



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de licenciada
en Turismo

**“La gestión de calidad en las huecas gastronómicas y el desarrollo
del turismo gastronómico en el cantón Ambato”**

Autor: Oscar Aníbal Recalde Rodríguez

Tutor: Ing. Jorge Armando Almeida Domínguez Mg.

Ambato – Ecuador
abril- septiembre 2022

A. PAGINAS PRELIMINARES

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema:

“La gestión de calidad en las huecas gastronómicas y el desarrollo del turismo gastronómico en el cantón Ambato” del/la alumno/a Oscar Aníbal Recalde Rodríguez, estudiante de la carrera de Turismo, consideró que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, 13 de Julio del 2022

EL TUTOR

.....
Ing. Jorge Almeida Mg.

C.C.: 1803935012

AUTORIA DEL TRABAJO

Todos los criterios expuestos, contenidos, ideas, estudios, conclusiones y propuesta en el presente Proyecto de Investigación “La gestión de calidad en las huecas gastronómicas y el desarrollo del turismo gastronómico en el cantón Ambato”, son netamente responsabilidad mía como autor de este trabajo de investigación.

Ambato, 13 de Julio del 2022

EL AUTOR



.....
Oscar Aníbal Recalde Rodríguez

C.C.: 1804080115

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto de Investigación o parte del documento total disponibilidad para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, 13 de Julio del 2022

EL AUTOR



.....

Oscar Aníbal Recalde Rodríguez

C.C.: 1804080115

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema “La gestión de calidad en las huecas gastronómicas y el desarrollo del turismo gastronómico en el cantón Ambato” de (Oscar Aníbal Recalde Rodríguez), estudiante de la carrera de Turismo, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, 13 de Julio del 2022

Para constancia firman

Ing. Melo Fiallos Diego Fernando Mg.

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.: 1803017365

Lic. Tamayo Soria Héctor Raúl Mg.

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.: 1801001981

DEDICATORIA

A mis padres que siempre me han inculcado los valores para ser una persona de paz y de personalidad alegre, pero sobre todo el apoyo incondicional que me han brindado para salir adelante y nunca darme por vencido.

A mis mascotas que me han dado alegrías y compañía en todo momento.

Oscar Aníbal Recalde Rodríguez

AGRADECIMIENTO

A Dios por brindarme salud para cada uno de los días que pase
en la universidad.

A la Universidad Técnica de Ambato por abrirme sus puertas.

Al Ing. Jorge Almeida por guiarme durante la elaboración del
presente trabajo de investigación y a todos los docentes que me
inculcaron con todos los conocimientos necesarios para ser un
buen profesional.

A mis padres por aconsejarme día a día.

A mis mascotas por acompañarme durante las
responsabilidades que me exigía la universidad.

A mi grupo de amigos con los que viví grandes momentos a lo
largo del tiempo de universidad.

Oscar Aníbal Recalde Rodríguez

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORIA DEL TRABAJO	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN EJECUTIVO	15
ABSTRACT.....	16
CAPITULO I	17
MARCO TEÓRICO.....	17
1.1. Antecedentes de la investigación.....	17
Modelo Servqual	19
Dimensiones del modelo Servqual	19
Brechas del modelo Servqual	20
Modelo de Leiper	21
1.1.1. Desarrollo de la variable independiente.....	22
Teorías de la calidad.....	22
Enfoques de la calidad.....	25
Modelos de gestión de la calidad.....	26
Indicadores objetivos y subjetivos para medir la calidad.....	30
Calidad	30
Dimensión técnica y funcional de la calidad	30
Sistemas de gestión integrados para la calidad	31
Norma técnica del sistema de gestión integral de la calidad.....	32
Gestión de calidad turística	33
Evaluación de la gestión de calidad en el turismo	34
Gestión de calidad para restaurantes	34
Cultura de la calidad.....	35
Satisfacción al cliente.....	36
Categorización de un restaurante.....	36
Huecas.....	38
Comida típica	39

Recetas tradicionales	39
Huecas gastronómicas representativas de Ambato	40
1.1.2. Descripción de la variable dependiente	44
Turismo gastronómico	44
Características del turismo gastronómico	45
Perfil del turista gastronómico.....	45
Experiencias gastronómicas	45
Gastronomía nacional.....	46
Desarrollo del turismo gastronómico	46
Turismo gastronómico en Tungurahua.....	47
1.2. Objetivos	48
Objetivo general.....	48
Objetivos específicos	48
CAPITULO II.....	50
METODOLOGÍA.....	50
2.1. Materiales.....	50
2.2. Métodos.....	50
Enfoque.....	50
Diseño	51
Alcance	51
Investigativo.....	51
Territorial	51
Muestra y población.....	52
Población	52
Muestra	52
Técnicas	53
Instrumentos.....	53
CAPITULO III.....	55
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	55
3.1. Análisis y discusión de los resultados.....	55
3.2. Discusión.....	83
Verificación de hipótesis.....	86
CAPITULO IV	89
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	89
4.1. Conclusiones	89

4.2. Recomendaciones.....	91
4.3. Propuesta.....	92
Referencias bibliográficas.....	96
ANEXOS	102

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Dimensiones del modelo Servqual	20
Tabla 2: Modelo de brechas	21
Tabla 3: Filosofías y teorías de la calidad.....	23
Tabla 4: Tipos de modelos de gestión de calidad	27
Tabla 5: Modelo y principios del sistema de gestión integral para la micro, pequeñas y mediana empresa.....	33
Tabla 6: Procesos para una gestión de calidad en restaurantes.....	34
Tabla 7: Categorización de un restaurante en Ecuador.....	36
Tabla 8: Huecas más representativas del cantón Ambato.....	40
Tabla 9: Materiales utilizados para el desarrollo del trabajo de investigación	50
Tabla 10: Fiabilidad	54
Tabla 11: Sexo de los encuestados.....	55
Tabla 12: Nivel de estudios.....	56
Tabla 13: Rango de edad.....	57
Tabla 14: Nacionalidad	58
Tabla 15: ¿Cómo se enteró de la existencia del establecimiento?	59
Tabla 16: ¿Con que frecuencia visita el establecimiento?	61
Tabla 17: La hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" tiene equipos de apariencia moderna.....	62
Tabla 18: Las instalaciones de la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" son visualmente atractivas	64
Tabla 19: Los empleados de la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" tienen buena apariencia.....	65
Tabla 20: Los materiales relacionados con el servicio que utiliza la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" (folletos, cartas del menú, facturas, etc.) son visualmente atractivos	66
Tabla 21: La hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" cumple con el servicio que se prometió desde un inicio.....	68
Tabla 22: Cuando el cliente tiene un problema los empleados muestran un sincero interés en solucionarlo.....	69
Tabla 23: No cometen errores durante el servicio	70

Tabla 24: Los empleados informan con precisión el tiempo en el que será entregado el servicio	71
Tabla 25: Los empleados sirven con rapidez	73
Tabla 26: Los empleados siempre están dispuestos a ayudar al cliente.....	74
Tabla 27: El comportamiento de los empleados transmite confianza.....	75
Tabla 28: Se siente seguridad durante la permanencia en la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores"	76
Tabla 29: Los empleados son siempre amables	77
Tabla 30: Los empleados tienen conocimientos suficientes acerca de los servicios que presta la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores"	79
Tabla 31: Los horarios de atención son convenientes para los clientes.....	80
Tabla 32: Se preocupan por los clientes.....	81
Tabla 33: Los empleados comprenden las necesidades del cliente	82
Tabla 34: Ficha de la hueca gastronómica "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" .	94
Tabla 35: Ficha de la hueca gastronómica "Empanadas de morocho"	102
Tabla 36: Ficha de la hueca gastronómica "Llapingacho de Marujita"	105
Tabla 37: Ficha de la hueca gastronómica "Colada morada de Atocha"	108
Tabla 38: Ficha de la hueca gastronómica "Empanadas de nylon"	110
Tabla 39: Ficha de la hueca gastronómica "Helados de la Catedral"	112

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Enfoques de la calidad.....	26
Figura 2: Sexo de los encuestados	55
Figura 3: Nivel de estudios	57
Figura 4: Rango de edad.....	58
Figura 5: Nacionalidad.....	59
Figura 6: ¿Cómo se enteró de la existencia del establecimiento?.....	60
Figura 7: ¿Con que frecuencia visita el establecimiento?.....	61
Figura 8: La hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" tiene equipos de apariencia moderna.....	63
Figura 9: Las instalaciones de la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" son visualmente atractivas	64
Figura 10: Los empleados de la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" tienen buena apariencia.....	65
Figura 11: Los materiales relacionados con el servicio que utiliza la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" (folletos, cartas del menú, facturas, etc.) son visualmente atractivos	67
Figura 12: La hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" cumple con el servicio que se prometió desde un inicio	68
Figura 13: Cuando el cliente tiene un problema los empleados muestran un sincero interés en solucionarlo.....	69
Figura 14: No cometen errores durante el servicio.....	71
Figura 15: Los empleados informan con precisión el tiempo en el que será entregado el servicio	72
Figura 16: Los empleados sirven con rapidez	73
Figura 17: Los empleados siempre están dispuestos a ayudar al cliente	74
Figura 18: El comportamiento de los empleados transmite confianza	75
Figura 19: Se siente seguridad durante la permanencia en la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores"	77
Figura 20: Los empleados son siempre amables	78

Figura 21: Los empleados tienen conocimientos suficientes acerca de los servicios que presta la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores"	79
Figura 22: Los horarios de atención son convenientes para los clientes	80
Figura 23: Se preocupan por los clientes	81
Figura 24: Los empleados comprenden las necesidades del cliente	83
Figura 25: Resumen de prueba de hipótesis	87
Figura 26: Evidencia de la propuesta.....	92
Figura 27: Evidencia de la propuesta.....	92
Figura 28: Evidencia de la propuesta.....	93
Figura 29: Carta de compromiso	114
Figura 30: Evidencia del instrumento.....	115

RESUMEN EJECUTIVO

En función de todos los parámetros y directrices que engloba a la calidad se la toma como una herramienta primordial para que un establecimiento como las huecas gastronómicas tenga un buen funcionamiento organizacional y mejora de producto/servicio de acuerdo a normativas estandarizadas. El objetivo de este trabajo de investigación es determinar la gestión de calidad y el desarrollo turístico en las huecas gastronómicas existentes en el cantón Ambato, por consiguiente para dar cumplimiento con su desarrollo se utilizó una metodología cuantitativa con diseño no experimental transeccional y alcance descriptivo, se utilizó una encuesta como instrumento que se extrajo del modelo Servqual la cual fue aplicada en la hueca más representativa que hay en el cantón, una vez aplicada se pudo conocer acerca del nivel de satisfacción de 203 clientes antes, durante y después de su permanencia en el establecimiento. Una vez que se analizaron e interpretaron los resultados se evidenció que varios de los clientes que visitaron la hueca piensan que los estándares de calidad con el que se maneja actualmente son considerables sin embargo si se aplicara mejorías las expectativas incrementarían significativamente, por ello, es importante contar con un buen sistema de gestión de calidad. Por lo cual partiendo desde este punto se planteó como propuesta elaborar un manual que le permita al establecimiento adoptar normativas que regulen, supervisen y estandaricen continuamente sus estándares de calidad.

PALABRAS CLAVE: ESTANDARES DE CALIDAD, FUNCIONAMIENTO ORGANIZACIONAL, HUECA GASTRONÓMICA, MODELO SERVQUAL, NIVEL DE SATISFACCIÓN.

ABSTRACT

Based on all the parameters and guidelines that encompasses quality, it is taken as a primary tool for an establishment such as gastronomic hollow to have a good organizational performance and product/service improvement in accordance with standardized regulations. The objective of this research work is to determine the quality management and tourism development in the existing gastronomic hollows in the Ambato canton, therefore, to comply with its development, a quantitative methodology with a non-experimental transactional design and descriptive scope was used. used a survey as an instrument that was extracted from the Servqual model which was applied in the most representative hollow in the canton, once applied it was possible to know about the level of satisfaction of 203 clients before, during and after their stay in the establishment. Once the results were analyzed and interpreted, it was evident that several of the clients who visited the hollow think that the quality standards with which it is currently managed are considerable, however, if improvements are applied, the expectations would increase significantly, therefore, it is important Have a good quality management system. Therefore, starting from this point, it was proposed as a proposal to develop a manual that allows the establishment to adopt regulations that regulate, supervise and continuously standardize its quality standards.

KEY WORDS: QUALITY STANDARDS, ORGANIZATIONAL FUNCTIONING, GASTRONOMIC HOLLOW, SERVQUAL MODEL, SATISFACTION LEVEL.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la investigación

En el territorio ecuatoriano, de acuerdo con la constitución, el gobierno está obligado a salvaguardar todo patrimonio tangible e intangible que se encuentra en el país, por tal razón entidades públicas y privadas han venido trabajando en conjunto activamente para dar por hecho este cumplimiento. En consideración a **Gavilánez (2015)**, en su trabajo de investigación *“Modelo de gestión de calidad bajo la normativa ISO 9001:2015 como factor de competitividad del turismo en el cantón Salcedo”* menciona que la calidad en todo tipo de servicio involucra a un sin número de elementos, mismos que favorecen a cualquier entidad al momento de atravesar por un proceso de mejora, ya sea para mejorar la oferta que se ofrece a los clientes, dar un mejor manejo de sus recursos, mejorar el ambiente de la infraestructura, etc.

Así mismo **Cujano (2015)** argumenta en su investigación *“Gestión de calidad en los destinos turísticos culturales de visita”* todo sitio que busca una mejora participativa en gestión de calidad deben estar enfocados y tomar como prioridad el perfil del turista que los visita, ya sea mediante técnicas que mejoren la calidad, mejora continua o normas e indicadores que aporten a la organización.

Por consiguiente al hablar de las huecas gastronómicas como lo menciona **Patiño et al. (2017)** en su investigación *“De hueca en hueca”* afirma que en las huecas gastronómicas a lo largo del tiempo han ido recibiendo turistas de todas partes del mundo, ya sea por su calidez con la que reciben a los turistas o por su sabor, la experiencia con la que se queda es inigualable, al degustar de los platos que se ofertan se está intercambiando saberes propios de la región en la que esté ubicado la hueca, por ende la conservación de este tipo de establecimientos es de gran valor.

Así mismo **Lescano (2020)**, en su estudio *“Las huecas en la oferta turística-gastronómica en el cantón Ambato”* afirma que al referirse al patrimonio gastronómico la mayoría de establecimientos de alimentación no cuentan con apoyo gubernamental, obligándolos a tratar de rescatar y mantener de manera independiente esos sabores y conocimientos de recetas ecuatorianas tradicionales con las que se han manejado y

ofertado a lo largo del tiempo, de tal forma es de gran importancia implementar normativas que regulen las funciones en las huecas gastronómicas.

Finalmente, **Ferrin (2019)** como menciona en su trabajo de investigación *“Estudio de la gastronomía típica y cultura de las huecas y recetas en la zona norte de la provincia de Los Ríos, 2020”* deduce que en los últimos años la gastronomía se ha ido fortaleciendo de tal forma que se posicionó como un factor de importancia para fomentar al turismo gastronómico, sin embargo, en ciertos puntos del territorio ecuatoriano la gastronomía típica se ha ido degradando principalmente en las huecas gastronómicas ya que se ha ido perdiendo dicha esencia en los platos propios de la región, mientras las nuevas tendencias siguen apareciendo la competencia en los mercados es mayor y las huecas gastronómicas al tratar de adaptarse a esas exigencias van perdiendo la naturalidad con la que se manejaban desde un inicio.

Por otra parte al adentrarse al ámbito del turismo gastronómico **Medina (2020)** en su estudio *“El patrimonio alimentario y el turismo gastronómico: caso de estudio de la papa”* menciona que el turismo gastronómico permite analizar cuál es el comportamiento del turista al momento de tener nuevas experiencias en ámbitos culinarios, así mismo esta tipología puede ser entendida como un potencial que está en la capacidad de poder transmitir saberes de alto valor, puesto que, al degustar de nuevos sabores y olores se convierte en un factor para que el turista tome la decisión de volver o sea un impulso para aventurarse a otros sitios.

De la misma forma **Salazar et al. (2020)** en el estudio *“Turismo y nuevas tecnologías: aplicación móvil para promover el turismo gastronómico”* determinan que el turismo gastronómico puede convertirse en una estrategia para mejorar la economía de un sector, dicha tipología al estar vinculado con experiencias totalmente diferentes al resto de tipologías está en la capacidad de brindar al turista grandes vivencias pero sobre todo cumplir con esas expectativas que fueron planteadas desde un inicio. Por ende, para desarrollar un buen turismo gastronómico lo más óptimo es subdividir en ramas que involucren lo tradicional con lo típico.

Tomando en consideración a **Hernández (2018)** en su investigación *“La gastronomía tradicional de Córdoba (España)”* argumenta que a la gastronomía se le puede tomar desde varios puntos, como eje central para sacar adelante a una región, como factor

diferenciador o como un elemento para poder identificar la cultura que posee dicha localidad, el turismo se ha posicionado como una actividad económicamente activa de gran importancia, mismo que al vincularlo con el área gastronómica se le puede tomar como motivación para los turistas que buscan vivir diversidad cultural en sabores, con la finalidad de que adquieran nuevas experiencias y así los propietarios de establecimientos de alimentos y bebidas innoven en sus ofertas pero no solo que cumplan con las necesidades que se solicita, sino también que fomenten a realizar turismo gastronómico.

En base a los antecedentes mencionados con anterioridad se detalló que al implementar un modelo gestión de calidad adecuado con la que se manejen los establecimientos de alimentos denominados “huecas gastronómicas” les permitirá cumplir con los estándares de calidad establecidos por las instituciones de regulación de establecimientos de alimentación, factor importante si se busca el desarrollo turístico gastronómico específicamente en el cantón Ambato.

Modelo Servqual

El modelo fue presentado en 1988, partiendo desde ahí con el pasar del tiempo se ha ido realizando mejoras, dicho modelo es apreciado como una herramienta que facilita medir la calidad del servicio que oferta una organización, conocer los diferentes criterios que expresan los clientes una vez pagado por lo que se les ofertó. Al usar el modelo Servqual la persona adquiere información acerca del servicio, saber si el cliente está satisfecho o a la vez sugerencias por parte de ellos, el ambiente de trabajo en el que trabaja el personal, con la única finalidad de realizar un mejora dentro del mercado (**Matsumoto, 2014**).

