con información sobre el cuidado de la energía dentro de los establecimientos de alimentos y bebidas

Desechos sólidos

- Evite la utilización de utensilios que no sean reciclables.
- Evite comprar productos que son individuales
- Disminuir el uso de papel
- Identificar los desechos orgánicos, de papel, reciclables y no reciclables.



Eficiencia energética



Gestión de Residuos



Carta saludable

Consumo racional de agua



Formación en sostenibilidad



Implicación Social



(Romero, O. 2006)

1.6.2. Aspecto sociocultural

La responsabilidad social y cultural es responsabilidad de cada una de las personas, en esto tiene que ver los siguientes aspectos o requerimientos que en su posible se deben cumplir.

- Contratación de personal de la zona o localidad
- Consumir productos que sean producidos por la localidad
- Cada persona debe tener un contrato legal y debe estar asegurado.
- El gerente o encargado del establecimiento debe fomentar el compañerismo y responsabilidad entre los trabajadores
- Tratar de que los clientes ayuden en la contribución de la sostenibilidad.
- Fomentar la compra de las artesanías que son propias del lugar, sabiendo que las mismas son una muestra de la herencia que se transmitirá de generación en generación de un lugar.
- Fomentar la visita a los clientes a lugares turísticos que tengan participación la comunidad.

1.6.3. Aspecto económico

Los establecimientos de alimentos y bebidas deben contar con un plan de políticas y reglamentos que abarquen ámbitos ambientales, socioculturales y que ayuden a la calidad del servicio, en donde se puedan establecer programas para ayudar en procesos colaborativos en conjunto con la comunidad apoyando a las nuevas empresas, a la vez que estas deben cumplir con la normativa del lugar y se base en las leyes continuas para la protección cultural y turístico del lugar.



(Romero, O. 2006)

1.7. Conclusiones

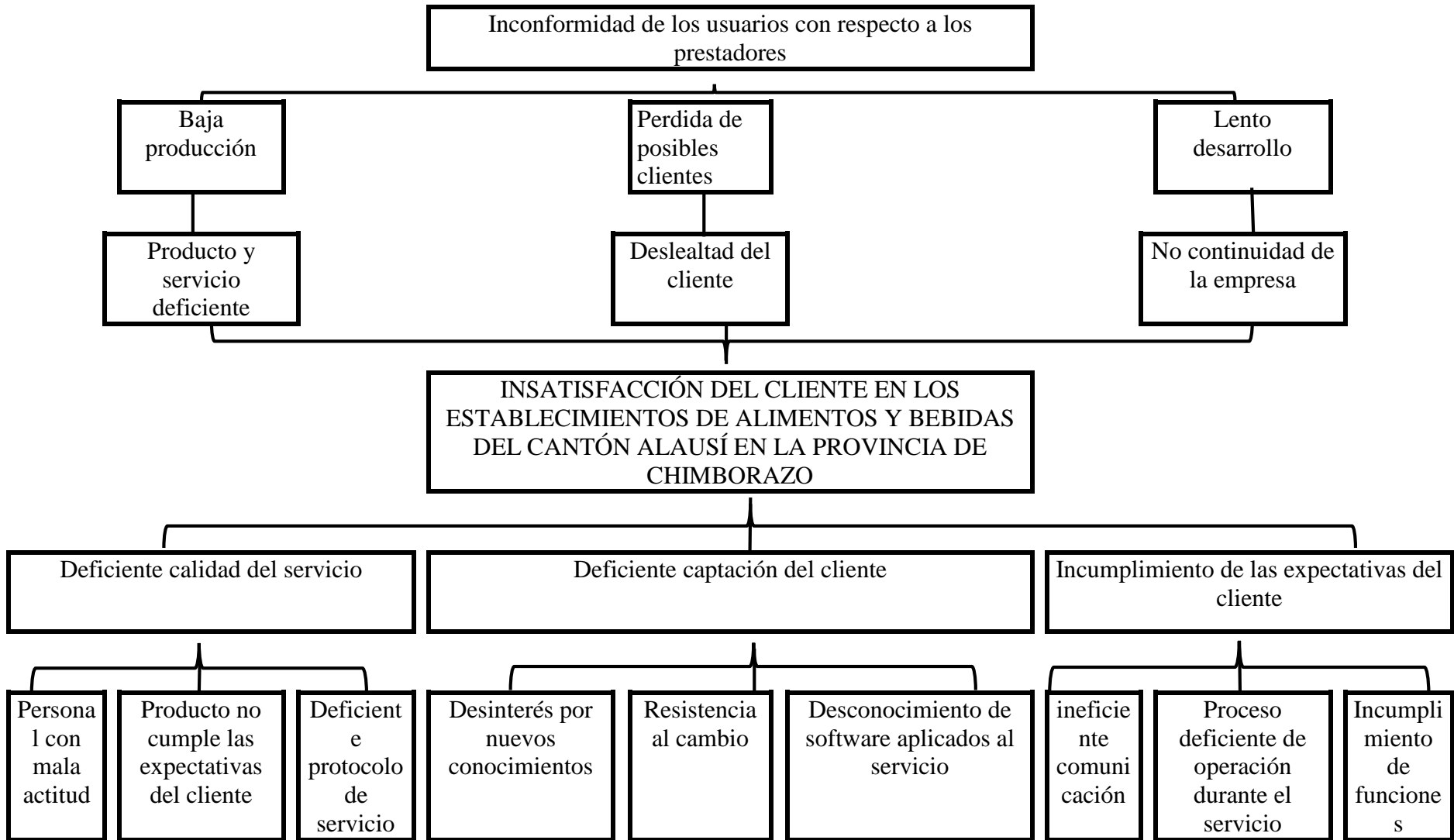
- Es importante la implementación del manual de calidad para los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Alausí para que se logre la satisfacción de los clientes.
- Establecer políticas que ayuden al progreso del establecimiento ayudara a la calidad del servicio y continuamente a la satisfacción de los clientes.
- Analizar cada uno de los aspectos de la calidad del servicio dentro de los establecimientos de alimentos y bebidas ayudaran a mejorar la percepción y expectativas del cliente.

- La sostenibilidad es un factor que influye a mantener una calidad del servicio y satisfacción del cliente más allá de brindar un solo servicio


1.8. Recomendaciones


- Realizar la distribución del manual en los establecimientos de alimentos y bebidas sin importar la categoría en el cantón Alausí.
- Se recomienda que las políticas de la empresa sean compartidas a cada persona que trabaja dentro de la misma.
- El personal de la empresa debe conocer cada uno de los aspectos de la calidad del servicio y a su vez los requerimientos necesarios.
- El personal encargado debe mantener constantes charlas sobre sostenibilidad y por ser establecimientos de alimentos y bebidas conocimientos básicos de reciclaje

ANEXO 2 Árbol de Problemas.



ANEXO 3 Asignación del tribunal


Carrera de Gestión Turística
y Hotelera / Turismo
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS


SGC
GESTIÓN DE CALIDAD

Riobamba 13 de mayo de 2019
Oficio No. 0335-CGTYH/T-2019

Señor
Rivera Heredia Patricia Andrés
**ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE
GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**
Presente

Cumpro con el deber de comunicar a usted que en sesión de la Comisión de Carrera de Gestión Turística y Hotelera, con fecha 13 de mayo de 2019, una vez que se ha puesto en consideración el tema de investigación titulado "CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN ALAUSÍ" se resolvió:

Resolución No.- 016- CC-T-DGTYH-FCPA-UNACH 13-05-2019. Se resuelve aprobar la presente notificación del tema de investigación, con el siguiente tribunal:

Tutor: Mgs. Paula Moreno
Miembro 1: Dr. Héctor Pacheco, PhD.
Miembro 2: Mgs. Margth Cali
Presidente: Dr. Diego Calvapiña, PhD.

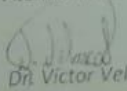
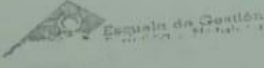
Una vez que ha cumplido con los requisitos previos, conforme a lo dispuesto en el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Chimborazo,

Art. 173.- Del Procedimiento para la realización del Proyecto de investigación.

1) El estudiante dentro del término de cinco días de haber iniciado la capacitación correspondiente al proceso de titulación especial, presentará un oficio al señor Director de Carrera, solicitado la aprobación del tema de investigación y la asignación de un tutor para el desarrollo de su proyecto de investigación; en dicho oficio el estudiante indicará el área del conocimiento en la cual ejecutará su investigación.

2) En un término DE CINCO DIAS, LA Dirección de Carrera en conjunto con la Comisión de Carrera evaluará la propuesta del estudiante y nombrará al docente tutor y los dos miembros más para conforma el tribunal para la defensa final, mismo que será oficializado al estudiante para que realice el perfil de proyecto de guía tutor.

Particular que ponga en su conocimiento para los fines correspondientes.


Atentamente

Dr. Victor Velasco

**DIRECTOR DE LA CARRERA DE GESTIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA - UNACH**

Campus Norte

ANEXO 4 Validación de instrumentos

4.1. Variable independiente

4.1.1. Tutor



Carrera de Gestión Turística y Hotelera
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

en movimiento

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Paula Moreno

Título grados

PhD	()
Doctor	()
Magister	(X)
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:
Universidad Nacional de Chimborazo
Fecha: 27/05/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

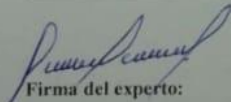
“CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN ALAUSÍ”

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente “Calidad del servicio”.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en las columnas de SÍ o NO. Así mismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre el “Calidad del servicio”.


Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	~		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	~		
3.	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona las variables de investigación?	~		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	~		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio ?	~		
6.	¿La relación de las preguntas evidencia coherencia entre las mismas?	~		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	~		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	~		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	~		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	~		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera obtener los datos requeridos?	~		
	TOTAL			

Sugerencias: _____


Firma del experto:

Campus NorteAv. Antonio José de Sucre, Km 1 ½ vía a GuanoTeléfonos: (593-3) 3730880 - Ext: 1406

4.1.2. Presidente



Carrera de Gestión Turística y Hotelera
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

en movimiento

Apellidos y nombres del experto: Ph.D. Diego Calvopiña

Título grados

PhD	(X)
Doctor	()
Magister	()
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:
Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 27/05/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

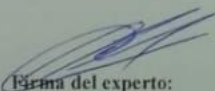
“CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN ALAUSÍ”

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente “Calidad del servicio”.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en las columnas de SÍ o NO. Así mismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre el “Calidad del servicio”.

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	✓		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
3.	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona las variables de investigación?	✓		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio ?	✓		
6.	¿La relación de las preguntas evidencia coherencia entre las mismas?	✓		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	✓		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera obtener los datos requeridos?	✓		
TOTAL				

Sugerencias: _____



Firma del experto:

Campus Norte

Av. Antonio José de Sucre, Km 1 ½ vía a Guano

Teléfonos (593-3) 3730880 - Ext: 1406

4.1.3. Miembro 1



Carrera de Gestión Turística y Hotelera
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

en movimiento

Apellidos y nombres del experto: Ph.D. Hector Pacheco.

Título grados

PhD	(X)
Doctor	()
Magister	()
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:
 Universidad Nacional de Chimborazo
Fecha: 29/05/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

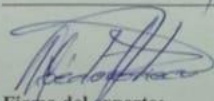
“CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN ALAUSÍ”

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente “Calidad del servicio”.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en las columnas de SÍ o NO. Así mismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre el “Calidad del servicio”.