Dimensiones del modelo Servqual

Para dar cumplimiento con el modelo se debe hacer hincapié en cinco dimensiones, las cuales son detalladas en la Tabla 1:

Tabla 1: Dimensiones del modelo Servqual

Dimensión	Concepto
Fiabilidad	Esta dimensión hace referencia a la habilidad con la que cuenta la organización para cumplir con los servicios que se oferta, es decir si cumple con lo ofertado ya sea al momento de entregar el producto, atención al cliente, manejo correcto de cualquier situación durante se brinda el servicio, precios, etc.
Sensibilidad	Se centra en el ambiente que percibe el cliente en el momento en que es atendido ya sea antes, durante o después. Aquí se evidenciará si el personal cumple y satisface todas las necesidades del cliente.
Seguridad	Se enfoca en la seguridad y el manejo que expresa el personal al momento de atender al cliente.
Empatía	Hace referencia al tipo de atención al cliente con la que trabaja la empresa. Lo que se busca es que el personal le brinde comodidad durante el transcurso del servicio que se contrató.
Elementos tangibles	Se refiere al estado en que se encuentra la infraestructura.

Nota: Las dimensiones con las que cuenta el modelo Servqual se enfocan en medir la perspectiva que tiene cliente para a partir de ello comparar como el nivel de satisfacción con el que se retiraron de un establecimiento (Matsumoto, 2014).

Brechas del modelo Servqual

Las brechas que se propone dentro del modelo Servqual sirve de mucha ayuda para plantear diferencias entre los puntos más relevantes que están vinculados al servicio

incluyendo las satisfacciones, necesidades y experiencias que soliciten los clientes y como lo percibe el personal. A continuación, se detallará las brechas propuestas en la Tabla 2.

Tabla 2: *Modelo de brechas*

Brecha	Concepto
Brecha 1	En este punto se realiza diferencias entre expectativas y percepción que expresa el cliente.
Brecha 2	Se realiza diferencias entre la percepción de los directivos y las normas de calidad que son establecidas.
Brecha 3	En este punto la función es realizar una diferencia entre la calidad del servicio que se percibe y el servicio que se oferta. Seguido se realiza la diferencia entre el servicio prestado y la comunicación que se emite al momento de prestar el servicio.
Brecha 4	Es considerada como una brecha general, ya que su función es diferenciar las expectativas que presenta el cliente con sus percepciones.

Nota: Las brechas están establecidas para poder diferenciar la expectativa de la percepción del cliente en presencia de servicio les brindo el establecimiento (Matsumoto, 2014).

Modelo de Leiper

Es considerado un sistema donde se relaciona el viaje discrecional y la permanencia temporal que realizan los turistas, mediante el modelo de Leiper se puede interpretar al turismo como un sistema que analiza el viaje y la permanencia del turista fuera de su sitio habitual sea durante una o más noches, así mismo se integran las regiones geográficas, rutas de tránsito, el destino y la industria turística. Estas cinco características al relacionarlas se pueden operar en un terreno más amplio que integren

características físicas, culturales, sociales, políticas, tecnológicas y económicas (Franco et al., 2019).

1.1.1. Desarrollo de la variable independiente

Teorías de la calidad

De acuerdo a criterios planteados por expertos en gestión de calidad se menciona que es un campo donde sus características principales son el “PCC” (Plazo, Coste y Calidad) facilitando así a una correcta inspección interna en la organización, pero sobre todo motivando a la administración en conjunto con el personal a aplicar técnicas que mejoren la producción, la calidad y la imagen del producto o servicio, de tal manera que se tomará como una estrategia que establece procesos competitivos favorables para la empresa (Quezada, 2016).

La calidad y los mejoramientos organizacionales continuos son estipulados como metas que le permiten a una entidad poder cumplir y satisfacer aquellas necesidades que solicitan los usuarios, ya sea de un producto o servicio, mismos que se encuentran al alcance del establecimiento, pero sobre todo dentro de las políticas y el marco legal organizacional. Al implementar una teoría o modelo de gestión de calidad este se convertirá en un gestor transformador que otorgará un valor agregado a la organización, así mismo el mejoramiento será evidente puesto que al realizar un mejor control de procesos y optimización de la materia prima y recursos el desempeño de la empresa y su productividad irá en aumento (Chacón & Rugel, 2018).

Existen teorías de renacimiento productivo y de aplicación de la calidad, mismas que cuentan con enfoques de sistematización y estandarización, permitiéndose poder cumplir con procesos que mejoren la productividad y la industrialización interna con el fin de generar un mejor producto o servicio, estos enfoques mencionados se los desarrolla mediante un control de calidad, aseguramiento y calidad total. A continuación, se los hará referencia en la Tabla 3.

Tabla 3: Filosofías y teorías de la calidad

Autor	Filosofía/Teoría aplicada	Conceptos principales
<p>William Edwards Deming Estadístico (1900-1993)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Control estadístico de la calidad total • Ciclo PHVA o PDCA (planificar, hacer, verificar y actuar) <p>“Trilogía de Jurán”</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación • Control • Mejora 	<ul style="list-style-type: none"> • Planteamientos de procesos • Filosofía de la administración • Mejoras competitivas • Tipo de mercado y la necesidad que demanda • Características del producto o servicio • Planteamiento de procesos de productividad • Estrategias para cumplir con las expectativas • Comparación entre producto y calidad • Planteamiento de metas y objetivos a alcanzar • Solución a los problemas • Estrategias para cumplir las metas
<p>Joseph Jurán Ingeniero, Abogado y Asesor (1954)</p>		

Kaoru Ishikawa
Ingeniero, Catedrático,
Consultor japonés
(1915 – 1989)

Planteamiento de la normalización dentro de la organización para mejorar su productividad.

Herramientas técnicas:

- Cuadro de Pareto.
- Diagrama causa/efecto
- Estratificación
- Hoja de cálculo y verificación
- Histogramas
- Diagramas de dispersión
- Graficas de control

- No existen los defectos
- Procesos para mejorar la calidad en 14 pasos
- Tener una mejor mentalidad para evitar los errores

Phillp Crosby
(1980)

- Registro de resultados
- Primero la calidad segundo la utilidad.
- Los clientes serán el eje principal
- Hay que prevenir y para no corregir
- Siempre trabajar en equipo
- Plantearse objetivos a largo plazo
- Medir los resultados
- Procesos de mejora continua
- Principios de la calidad según Crosby
- La calidad concede estrategias para poder cumplir con requisitos
- Sistemas de gestión de calidad para prevenir errores
- Cero defectos

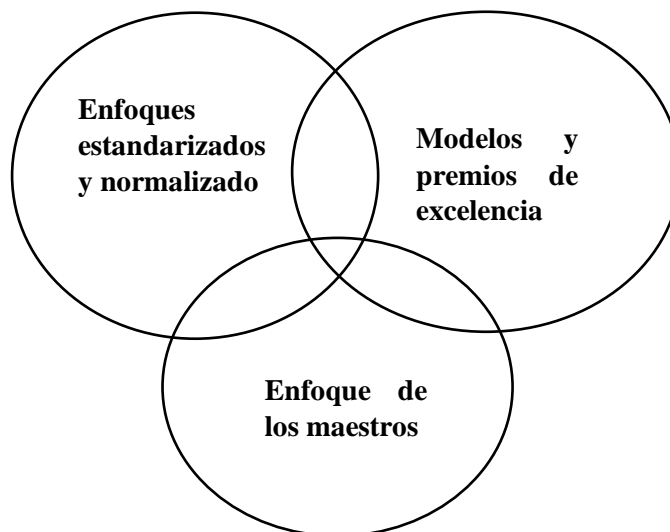
		<ul style="list-style-type: none"> • Tomar una medida para calcular la calidad y su inversión
	Teoría de la calidad total	Su fundamento es:
	No es una herramienta ni un medidor estadístico, sino una cultura estructural de calidad que cambiará a la organización.	<ul style="list-style-type: none"> • Mejoras continuas • Medir la calidad • Cambio de cultura organizacional • Correcta administración expresa un buen liderazgo
TQM / Total Quality Management (1960)		

Nota: Cada una de las filosofías y teorías que hablan acerca de la calidad poseen un estudio desde diferentes puntos de percepción a como ser aplicados (**Chacón & Rugel, 2018**).

Enfoques de la calidad

La calidad con el pasar del tiempo se la sigue manteniendo en nuestras vidas diarias al momento de buscar la excelencia y para hacerlo notar se han ideado procesos que generen cambios progresivos de cada enfoque que están relacionados con la calidad, es decir, existen procesos evolutivos que inician desde un enfoque tradicional que se orienta en inspeccionar las materias primas y el producto final que oferta, continuando con una evaluación estadística de calidad haciendo énfasis en cada proceso por el que va a travesar el producto pero siempre posicionando a la calidad como una variable de estrategia, por lo que en los últimos años se ha considerado modelos de calidad como el EFQM (Fundación Europea para la Gestión de la Calidad), normas ISO (Organización Internacional de Normalización) y el Servqual. A partir de esto se han identificado tres enfoques los cuales son fundamentales, ellos son: enfoques estandarizados y normalizados, enfoques de los maestros y los enfoques de los modelos y premios de excelencia. Mismos que son detallados en la (**Tamayo et al., 2011**).

Figura 1: *Enfoques de la calidad*



Nota: Para que la calidad puede ser interpretada correctamente se la debe estudiar desde enfoques que inspeccionen y tomen acciones de acuerdo a la realidad en el que se encuentra la organización (**Tamayo García et al., 2011**).

Luego de describir la sistematización de procesos, es necesario medir la satisfacción que adquirió el cliente y su percepción sobre la calidad, por lo cual, es prescindible mencionar que la satisfacción se posiciona como todo criterio positivo pero transitorio, afectivo o cognitivo, estos factores los podrá apreciar gracias a la experiencia adquirida durante el consumo. De igual forma la calidad percibida se la define como todo juicio duradero de largo plazo, mismo que está enlazado a un recibimiento positivo al servicio ofertado (**Chacón & Rugel, 2018**).

Modelos de gestión de la calidad

A lo largo del tiempo se ha ido creando una infinidad de modelos de calidad mismo que se han ido aplicado en diferentes organizaciones para mejorar los productos y servicios, a continuación, se detallan los modelos principales que se mejan en las empresas de manera universal en la Tabla 4:

Tabla 4: *Tipos de modelos de gestión de calidad*

Autor	Dimensiones	Desarrollo	Función
Modelo de gestión administrativa	Área administrativa	Se enfoca en la administración con la que se maneja la empresa, con la finalidad de conseguir mejoras que ya han sido estudiadas previamente.	Realiza un análisis interno mismo que permite identificar sus falencias en el aspecto administrativo de la empresa.
Modelo de gestión estratégica	Funciones internas de la empresa	Se busca que la empresa cumpla con todas sus funciones mediante estrategias que eviten el uso inadecuado de los recursos.	Al aplicar las diferentes estrategias planteadas la meta es cumplir con los objetivos planteados.
Modelo de gestión de talento humano	En el personal	Se enfoca netamente en el personal, ya ellos son identificados como el motor de la empresa.	Se busca mejorar el espacio laboral, mejor comunicación, compañerismo y un buen ambiente entre compañeros.
Modelo de gestión de calidad	Engloba a todas las áreas de la empresa	Este tipo de modelos es la indicada para aplicar en una	Se enfoca en lo que es la calidad, dentro de este modelo se puede

<p>Modelo europeo de la excelencia E.F.Q.M.</p>	<p>Estrategias, clientes internos y externos, procesos, resultados</p>	<p>empresa que busca mejorar el producto o servicio ofertan.</p>	<p>encontrar un poco de los puntos o anteriormente mencionados ya que para que exista calidad se debe mejorar en todo aspecto.</p>
	<p>Para cumplir con la excelencia se deberá atravesar por varios procesos que sean continuos y no conlleven mucho tiempo aplicarlos, ya que cumplir con las expectativas del cliente y las nuevas innovaciones convertirá en un reto para la empresa.</p>	<p>Se cumplirá con el objetivo siempre y cuando se apliquen procesos y estrategias que no conlleven demasiado tiempo, si en la empresa existe trabajo continuo evitando cometer errores sus resultados serán satisfactorios.</p>	
<p>Sistema de inocuidad de los alimentos ISO 2002:2005</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Plantear, implementar y aplicar • Cumplir con los estándares • Cumplir con las demandas 	<p>Son aquellos requisitos que debe cumplir una empresa que expende alimentos, al implementar este modelo la empresa estará</p>	<p>Gracias a que las normas establecidas mismas que están enfocadas en que el producto asegure la inocuidad de los alimentos son</p>

<p>Modelo P.D.C.A.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tener todo en regla • Planificar • Hacer • Comprobar • Actuar 	<p>de los clientes está en la capacidad de la seguridad de ofrecer al cliente que el producto es un producto de buena para su calidad, pero sobre consumo. saludable.</p> <p>Este modelo Los procesos consta de 4 etapas, continuos de si la empresa mejora buscan aplica este ciclo ampliar el estará con toda rendimiento facilidad para empresarial, mejorar en el mediante este aspecto de modelo se puede competitividad y aplicar estrategias total mejora en su para el ahorro de producto o recursos ya que es servicio ya que al algo fácil de aplicar procesos aplicar, pero sobre continuos que todo fácil de estén enfocados entender, así netamente en la mismo al aplicar calidad se este modelo la permitirán reducir empresa logrará costos y ampliar su conseguir un productividad. correcto bienestar empresarial.</p>
<p>Modelo Servqual</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fiabilidad • Sensibilidad • Seguridad • Empatía 	<p>Se ha convertido El modelo en una Servqual le herramienta la permite a la cual permite administración evaluar la calidad conocer</p>

- Elementos del servicio y detalladamente tangibles conocer acerca de sobre aquellos las necesidades y criterios, experiencias que comentarios y el cliente busca en sugerencias del una organización. cliente.

Nota: Existe una variedad de modelos de calidad, cada uno de los modelos plantean procedimientos diferentes pero tienen la misma finalidad (**Quezada, 2016**).

Indicadores objetivos y subjetivos para medir la calidad

Al buscar procesos que faciliten la mejora continua en una organización deberán cuestionarse el tipo de medidores que se utilizarán al momento de medir el impacto que generan las políticas en la sociedad. Al hablar de indicadores objetivos se hace referencia a una medición del rendimiento organizacional también conocido como el tablero de mando ya que su medición se la puede aplicar con cualquier sistema de gestión de calidad, estos pueden ser las ISO, TQM (Total Quality Management) o Servqual. Por otra parte, los indicadores subjetivos buscan medir expectativas y percepciones de calidad que tiene el cliente, fundamentándose en variables tangibles e intangibles, cabe recalcar que una vez realizada la medición obtener un buen puntaje no expresa el nivel de la calidad sino una baja expectativa (**Chacón & Rugel, 2018**).

Calidad

La calidad es una necesidad, misma que un establecimiento que brinda servicios puede utilizarla como un arma para subsistir dentro de un mercado competitivo, para ello deberá saber lo que el cliente espera, es decir la calidad no se centra netamente en la calidad del producto o servicio, sino en capacitar al grupo de trabajo directa e indirectamente. Por ello es importante implementar la calidad desde el inicio hasta el final en el que se presta el servicio puesto que este proceso se enfoca específicamente en determinar y satisfacer las necesidades que presente el cliente y esta será medida mediante la reacción y preferencia que presente el mismo (**Aroca, 2017**).

Dimensión técnica y funcional de la calidad

Gronroos menciona que la calidad en un servicio se la da a partir de la percepción del cliente, la misma que se la distingue desde dos dimensiones, la primera es la dimensión

técnica que será el resultado que se obtiene del servicio ofertado y la segunda la dimensión funcional es el proceso del mismo. La dimensión técnica se da al momento en que el comprador y el vendedor inician su interacción hasta que la finalizan, frecuentemente el cliente logra medir esta dimensión de acuerdo con lo que recibe, es decir, el resultado del servicio se lo medirá de acuerdo con el proceso por el que atravesó, en el caso de que exista algún problema se podrá aplicar soluciones adecuadas que estén vinculados con sistemas informáticos, instrumentaria, maquinaria y conocimientos de la organización (**Tipanquiza, 2017**).

Por otra parte, la dimensión funcional tiene referencia al resultado final del servicio, cuando el producto es entregado, aquí el cliente atraviesa el proceso de consumo, la interacción entre el comprador y el vendedor es importante ya que aquí el proveedor podrá gestionar y analizar esta proceso, mismo que se lo podrá efectuar a través de contactos con el cliente, relaciones, comportamientos y el desenvolvimiento del personal, cabe recalcar que esta dimensión no se la puede evaluar de manera objetiva como en la dimensión técnica (**Tipanquiza, 2017**).

Sistemas de gestión integrados para la calidad

Los sistemas integrados para la calidad son modelos que se los utiliza como herramientas para una gestión moderna, estas han sido reconocidas internacionalmente y tienen su enfoque netamente en la satisfacción al cliente en conjunto con las mejoras continuas de las organizaciones. El objetivo principal de estos sistemas es elevar la competitividad en conjunto con un desarrollo sustentable, cabe mencionar que los sistemas de gestión de calidad son modelos que se lo aplica voluntariamente ya que datan desde experiencias y nuevas tecnologías, lo cual mediante esto se logrará satisfacer aquellas necesidades solicitadas por los clientes (**Ministerio de Turismo [MINTUR], 2015**).

Actualmente las normas que se manejan en el territorio ecuatoriano son las ISO 9000 que son los que describen y especifican los sistemas de gestión integrados para la calidad especificando su terminología, estas normas se encargan de asegurar la calidad en todo tipo de organización que ofertan servicios, sea grande o pequeña, las ISO 14050 en todo lo que se refiere a la gestión ambiental, la Ley de Turismo quien es la entidad encargada de establecer un marco legal que promoverá la promoción,

desarrollo y regulación en el sector turístico, la NTE INEN que se especializa en mejorar la calidad mediante normalizaciones, regulaciones técnicas y evaluaciones orientadas netamente al desarrollo continuo de sectores de servicio y producción, la OHSAS 18001 normativas encargadas de los sistemas de seguridad y salud dentro de la organización y finalmente el reglamento general a la ley de turismo que contiene los instrumentos y procedimientos para dar a cabo con la ley de turismo (**MINTUR, 2015**).

Norma técnica del sistema de gestión integral de la calidad

En el territorio ecuatoriano hay varias micro, pequeñas y medianas empresas que no cuentan con la oportunidad y los suficientes recursos para optar y adquirir algún tipo de certificado con normas internacionales, la mayoría de estas empresas son generadoras de plazas de trabajo, por lo que su desarrollo es fundamental, de tal manera el sistema de gestión integral de la calidad son normas que buscan el mejoramiento de estas empresas, para ello su punto de partida son principios de gestión universales que se enfocan en la satisfacción del cliente (**Norma Técnica Ecuatoriana [INEN], 2016**).

El sistema de gestión integral de la calidad cuenta con varios requisitos que se los puede aplicar sin importar la actividad que se desarrolle, el objetivo de este sistema es gestionar la mejora durante la producción y prestación de servicios o productos. Cabe recalcar que este sistema no es un sistema de gestión documentado pero existen procesos que requieren de cierta información de valor para poder demostrar si se da el debido cumplimiento de todos los requisitos establecidos en esta norma, este sistema involucra a la planificación, estudio del mercado, correcta administración de productos y recursos, manejo ambiental, seguridad y salud de la organización, por lo que para dar a cabo con estas prácticas esta normativa cuenta con un modelo y principios los cuales son detallados en la Tabla 5.

Tabla 5: *Modelo y principios del sistema de gestión integral para la micro, pequeñas y mediana empresa*

Modelo del sistema de gestión integral de MIPYMES
Principios:
<ul style="list-style-type: none">• Enfoque al cliente• Liderazgo• Enfoque de datos y resultados• Eficiencia• Desarrollo permanente• Conciencia ambiental• Ambiente de trabajo seguro

Nota: Cada uno de los principios que plantea la MIPYES están direccionados para que una organización aplique su mejoría en cada una de las áreas que se menciona (INEN [Instituto Ecuatoriano de Normalización], 2016).

Gestión de calidad turística

La gestión de calidad presenta su enfoque desde los 50's donde su función estaba enfocada netamente a los productos que se ofertaba, estos debían cumplir con todos los requerimientos establecidos como, peso, duración y eficacia. Los controles de calidad se los realizaba muy rigurosamente para evitar que dicho producto salga al mercado presentando defectos, estos procesos les facilitaba a llevar una mejor administración dentro de la organización permitiéndose así cumplir con cada estándar establecido, pero sobre todo ofertar sus productos con buena calidad. Si se busca cumplir con cada enfoque que presenta la calidad, la estrategia mejor planteada será enfocar el servicio con la que cuenta la empresa hacia la satisfacción del cliente, esto permitirá darse cuenta en que se está cometiendo errores, puesto que el cliente al ser quien paga por el servicio que se le brindó, él será el encargado de evaluarlo, por ende si se busca el concepto de calidad, se llega a entender que es aquella herramienta que ayuda a poder cumplir con las necesidades y expectativas que presenta el cliente en beneficio de la empresa (Carbonell, 2019).

De tal forma, en el ámbito turístico los clientes al ser los encargados de evaluar el servicio que se les fue ofertado, cuentan con toda la potestad de basar su criterio con la experiencia adquirida. Desde este punto Carbonell (2019), menciona que la calidad

turística cuenta con dos dimensiones direccionadas a cumplir con la satisfacción del cliente, la primera dimensión es la calidad obligatoria la cual hace referencia a toda expectativa que se espera y no fue cumplida, al no ser cumplida la satisfacción será nula, mientras que la segunda dimensión es la calidad atractiva que hace referencia aquellas experiencias que deslumbran al cliente, en el caso de que el servicio que se le ofertó no se cumpla en su totalidad la satisfacción seguirá siendo alta ya que se le presento algo que llamo su atención.

Evaluación de la gestión de calidad en el turismo

Esta evaluación permite identificar en qué nivel se encuentra el sector turístico principalmente las organizaciones que brindan un servicio o producto dentro de un mercado específico, puesto que mediante este proceso se pudo medir y evaluar los datos recogidos de acuerdo con su funcionamiento. Este tipo de evaluación es de suma importancia durante el proceso de mejora de las organizaciones, si no se lo realizaran, los objetivos planteados no tendrían caso y la mejora deseada no se la daría a cabo. Es importante mencionar que la normativa que facilita este tipo de procedimientos es la ISO 9001:2015 al ser los que promueven los procesos de mejora en una organización para aumentar la satisfacción de los clientes de acuerdo con lo requerido por ellos (INEN, 2016).

Gestión de calidad para restaurantes

Los procedimientos que una empresa debería implementar para una mejor de sus productos o servicios constan de los siguientes enfoques que se mencionan en la Tabla 6.

Tabla 6: *Procesos para una gestión de calidad en restaurantes*

Enfoque	Desarrollo
Calidad	Es aquel mecanismo mediante la cual la empresa atravesará por una evaluación, seguimiento y control riguroso del producto o servicio ofertado, este proceso se lo dará a cabo gracias a mecanismos vinculados a sistemas de gestión.

Servicio	Se deberá contar con políticas y normativas que le permitan a la empresa a cumplir con todas las necesidades que solicita el cliente con respecto a los productos o servicios.
Accesibilidad	Acceso total para todo tipo de clientes.
Precio	Análisis sobre los precios estipulados por la empresa, estos deberán ser establecidos de acuerdo al producto o servicio que están ofertando.
Cliente	Crear nuevas ofertas a los clientes mismos que estén estratégicamente vinculados con las nuevas tendencias para llamar la atención.
Producto	Nuevas formas de presentar o elaborar el producto en base a criterios de los clientes.
Promoción	Búsqueda de nuevos canales de promoción dentro de nuevos mercados para ofertar el producto.
Imagen	Presentar la imagen establecida de la empresa en vínculo con nuevas tendencias.

Nota: Los enfoques en los que se hace hincapié son factores de suma importancia para que el sistema de gestión de calidad funcione como mecanismo de **mejora (MINTUR [Ministerio de Turismo], 2018)**.

Cultura de la calidad

Es un aspecto con importancia puesto que aquí entra la sociedad en general, la cultura de la calidad al ser un conjunto de hábitos y valores los mismos que estudian a la persona, les permiten a las organizaciones durante el proceso de mejora continua afrontar retos y cumplir con sus objetivos. Esto se deberá analizar desde el punto de vista de cada organización, sin dejar de lado el desarrollo cultural, para ello el primer

paso es una mejora total dentro de la organización empezando desde sus directores, desde este nivel se puede decir que toda organización tiene la capacidad de promover cultura de la calidad, apta y progresivamente con orientación a la excelencia (Cujano, 2021).

Satisfacción al cliente

Como argumenta Silva (2017) la satisfacción al cliente consiste en una reacción sensorial emocional que es emitida por el mismo, de acuerdo con las experiencias adquiridas al recibir el producto o servicio que oferta dicha organización, este estado emocional es personal del cliente, lo emitirá desde el inicio, durante y al final de su permanencia en la empresa. Esto se lo evalúa dependiendo el nivel de satisfacción de la persona, un aspecto por destacar en este proceso son las quejas ya que se lo puede tomar como un indicador para medir el tipo de comunicación que existió entre la empresa y el cliente.

Categorización de un restaurante

Para que un restaurante se categorice los requisitos dependerán del país, al existir normativas los dueños de cada establecimiento deberán regirse a diferentes evaluaciones que midan la calidad, acoplarse a políticas que expresen competitividad y cumplir con las regulaciones estandarizadas que propone el gobierno o la entidad que esté a cargo del área.

En Ecuador los restaurantes llegan a ser categorizados como cafetería, bar, restaurante, discoteca, establecimiento móvil, plazas de comida y servicio de catering. Para una mejor comprensión dicha categorización es detallada en la Tabla 7.

Tabla 7: *Categorización de un restaurante en Ecuador*

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

Bar	<p>Establecimiento donde se consumen bebidas alcohólicas y no alcohólicas, alimentos ligeros como bocaditos, picadas, sandwich, entre otros similares, cuya estructura debe tener una barra o mostrador donde se servirán las bebidas y todo aquello que ordenen los consumidores, para el consumo dentro del establecimiento. No podrá contar con área de baile.</p>
Restaurante	<p>Establecimiento donde se elaboran y/o expenden alimentos preparados. En estos establecimientos se puede comercializar bebidas alcohólicas y no alcohólicas. También podrá ofertar servicios de cafetería y, dependiendo de la categoría, podrá disponer de servicio de autoservicio. Esta tipología incluye los establecimientos con especialidad de comida rápida</p>
Discoteca	<p>Establecimiento para escuchar música grabada y/o en vivo, bailar y consumir bebidas alcohólicas y no alcohólicas, que cuenta con pista de baile.</p>
Establecimiento móvil	<p>Establecimiento donde se elaboran, expenden y/o sirven alimentos preparados, pudiendo ser fríos y/o calientes y bebidas alcohólicas y no alcohólicas. Este tipo de establecimiento se caracteriza por prestar servicios itinerantes de alimentos y bebidas. Para el expendio de bebidas alcohólicas en establecimientos móviles que se</p>

encuentren en la vía pública deberán solicitar al Gobierno Autónomo Descentralizado competente la autorización correspondiente.

Plazas de comida

Son consideradas como los sitios que agrupan diversos establecimientos turísticos de alimentos y bebidas y que no se encuentran dentro de un centro comercial.

Servicio de catering

Es la prestación externa del suministro de comida preparada y puede abastecer de todo lo necesario para la organización de cualquier evento, banquete, fiesta o similares (no comprende el servicio a domicilio de un restaurante, cafetería o establecimiento de alojamiento).

Nota: En el territorio ecuatoriano se categoriza a los establecimientos que expenden alimentos y bebidas, cada uno de ellos poseen características diferentes al igual que su funcionamiento (MINTUR, 2018).

Huecas

El tema gastronómico es uno de los ejes principales dentro del turismo con mayor importancia, estudios demuestran que el gasto que tiene un turista al momento de alimentarse es la tercera parte de un gasto total de tal manera que al sector turístico gastronómico se lo identifica como un sector altamente activo. En la actualidad una de las nuevas tendencias en el mundo es visitar sitios que ofertan la gastronomía tradicional del mismo, esta actividad con el tiempo va adquiriendo mayor acogida, por ello las autoridades se han ideado estrategias como lo es ferias gastronómicas donde un sin número de establecimientos que expenden alimentos y bebidas dan a conocer sus platos de comida icónicos, por lo general en dichas ferias gastronómicas asisten los dueños de establecimientos denominados “huecas gastronómicas” (Aguirre et al., 2020).

En el Ecuador existe gran variedad de establecimientos expendedores de alimentos y bebidas, pero si hablamos de huecas gastronómicas en este tipo de establecimientos lo que llama la atención a los clientes son la venta de comida criolla. Por lo general estos establecimientos pertenecen a familias y su dirección está a cargo de parientes de primer, segundo y hasta tercer grado de consanguinidad. Para **Fonseca (2018)** una hueca es un restaurante de pequeñas dimensiones que por lo general en su menú ofertan comida rápida propia del país o la región, muchos les conocen a estos lugares como agachaditos o antojitos. La característica principal de una hueca es que el establecimiento se convierte en una herencia familiar donde las recetas y costumbres con las que se venían manejando con el pasar del tiempo se las va conservando.

Las huecas están en la capacidad de ser reconocidas como establecimientos de intercambio de saberes y costumbres culturales, por tanto, para que un cliente que le interese la gastronomía que se oferta deberá recorrer las calles de la ciudad para encontrarlo. Estas huecas gastronómicas tienen la característica de abrir su atención al cliente desde las 05:00 de la mañana y el cierre es hasta que los clientes dejen de llegar o el producto se termine (**Fonseca, 2018**).

Comida típica

La comida típica hace referencia a un grupo de productos alimenticios que son propios de un país, región o comunidad, la mayor parte de platos de comida típica poseen productos fáciles de conseguir y preparar, por lo general dichos productos son cultivados en la zona y todo habitante tiene conocimiento de él, poseen un estilo de cocina casera que data desde la época colonial, todo nace desde el término “criollo” que significa o hace referencia a platos que tienen origen europeo mismos que nacieron en la edad precolombina y con el pasar del tiempo se adaptaron a la época actual. Se caracteriza por conservarse durante varias décadas lo que lo convierte en un factor de gran valor. De igual su preparación es medio en complejidad y la mayoría de este tipo de comidas son elaborados con ingredientes autóctonos (**Ferrin, 2019**).

Recetas tradicionales

Las recetas tradicionales son aquellas que involucran una infinidad de sabores y técnicas culinarias que por lo general son ancestrales, cada preparación dependerá de la región de la que se provenga, ya sea en su preparación o en los ingredientes que se

utiliza esto va a depender mucho de la zona. En la actualidad en todo restaurante se manejan recetas de comida tradicional que han sido heredadas de antepasados que en varias ocasiones le dan un toque de saberes modernos. Los alimentos que generalmente se utilizan en las recetas tradicionales son fáciles de encontrar, pero sobre todo económicos y con un alto valor nutricional (Sánchez, 2020).

Huecas gastronómicas representativas de Ambato

En el cantón de Ambato existen establecimientos que expenden alimentos que poseen características longevas, a continuación, se detalla en la Tabla 8 las huecas gastronómicas más representativas.

Tabla 8: *Huecas más representativas del cantón Ambato*

Hueca	Propietario/a	Breve reseña
Caldo de 31	Susana Flores	El local lleva su atención al cliente alrededor de 40 años, toda esta tradición empezó con la madre de Susana Flores, en aquella época los caldos se los realizaba en una casa de tierra sin embargo este tipo de infraestructura eran muy pequeña para que los clientes puedan degustar así que decidieron hacer un préstamo y construir un local más amplio, hasta la actualidad la demanda es alta. Esta tradición nace de una familia trabajadora están ubicados en el mercado central, en sus inicios
Empanadas de morocho	Alda Valle Guerra	

**Llapingacho de
Marujita**

María Tirado

fueron ubicados alrededor del mercado, con el pasar del tiempo todas las vendedoras de comida fueron reubicadas a la planta superior, desde este punto cada uno debía ideárselas para adecuar su puesto de trabajo de la mejor manera para poder vender en óptimas condiciones. La Sra. Aidita como se la conoce al tener un puesto bonito, una atención hogareña, pero sobre todo unas empanadas con excelente sabor todos los turistas que visitan Ambato buscan de gustar siempre de sus empanadas.

Todo empezó cuando la madre de María Tirado le enseñó la receta para elaborar un buen llapingacho, una vez que terminó la primaria se dedicó a ayudar a su madre en tiempo completo, alrededor de 60 años dicha tradición se la ha conservado, están ubicados en la planta alta

**Colada morada de
Atocha**

Gloria Naranjo

del mercado central y los clientes que los visitan siempre regresan gracias a los sabores únicos que posee.

Dicho establecimiento tiene una trayectoria de 16 años cuando Gloria Naranjo aprendió a elaborar la colada morada junto a la madre de su difunto esposo, está ubicado en el barrio más antiguo de la ciudad, el barrio Atocha, la característica principal de este producto es que es elaborado en cocina de leña. La demanda de turistas es alta de tal manera que gracias a las ganancias adquiridas pudo sacar adelante a sus dos hijos y convertirlos en unos profesionales.

Es un local tradicional de la ciudad de Ambato por su gastronomía que se conserva alrededor de 50 años. La receta fue creada por la tatarabuela del actual dueño Antonio Galarza por el año de

Tortillas de nylon

Antonio Galarza

Helados de la catedral

Segundo Oña

1940, en la actualidad se manejan con un tiesto de piedra volcánica mismo que es el encargado de darle el sabor a las tortillas de maíz. Las personas que han degusto de este producto las han bautizados con un sin número de nombres por su textura suave pero el nombre emblemático es tortillas de nylon.

La historia de Segundo Oña más conocido como “el marinero” empieza cuando su suegro y su esposa le enseñaron como elaborar y vender los helados, todo empezó con un pequeño coche que le regalaron, a partir de ahí vendía a escondidas ya que los agentes de control no le dejaban vender el producto en un lugar específico, recorrió plazas, mercados y parques. En la actualidad tiene compañeros que le ayudan en la venta de helados, la receta que le enseñó su esposa aun la

conserva sin cambiar ni aumentar el producto, su trayectoria es de 35 años vendiendo en la esquina de la Iglesia la Catedral.

Nota: Las huecas gastronómicas más representativas que se encuentran ubicadas en el cantón tienen una trayectoria que la mayoría de los ambateños las conocen, de tal manera que a partir de aquellos relatos los turistas optan por visitar las instalaciones para conocer acerca de lo que se oferta (**Comité Permanente Fiesta de la Fruta y de las Flores, 2021**).

1.1.2. Descripción de la variable dependiente

Turismo gastronómico

Es una tipología del turismo, en la cual su actividad principal es conocer la gastronomía tradicional de una región durante su visita. De acuerdo con lo argumentado por **Torres (2019)** el turismo gastronómico puede llegar a ser considerado como una actividad de aventura puesto que se enfoca en aquel público que busca adentrarse al mundo de la cocina, esta tipología no solo se trata de asistir a restaurantes donde sirven comida, si no engloba una infinidad de aspectos desde ir a visitar las plazas, tiendas que venden alimentos propios de la región, casas de personas locales de la región, eventos gastronómicos, etc. Se puede decir que mediante el turismo gastronómico el turista tendrá la oportunidad de conocer nuevos sabores y nuevas técnicas culinarias.

El turismo gastronómico se ha convertido en un fenómeno con gran visión ya que se ha desarrollado en grandes magnitudes en todas las partes del mundo, a comparación del resto de tipologías el turismo gastronómico posee características más dinámicas y creativas, tanto en los destinos como operadores se han ideado estrategias para diversificar este segmento, puesto que la importancia que tiene la gastronomía, el turismo y la económica puede crear relaciones entre sí y fomentar al desarrollo local. Con el pasar del tiempo la competitividad que expone el turismo gastronómico dentro de un destino es utilizado como factor para que el turista que decide viajar se motive a conocer actividades autóctonas, de tal sentido que al momento de presentar una oferta

que involucre el turismo y la gastronomía el turista adquiriera esa seguridad de estar visitando o realizando una actividad competente que tiene toda la capacidad de solventar sus necesidades (Cunha, 2018).

Características del turismo gastronómico

Al ser una tipología del turismo encargado de valorizar el patrimonio culinario y alimenticio de una región en específico, sus principales características son:

- Promocionar los platos nacionales, regionales y locales
- Promover sitios que ofrezcan productos originales.
- Enfocarse en toda comida tradicional
- Contribuir al desarrollo turístico y al fortalecimiento de la región que se visite.

Perfil del turista gastronómico

Al hablar de turismo gastronómico hace referencia a aquella actividad que tiene como función dejar una experiencia al momento de comer o ingerir algún tipo de bebida, generalmente en dicho segmento el punto base para que se lo pueda desarrollar con éxito es visitar lugares que expresen originalidad, es decir que los platos que son presentados aseguren la conexión con la localidad, como la gastronomía ha ido adquiriendo un sin número de características esta puede llegar a ser considerado como un factor cultural diferenciador. Las personas que optan por realizar un viaje por motivo gastronómico poseen una mayor experiencia en el ámbito, son económicamente activos y su tiempo para viajar fuera de su lugar habitual es mayor, si hablamos del perfil del turista que busca realizar turismo gastronómico es importante mencionar que son personas que no necesariamente realizan actividades relacionadas directamente con la gastronomía (Cunha, 2018).

Experiencias gastronómicas

A nivel mundial existe una gran variedad de sabores, colores, olores y texturas mismos que son los encargados de atraer a una infinidad de paladares con diferente forma de percepción. En el Ecuador existen turistas que llegan a consumir diferentes tipos de alimentos solo para satisfacer sus necesidades aunque sin embargo también existen turistas que viajan a otros rincones del territorio para conocer acerca de la gastronomía propia del sitio, aprender nuevas técnicas culinarias, comparar texturas de los

alimentos, descubrir ingredientes que sean capaces de cautivar sus paladares, a todo esto se le incluye las variaciones de acuerdo con su preferencia, cultura, educación, etc., es decir, para que una experiencia gastronómica se dé a cabo dependerá netamente de la mentalidad de la persona (Cuenca, 2018).