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	✓		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
3.	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona las variables de investigación?	✓		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio ?	✓		
6.	¿La relación de las preguntas evidencia coherencia entre las mismas?	✓		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	✓		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera obtener los datos requeridos?	✓		
TOTAL		11		

Sugerencias: Aplicar!


Firma del experto:

Campus Norte

Av. Antonio José de Sucre, Km 1 ½ vía a Guano

Teléfonos: (593-3) 3730880 - Ext: 1406

4.1.4. Miembro 2



Carrera de Gestión Turística y Hotelera
 FACULTAD DE CIENCIAS
 POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

en movimiento

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Margoth Cali

Título grados	
PhD	()
Doctor	()
Magister	(X)
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:
 Universidad Nacional de Chimborazo
 Fecha: 27/05/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN ALAUSÍ”

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente “Calidad del servicio”.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en las columnas de SÍ o NO. Así mismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre el “Calidad del servicio”.


Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	✓		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
3.	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona las variables de investigación?	✓		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
6.	¿La relación de las preguntas evidencia coherencia entre las mismas?	✓		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	✓		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera obtener los datos requeridos?	✓		
TOTAL				

Sugerencias: _____

Firma del experto:

4.2. Variable dependiente

4.2.1. Tutor



Carrera de Gestión Turística y Hotelera
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

en movimiento

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Paula Moreno

Título grados

PhD	()
Doctor	()
Magister	(X)
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:
Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 27/05/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

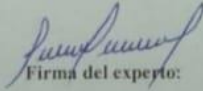
“CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN ALAUSÍ”

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente “Satisfacción del cliente”.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en las columnas de SÍ o NO. Así mismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre el “Satisfacción del cliente”.

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	\		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	\		
3.	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona las variables de investigación?	\		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	\		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio ?	\		
6.	¿La relación de las preguntas evidencia coherencia entre las mismas?	\		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	\		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	\		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	\		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	\		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera obtener los datos requeridos?	\		
TOTAL				

Sugerencias: _____



 Firma del experto:

Campus Norte

Av. Antonio José de Sucre, Km 1 ½ vía a Guano

Teléfonos: (593-3) 3730880 - Ext: 1406

4.2.2. Presidente



Carrera de Gestión Turística y Hotelera
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

en movimiento

Apellidos y nombres del experto: Ph.D. Diego Calvopiña

Título grados

PhD	(X)
Doctor	()
Magister	()
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:
Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 27/05/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN ALAUSÍ”

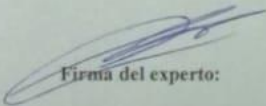
El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente “Satisfacción del cliente”.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en las columnas de SÍ o NO. Así mismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre el “Satisfacción del cliente”.

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	✓		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
3.	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona las variables de investigación?	✓		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio ?	✓		
6.	¿La relación de las preguntas evidencia coherencia entre las mismas?	✓		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	✓		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera obtener los datos requeridos?	✓		
TOTAL				

Sugerencias: _____

Firma del experto:




Campus Norte

Av. Antonio José de Sucre, Km 1 ½ vía a Guano

Teléfonos: (593-3) 3730880 - Ext.: 1406

4.2.3. Miembro 1

en movimiento



Carrera de Gestión Turística y Hotelera
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: PhD. Hector Pacheco.

Título grados

PhD	(X)
Doctor	()
Magister	()
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:
 Universidad Nacional de Chimborazo
Fecha: 29/05/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

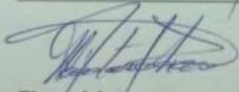
“CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN ALAUSÍ”

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente “Satisfacción del cliente”.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en las columnas de SÍ o NO. Así mismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre el “Satisfacción del cliente”.

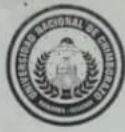
Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	✓		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
3.	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona las variables de investigación?	✓		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio ?	✓		
6.	¿La relación de las preguntas evidencia coherencia entre las mismas?	✓		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	✓		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera obtener los datos requeridos?	✓		
TOTAL		11		

Sugerencias: Aplicar

Firma del experto: 

Campus Norte
Av. Antonio José de Sucre, Km 1 1/2, vía a Guano
Teléfonos: (593-3) 3730880 - Ext: 1406

4.2.4. Miembro 2



Carrera de Gestión Turística y Hotelera
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

en movimiento

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Margoth Cali

Título grados

PhD	()
Doctor	()
Magister	(X)
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:

Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 27/05/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN ALAUSÍ”

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente “Satisfacción del cliente”.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en las columnas de SÍ o NO. Así mismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre el “Satisfacción del cliente”.

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	✓		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
3.	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona las variables de investigación?	✓		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
6.	¿La relación de las preguntas evidencia coherencia entre las mismas?	✓		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	✓		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera obtener los datos requeridos?	✓		
TOTAL				

Sugerencias: _____

Firma del experto:

ANEXO 5 Encuestas

5.1. Encuesta Variable independiente Calidad del servicio



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

ENCUESTA
Dirigida a: turistas que hacen uso del servicio de alimentos y bebidas en el cantón Alausi

CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN ALAUSI

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

La encuesta tiene como objetivo percibir la calidad del servicio en los establecimientos de alimentos y bebidas en el cantón Alausi provincia de Chimborazo

INSTRUCCIONES

- Lea determinadamente cada una de las preguntas del cuestionario
- Evaluar colocando una X en el casillero correspondiente
- Las preguntas tienen una sola respuesta
- Califique según su conocimiento, las temáticas indicadas en la siguiente escala de Likert:

1	2	3	4	5
Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente

CONFIDENCIALIDAD

Esta encuesta es de carácter anónima, los datos obtenidos en ella son confidenciales y la investigadora se compromete a mantener la reserva del caso.

Formulario N°: ____ Fecha de la encuesta: _____ Encuestador: _____

DATOS GENERALES

Edad	20-30	30-35	35-40	más de 50		
Genero	Masculino			Femenino		
Nivel de educación	Primaria	Secundaria	Superior no universitaria	Superior universitaria	Maestría	

N°	ITEMS	Escala				
		1	2	3	4	5
DIMENSIONES		Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
Percepción						
1.	Cumplimiento en el tiempo estándar del servicio					
2.	Eficiencia durante el servicio					
3.	Resolución de problemas por parte del personal de servicio					
4.	Registro de pedido y facturación					
5.	Comunicación del personal durante el servicio					
6.	Disponibilidad del personal de servicio para ayudar al cliente					
7.	Aclaración de inquietudes por parte del personal de servicio					
8.	Confianza que transmite el personal de servicio durante la atención					
9.	Amabilidad del personal de servicio durante la atención					
10.	Conocimientos de servicio que posee el personal para la atención					
Expectativa						
11.	Utilización de equipos modernos					
12.	Pulcritud del personal de servicio					
13.	Instalaciones atractivas y señalética adecuada					
14.	Diseño de materiales como menú, folletos, publicidad					
15.	Atención personalizada durante el servicio					
16.	Horarios de trabajo convenientes					
17.	Atención de intereses por parte del personal de servicio					
18.	Comprensión de necesidades específicas por parte del personal de servicio					

5.2. Encuesta Variable independiente Calidad del servicio (Ingles)



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

SURVEYS

Directed to: tourists who use the food and drinks service in the Alausi town.

CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN ALAUSI

Formulario N°: ___ Fecha de la encuesta: _____ Encuestador: _____

OBJECTIVE OF THE SURVEY

The objective of the survey is to perceive the quality of the service in food and beverage establishments in the canton of Alausi, province of Chimborazo.

INSTRUCTIONS

- Read each of the questionnaire questions carefully
- Evaluate placing an X in the corresponding box
- Questions have only one answer
- Qualify according to your knowledge, the topics indicated in the following Likert scale:

1	2	3	4	5
Deficient	Regular	Good	Very Good	Excellent

CONFIDENTIALITY

This survey is anonymous, the data obtained in it is confidential and the researcher agrees to keep the case confidential.

DATOS GENERALES

AGE	20-30	30-35	35-40	más de 50	
GENDER	Male		Female		
EDUCATION LEVEL	Primary	High School	Higher non-university	University superior	Master's degree

N°	ITEMS DIMENSIONS	Escala				
		1 <small>Deficient</small>	2 <small>Regular</small>	3 <small>Good</small>	4 <small>Very Good</small>	5 <small>Excellent</small>
Perceive						
1.	Compliance in the standard time of the service					
2.	Efficiency during service					
3.	Troubleshooting by service personnel					
4.	Order and billing record					
5.	Communication of the staff during the service					
6.	Availability of service personnel to help the customer					
7.	Clarification of concerns by service personnel					
8.	Trust that is transmitted by the service personnel during the care					
9.	Kindness of service personnel during care					
10.	Knowledge of service that the staff has for the attention					
Expectation						
11.	Use of modern equipment					
12.	Neatness of the service staff					
13.	Attractive facilities and adequate signage					
14.	Design of materials such as menu, brochures, advertising					
15.	Personal attention during the service					
16.	Convenient work schedules					
17.	Attention of interests by service personnel					
18.	Understanding of specific needs by service personnel					

“THANK YOU FOR YOUR COLLABORATION”

5.3. Variable dependiente Satisfacción del cliente



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

ENCUESTA
Dirigida a: Prestadores de servicio de alimentos y bebidas en el cantón Alausi

“GRACIAS POR SU COLABORACIÓN”

CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN ALAUSÍ

Formulario N°: ___ Fecha de la encuesta: _____ Encuestador: _____

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

La encuesta tiene como objetivo percibir la satisfacción del cliente en los establecimientos de alimentos y bebidas en el cantón Alausi provincia de Chimborazo

INSTRUCCIONES

- Lea determinadamente cada una de las preguntas del cuestionario
- Evaluar colocando una X en el casillero correspondiente
- Las preguntas tienen una sola respuesta
- Califique según su conocimiento, las temáticas indicadas en la siguiente escala de Likert:

1	2	3	4	5
Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente

CONFIDENCIALIDAD

Esta encuesta es de carácter anónima, los datos obtenidos en ella son confidenciales y la investigadora se compromete a mantener la reserva del caso.

DATOS GENERALES

Edad	20-30	30-35	35-40	más de 50		
Genero	Masculino			Femenino		
Nivel de educación	Primaria	Secundaria	Superior no universitaria	Superior universitaria	Maestría	

N°	ITEMS	Escala				
		1	2	3	4	5
	DIMENSIONES	1	2	3	4	5
	Fiabilidad	<small>Deficiente</small>	<small>Regular</small>	<small>Bueno</small>	<small>Muy bueno</small>	<small>Excelente</small>
1.	Servicio acorde a la necesidad del cliente					
2.	Instalaciones acorde a la expectativa del clientes					
3.	Servicio presta a los clientes					
4.	Producto, servicio y el personal están coordinados					
	Lealtad					
5.	Seguridad de los servicio para el consumo					
6.	Retorno de clientes al consumo del servicio					
7.	Nivel de satisfacción con el servicio					
8.	Publicidad boca a boca de este servicio					
	Producto					
9.	Potencial para mantener el producto de calidad					
10.	Potencial para ofertar nuevos productos					

“GRACIAS POR SU COLABORACIÓN”

ANEXO 6 Oficios Alausí

6.1. Solicitud para la realización del proyecto de investigación



Carrera de Gestión Turística
y Hotelera / Turismo
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS



en movimiento
SGC
SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

Riobamba, 15 de julio de 2019
Oficio No. 535-CGYH/T-2019.