Gastronomía nacional

El Ecuador posee una magnífica cultura gastronómica, cuenta con comida original, variada y con estupendos sabores, ya sea comida de la sierra, de la costa o de la amazonia la gama de comida es única en sabores y técnicas de preparación. La gastronomía del territorio es conocido por la excelente calidad en lo que respecta a los mariscos, tubérculos y frutas. Al ser un país que está involucrado completamente con temas de biodiversidad es dueño de un valor gastronómico cultural con diferencia de otros países que poseen similares características, esto se ha convertido en una herramienta ideal para mezclar saberes de personas locales y extraños logrando así nuevos aromas y sabores (Torres, 2019).

Desarrollo del turismo gastronómico

De acuerdo con lo argumentado por Castillo (2021) el desarrollo puede ser entendido como proceso que es registrado en territorios pequeños con asentamientos humanos, el mismo que posee la capacidad de erradicar un dinamismo en el ámbito económico y mejorar la calidad de vida de la población. Es necesario mencionar que el objetivo principal del desarrollo es potenciar la productividad de la zona y así conseguir de manera autónoma las vías para su desarrollo.

La gastronomía con el pasar del tiempo se ha convertido en un eje fundamental para dar a cabo con el desarrollo económico y turístico en el país, gracias a la variedad de conocimientos, técnicas culinarias ancestrales que aún se conservan y los inigualables sabores que existen en este sector se han potenciado significativamente. Las cuatro regiones del país cuentan con diferentes platos, los mismos que se ha popularizado a escalas mundiales, de tal manera que trabajos en conjunto con entidades públicas como el MINTUR, el Patrimonio Cultural Alimentario, Municipios y los propietarios de los establecimientos que ofertan los alimentos han logrado posicionar tanto a alimentos como bebidas en platos emblemáticos y representativos en cada provincia. Esta

estrategia ha sido utilizada como motivación para todo el sector dentro del Ecuador logrando así un fomento al desarrollo de un turismo gastronómico (**Armijos, 2020**).

El desarrollo gastronómico local tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de una población, pero sobre todo promover a la sostenibilidad económica de las áreas que le rodean a dicha población. Por ende, para que exista un correcto desarrollo del turismo gastronómico es esencial crear rutas gastronómicas que permitan conocer la identidad culinaria que identifica al área donde se desarrolla la actividad, cabe mencionar que la participación de los establecimientos encargados de expender alimentos y bebidas es de gran valor, se han determinado como factor esencial para general un desarrollo socioeconómico (**Romero, 2017**).

Turismo gastronómico en Tungurahua

Tungurahua es una de las 24 provincias existentes en el territorio ecuatoriano, cuenta con una extensión de 3.334 km² y con una altura de 2.620 msnm., su nombre se le da gracias al volcán Tungurahua el cual está ubicado en el canto Baños de Agua Santa. La provincia está dividida en nueve cantones: Ambato, Quero, Cevallos, Mocha, Baños de Agua Santa, Pelileo, Pillaro, Tisaleo y finalmente Patate. Así como cuenta con una diversidad de culturas extensa estas son las encargadas de dotarles características únicas, una de ellas es la gastronomía propia de cada cantón, cuentan con una variedad de sabores, recetas ancestrales y aromas por lo que están en la capacidad de cumplir con todas las expectativas que presente un turista al momento de visitar un establecimiento de alimentos ubicado en cada uno de los cantos dentro de la provincia (**Torres, 2021**).

En total son varias las opciones gastronómicas con las que cuenta la provincia de Tungurahua ya sea llapingachos, empanas de viento, caldo de gallina criolla, cuy o conejo asado, etc. cada uno de estos platos se los han venido conservando desde la cocina de los pobladores antiguos convirtiéndose en una tradición inquebrantable. Partiendo desde este punto si se hace hincapié en la gastronomía que se oferta en el cantón Ambato se puede destacar que son platos exuberantes con grandes cualidades y grandes sabores. Al ser el cantón que está ubicado en el centro de la provincia y ser la capital de los habitantes tungurahueses es conocida como “La ciudad jardín”, “Tierra de las Frutas y de las Flores” o “Cuna de los tres Juanes”, esta ciudad se destaca

por su gran colorido, el carisma de la gente, sus tradiciones y como se mencionó con anterioridad su gastronomía que es considerada una de las más exquisitas a nivel de sabor, como plato representativo se puede destacar que es el llapingacho, seguido del pan hecho a leña o sus bebidas como la colada morada y el morocho que se las puede encontrar durante todo el año (Torres, 2021).

1.2. Objetivos

Objetivo general

Determinar la incidencia de la gestión de calidad y el desarrollo turístico gastronómico en las huecas existentes en el cantón Ambato.

Objetivos específicos

- Investigar acerca de la gestión de calidad en establecimientos de alimentación.
- Identificar las huecas gastronómicas existentes en el cantón Ambato.
- Describir el desarrollo turístico gastronómico local.
- Diseñar un manual gestión de calidad para las huecas en el cantón Ambato.

Descripción de los objetivos

- Investigar acerca de la gestión de calidad en establecimientos de alimentación.

Para cumplir con el desarrollo del objetivo específico número 1, se realizará una investigación bibliográfica, misma que permitirá adquirir información específica, dicha investigación se va a basar en fuentes confiables como revistas, artículos científicos, trabajos de investigación previamente realizadas, libros, páginas web, etc. Partiendo de ese punto se indagará acerca del modelo Servqual mismo que servirá para realizar una evaluación acerca de la calidad.

- Identificar las huecas gastronómicas existentes en el cantón Ambato.

De la misma forma para dar cumplimiento con el objetivo específico 2 se realizará una visita a las instalaciones del Comité Permanente de la Fiesta de las Frutas y de las Flores para solicitar información verídica acerca de las principales huecas gastronómicas existentes en el cantón Ambato, seguidamente en base a la información proporcionada se llenará fichas informativas acerca de cada establecimiento y se

elegirá a la hueca más representativa misma que será evaluada mediante el cuestionario del modelo Servqual.

- Describir el desarrollo del turístico gastronómico local.

Por otra parte, para desarrollar con el objetivo específico 3 se realizará una investigación bibliográfica, dicha información se extraerá de fuentes confiables como artículos científicos, trabajos de investigación, páginas web, etc., acerca de cómo es el desarrollo del turismo gastronómico local.

- Diseñar un manual de gestión de calidad para las huecas en el cantón Ambato.

Una vez investigada la información teórica y analizada la situación actual de las huecas gastronómicas del cantón Ambato, de acuerdo a los resultados obtenidos en el cuestionario aplicado, se propondrá un manual de gestión de calidad, mismo que será aplicable para toda hueca gastronómica. Este diseño se lo podrá encontrar en el punto 4.3.

CAPITULO II

METODOLOGÍA

2.1. Materiales

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se utilizó los materiales que se detallan en la Tabla 9:

Tabla 9: *Materiales utilizados para el desarrollo del trabajo de investigación*

Recursos	Detalle	Cantidad
Humanos	Estudiante	N/A
	Docente tutor	N/A
	Docentes evaluadores	N/A
Institucionales	Universidad Técnica de Ambato	N/A
	Huecas gastronómicas	N/A
Tecnológicos	Computadora	\$700.00
	Impresora	\$100.00
	Internet	\$35.00
Materiales	Resma de papel	\$4.00
	Esferos	\$1.00
	Libreta de apuntes	\$1.00
Total		\$841.00

Nota: En la Tabla 9 se especifica cada uno de los materiales que se necesita para dar por hecho con la investigación.

2.2. Métodos

Enfoque

En el presente trabajo de investigación tiene como orientación un enfoque cuantitativo, mismo que se centra en la recolección, el análisis y la interpretación de datos estadísticos. Como lo menciona **Hernández et al. (2014)** el principal objetivo de un enfoque cuantitativo es buscar los medios necesarios para poder interpretar y comprobar una hipótesis mediante la cual facilite la medición de las variables que fueron planteadas para estudiarse.

De tal manera en la investigación el enfoque cuantitativo se lo aplicará mediante un instrumento, mismo que será el encargado de recolectar los datos para posteriormente analizar los resultados que se obtendrán a partir de las encuestas planteadas a los comensales que se encuentran visitando la hueca gastronómica más representativa, donde el objetivo será medir el nivel de calidad del servicio con el que se manejan.

Diseño

El diseño de la investigación será no experimental, puesto que no se alterará las variables que se está estudiando, solo atravesarán un proceso de observación y medición en su aspecto natural para luego de eso ser analizadas. Así mismo se considera que es una investigación de tipo transeccional debido a que se estudiará la calidad del servicio con la que se maneja una hueca gastronómica del cantón Ambato en la actualidad en un tiempo determinado (Alvarez, 2020).

Alcance

Investigativo

El alcance que posee la investigación es de carácter descriptivo simple mediante el cual se busca ir detallando las características de los fenómenos que se van a analizar, por ende, a partir de la recolección de datos y el análisis cuantitativo sobre la gestión de calidad con la que se manejan de las huecas en la actualidad se permitirá exponer la potencialidad con la que cuenta cada establecimiento y así darse paso a un desarrollo gastronómico en beneficio para el cantón y la población que habita en las diferentes zonas donde funcionan las huecas.

Territorial

La ciudad de Ambato es la capital de la provincia de Tungurahua tiene una extensión de 46.5 km² y es conocida como la tierra de los tres Juanes, Ciudad Jardín o Tierra de las Frutas y de las Flores, de acuerdo a registros históricos se evidencia que su independencia fue el 12 de noviembre de 1820, este hecho se dio después de la emancipación de Latacunga. Al atravesar por varios terremotos donde el 5 de agosto fue uno de los más catastrados ya que destruyó la ciudad por completo, con el pasar de los años logro sobresalir de este hecho y con perseverancia pudo posicionarse como una ciudad que cuenta con importancia en el ámbito comercial y turístico. En el sector

turístico se puede hacer referencia a la tipología de turismo gastronómico ya que al contar con recetas tradicionales que se las ha venido conservando año tras año se ha convertido en un factor que motiva a los turistas a visitar el cantón, como ejemplo se puede mencionar a la hueca gastronómica “Los Caldos de 31 de Doña Susana Flores” que está ubicado en el barrio Ingahurco, su propietaria es la señora Susana Flores quien lleva preparando todo tipo de platillos más de 40 años (**GAD Ambato [Gobierno Autónomo Descentralizado de Ambato], 2018**).

Muestra y población

Población

La población que se tomará en cuenta para dar por hecho con esta investigación serán los comensales que visiten la hueca gastronómica más representativa, se aplicará a las personas que sean mayores de 18 años económicamente activos, sin embargo, al no conocer el tamaño de la población se aplicara la fórmula que permite calcular el tamaño de la muestra cuando no se te tiene datos de la población y es la siguiente:

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

En donde:

Z= nivel de confianza

P= probabilidad de éxito o proporción esperada

Q=probabilidad de fracaso

D= precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

Muestra

Por otra parte, el tipo de muestreo que se utilizará es el muestreo probabilístico aleatorio simple ya que se encuestará aleatoriamente a los comensales que se encuentren en la hueca. Entonces:

$Z_{\alpha}^2 = 1.962$ (ya que la seguridad es del 95%)

p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

q = 1-p (en este caso 1 – 0.05 = 0.95)

d = precisión (en este caso deseamos un 3%)

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.05 \times 0.95}{0.03^2} = 203$$

Técnicas

Para poder dar cumplimiento con la investigación se realizó revisiones bibliográficas extraídas de fuentes confiables como trabajos de investigación, artículos científicos, libros, entre otros mismos que faciliten la comprensión y el cumplimiento de los objetos de estudio planteados. Así mismo mediante encuestas se pretender realizar una recolección de información que puede ser interpretada como observación de campo.

Instrumentos

De acuerdo al parámetro mencionado con anterioridad, se logró deducir el formato del cuestionario con el que se manejarán las encuestas para los comensales que se encuentren visitando la hueca gastronómica seleccionada. El cuestionario que será utilizada fue extraído del modelo Servqual, mediante este instrumento se busca medir la calidad del servicio, dicha encuesta consta de cinco dimensiones: aspectos tangibles, fiabilidad, sensibilidad, seguridad y empatía.

Fiabilidad del instrumento

El cuestionario al verificar su fiabilidad mediante el programa estadístico SPSS quedo validado con un resultado de .939 en escala de Alfa de Cronbach, como se detalla en la Tabla 10.

Tabla 10: *Fiabilidad*

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,939	23

Nota: En la Tabla 10 se puede detallar el resultado del Alfa de Cronbach que arrojo el programa estadístico SPSS al verificar la fiabilidad del instrumento que se utilizó.

CAPITULO III

ANALISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.1. Análisis y discusión de los resultados

Para dar con el cumplimiento del análisis y la discusión de los resultados en la presente investigación se muestra los resultados obtenidos de 203 encuestados.

Cuestionario

Preguntas demográficas

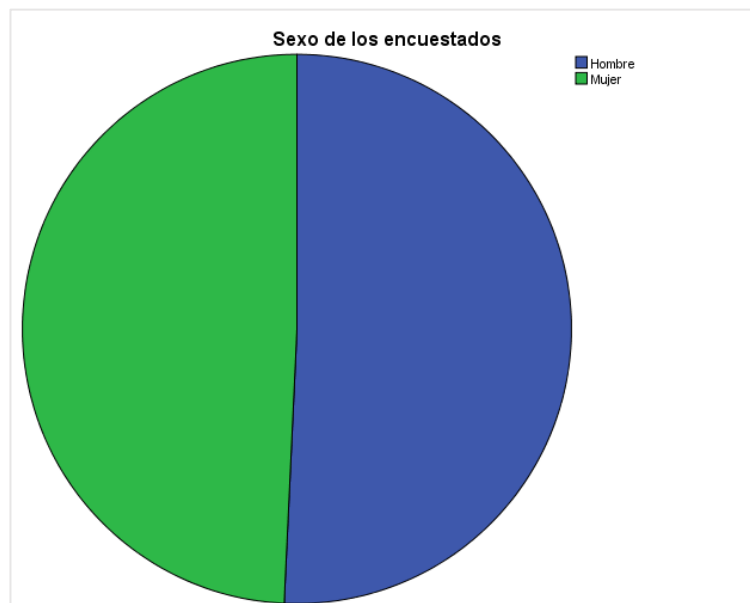
Pregunta 1: Sexo

Tabla 11: *Sexo de los encuestados*

Sexo de los encuestados					
Válidos		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
	Hombre	103	50,7	50,7	50,7
	Mujer	100	49,3	49,3	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Figura 2: *Sexo de los encuestados*



Nota: En la siguiente figura se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Análisis

En la primera pregunta demografía hace referencia al sexo de las personas que fueron encuestadas, del 100% de personas que participaron en este proceso que es un total de 203, se puede evidenciar que el sexo masculino tuvo mayor porcentaje de participación al contar con un 50,7% a diferencia de las mujeres.

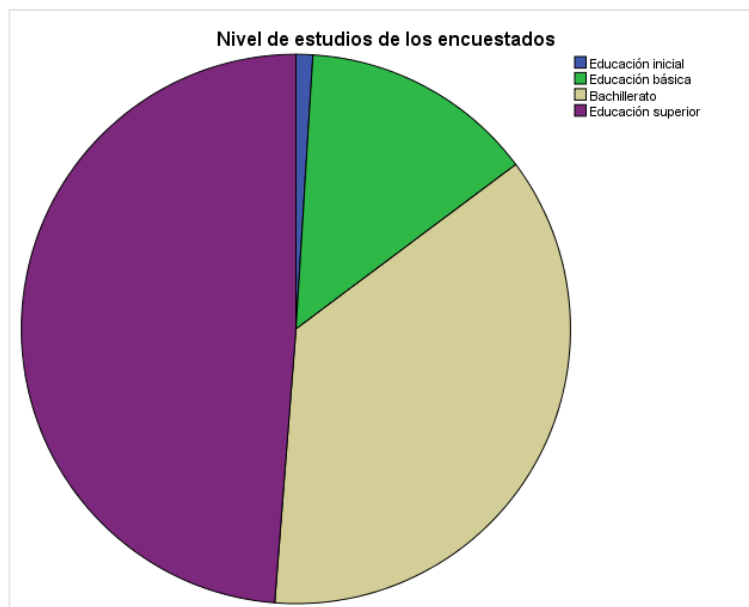
Pregunta 2: Nivel de estudios

Tabla 12: *Nivel de estudios*

Nivel de estudios de los encuestados					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válidos	Educación inicial	2	1,0	1,0	1,0
	Educación básica	28	13,8	13,8	14,8
	Bachillerato	74	36,5	36,5	51,2
	Educación superior	99	48,8	48,8	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Figura 3: Nivel de estudios



Nota: En la siguiente figura se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Análisis

En el presente gráfico se puede evidenciar que de toda la muestra que fue encuestada existe mayoría de personas que cuentan con un nivel de estudios de educación superior.

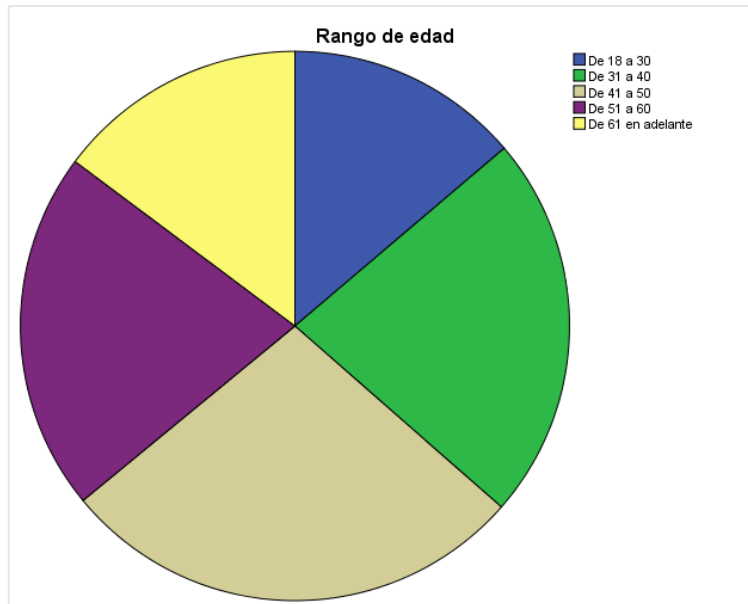
Pregunta 3: Rango de edad

Tabla 13: Rango de edad

		Rango de edad			
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válidos	De 18 a 30	28	13,8	13,8	13,8
	De 31 a 40	46	22,7	22,7	36,5
	De 41 a 50	56	27,6	27,6	64,0
	De 51 a 60	43	21,2	21,2	85,2
	De 61 en adelante	30	14,8	14,8	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Figura 4: Rango de edad



Nota: En la siguiente figura se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Análisis

Con un porcentaje representativo se puede evidenciar que las personas que tuvieron mayor participación en la encuesta son adultos que oscilan entre los 41 a 50 años de edad, debido a que es un grupo que conoce la gastronomía tradicional y está familiarizado con los establecimientos de una hueca gastronómica, permitiéndoles responder con gran facilidad las preguntas que se les planteo.