Ingeniero
Rodrigo Rea
**ALCALDE DE GAD MUNICIPAL
DEL CANTÓN "ALASI"**
Presente:

Estimado señor Alcalde:

Me dirijo a usted extendiéndole un afectuoso saludo de la Dirección de Carrera de Gestión Turística y Hotelera/Turismo de la Universidad Nacional de Chimborazo, la presente tiene por objeto solicitarle autorice a quien corresponda se entregue la información requerida al Sr. Rivera Heredia Patricio Andrés estudiante de décimo semestre de la Carrera, pedido que lo hago en virtud que el Sr. está realizando el proyecto de investigación titulado "Calidad del servicio y satisfacción del cliente en establecimientos de alimentos y bebidas del Cantón Alausí", por lo que requiere información para concluir con su proyecto previo a la obtención de su Título.

Por la acogida que se sirva dar al presente anticipo mi más sincero agradecimiento.

Atentamente,



Ing. Víctor Velasco S. Dr.
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE GESTIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA/TURISMO - UNACH**



RECIBIDO
Fecha: 16-07-2019. 16h45

COPIA.- ARCHIVO

XIMENA Y.



Campus Norte | Av. Antonio José de Sucre, Km 1 1/2 vía a Guano | Teléfonos: (593-3) 3730880 - Ext: 1406

6.2. Respuesta a la solicitud



ALAU SÍ
GAD MUNICIPAL

Oficio N° 304 - 2019- UDT-GADMCA.
Alausí 26 de julio de 2019

Ingeniero
Víctor Velasco

DIRECTOR DE LA CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA/TURIMO-UNACH

Presente. -

De mi consideración:

Reciba un cordial y atento saludo, a la vez el deseo de éxito en sus actividades diarias.

Al En atención al **Oficio No. 535-CGTYH/T-2019** enviado el 15 de julio de 2019, donde solicita se entregue la información requerida al Sr. Rivera Heredia Patricio Andrés, para su proyecto de titulación, la solicitud ha sido aceptada bajo parámetros de confidencialidad.

El Sr. Rivera Heredia Patricio Andrés puede acercarse a la Unidad de Turismo del GADMCA y solicitar lo requerido.


Suscribe de Usted.

Atentamente,

Ing. Cristina Medina.
**JEFA DE LA UNIDAD DE DESARROLLO
TURÍSTICO DEL GADMCA**



6.3. Certificado de información verídica



ALAU SÍ
GAD MUNICIPAL

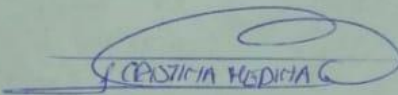
CERTIFICADO


Ingeniera Cristina Medina Gallegos, Jefa de la Unidad de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Alausí, certifica que:

La información entregada al Señor **Patricio Andrés Rivera Heredia**, portador de la cédula de identidad No. 0603773185, estudiante de la carrera de Gestión Turística y Hotelera, de la Universidad Nacional de Chimborazo, en cuanto al “Número de Turistas que visitan Alausí cada año” y la información que se le facilitó sobre el “Catastro de Servidores Turísticos del Cantón Alausí”, es información validada por la Unidad de Desarrollo Turístico del Cantón Alausí.

Es todo cuanto puedo certificar de acuerdo a la información que reposa en esta dependencia, facultando al interesado hacer uso del presente documento para trámites estudiantiles.

Alausí, 16 de julio de 2019


Ing. Cristina Medina Gallegos
**JEFA DE LA UNIDAD DE TURISMO
DEL GADMCA**



6.4. Certificado de aplicación de encuestas



ALAU SÍ
GAD MUNICIPAL

CERTIFICADO

Ingeniera Cristina Medina Gallegos, Jefa de la Unidad de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Alausí, certifica que:

El Señor **Patricio Andrés Rivera Heredia**, portador de la cédula de identidad No. 0603773185, estudiante de la carrera de Gestión Turística y Hotelera, de la Universidad Nacional de Chimborazo, realizó las encuestas en la ciudad de Alausí, en coordinación con la Unidad de Desarrollo Turístico.

Alausí, 26 de julio de 2019

Ing. Cristina Medina Gallegos
**JEFA DE LA UNIDAD DE TURISMO
DEL GADMCA**



ANEXO 7 Análisis e Interpretación de los resultados

En este apartado se da a conocer los resultados de la aplicación de las encuestas para la variable independiente calidad del servicio y para la variable dependiente satisfacción del cliente.

3.1. Tabulación variable independiente (Calidad del servicio)

PERCEPCIÓN

1. Cumplimiento o en el tiempo estándar del servicio

Tabla 1 Tiempo

Tiempo	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	43	25%
Regular	49	28%
Bueno	32	19%
Muy Bueno	23	13%
Excelente	25	15%
Total	172	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

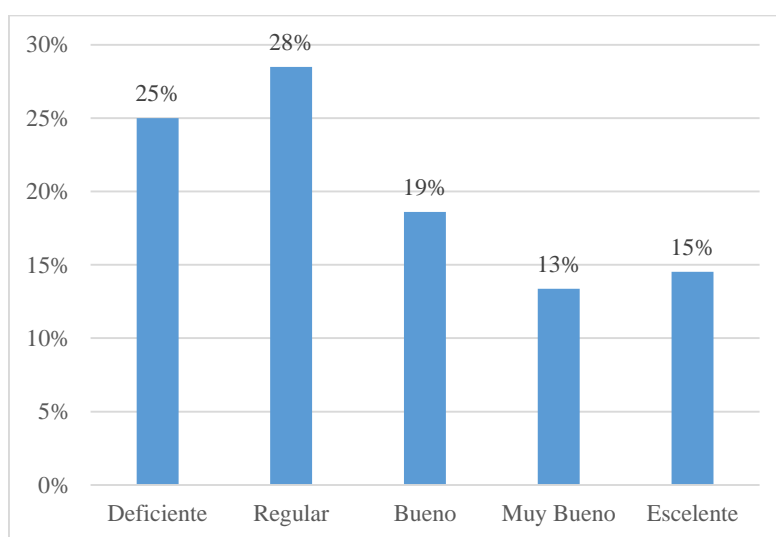


Gráfico 1 Tiempo

Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 25% de los turistas del cantón Alausí mencionan que el cumplimiento del servicio es deficiente, el 28% menciona que es regular el 19% menciona que es bueno, el 13% menciona que es muy bueno y el 15% menciona que es excelente, se puede concluir que el 28% de los turistas menciona que el cumplimiento del servicio es regular.

2. Eficiencia durante el servicio

Tabla 2 Eficiencia

Eficiencia	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	15	9%
Regular	72	42%
Bueno	34	20%
Muy bueno	25	15%
Excelente	26	15%
Total	172	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

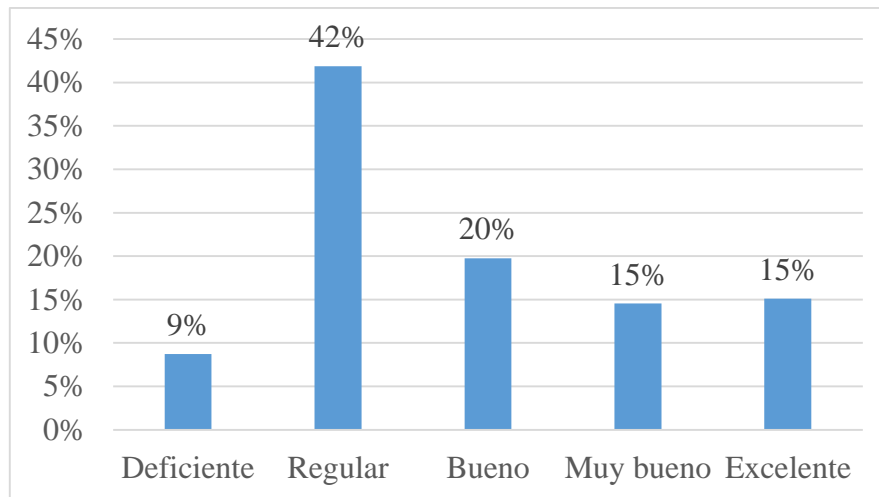


Gráfico 2 Eficiencia

Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 9% de los turistas del cantón Alausí mencionan que la eficiencia durante el servicio es deficiente, el 42% menciona que es regular el 20% menciona que es bueno, el 15% menciona que es muy bueno y el 15% menciona que es excelente, se puede concluir que el 42% de los turistas menciona que la eficiencia durante el servicio es regular

3. Resolución de problemas por parte del personal de servicio

Tabla 3 Resolución

Resolución	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	22	13%
Regular	74	43%
Bueno	31	18%
Muy bueno	22	13%
Excelente	23	13%
Total	172	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

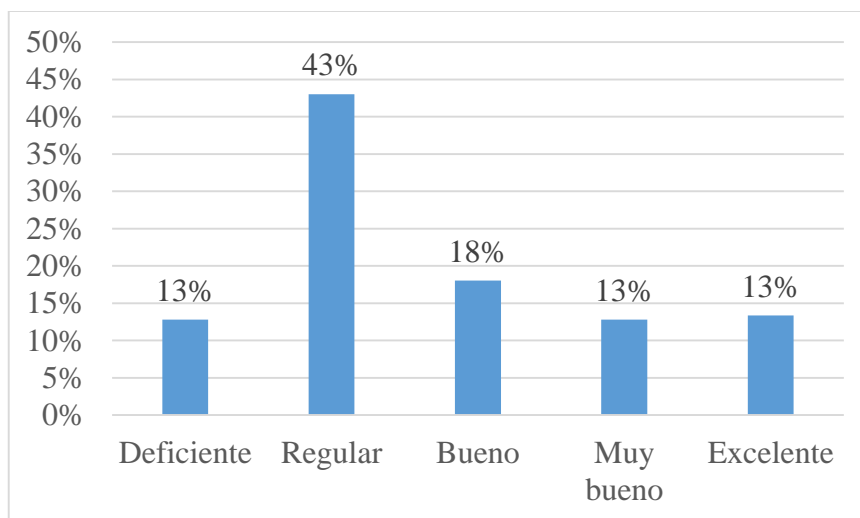


Gráfico 3 Resolución

Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 13% de los turistas del cantón Alausí mencionan que la resolución de problemas del personal de servicio es deficiente, el 43% menciona que es regular el 18% menciona que es bueno, el 13% menciona que es muy bueno y el 13% menciona que es excelente, se puede concluir que la resolución de problemas por parte del personal de servicio es regular con un 43%

4. Registro de pedido y facturación

Tabla 4 Registro

Registro	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	32	19%
Regular	57	33%
Bueno	33	19%
Muy bueno	16	9%
Excelente	34	20%
Total	172	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