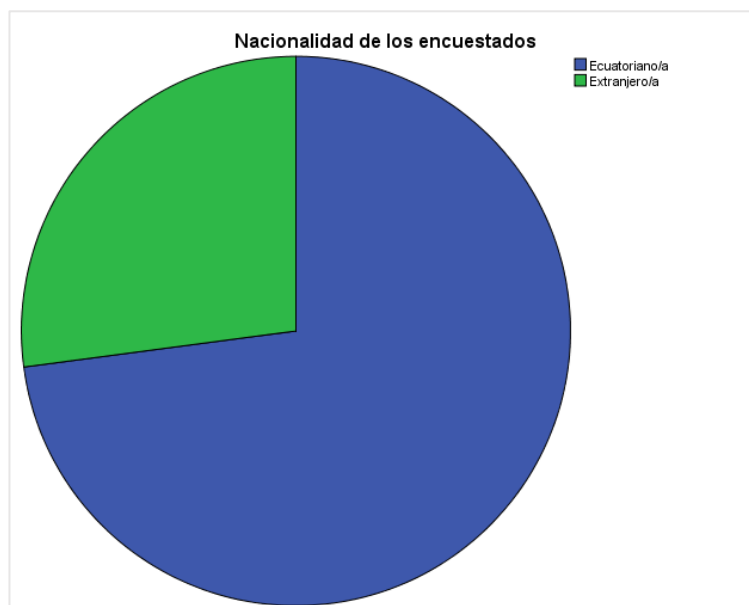
Pregunta 4: Nacionalidad

Tabla 14: Nacionalidad

Nacionalidad de los encuestados					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válidos	Ecuatoriano/a	148	72,9	72,9	72,9
	Extranjero/a	55	27,1	27,1	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Figura 5: Nacionalidad



Nota: En la siguiente figura se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Análisis

En el siguiente gráfico se muestra que la mayoría de personas que visitan la hueca “Caldos de 31 de Doña Susana Flores” son propios del país, ya que al estar ubicados en una zona excéntrica conocen acerca de los platos que se oferta en el establecimiento y de igual manera se les hace más fácil visitar el mismo, a diferencia de los extranjeros que en la mayoría tienen la posibilidad de acudir por una única vez.

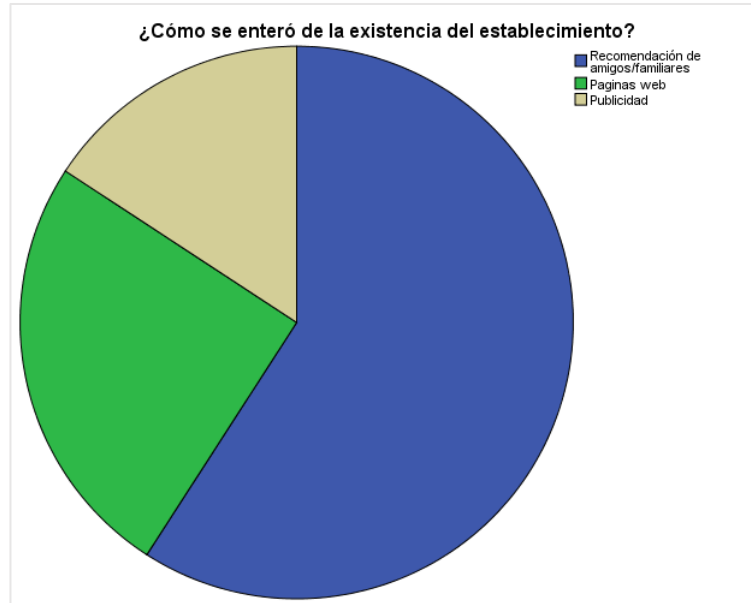
Pregunta 5: ¿Cómo se enteró de la existencia del establecimiento?

Tabla 15: ¿Cómo se enteró de la existencia del establecimiento?

¿Cómo se enteró de la existencia del establecimiento?					
Válidos		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
	Recomendación de amigos/familiares	120	59,1	59,1	59,1
	Páginas web	51	25,1	25,1	84,2
	Publicidad	32	15,8	15,8	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Figura 6: *¿Cómo se enteró de la existencia del establecimiento?*



Nota: En la siguiente figura se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Análisis

La mayor parte de personas que participaron y respondieron a la encuesta que se les presento manifiestan que conocen la hueca “Caldos de 31 de Doña Susana Flores” mediante recomendaciones por parte de amigos, familiares, conocidos, etc. Mediante este resultado se puede evidenciar que las diferentes huecas gastronómicas se dan a conocer por el boca a boca, convirtiéndose así en establecimientos donde su estrategia de marketing se desarrolla gracias a las personas que visitaron con anterioridad y les agrado el producto que se les oferto.

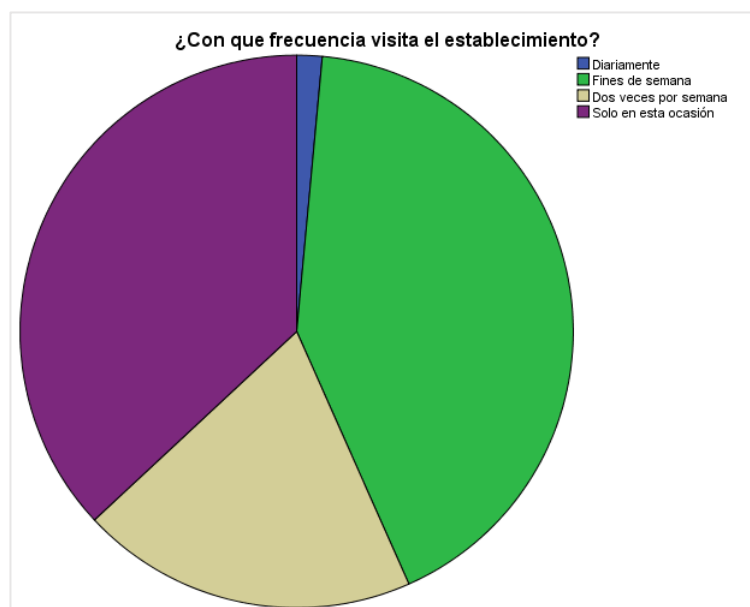
Pregunta 6: ¿Con que frecuencia visita el establecimiento?

Tabla 16: ¿Con que frecuencia visita el establecimiento?

¿Con que frecuencia visita el establecimiento?					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válidos	Diariamente	3	1,5	1,5	1,5
	Fines de semana	85	41,9	41,9	43,3
	Dos veces por semana	40	19,7	19,7	63,1
	Solo en esta ocasión	75	36,9	36,9	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Figura 7: ¿Con que frecuencia visita el establecimiento?



Nota: En la siguiente figura se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Análisis

En el siguiente gráfico de sectores se puede evidenciar que del total de personas que fueron encuestadas existe una gran mayoría que manifestó que acuden a el establecimiento los fines de semana, así mismo existe otro grupo de encuestados con

un porcentaje considerable que se encontraban degustando de los productos solo por aquella ocasión mismos que estaban conociendo y corroborando lo que se comentaba de la hueca gastronómica.

Una vez analizadas todas las preguntas demográficas que se les presento a los encuestados, a continuación, se procederá a analizar los resultados que se obtuvo en las preguntas que fueron extraídas del Modelo Servqual, cuenta con cinco dimensiones como son: aspectos tangibles, fiabilidad, sensibilidad, seguridad y empatía.

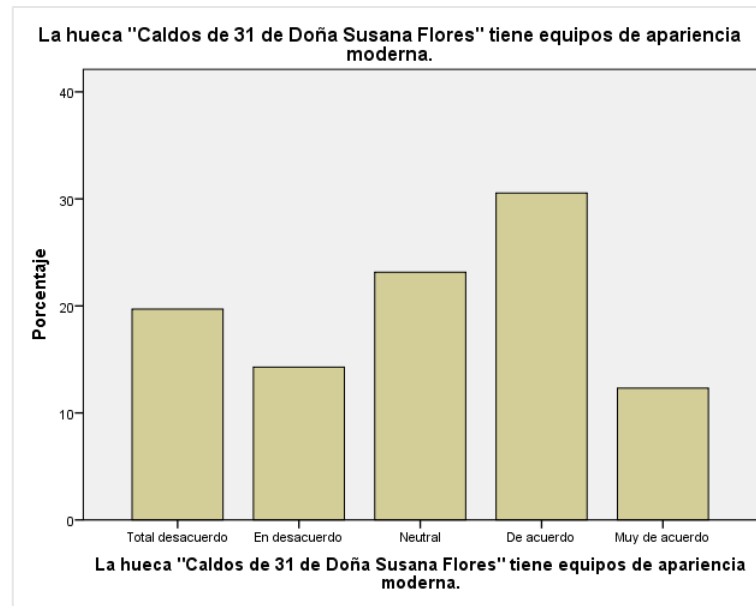
Pregunta 7: ASPECTOS TANGIBLES. La hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" tiene equipos de apariencia moderna.

Tabla 17: *La hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" tiene equipos de apariencia moderna*

La hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" tiene equipos de apariencia moderna.					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válidos	Total desacuerdo	40	19,7	19,7	19,7
	En desacuerdo	29	14,3	14,3	34,0
	Neutral	47	23,2	23,2	57,1
	De acuerdo	62	30,5	30,5	87,7
	Muy de acuerdo	25	12,3	12,3	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Figura 8: La hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" tiene equipos de apariencia moderna



Nota: En la siguiente figura se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Análisis

Dentro de la dimensión de aspectos tangibles según el modelo del Servqual se encuentra la pregunta que evalúa la apariencia de los equipos con los que cuenta el establecimiento, por ende, una vez realizada la encuesta dentro de la población se encuentra un grupo significativo con un porcentaje de 30.5% que están de acuerdo en que los equipos de la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" tienen apariencia moderna.

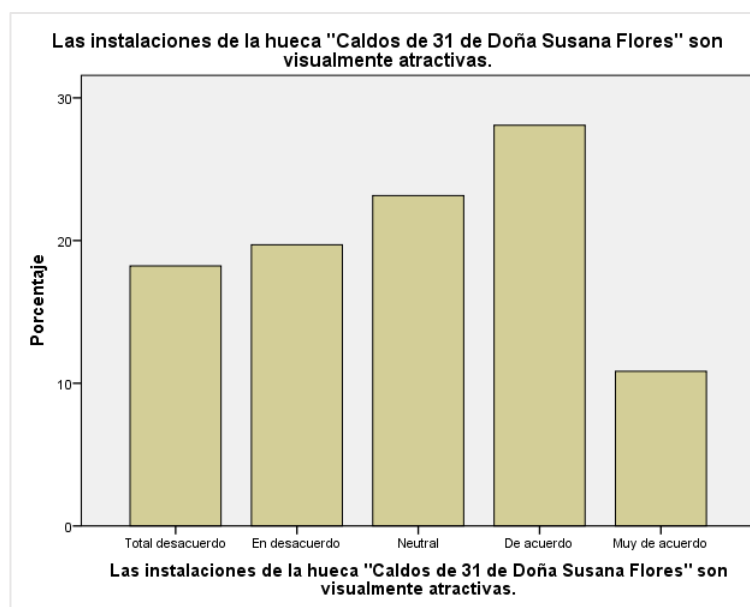
Pregunta 8: Las instalaciones de la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" son visualmente atractivas.

Tabla 18: Las instalaciones de la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" son visualmente atractivas

Las instalaciones de la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" son visualmente atractivas.					
Válidos		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
	Total desacuerdo	37	18,2	18,2	18,2
	En desacuerdo	40	19,7	19,7	37,9
	Neutral	47	23,2	23,2	61,1
	De acuerdo	57	28,1	28,1	89,2
	Muy de acuerdo	22	10,8	10,8	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Figura 9: Las instalaciones de la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" son visualmente atractivas



Nota: En la siguiente figura se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Análisis

En relación a las instalaciones del establecimiento se evidencia que las exceptivas de los clientes es alta ya que en base a los resultados se puede constar que un 28.1% del total de encuestados están de acuerdo en que las instalaciones de la hueca gastronómica son visualmente atractivas.

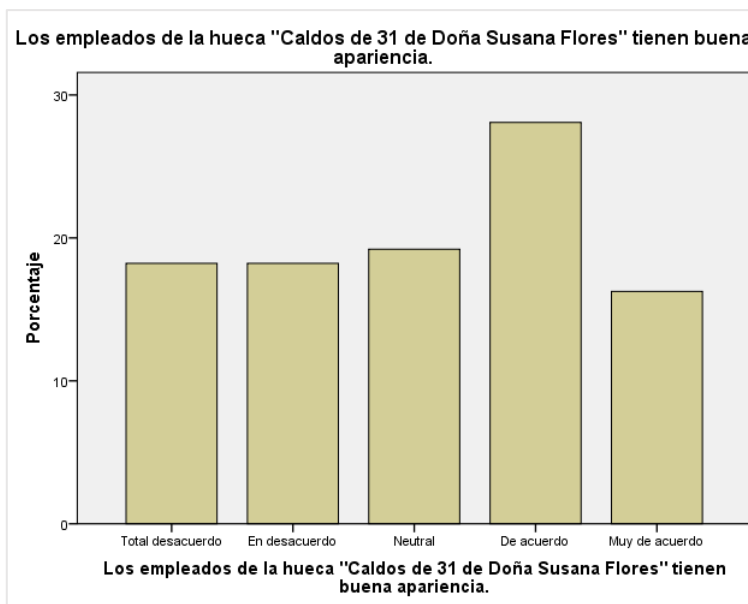
Pregunta 9: Los empleados de la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" tienen buena apariencia.

Tabla 19: Los empleados de la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" tienen buena apariencia

Los empleados de la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" tienen buena apariencia.					
Válidos		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
	Total desacuerdo	37	18,2	18,2	18,2
	En desacuerdo	37	18,2	18,2	36,5
	Neutral	39	19,2	19,2	55,7
	De acuerdo	57	28,1	28,1	83,7
	Muy de acuerdo	33	16,3	16,3	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Figura 10: Los empleados de la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" tienen buena apariencia



Nota: En la siguiente figura se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Análisis

Al hacer mención sobre la parte interna del establecimiento específicamente en los empleados existe una mayoría de personas que están de acuerdo en que los empleados que ejercen en la hueca gastronómica tienen una buena apariencia.

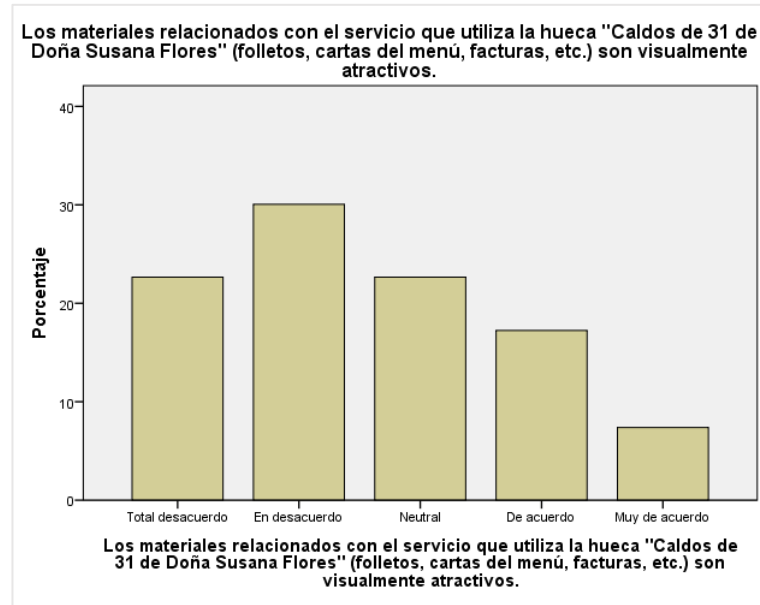
Pregunta 10: Los materiales relacionados con el servicio que utiliza la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" (folletos, cartas del menú, facturas, etc.) son visualmente atractivos.

Tabla 20: *Los materiales relacionados con el servicio que utiliza la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" (folletos, cartas del menú, facturas, etc.) son visualmente atractivos*

Los materiales relacionados con el servicio que utiliza la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" (folletos, cartas del menú, facturas, etc.) son visualmente atractivos.					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válidos	Total desacuerdo	46	22,7	22,7	22,7
	En desacuerdo	61	30,0	30,0	52,7
	Neutral	46	22,7	22,7	75,4
	De acuerdo	35	17,2	17,2	92,6
	Muy de acuerdo	15	7,4	7,4	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Figura 11: *Los materiales relacionados con el servicio que utiliza la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" (folletos, cartas del menú, facturas, etc.) son visualmente atractivos*



Nota: En la siguiente figura se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Análisis

Dentro de la muestra que participó durante el proceso de la encuesta existe un grupo significativo y de mayoría lo cuales están en desacuerdo en que los materiales como (folletos, cartas del menú, facturas, etc.) con los que trabaja la hueca gastronómica no son visualmente atractivos.

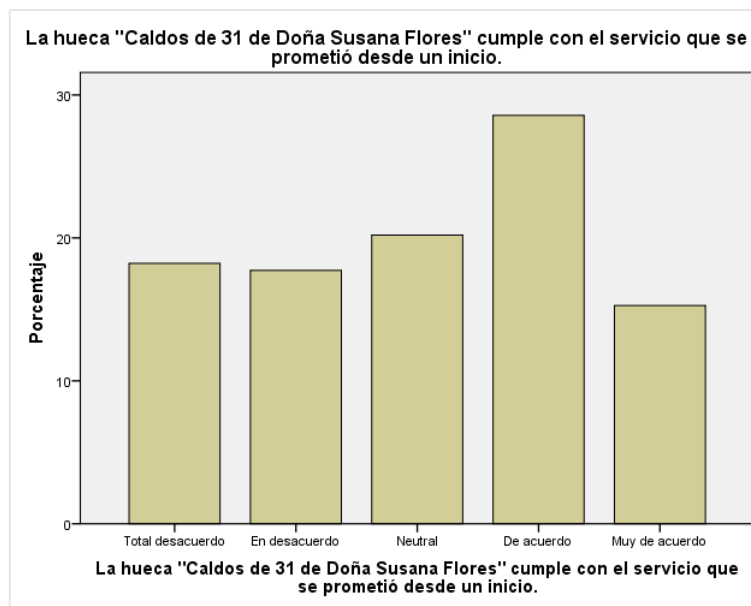
Pregunta 11: FIABILIDAD. La hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" cumple con el servicio que se prometió desde un inicio.