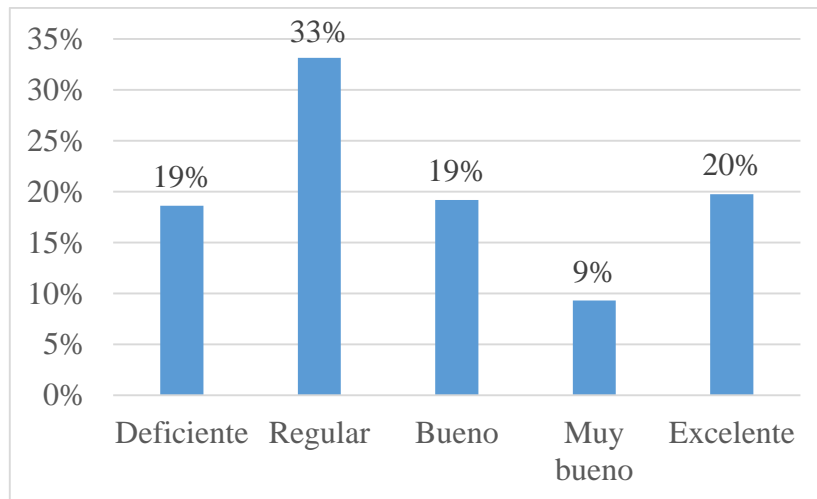


Gráfico 4 Registro

Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 19% de los turistas del cantón Alausí mencionan que el registro y pedido de facturación es deficiente, el 33% menciona que es regular el 19% menciona que es bueno, el 9% menciona que es muy bueno y el 20% menciona que es excelente, se puede concluir que el registro de pedido y facturación es regular con un 33%

5. Comunicación del personal durante el servicio

Tabla 5 Comunicación

Comunicación	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	32	19%
Regular	51	30%
Bueno	38	22%
Muy bueno	20	12%
Excelente	31	18%
Total	172	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

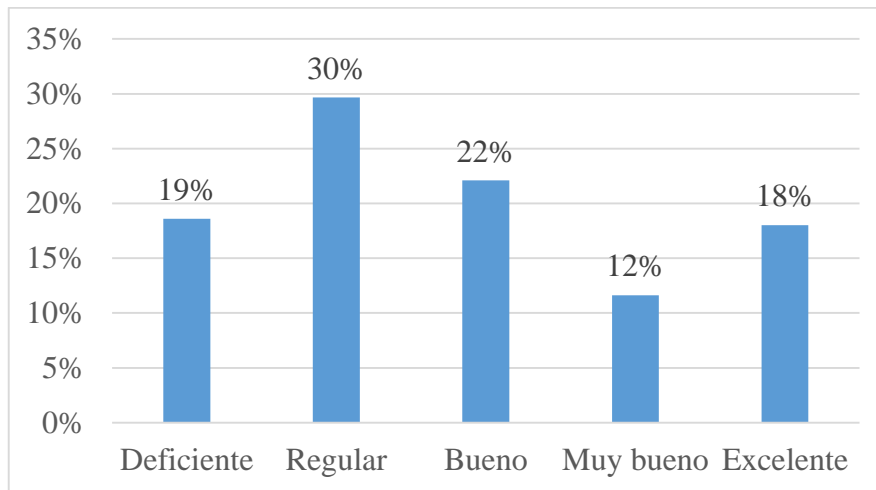


Gráfico 5 Comunicación

Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 19% de los turistas del cantón Alausí mencionan que la comunicación del personal durante el servicio es deficiente, el 30% menciona que es regular el 22% menciona que es bueno, el 12% menciona que es muy bueno y el 18% menciona que es excelente, se puede concluir que la comunicación del personal durante el servicio es regular con un 30%

6. Disponibilidad del personal de servicio para ayudar al cliente

Tabla 6 Disponibilidad

Disponibilidad	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	29	17%
Regular	53	31%
Bueno	39	23%
Muy bueno	21	12%
Excelente	30	17%
Total	172	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

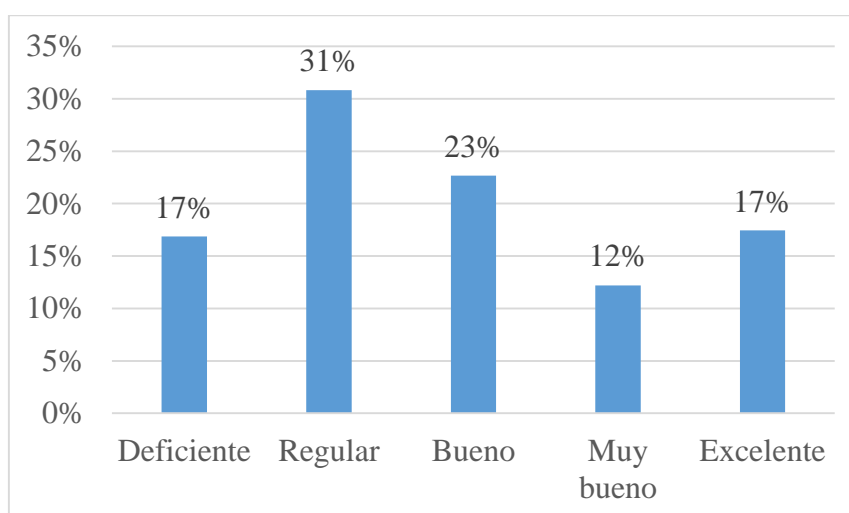


Gráfico 6 Disponibilidad

Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 17% de los turistas del cantón Alausí mencionan que la disponibilidad del personal de servicio para ayudar al cliente es deficiente, el 31% menciona que es regular el 23% menciona que es bueno, el 12% menciona que es muy bueno y el 17% menciona que es excelente, se concluye que el mayor porcentaje de turistas correspondiente al 31% opinan que la disponibilidad de ayuda por parte del personal del servicio hacia el cliente es regular

7. Aclaración de inquietudes por parte del personal de servicio

Tabla 7 Aclaración

Aclaración	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	31	18%
Regular	47	27%
Bueno	45	26%
Muy bueno	19	11%
Excelente	30	17%
Total	172	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

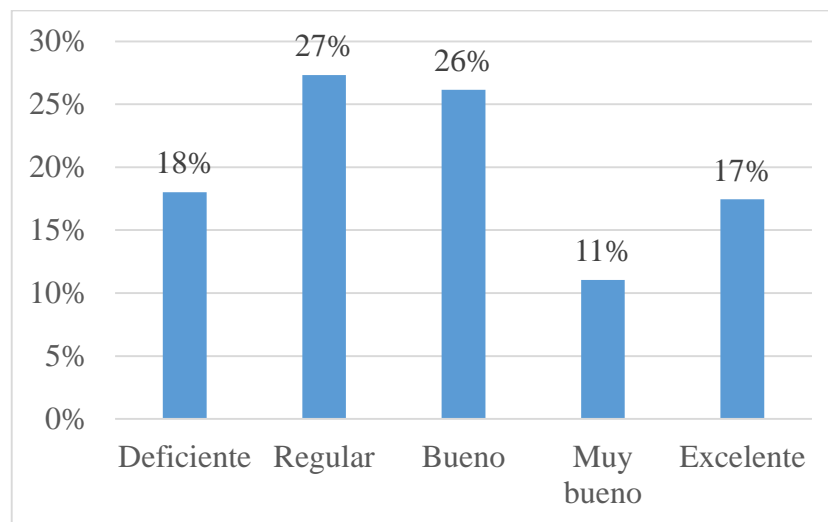


Gráfico 7 Aclaración

Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 18% de los turistas del cantón Alausí mencionan que la aclaración de inquietudes por parte del personal de servicio es deficiente, el 27% menciona que es regular el 26% menciona que es bueno, el 11% menciona que es muy bueno y el 17% menciona que es excelente, se concluye que el mayor porcentaje de turistas correspondiente al 27% opinan que la aclaración de inquietudes por parte del personal de servicio es regular

8. Confianza que transmite el personal de servicio durante la atención

Tabla 8 Confianza

Confianza	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	25	15%
Regular	49	28%
Bueno	46	27%
Muy bueno	18	10%
Excelente	34	20%
Total	172	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

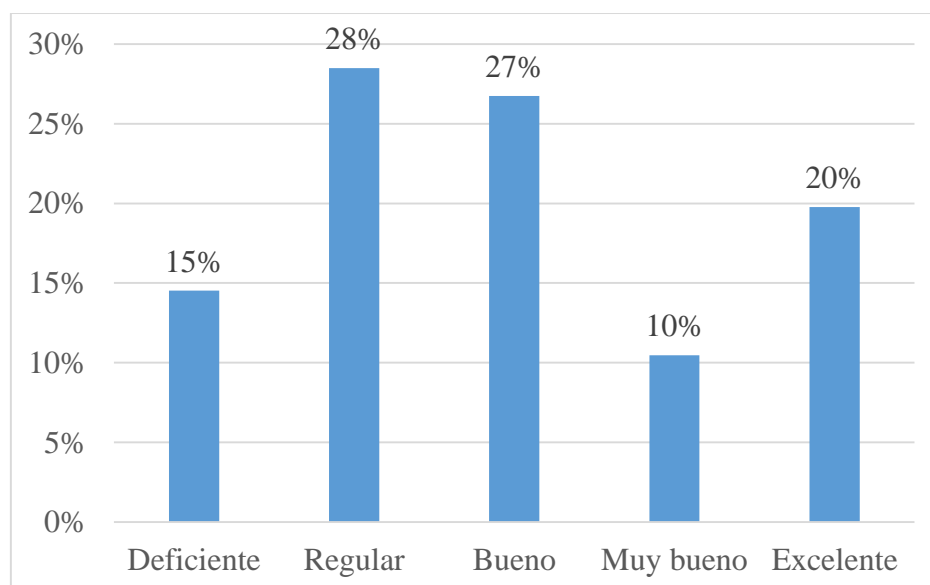


Gráfico 8 Confianza

Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 15% de los turistas del cantón Alausí mencionan que la confianza que transmite el personal de servicio durante la atención es deficiente, el 28% menciona que es regular el 27% menciona que es bueno, el 10% menciona que es muy bueno y el 20% menciona que es excelente, se concluye que el mayor porcentaje de turistas correspondiente al 28% opinan que la confianza que transmite el personal de servicio durante la atención es regular

9. Amabilidad del personal de servicio durante la atención

Tabla 9 Amabilidad

Amabilidad	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	20	12%
regular	53	31%
Bueno	47	27%
Muy bueno	21	12%
Excelente	31	18%
Total	172	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

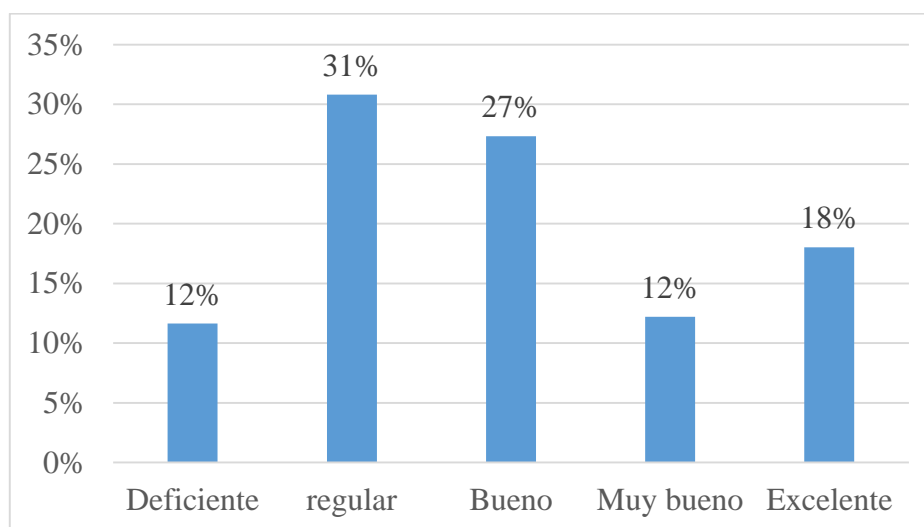


Gráfico 9 Amabilidad

Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 12% de los turistas del cantón Alausí mencionan que la amabilidad del personal de servicio durante la atención es deficiente, el 31% menciona que es regular el 27% menciona que es bueno, el 12% menciona que es muy bueno y el 18% menciona que es excelente, se concluye que el mayor porcentaje de turistas correspondiente al 31% opinan que la amabilidad del personal de servicio durante la atención es regular.