Tabla 21: La hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" cumple con el servicio que se prometió desde un inicio

La hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" cumple con el servicio que se prometió desde un inicio.					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válidos	Total desacuerdo	37	18,2	18,2	18,2
	En desacuerdo	36	17,7	17,7	36,0
	Neutral	41	20,2	20,2	56,2
	De acuerdo	58	28,6	28,6	84,7
	Muy de acuerdo	31	15,3	15,3	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Figura 12: La hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" cumple con el servicio que se prometió desde un inicio



Nota: En la siguiente figura se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Análisis

Como se puede evidencia existe una mayoría de personas que están de acuerdo en que la hueca “Caldos de 31 de Doña Susana Flores” cumple con el servicio que se les ofertó desde un inicio.

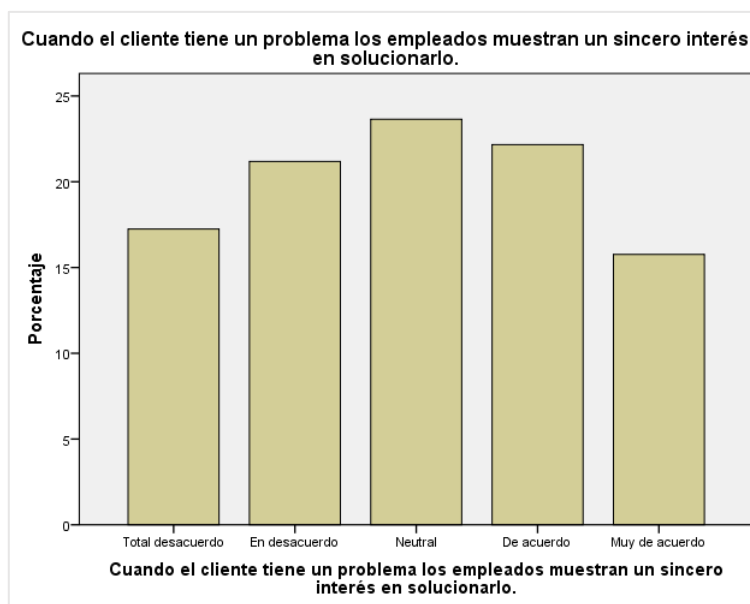
Pregunta 12: Cuando el cliente tiene un problema los empleados muestran un sincero interés en solucionarlo.

Tabla 22: *Cuando el cliente tiene un problema los empleados muestran un sincero interés en solucionarlo*

Cuando el cliente tiene un problema los empleados muestran un sincero interés en solucionarlo.					
Válidos		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
	Total desacuerdo	35	17,2	17,2	17,2
	En desacuerdo	43	21,2	21,2	38,4
	Neutral	48	23,6	23,6	62,1
	De acuerdo	45	22,2	22,2	84,2
	Muy de acuerdo	32	15,8	15,8	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Figura 13: *Cuando el cliente tiene un problema los empleados muestran un sincero interés en solucionarlo*



Nota: En la siguiente figura se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Análisis

Dentro de la dimensión de fiabilidad se hace referencia a los problemas que se pueden presentar antes durante o después del servicio prestado, por lo cual existe un grupo de personas que tienen un criterio neutral sobre este punto, seguidamente, pero con una diferencia corta hay otro grupo en desacuerdo ya que no creen que los empleados tengan algún interés en tratar de resolver algún problema que se suscite.

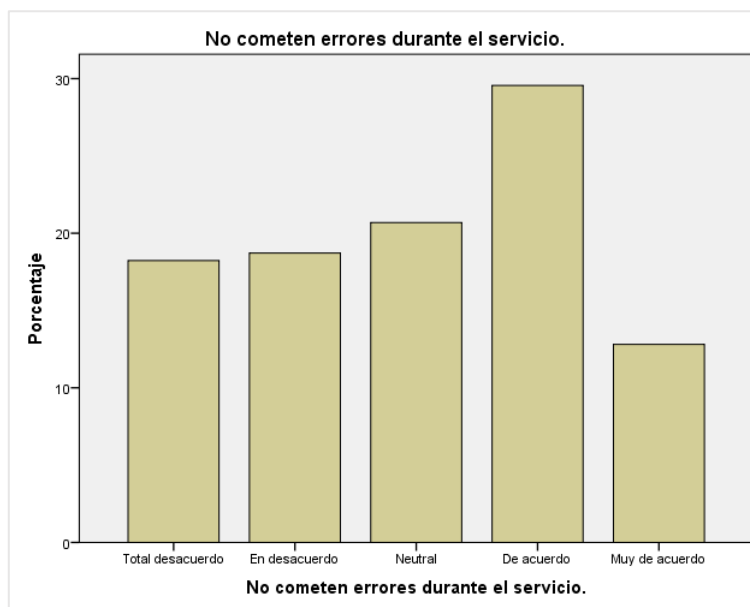
Pregunta 13: No cometen errores durante el servicio.

Tabla 23: *No cometen errores durante el servicio*

No cometen errores durante el servicio.					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válidos	Total desacuerdo	37	18,2	18,2	18,2
	En desacuerdo	38	18,7	18,7	36,9
	Neutral	42	20,7	20,7	57,6
	De acuerdo	60	29,6	29,6	87,2
	Muy de acuerdo	26	12,8	12,8	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Figura 14: *No cometen errores durante el servicio*



Nota: En la siguiente figura se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Análisis

Como se puede apreciar en el gráfico de barras en esta pregunta la mayor parte de personas están de acuerdo en que durante el servicio que prestan no cometen errores. Es decir, los clientes que visitan la hueca gastronómica logran cumplir con considerablemente parte de sus expectativas.

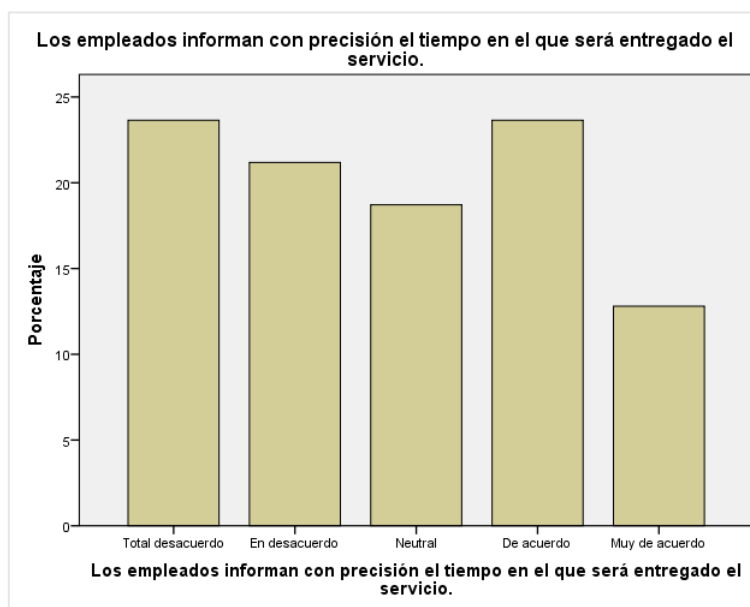
Pregunta 14: SENSIBILIDAD. Los empleados informan con precisión el tiempo en el que será entregado el servicio.

Tabla 24: *Los empleados informan con precisión el tiempo en el que será entregado el servicio*

Los empleados informan con precisión el tiempo en el que será entregado el servicio.					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válidos	Total desacuerdo	48	23,6	23,6	23,6
	En desacuerdo	43	21,2	21,2	44,8
	Neutral	38	18,7	18,7	63,5
	De acuerdo	48	23,6	23,6	87,2
	Muy de acuerdo	26	12,8	12,8	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Figura 15: *Los empleados informan con precisión el tiempo en el que será entregado el servicio*



Nota: En la siguiente figura se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Análisis

A diferencia del resto de preguntas en esta se puede evidenciar que hay dos opiniones con el mismo porcentaje, los dos criterios son aceptables por lo que es importante mencionar que tanta para las personas que están en total desacuerdo y de acuerdo en que los empleados informan con precisión el tiempo exacto de cuando les entregarán el producto solicitado tienen un porcentaje de 23.6%

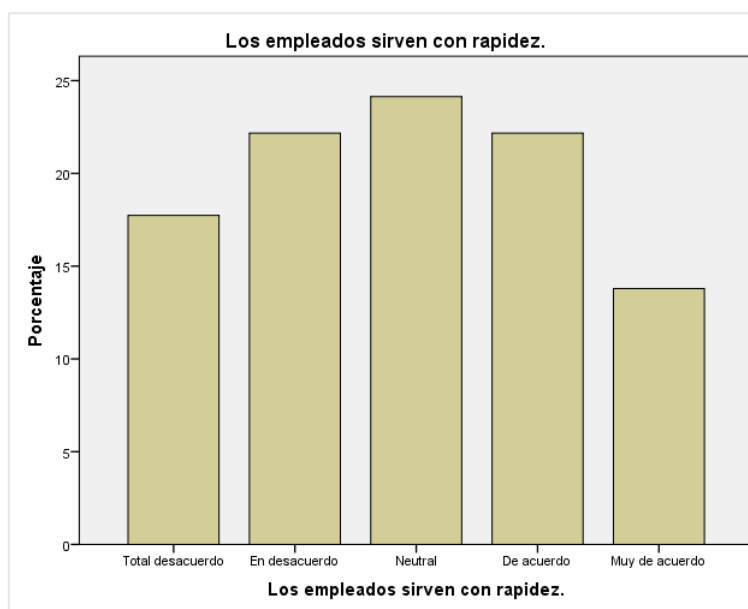
Pregunta 15: Los empleados sirven con rapidez.

Tabla 25: *Los empleados sirven con rapidez*

Los empleados sirven con rapidez.					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válidos	Total desacuerdo	36	17,7	17,7	17,7
	En desacuerdo	45	22,2	22,2	39,9
	Neutral	49	24,1	24,1	64,0
	De acuerdo	45	22,2	22,2	86,2
	Muy de acuerdo	28	13,8	13,8	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Figura 16: *Los empleados sirven con rapidez*



Nota: En la siguiente figura se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Análisis

Como se muestra en las barras la mayoría de personas tienen un criterio neutral en lo que respecta a la rapidez en la que son atendidos en la hueca gastronómica. De la misma forma hay personas que están en desacuerdo y de acuerdo, estos dos criterios tienen el mismo porcentaje de 22.2%, dentro de la población que participó durante este

proceso tres opciones son las que predominan en esta pregunta, dejando como opción mayoritaria al criterio neutral con un porcentaje de 24.1%.

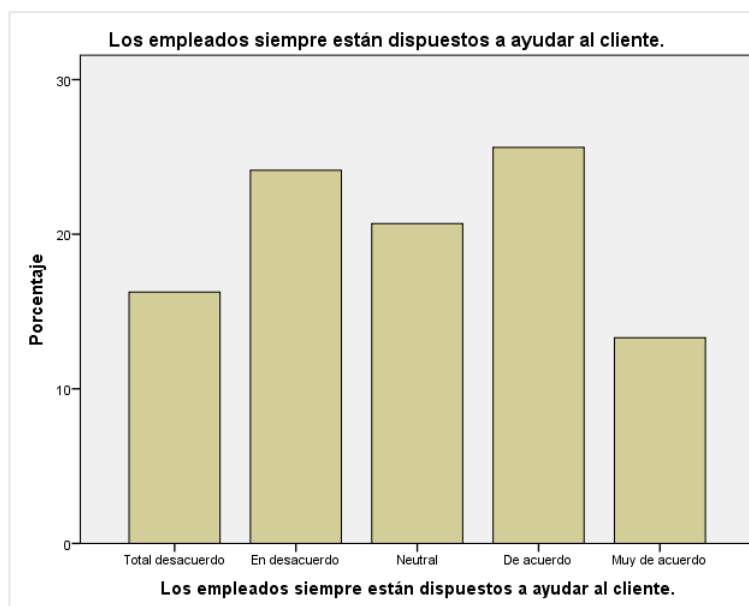
Pregunta 16: Los empleados siempre están dispuestos a ayudar al cliente.

Tabla 26: *Los empleados siempre están dispuestos a ayudar al cliente*

Los empleados siempre están dispuestos a ayudar al cliente.					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válidos	Total desacuerdo	33	16,3	16,3	16,3
	En desacuerdo	49	24,1	24,1	40,4
	Neutral	42	20,7	20,7	61,1
	De acuerdo	52	25,6	25,6	86,7
	Muy de acuerdo	27	13,3	13,3	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Figura 17: *Los empleados siempre están dispuestos a ayudar al cliente*



Nota: En la siguiente figura se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Análisis

Del total de encuestados hay una mayoría de personas que están de acuerdo en que los empleados que laboran en la hueca gastronómica “Caldos de 31 de Doña Susana Flores” siempre están en la disposición para ayudar al cliente frente cualquier eventualidad.

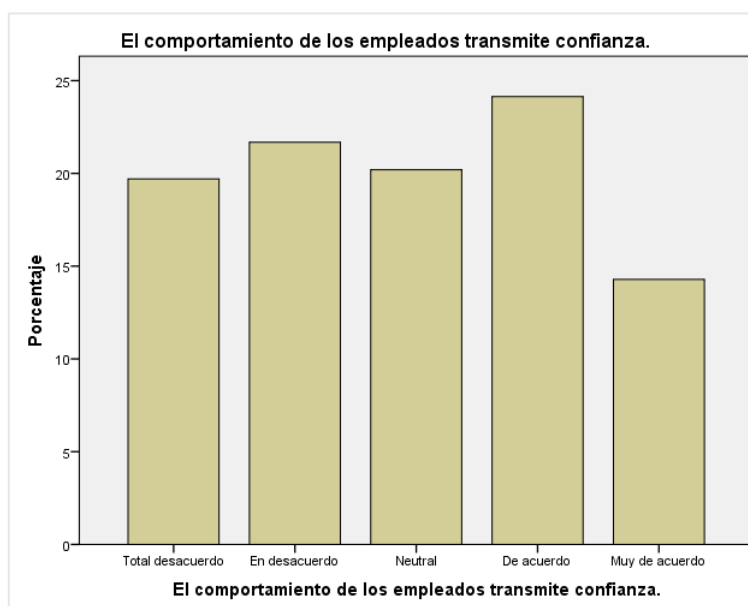
Pregunta 17: SEGURIDAD. El comportamiento de los empleados transmite confianza.

Tabla 27: *El comportamiento de los empleados transmite confianza*

El comportamiento de los empleados transmite confianza.					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válidos	Total desacuerdo	40	19,7	19,7	19,7
	En desacuerdo	44	21,7	21,7	41,4
	Neutral	41	20,2	20,2	61,6
	De acuerdo	49	24,1	24,1	85,7
	Muy de acuerdo	29	14,3	14,3	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Figura 18: *El comportamiento de los empleados transmite confianza*



Nota: En la siguiente figura se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Análisis

Al enfocarse en el aspecto de seguridad se puede evidenciar que existe una gran parte de personas que están de acuerdo en que los empleados que laboran en la hueca gastronómica tienen la capacidad o transmiten confianza a los clientes.

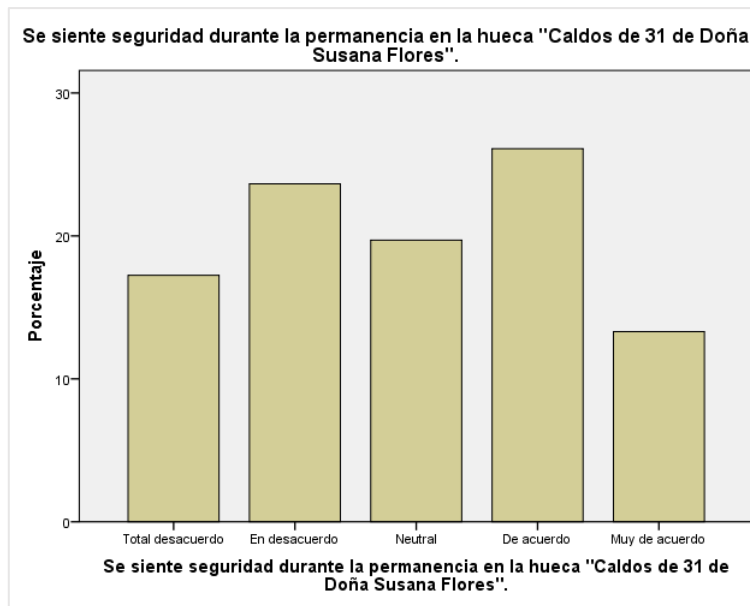
Pregunta 18: Se siente seguridad durante la permanencia en la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores".

Tabla 28: *Se siente seguridad durante la permanencia en la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores"*

Se siente seguridad durante la permanencia en la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores".					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válidos	Total desacuerdo	35	17,2	17,2	17,2
	En desacuerdo	48	23,6	23,6	40,9
	Neutral	40	19,7	19,7	60,6
	De acuerdo	53	26,1	26,1	86,7
	Muy de acuerdo	27	13,3	13,3	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Figura 19: *Se siente seguridad durante la permanencia en la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores"*



Nota: En la siguiente figura se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Análisis

Del 100% de personas pertenecientes a la muestra hay un grupo superior con un 26.1% que manifiestan que están de acuerdo y convencidos en que durante su permanencia en la hueca gastronómica sienten seguridad ya sea por su infraestructura que esta considerablemente conservada o por el sector en el que está ubicado el establecimiento.

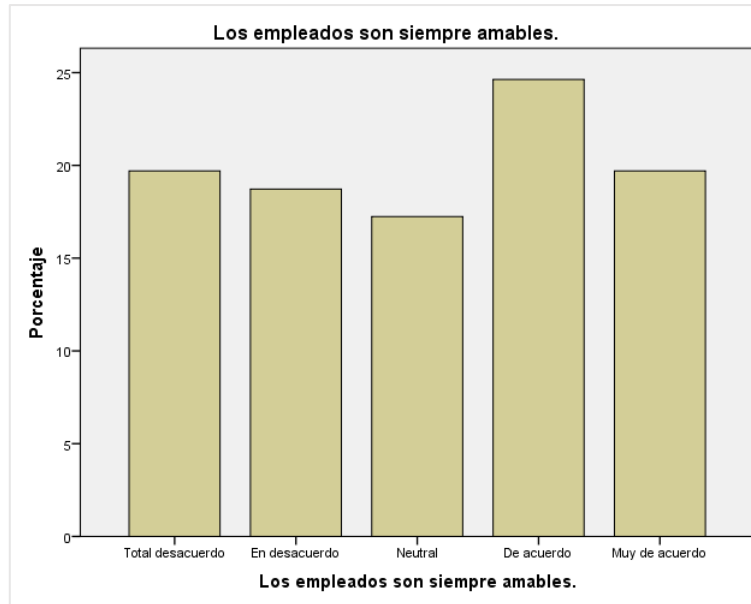
Pregunta 19: Los empleados son siempre amables.