10. Conocimientos de servicio que posee el personal para la atención

Tabla 10 Conocimientos

Conocimientos	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	19	11%
regular	60	35%
Bueno	43	25%
Muy bueno	19	11%
Excelente	31	18%
Total	172	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

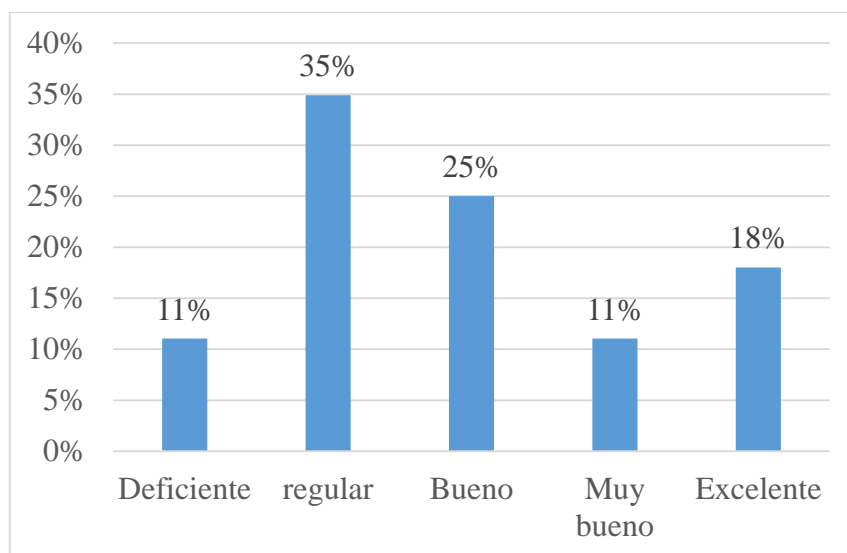


Gráfico 10 Conocimientos

Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 11% de los turistas del cantón Alausí mencionan que los conocimientos de servicio que posee el personal para la atención es deficiente, el 35% menciona que es regular el 25% menciona que es bueno, el 11% menciona que es muy bueno y el 18% menciona que es excelente, se concluye que el mayor porcentaje de turistas correspondiente al 35% opinan que los conocimientos de servicio que posee el personal para la atención es regular

EXPECTATIVA

11. Utilización de equipos modernos

Tabla 11 Utilización

Utilización	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	43	25%
Regular	48	28%
Bueno	40	23%
Muy bueno	18	10%
Excelente	23	13%
Total	172	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

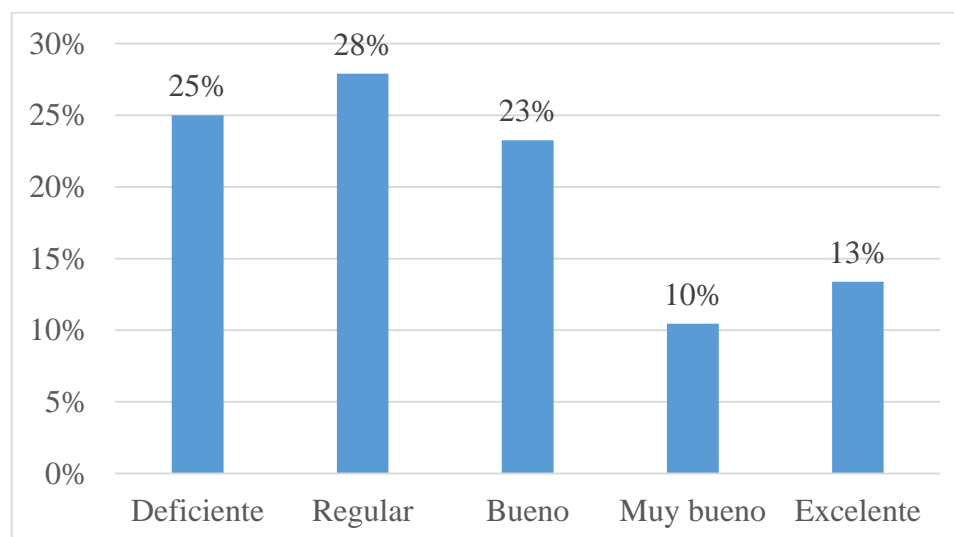


Gráfico 11 Utilización

Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 25% de los turistas del cantón Alausí mencionan que la utilización de equipos modernos es deficiente, el 28% menciona que es regular el 23% menciona que es bueno, el 10% menciona que es muy bueno y el 13% menciona que es excelente, se concluye que el mayor porcentaje de turistas correspondiente al 28% opinan que la utilización de equipos modernos es regular.

12. Pulcritud del personal de servicio

Tabla 12 Pulcritud

Pulcritud	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	38	22%
Regular	47	27%
Bueno	35	20%
Muy bueno	26	15%
Excelente	26	15%
Total	172	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

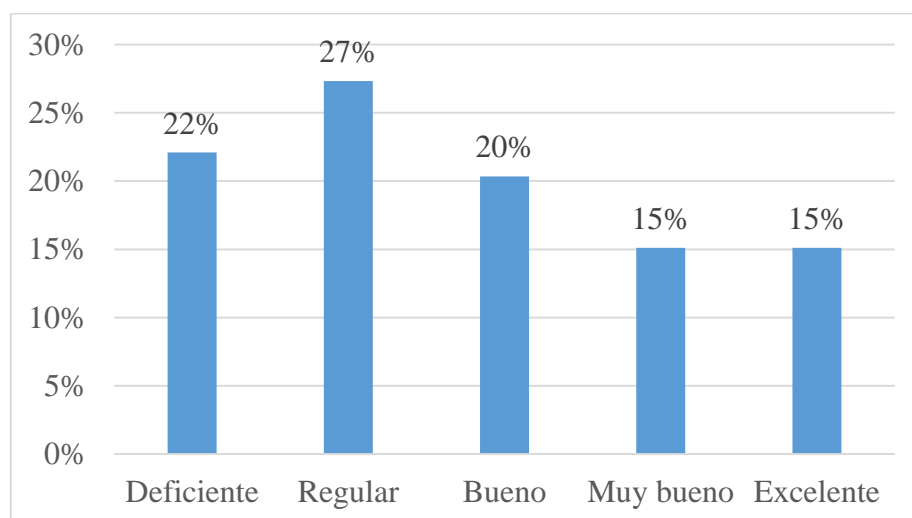


Gráfico 12 Pulcritud

Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 22% de los turistas del cantón Alausí mencionan que la pulcritud del personal de servicio es deficiente, el 27% menciona que es regular el 20% menciona que es bueno, el 15% menciona que es muy bueno y el 15% menciona que es excelente, se concluye que el mayor porcentaje de turistas correspondiente al 27% opina que la pulcritud del personal de servicio es regular.

13. Instalaciones atractivas y señalética adecuada

Tabla 13 Instalaciones

Instalaciones	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	41	24%
Regular	51	30%
Bueno	25	15%
Muy bueno	22	13%
Excelente	33	19%
Total	172	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

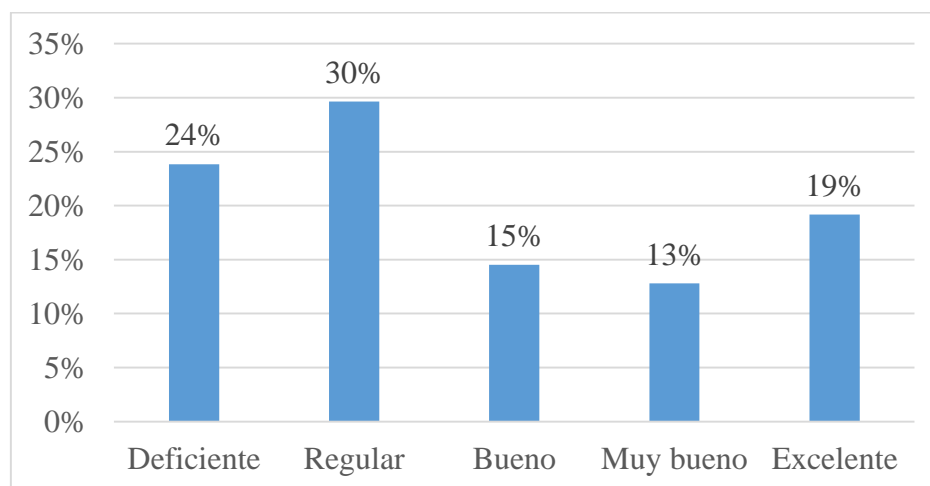


Gráfico 13 Instalaciones

Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 24% de los turistas del cantón Alausí mencionan que las instalaciones atractivas y la señalética adecuada es deficiente, el 30% menciona que es regular el 15% menciona que es bueno, el 13% menciona que es muy bueno y el 19% menciona que es excelente, se concluye que el mayor porcentaje de turistas correspondiente al 30% opina que las instalaciones atractivas y la señalética adecuada para el cantón Alausí es regular.

14. Diseño de materiales como menú, folletos, publicidad

Tabla 14 Materiales

Materiales	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	42	24%
Regular	47	27%
Bueno	31	18%
Muy bueno	15	9%
Excelente	37	22%
Total	172	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

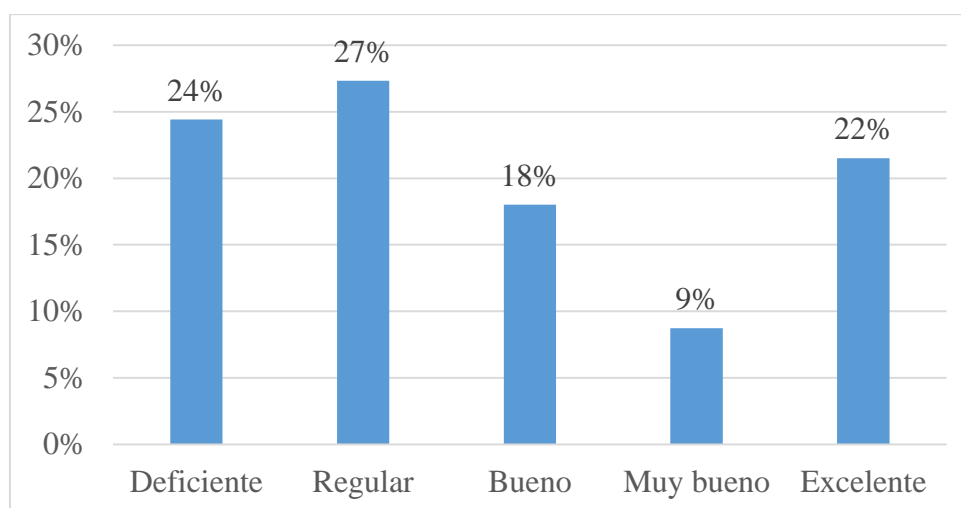


Gráfico 14 Materiales

Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 24% de los turistas del cantón Alausí mencionan que diseño de materiales como: menú, folletos y publicidad es deficiente, el 27% menciona que es regular el 18% menciona que es bueno, el 9% menciona que es muy bueno y el 22% menciona que es excelente, se concluye que el mayor porcentaje de turistas correspondiente al 27% opinan que el diseño de materiales como: menú, folletos y publicidad para el cantón Alausí es regular.