Tabla 29: *Los empleados son siempre amables*

Los empleados son siempre amables.					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válidos	Total desacuerdo	40	19,7	19,7	19,7
	En desacuerdo	38	18,7	18,7	38,4
	Neutral	35	17,2	17,2	55,7
	De acuerdo	50	24,6	24,6	80,3
	Muy de acuerdo	40	19,7	19,7	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Figura 20: *Los empleados son siempre amables*



Nota: En la siguiente figura se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Análisis

Los empleados que laboran en la hueca gastronómica “Caldos de 31 de Doña Susana Flores” son siempre amables en presencia de los clientes, como se evidencia en el presente gráfico de barras se puede observar que las personas que están de acuerdo con este punto son mayoría ya que cuentan con un 24.6%.

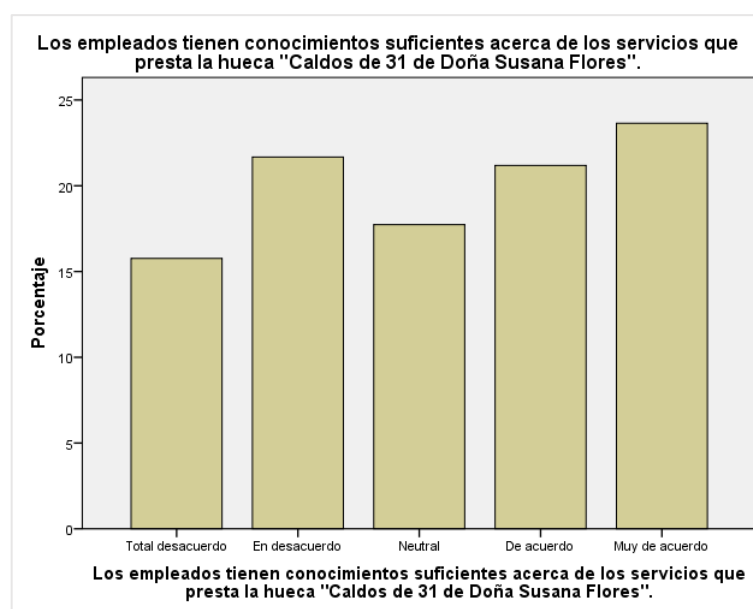
Pregunta 20: Los empleados tienen conocimientos suficientes acerca de los servicios que presta la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores".

Tabla 30: *Los empleados tienen conocimientos suficientes acerca de los servicios que presta la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores"*

Los empleados tienen conocimientos suficientes acerca de los servicios que presta la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores".					
Válidos		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
	Total desacuerdo	32	15,8	15,8	15,8
	En desacuerdo	44	21,7	21,7	37,4
	Neutral	36	17,7	17,7	55,2
	De acuerdo	43	21,2	21,2	76,4
	Muy de acuerdo	48	23,6	23,6	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Figura 21: *Los empleados tienen conocimientos suficientes acerca de los servicios que presta la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores"*



Nota: En la siguiente figura se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Análisis

Existe un grupo de personas pertenecientes al 100% de la muestra que tienen mayoría ya que están muy de acuerdo en que todos los empleados que laboran en la hueca gastronómica tienen los suficientes conocimientos sobre los servicios que oferta el

establecimiento, punto que remarcan las personas ya que muchos consideran que es un factor negativo no tener una respuesta rápida y eficiente.

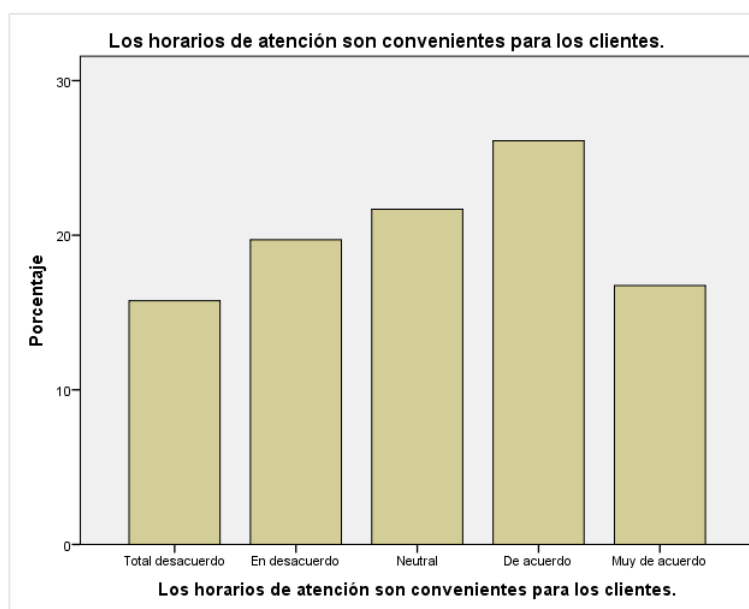
Pregunta 21: EMPATIA. Los horarios de atención son convenientes para los clientes.

Tabla 31: *Los horarios de atención son convenientes para los clientes*

Los horarios de atención son convenientes para los clientes.					
Válidos		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
	Total desacuerdo	32	15,8	15,8	15,8
	En desacuerdo	40	19,7	19,7	35,5
	Neutral	44	21,7	21,7	57,1
	De acuerdo	53	26,1	26,1	83,3
	Muy de acuerdo	34	16,7	16,7	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Figura 22: *Los horarios de atención son convenientes para los clientes*



Nota: En la siguiente figura se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Análisis

Por otra parte, en la dimensión de empatía se tomó en consideración el horario de atención al cliente con la que trabaja la hueca gastronómica, una mayor parte de la muestra que participo durante la encuesta están de acuerdo en que los horarios son convenientes para los clientes, sin embargo, existe otro porcentaje considerable de personas que tienen un criterio neutral.

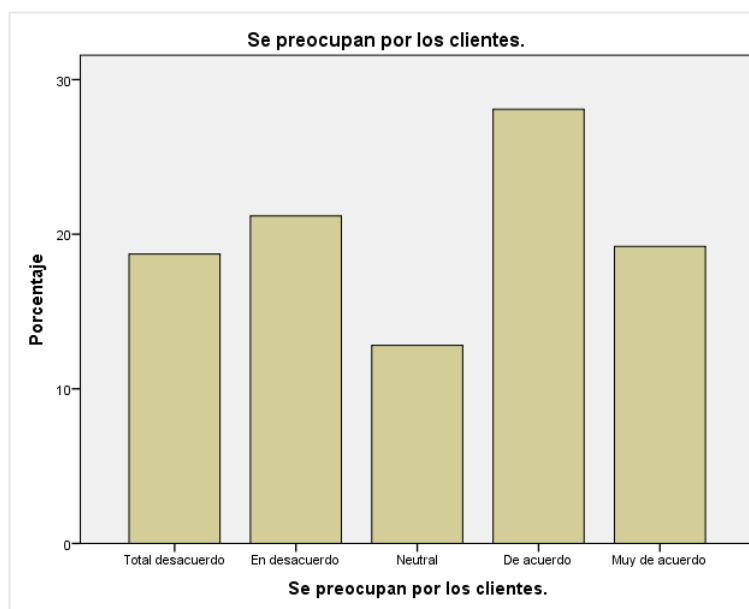
Pregunta 22: Se preocupan por los clientes.

Tabla 32: *Se preocupan por los clientes*

Se preocupan por los clientes.					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válidos	Total desacuerdo	38	18,7	18,7	18,7
	En desacuerdo	43	21,2	21,2	39,9
	Neutral	26	12,8	12,8	52,7
	De acuerdo	57	28,1	28,1	80,8
	Muy de acuerdo	39	19,2	19,2	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Figura 23: *Se preocupan por los clientes*



Nota: En la siguiente figura se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Análisis

Del total de la muestra que participó en el proceso el 28.1% de personas están de acuerdo en que todo el personal de la hueca gastronómica se preocupa por ellos y por el resto de clientes que adquirieron el servicio.

Pregunta 23: Los empleados comprenden las necesidades del cliente.

Tabla 33: *Los empleados comprenden las necesidades del cliente*

Los empleados comprenden las necesidades del cliente.					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válidos	Total desacuerdo	42	20,7	20,7	20,7
	En desacuerdo	32	15,8	15,8	36,5
	Neutral	48	23,6	23,6	60,1
	De acuerdo	47	23,2	23,2	83,3
	Muy de acuerdo	34	16,7	16,7	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Figura 24: *Los empleados comprenden las necesidades del cliente*



Nota: En la siguiente figura se puede evidenciar el porcentaje y la frecuencia obtenida al momento de registrar los datos en el programa estadístico SPSS de la encuesta que se aplicó.

Análisis

Se puede evidenciar que un hay porcentajes considerables entre dos opciones de respuesta, el primer grupo de personas como mayoría tiene con un 23.6% mientras que hay otro grupo de personas que tienen un criterio neutral con un 23.2%, estos dos grupos están de acuerdo en que los empleados si comprenden y atienden las necesidades que llegan a presentar los clientes durante su permanencia en la hueca gastronómica.

3.2.Discusión

En base a la revisión e interpretación de diferentes repositorios académicos se ha podido crear un concepto amplio acerca de la calidad, con el que debe contar un servicio haciendo hincapié en establecimientos que expenden alimentos. Varios autores mencionan que la calidad puede llegar a ser entendido con un término extenso y para poder ser entendido hay que enfocarse en temas que engloben a la gestión de bienes tangibles, medios estandarizados y producción. **Espinoza (2021)** añade que la calidad del servicio es una herramienta que facilita medir el desempeño que trasmite la empresa.

Tendencias a ser medibles mediante el Modelo Servqual

El modelo Servqual es aplicado para poder medir la calidad en un establecimiento, pero sobre todo conocer la percepción de los clientes mediante cinco dimensiones, mismas que están encargadas de medir la realidad del establecimiento que va a ser evaluado. Como lo menciona **Estupiñan (2018)** mediante este modelo se buscó interpretar a la gestión administrativa en restaurantes y cuál es su incidencia con respecto a la satisfacción al cliente, por ende se logró identificar que el cumplimiento de elementos administrativos para empresas turísticas están fallando actualmente. Así mismo **Muñoz (2022)** recalca que mediante el modelo servqual las dimensiones se enfocan en aquellas empresas que buscan determinar cuáles son las falencias que perjudican su desarrollo, para poder conseguir deberán atravesar por evaluaciones mismas que serán las encargadas de estudiar la situación y poder implementar mejoras de acuerdo a los resultados. Finalmente **Ortiz (2017)** afirma que mediante las cinco dimensiones con las que cuenta el modelo se pudo determinar aquellos componentes que aclaran los elementos que componen a la satisfacción de los usuarios, así mismo al comparar la satisfacción con la percepción le permite corregir a la empresa las áreas que tienen decadencias. Ahora en comparación con investigaciones previamente interpretadas se deduce que en base a los resultados que se obtuvo mediante la encuesta que establece el modelo Servqual se ha logrado determinar lo siguiente:

Dimensión elementos tangibles

Mediante los resultados obtenidos se logró constatar que la mayoría de los clientes que visitaron a la hueca gastronómica “Caldos de 31 de Doña Susana Flores” poseen criterios similares en lo que respecta a elementos tangibles, la mayor parte al estar de acuerdo que dichos factores son sobresalientes se puede formar un criterio que tanto instalaciones, equipos e incluso el personal que trabaja en el establecimientos han sido evaluados y han adquirido una calificación considerable de tal manera que para mantener e ir mejorando dichos aspectos es primordial realizar un estudio de cómo implementar mejoras notorias y continuas en cada uno de ellos, sin embargo el material que se encarga de promocionar o mostrar al cliente el servicio que se oferta obtuvo un porcentaje significativamente bajo y eso se convierte en un contra a la empresa, ya que para los clientes el buen aspecto en los elementos que son manipulables deben ser siempre agradables a la vista de todos, por ello se debería realizar mejoras que estén a

la par con los factores mencionados con anterioridad. Por lo cual de acuerdo a parámetros establecidos por el modelo Servqual se logró determinar que los clientes se encuentran parcialmente insatisfechos específicamente en una de las cuatro partes que se analizó con respecto a la dimensión de elementos tangibles.

Dimensión fiabilidad

En los resultados obtenidos se puede evidenciar que con respecto a la dimensión de fiabilidad los clientes han emitido criterios parcialmente favorables acerca del servicio y posibles problemas que se pueden presentar durante su permanencia en el establecimiento. A pesar de que la empresa no cumplió en su totalidad con los parámetros evaluados, siempre tratan de implementar la calidad en un cierto porcentaje, permitiéndole al cliente cumplir con una parte de sus expectativas, cabe recalcar que los resultados que se obtuvo en la encuesta varían entre criterios altos y neutros. La dimensión de la fiabilidad llega a ser interpretada como un aspecto de alta relevancia ya que se enfoca específicamente en el desempeño de la empresa, en el cumplimiento total del servicio y que siempre mantenga presente la calidad, es por ello que como se observó en los gráficos analizados con anterioridad la hueca cumple parcialmente con el servicio que oferta desde un inicio, aunque cabe recalcar que los empleados al tratarse de solucionar un problema su interés es neutro por lo cual se convierte en un punto a estudiar y mejorarlo continuamente.

Dimensión sensibilidad

Con respecto a la dimensión de sensibilidad se deduce que para los clientes al evaluar la parte de la rapidez del servicio es válido en un cierto porcentaje, ya que al obtener resultados altos se puede constatar que el servicio que se está ofertando en la hueca gastronómica es aceptable, sin embargo, existió una parte a considerar referente a la precisión del personal al momento de cumplir con lo prometido, dicho aspecto es tomado a consideración para ser analizado y buscarle mejorías significativas que vayan a la par con los otros puntos que fueron evaluados dentro de esta dimensión.

Dimensión seguridad

En base a los resultados que se obtuvo se evidencia que para la mayoría de personas que visitaron la hueca gastronómica poseen criterios altos acerca de la seguridad que se siente dentro de las instalaciones del establecimiento, el comportamiento del

personal transmite dicha confianza que el cliente debe percibir para que pueda disfrutar del servicio que adquirió, sumado a esto que se les brinda todas las facilidades con único fin de cumplir con las expectativas que están plasmadas. A pesar de que los resultados en esta dimensión fueron altos es obstante que se deberá realizar mejoras para que el nivel de calidad en estos aspectos vaya en aumento y le permita a la hueca tener un mejor desarrollo.

Dimensión empatía

Los resultados para esta dimensión son considerablemente altos es decir que los criterios de los cliente fueron significativos, al momento de percibir estos aspectos pudieron manifestar que la hueca gastronómica siempre mantuvo ese interés por cumplir con todas las necesidades que en su momento fueron solicitadas, aunque los valores son altos hay que hacer mención y adoptar nuevas estrategias que en conjunto con las demás dimensiones se logre mejorar en toda área y ámbito, para que así los clientes nuevos o concurrentes que los visitan noten un cambio.

Verificación de hipótesis

Del 100% de la muestra que fueron 203 personas quienes participaron al momento de llenar las encuestas se procedió a verificar la hipótesis mediante la aplicación de la prueba del Chi-cuadrado, dicha prueba facilito la comparación de las variables de investigación. De tal manera que para dar cumplimiento con este punto se utilizó el programa estadístico SPSS, mediante este programa se pudo registrar los datos obtenidos del proceso de encuestas, por consiguiente, se tomó 3 preguntas del cuestionario las cuales hacían referencia específicamente a las variables y así poder realizar un correcto análisis de las mismas.

Formula del Chi-cuadrado

$$\chi^2 = \sum \frac{(o! - e!)^2}{e!}$$

Planteamiento

Teniendo en cuenta a las hipótesis en esta investigación:

Hipótesis alternativa H_1 : La gestión de calidad en las huecas gastronómicas incide en el desarrollo del turismo gastronómico.

Hipótesis nula H_0 : La gestión de calidad en las huecas gastronómicas no incide en el desarrollo del turismo gastronómico.

Calculo estadístico

Figura 25: Resumen de prueba de hipótesis

Resumen de prueba de hipótesis				
	Hipótesis nula	Test	Sig.	Decisión
1	Las categorías de La hueca "Calidos de 31 de Doña Susana Flores" cumple con el servicio que se prometió desde un inicio. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,032	Rechazar la hipótesis nula.
2	Las categorías de Se preocupan por los clientes. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,016	Rechazar la hipótesis nula.
3	Las categorías de No cometen errores durante el servicio. se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,005	Rechazar la hipótesis nula.

Se muestran las significancias asintóticas. El nivel de significancia es ,05

Para poder verificar la hipótesis el valor de significancia está basado en un nivel de ,05 por lo cual al obtener un resultado de significancia de .031, .016 y .005 se rechaza la hipótesis nula H_0 : La gestión de calidad en las huecas gastronómicas no incide en el desarrollo del turismo gastronómico y se acepta la hipótesis alternativa H_1 : La gestión

de calidad en las huecas gastronómicas incide en el desarrollo del turismo gastronómico.

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Partiendo de lo investigado se puede llegar a las siguientes conclusiones:

- Se logró identificar que la gestión de calidad se ha posicionado como una herramienta ideal para todo aquel establecimiento que expenden alimentos que busca conseguir un desarrollo significativo en todas las áreas que las integra. Al ser un sistema predeterminado que integra un sin número de elementos de organización interrelacionados se puede a partir proponer y establecer políticas, objetivos, metas, adoptar estrategias y aplicar normativas que sean fáciles de manejar de acuerdo a la administración de la empresa, sin embargo, cabe recalcar que para dar un correcto cumplimiento la organización debe contar con una actitud proactiva ya que la gestión de calidad se encarga de estudiar, medir y mejorar el producto o servicio que se oferta.
- Al investigar acerca de las huecas gastronómicas existentes en el cantón Ambato se pudo identificar un grupo de establecimientos plasmados como los más principales, ya que al contar con historias de fundación, el tiempo en el mercado, anécdotas, pero más que nada el producto que han venido ofertando hasta la actualidad, entidades públicas como el Comité Permanente de las Fiestas de las Frutas y de las Flores han accedido a promocionarlos e integrarlos como una de muchas opciones dentro del sistema turístico en la ciudad.
- La influencia que tiene el turismo gastronómico en presencia de la necesidad de un cantón que busca su desarrollo turístico para mejorar el sistema se ha ido plasmando con el pasar del tiempo, investigaciones previas muestran que las estrategias que han ido adoptando la localidad en conjunto con distintas entidades se ha evidenciado que los resultados tienen un nivel relativamente satisfactorio ya que Ambato al ser un sitio que cuenta con los elementos necesario para crear paquetes turísticos están en la capacidad de cumplir con todas las expectativas que solicitan los turistas, principalmente si se hace relevancia al aspecto gastronómico, ya que cuenta con recetas icónicas que se

han conservado desde épocas anteriores siendo así un gran atractivo que está en la capacidad de motivar e invitar indirectamente a visitar la localidad, beneficiando e impulsando al desarrollo de un turismo gastronómico local.