15. Atención personalizada durante el servicio

Tabla 15 Atención personalizada

Atención Personalizada	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	39	23%
Regular	41	24%
Bueno	41	24%
Muy bueno	24	14%
Excelente	27	16%
Total	172	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

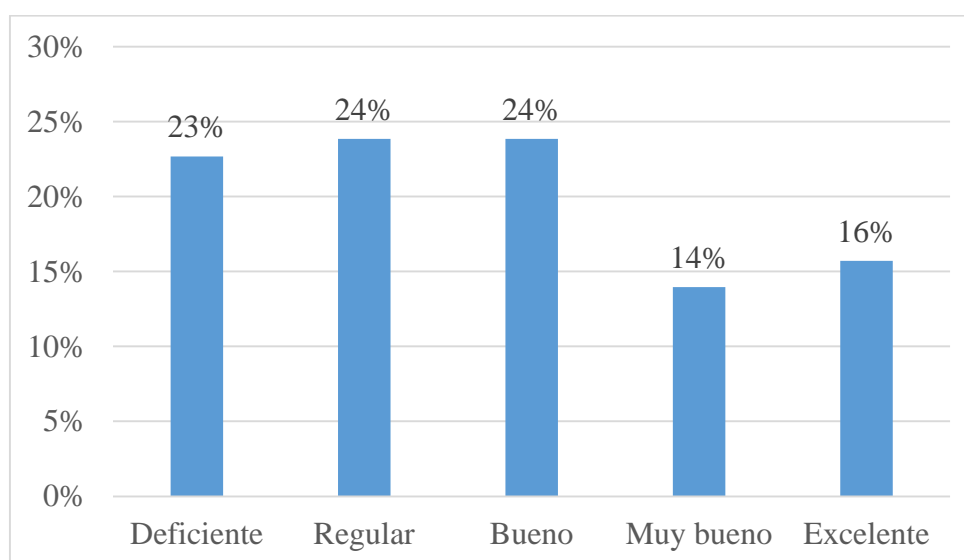


Gráfico 15 atención personalizada

Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 23% de los turistas del cantón Alausí mencionan que la atención personalizada durante el servicio es deficiente, el 24% menciona que es regular el 24% menciona que es bueno, el 14% menciona que es muy bueno y el 16% menciona que es excelente, se concluye que el mayor porcentaje de turistas correspondiente al 24% opinan que la atención personalizada durante el servicio es regular y bueno.

16. Horarios de trabajo convenientes

Tabla 16 Horarios

Horarios	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	32	19%
Regular	52	30%
Bueno	35	20%
Muy bueno	21	12%
Excelente	32	19%
Total	172	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

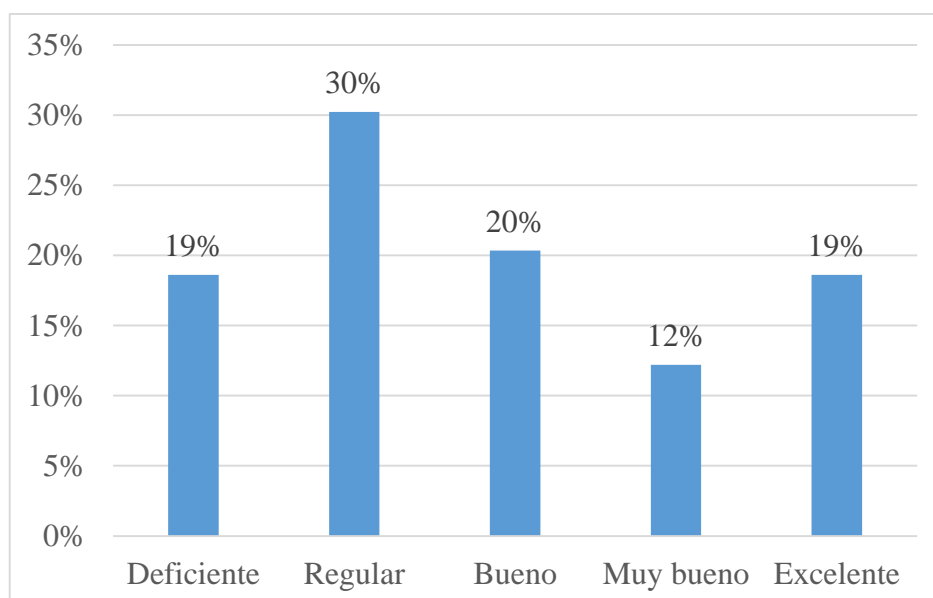


Gráfico 16 Horarios

Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 19% de los turistas del cantón Alausí mencionan que los horarios de trabajos convenientes son deficientes, el 30% menciona que es regular el 20% menciona que es bueno, el 12% menciona que es muy bueno y el 19% menciona que es excelente, se concluye que el mayor porcentaje de turistas correspondiente al 30% opinan que los horarios de trabajos convenientes son regulares

17. Atención de intereses por parte del personal de servicio

Tabla 17 Atención de intereses

Atención de intereses	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	32	19%
Regular	52	30%
Bueno	42	24%
Muy bueno	19	11%
Excelente	27	16%
Total	172	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

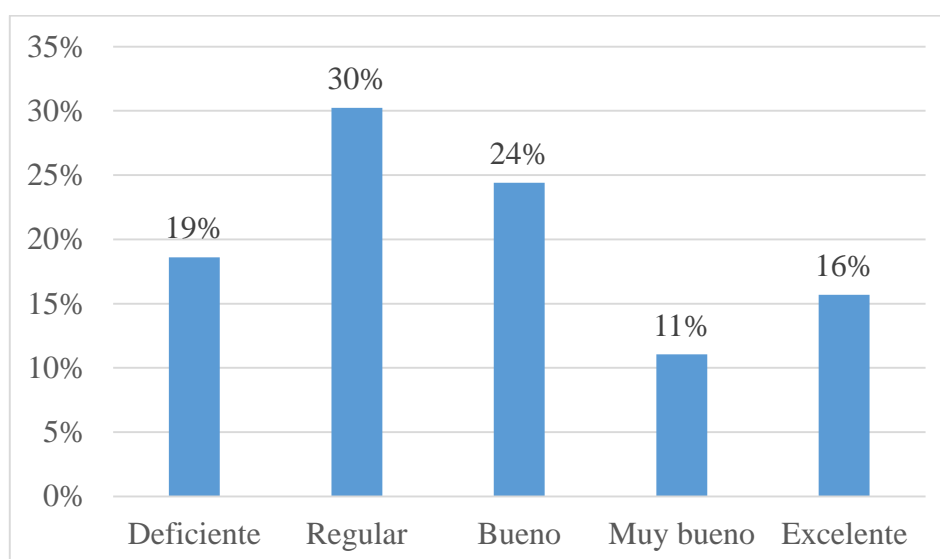


Gráfico 17 Atención de intereses

Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 19% de los turistas del cantón Alausí mencionan que la atención de intereses por parte del personal de servicio es deficiente, el 30% menciona que es regular el 24% menciona que es bueno, el 11% menciona que es muy bueno y el 16% menciona que es excelente, se concluye que el mayor porcentaje de turistas correspondiente al 30% opinan que la atención de intereses por parte del personal es regular.

18. Comprensión de necesidades específicas por parte del personal de servicio

Tabla 18 Comprensión de necesidades

Comprensión de necesidades	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	15	9%
Regular	45	26%
Bueno	58	34%
Muy bueno	19	11%
Excelente	35	20%
Total	172	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

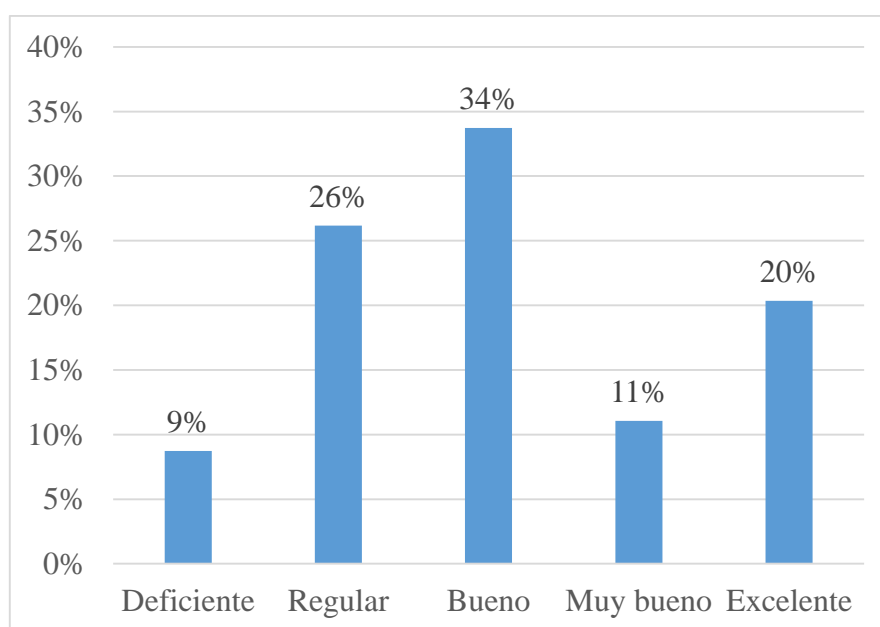


Gráfico 18 Comprensión de necesidades

Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, el 9% de los turistas del cantón Alausí mencionan que la comprensión de necesidades específicas por parte del personal de servicio es deficiente, el 26% menciona que es regular el 34% menciona que es bueno, el 11% menciona que es muy bueno y el 20% menciona que es excelente, se concluye que el mayor porcentaje de turistas correspondiente al 26% opinan que la comprensión de necesidades específicas por parte del personal de servicio es regular.

3.2. Tabulación variable dependiente (Satisfacción al cliente)

FIABILIDAD

1. El servicio es acorde a las expectativas del cliente

Tabla 19 Expectativas

Expectativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	7	50%
Excelente	7	50%
Total	14	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

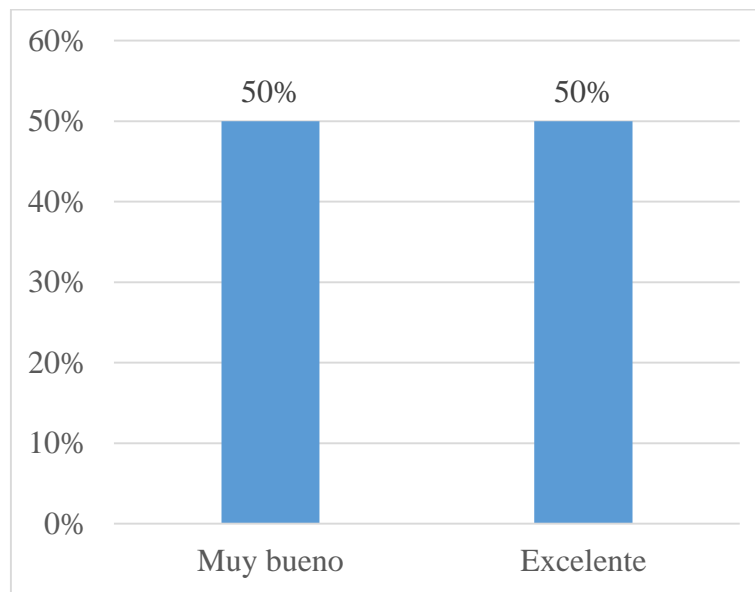


Gráfico 19 Expectativas

Según el resultado de las encuestas aplicadas a los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Alausí el 50% menciona que el servicio acorde a las expectativas del cliente es bueno y el otro 50% menciona que es excelente

2. Las instalaciones están acordes a las necesidades de los clientes.

Tabla 20 Instalaciones

Instalaciones	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	1	7%
Muy bueno	7	50%
Excelente	6	43%
Total	14	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

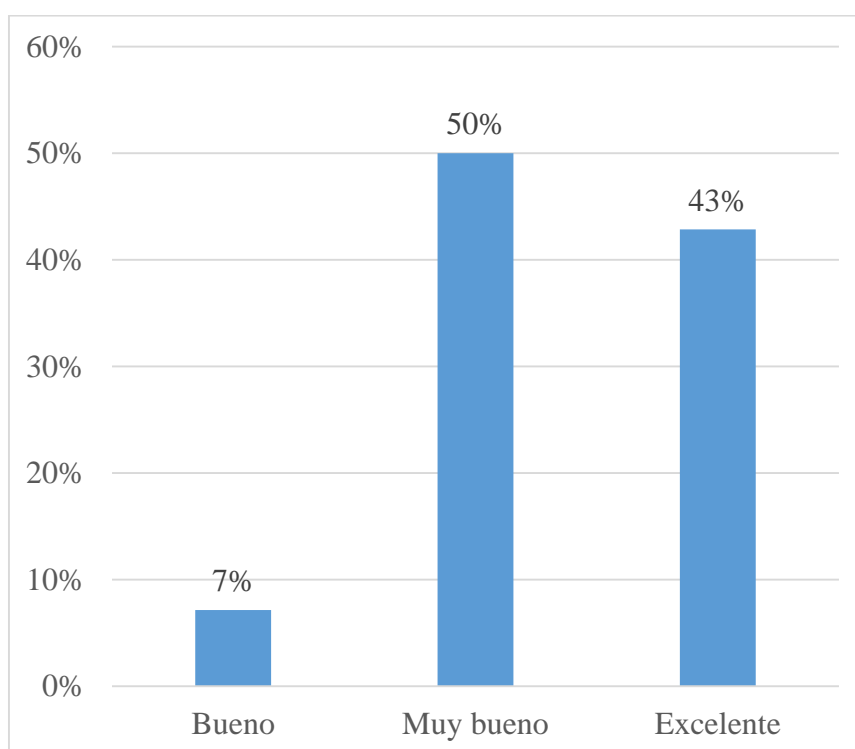


Gráfico 20 Instalaciones

Según las encuestas aplicadas a los establecimientos de alimentos y bebidas el 7% de los encuestados menciona que las instalaciones están acordes a las necesidades de los clientes es bueno el 50% menciona que es muy bueno y el 43% menciona que es excelente, se concluye que con el 50% las instalaciones están en un estado muy bueno.

3. Qué clase de servicio presta usted a los clientes

Tabla 21 Clase de servicio

Clase de servicio	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	4	29%
Muy bueno	5	36%
Excelente	5	36%
Total	14	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

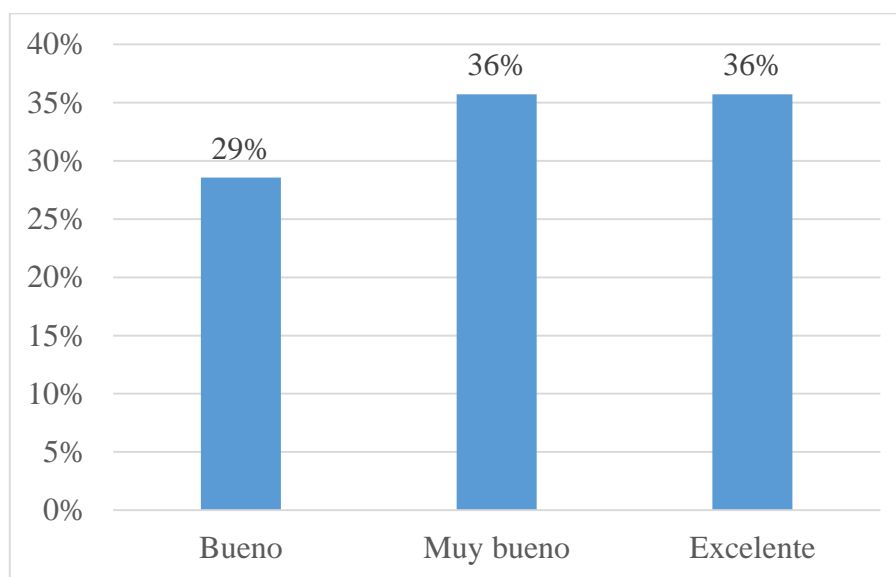


Gráfico 21 Clase de servicio

Según las encuestas aplicadas a los establecimientos de alimentos y bebidas el 29% de los encuestados menciona que el servicio que presta a los clientes es bueno el 36% menciona que es muy bueno y el 36% menciona que es excelente, se concluye que con el 36% el servicio que presta a los clientes es muy bueno y excelente.

4. El producto el servicio y el personal están coordinados

Tabla 22 Producto

Producto	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	1	7%
Muy bueno	7	50%
Excelente	6	43%
Total	14	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

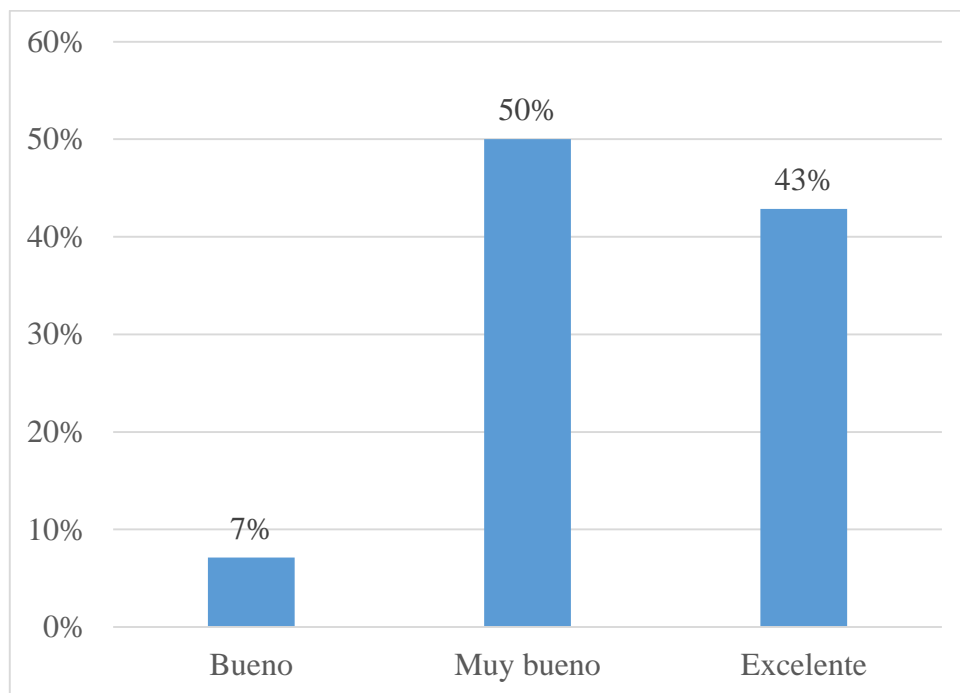


Gráfico 22 Producto

Según las encuestas aplicadas a los establecimientos de alimentos y bebidas el 7% de los encuestados menciona que el producto el servicio y el personal están coordinados es bueno el 50% menciona que es muy bueno y el 43% menciona que es excelente, se concluye que con el 50% las instalaciones están en un estado muy bueno.

LEALTAD

5. Los clientes se sienten seguros de consumir sus servicios

Tabla 23 Seguridad de clientes

Seguridad de clientes	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	2	14%
Muy bueno	5	36%
Excelente	7	50%
Total	14	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

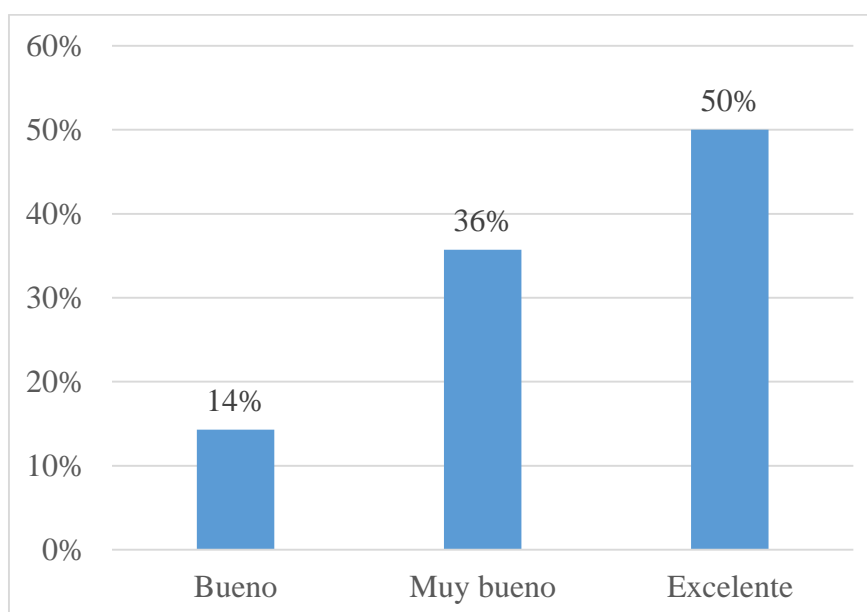


Gráfico 23 Seguridad de clientes

Según las encuestas aplicadas a los establecimientos de alimentos y bebidas el 14% de los encuestados menciona que los clientes se sienten seguros de consumir sus servicios es bueno el 36% menciona que es muy bueno y el 50% menciona que es excelente, se concluye que con el 50% los clientes se sienten seguros de consumir sus servicios en un nivel excelente.

6. El retorno de clientes al consumo del servicio

Tabla 24 Retorno de clientes

Retorno de clientes	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	3	21%
Muy bueno	8	57%
excelente	3	21%
Total	14	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

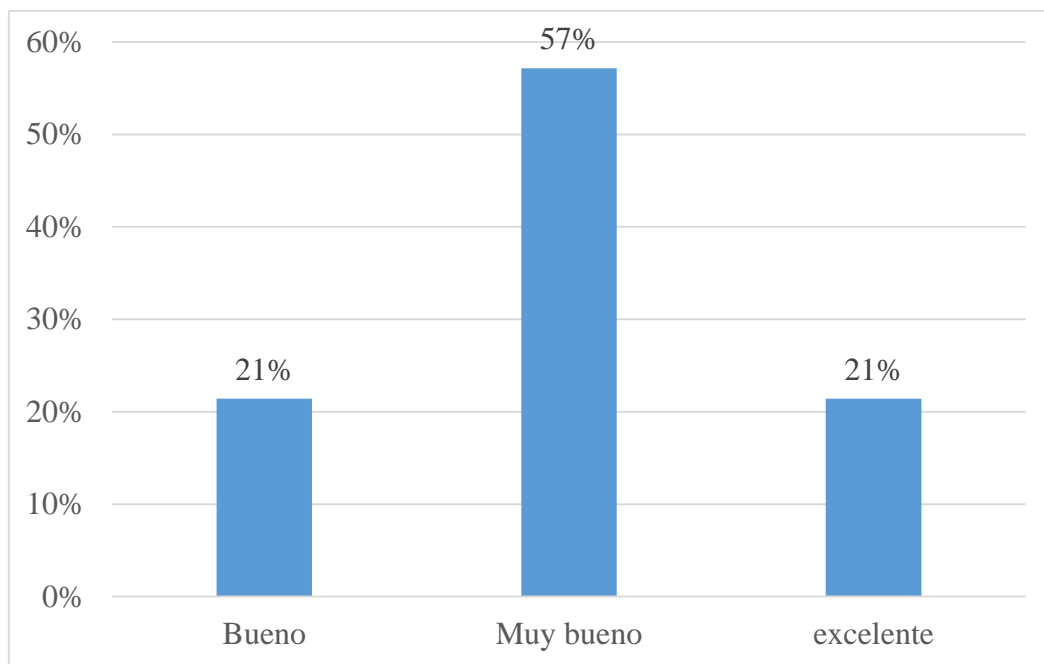


Gráfico 24 Retorno del cliente

Según las encuestas aplicadas a los establecimientos de alimentos y bebidas el 21% de los encuestados menciona que el retorno de clientes al consumo del servicio es bueno el 57% menciona que es muy bueno y el 21% menciona que es excelente, se concluye que con el 57% el retorno de clientes al consumo del servicio es muy bueno.

7. El nivel de satisfacción con el servicio

Tabla 25 Nivel de satisfacción

Nivel de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	1	7%
Muy bueno	7	50%
Excelente	6	43%
Total	14	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

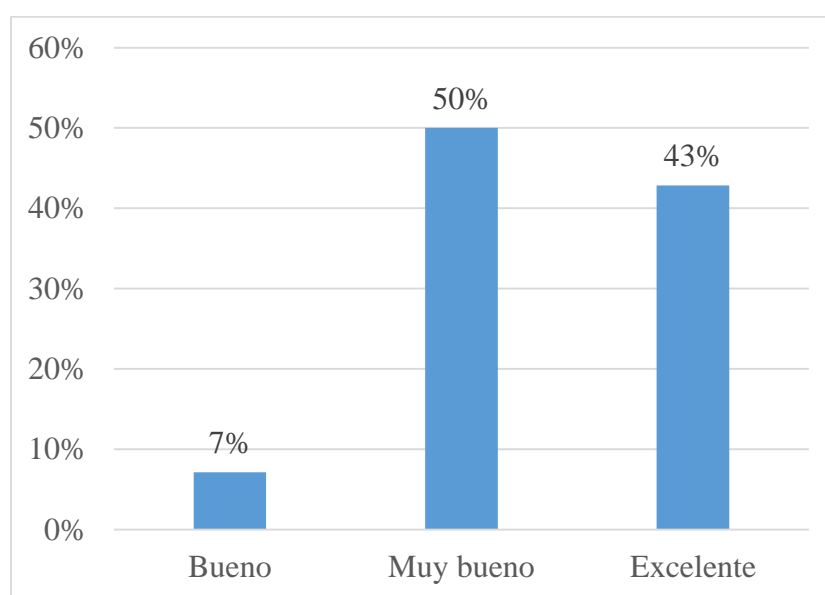


Gráfico 25 Nivel de satisfacción

Según las encuestas aplicadas a los establecimientos de alimentos y bebidas el 7% de los encuestados menciona que el nivel de satisfacción con el servicio es bueno el 50% menciona que es muy bueno y el 43% menciona que es excelente, se concluye que con el 50% el nivel de satisfacción con el servicio es muy bueno.

8. La publicidad boca a boca de este servicio

Tabla 26 Publicidad

Publicidad	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	2	14%
Muy bueno	9	64%
Excelente	3	21%
Total	14	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

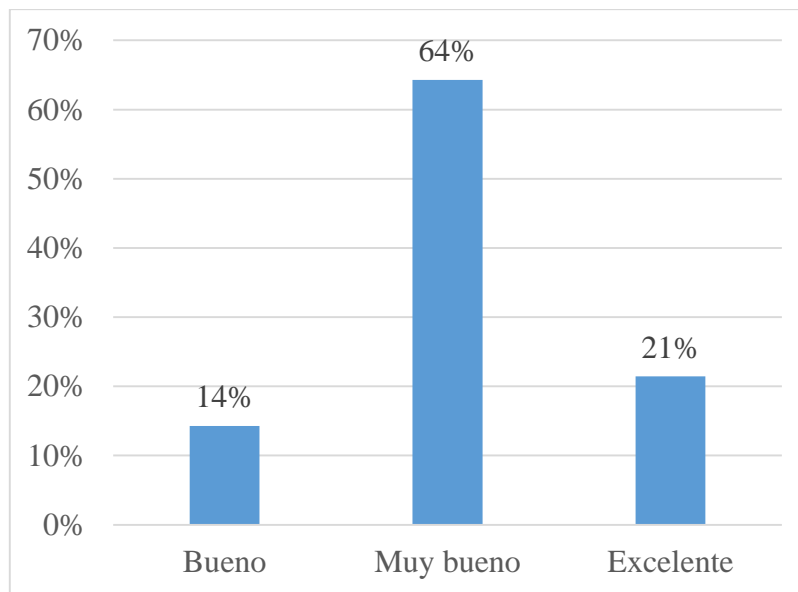


Gráfico 26 Publicidad

Según las encuestas aplicadas a los establecimientos de alimentos y bebidas el 14% de los encuestados menciona que la publicidad de boca a boca de este servicio es buena el 64% menciona que es muy bueno y el 21% menciona que es excelente, se concluye que con el 64% la publicidad de boca a boca del servicio es muy bueno

PRODUCTO/SERVICIO

9. El producto esperado que ofrecen al momento del servicio

Tabla 27 Producto esperado

Producto esperado	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	1	7%
Muy bueno	4	29%
Excelente	9	64%
Total	14	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

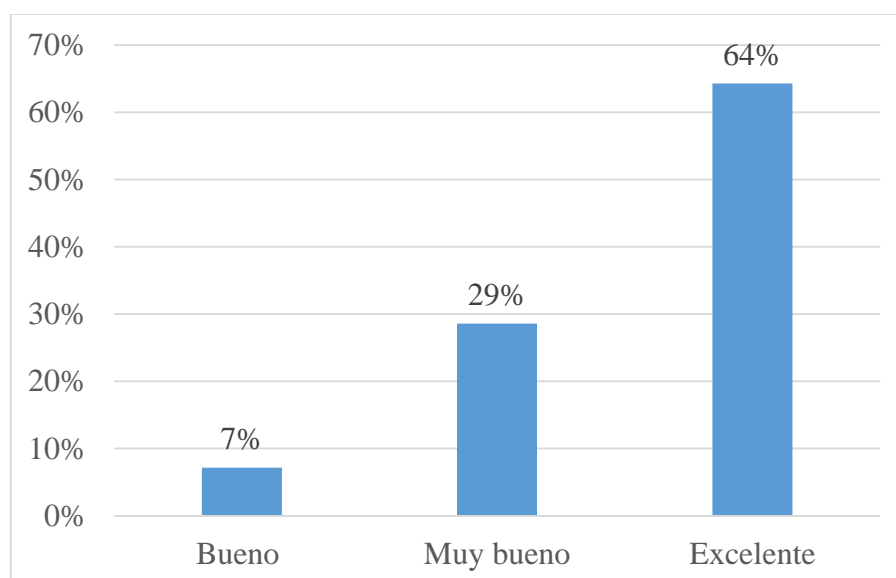


Gráfico 27 Producto esperado

Según las encuestas aplicadas a los establecimientos de alimentos y bebidas el 7% de los encuestados menciona que el producto esperado que ofrecen al momento del servicio es bueno el 29% menciona que es muy bueno y el 64% menciona que es excelente, se concluye que con el 64% el producto esperado que ofrecen al momento del servicio es excelente

10. El producto potencial que se pretende ofertar

Tabla 28 Producto potencial

Producto potencial	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	1	7%
Muy bueno	6	43%
Excelente	7	50%
Total	14	100%

Fuente: encuestas aplicadas en junio 2019

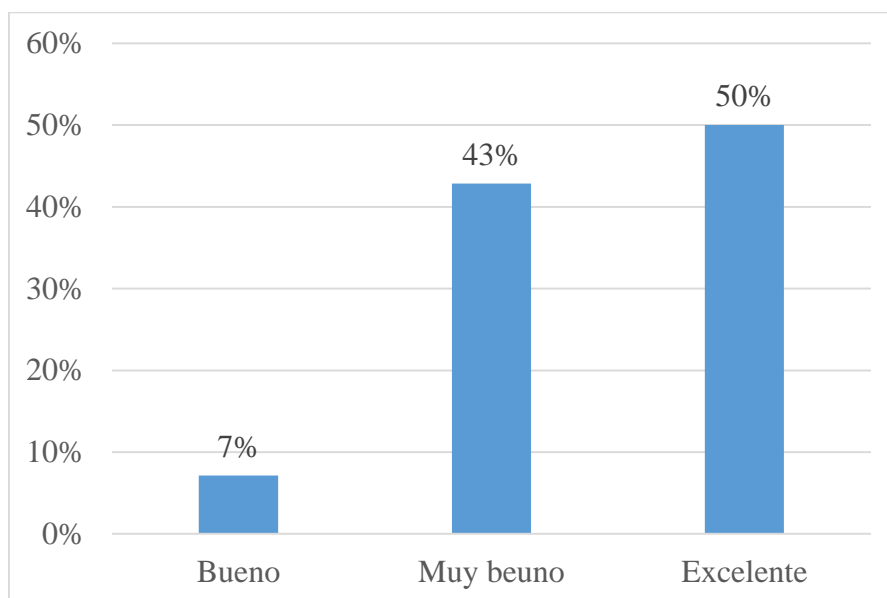


Gráfico 28 Producto potencial

Según las encuestas aplicadas a los establecimientos de alimentos y bebidas el 7% de los encuestados menciona que el producto potencial que se pretende ofertar es bueno el 43% menciona que es muy bueno y el 50% menciona que es excelente, se concluye que con el 50% el producto potencial que se pretende ofertar es excelente.