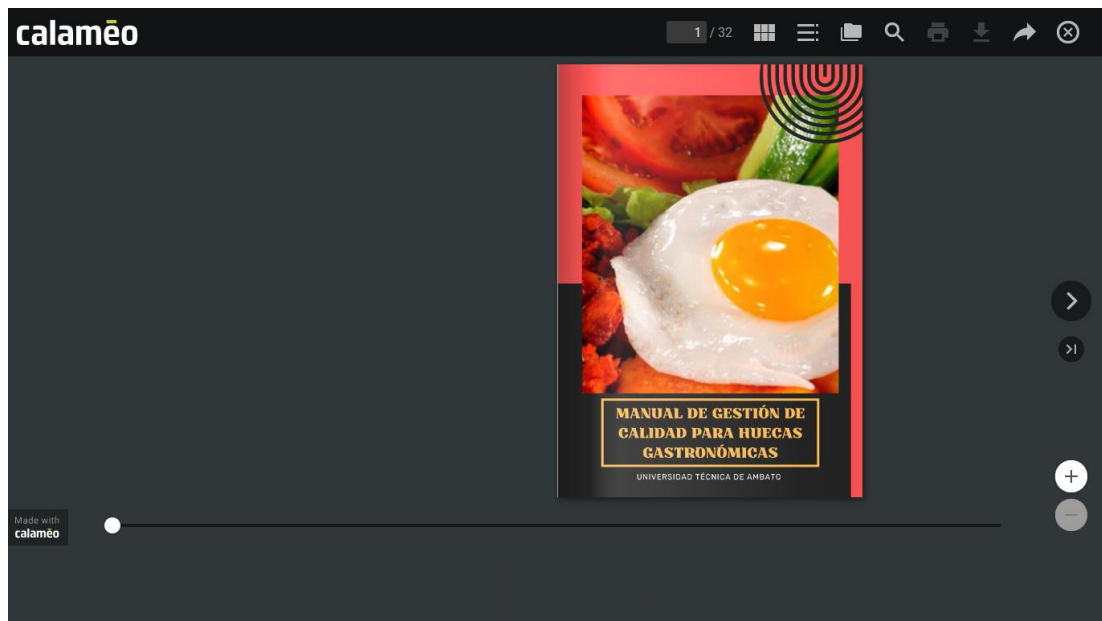
- Finalmente es importante acotar que al implementar un manual de gestión de calidad que sea comprensible para toda administración de una hueca gastronómica que englobe estrategias y plante mejoras continuas le permitirá al establecimiento aumentar el nivel y la eficacia de su calidad, logrando así que los clientes que acudan en un futuro consigan percibir el cambio. Este cambio servirá como impulso para promover un satisfactorio desarrollo turístico gastronómico ya que si las huecas se adentraran al sistema turístico en su totalidad se convertiría en un factor que realce la demanda en el cantón.

4.2.Recomendaciones

- Es de suma importancia que tanto como el personal de administración y el personal que labora en las diferentes áreas en una hueca gastronómica se capaciten en temas acerca de cómo mejorar el producto/servicio, gestión de calidad estrategias de mejora continua que se adapten a las nuevas tendencias, etc., en la actualidad hay un sin número de cursos que brindan toda la información necesaria y al seguir con esta capacitación el resultado será que el desempeño tanto del personal como del establecimiento será notorio.
- Entidades públicas como el GAD Municipalidad de Ambato y los GADs de cada parroquia donde se encuentran las huecas gastronómicas brinden atención a los establecimientos, es decir ayudarlos en su promoción, integrarlos en programas donde den a conocer tanto la empresa como el producto/servicio que se oferta, tener libre participación dentro del sistema turístico sirviendo como portavoz a nivel nacional e internacional, pero más que nada capacitar sobre temas turísticos sobre cómo manejarse en el entorno.
- El turismo gastronómico ambateño al contar con características icónicas ya sea por sus recetas tradicionales, la calidad de personas que atienden en los establecimientos o los precios que están al alcance de todo turista se puede llegar a convertir en un fuente de empleo y el desarrollo de esta tipología en la ciudad se la iría acogiendo, pero para ello es primordial que se establezca un inventario o una guía sobre que establecimientos existen y donde están ubicados facilitándole así las cosas a los turistas ya que al no conocer lo que se oferta muchos de ellos prefieren ir por lo cotidiano.
- Aplicar de manera consciente el manual propuesto le ayudará al establecimiento mejorar sus falencias, aumentará su nivel de calidad y le brindará al cliente la satisfacción completa antes, durante y después de su permanencia en las instalaciones por ello es recomendable investigar información que vaya a la par del manual y así la persona que va a aplicar esta propuesta este en toda la capacidad de tomar una decisión en beneficio de la empresa.

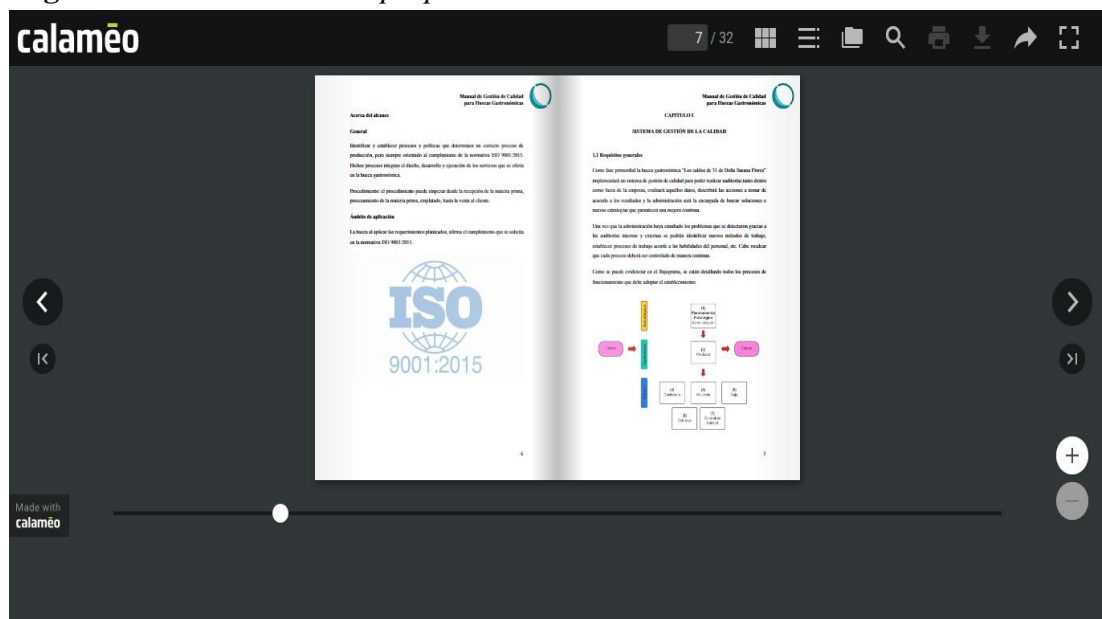
4.3. Propuesta

Figura 26: Evidencia de la propuesta



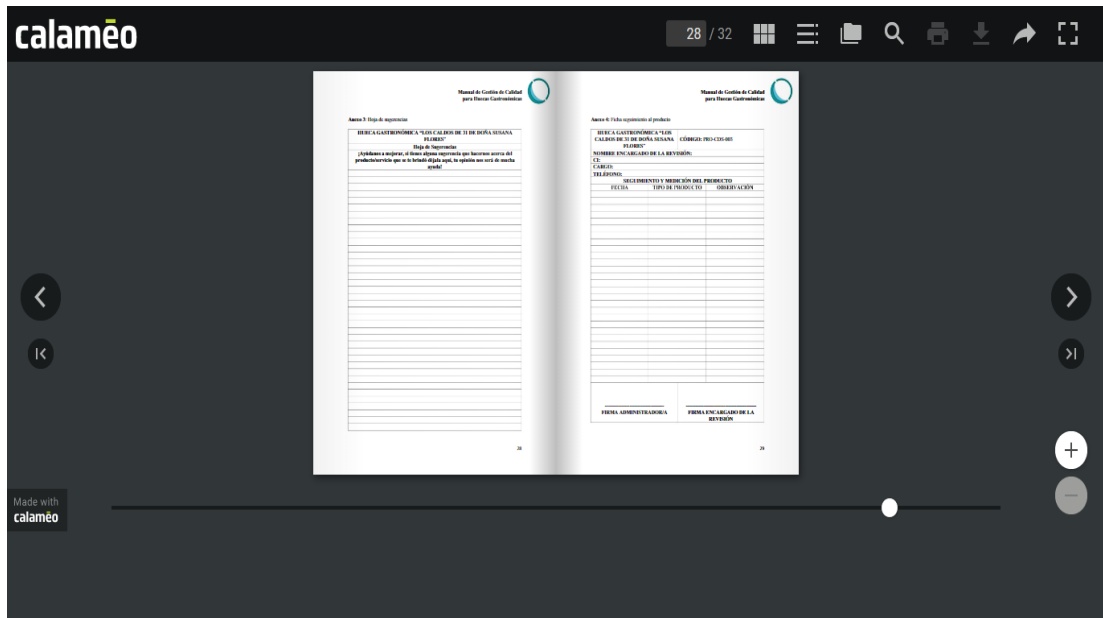
Nota: Evidencia del manual aplicable para mejorar la calidad en las huecas gastronómicas.

Figura 27: Evidencia de la propuesta



Nota: Evidencia del manual aplicable para mejorar la calidad en las huecas gastronómicas.


Figura 28: Evidencia de la propuesta



Nota: Evidencia del manual aplicable para mejorar la calidad en las huecas gastronómicas.

Link: <https://www.calameo.com/read/0063808711d8e1a731061>

Tabla 34: Ficha de la hueca gastronómica "Caldos de 31 de Doña Susana Flores"

Universidad Técnica De Ambato					
Ficha De Productos Elaborados					
Reseña del establecimiento		<p>Toda esta tradición empezó con la madre de Susana Flores, en aquella época los caldos se los realizaba en una casa de tierra sin embargo este tipo de infraestructura eran muy pequeña para que los clientes puedan degustar así que decidieron hacer un préstamo y construir un local más amplio, hasta la actualidad la demanda es alta.</p>			
Ubicación		Ingahurco, Venezuela &, Ambato			
Nombre del encargado/a		Susana Flores			
Tiempo de funcionamiento		40 años			
Tipo de producto	Sopa (X)	Plato fuerte ()	Bebida ()	Postre ()	Salsa ()
Nombre del producto estrella			Caldo de 31		
Ancestralidad		Prehispánico			
		Criollo	X		
		Contemporáneo			
Época de consumo		Cotidiano	X		
		Festivo			
		Estacional			
Descripción		Sopa que es elaborada a base de las vísceras y las tripas de la vaca.			
Ingredientes		<ul style="list-style-type: none"> - Tripas - Panza - Cebolla blanca - Cebolla paiteña - Ajo - Aceite 			

	<ul style="list-style-type: none"> - Cilantro - Sal - Comino - Pimienta 	
Preparación	<ul style="list-style-type: none"> - Lavar todas las vísceras, tripas y panza para eliminar cualquier tipo de impureza que se encuentre en la materia prima. - Cocinar as vísceras, tripas y panza en agua, agregara sal, comino y pimienta al gusto, al igual que la cebolla y el ajo. - Aumentar agua de ser necesario. - Cuando las vísceras, tripas y panza estén cocinadas reservar en un recipiente y cortarlos en trozos pequeños. - Colar el caldo y corregir sabores. 	
Propiedades	Propiedades para limpiar el organismo o quitar la resaca.	
Conservación	Común	X
	Escaso	
	En peligro	

Nota: Ficha técnica para conocer información relevante acerca de la hueca gastronómica “Caldos de 31 de Doña Susana Flores.

Referencias bibliográficas

- Aguirre, T., Landeta, N., Villón, S., & Vásquez, N. (2020). Guía Turística Digital : “ Las Huecas de la Provincia de Santa Elena .” *REVISTA DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN*, 5(2528–8091), 595–613. <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/magazine/article/view/1144/831>
- Alvarez, A. (2020). *Clasificación de las Investigaciones* [Universidad de Lima]. https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10818/NotaAcadémica_2_2818.04.2021%29_-_Clasificación_de_Investigaciones.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Armijos, S. (2020). La gastronomía, un imán turístico para el Ecuador. *Vistazo*. <https://www.vistazo.com/enfoque/la-gastronomia-un-iman-turistico-para-el-ecuador-CDVI214341>
- Aroca, E. (2017). Sistema de gestión de calidad en base a NTE-ISO/IEC 17025:2006 aplicado al laboratorio de análisis de alimentos de la Prefectura de Bolívar en la calidad en el servicio. [UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO]. In *Repositorio Institucional de la Universidad Técnica de Ambato* (Vol. 593, Issue 03). https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25359/1/30_GPAg.pdf
- Carbonell, B. (2019). *LA CALIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO*. 5. <https://www.isq-turistica.com/sectores-turisticos/>
- Castillo, G. (2021). *LA ANTROPOLOGIA EN LA COCINA LOCAL DE GUAYAQUIL* [UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD]. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32275/1/castillo-signed%281%29.pdf>
- Chacón, J., & Rugel, S. (2018). Artículo de Revisión. Teorías, Modelos y Sistemas de Gestión de Calidad and Systems of Quality Management. *Revista Espacios*, 39(50), 50. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p14.pdf>
- Comité Permanente Fiesta de la Fruta y de las Flores. (2021). *Sabor de barrio*. <https://www.youtube.com/user/fiestasdeambato/videos>

- Cuenca, J. (2018). *LA GASTRONOMÍA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO DE UN DESTINO: CASO DE ESTUDIO CANTÓN PATATE* [UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD]. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27439/1/MORALES CUENCA JENNIFER VALERIA.pdf>
- Cujano, G. (2021). Gestión de calidad en los destinos turísticos culturales de visita [UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO]. In *Repositorio Institucional de la Universidad Técnica de Ambato* (Vol. 593, Issue 03). https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3462803
- Cunha, S. (2018). Turismo gastronómico, un factor de diferenciación. *Millenium*, 2(5), 93–98. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7841642>
- Espinoza, J. (2021). LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA. *Rev. Horizonte Empresarial*, 8, 425–437. <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/1648/2355>
- Estupiñan, E. (2018). *La Gestión Administrativa en los restaurantes de la Ciudad de Tulcán y la satisfacción en los clientes en el año 2017-2018*. UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI.
- Ferrin, D. (2019). Estudio de la gastronomía típica y cultura de las huecas y recetas en la zona norte de la provincia de Los Ríos, 2020 [UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO]. In *Journal of Tropical Ecology*. <https://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/5311/1/T-UTEQ-0093.PDF>
- Fonseca, J. (2018). *Evaluación de la calidad del servicio de las Huecas ganadoras de Raíces 2017 . Propuesta de un plan de mejora* . [UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL]. <http://201.159.223.180/bitstream/3317/11300/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-528.pdf>
- Franco, A., Giraldo, C., López, L., & Palmas, Y. (2019). *Modelos turísticos desde la Teoría General de Sistemas*. 37. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3462803

- GAD Ambato. (2018). *Ambato La Gran Ciudad del Ecuador*.
<https://ambato.gob.ec/la-gran-ciudad/>
- Gaviláñez, M. F. (2015). Modelo de gestión de calidad bajo la normativa ISO 9001:2015 como factor de competitividad del turismo en el cantón Salcedo [UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD]. In *Repositorio Institucional de la Universidad Técnica de Ambato* (Vol. 593, Issue 03).
https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32418/1/013_ADE.pdf
- Hernández, R. (2018). La gastronomía tradicional de Córdoba (España). *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 27(1851–1732).
http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322018000200012&script=sci_arttext&tlng=en
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, M. del P., Méndez, S., & Mendoza, C. (2014). *Metodología de la Investigación* (McGRAW-HIL). <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2010). *NORMA TÉCNICA ECUATORIANA NTE INEN 2 537:2010*. Instituto Ecuatoriano de Normalización.
<https://www.normalizacion.gob.ec/buzon/normas/2537.pdf>
- Lescano, C. (2020). *LAS HUECAS EN LA OFERTA TURÍSTICA-GASTRÓNÓMICA EN EL CANTON AMBATO* [UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO].
[https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31043/1/Lescano Jordan Cristian Sebastian Proyecto Final.pdf](https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31043/1/Lescano_Jordan_Cristian_Sebastian_Proyecto_Final.pdf)
- Matsumoto, R. (2014). *Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto*. 34, 182–209.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425941264005>
- Medina, J. (2020). *El patrimonio alimentario y el turismo gastronómico: caso de estudio de la papa*. 1–65.
[https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/34390/1/Tesis Final-Jonathan Medina.pdf](https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/34390/1/Tesis_Final-Jonathan_Medina.pdf)

- Ministerio de Turismo. (2015). *NORMA-SUBSECTOR-ALIMENTOS-Y-BEBIDAS-PROYECTO-A1*.
<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/MicrositioCalidad/Empresas/NORMA-SUBSECTOR-ALIMENTOS-Y-BEBIDAS-PROYECTO-A1.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2018a). *Procedimiento de mejora de productos*.
<https://drive.google.com/file/d/1eSgwyj7QlzOIovYyAvpKJjSKhM0NS7bA/view>
- Ministerio de Turismo. (2018b). *Reglamento turistico de alimentos y bebidas*.
https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf
- Muñoz, E. (2022). *La calidad de servicios en deportes de aventura en el cantón Baños de Agua Santa* [UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO].
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/35269/1/MUÑOZ MANZANO EVELYN NICOLE..pdf>
- Norma Técnica Ecuatoriana. (2016). *SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD — REQUISITOS (ISO 9001:2015, IDT)*. INEN.
- Ortiz, A. (2017). *EL MODELO SERVQUAL DE CALIDAD EN EL SERVICIO DEL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN DE MEDICAMENTOS POR DOSIS UNITARIA Y EL NIVEL DE ACEPTACIÓN DE LOS USUARIOS DEL SERVICIO DE PEDIATRÍA DEL HOSPITAL JOSÉ MARÍA VELASCO IBARRA, DE LA CIUDAD DE TENA*. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO PORTADA.
- Patiño, C., Dapelo, F., Durán, T., Estrella, D., & Muñoz, M. (2017). *De Hueca En Hueca*. Universidad Casa Grande.
- Quezada, B. (2016). Propuesta de un modelo de Gestión de Calidad para la mejora de los Restaurantes de la ciudad de Ambato [UNIVERSIDAD REGIONAL AUTÓNOMA DE LOS ANDES “UNIANDÉS”]. In *Universidad Autónoma de los Andes*.
<https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/5749/1/PIUAESC008-2017.pdf>

- Romero, D. (2017). *GUÍA GASTRONÓMICA DE LOS MERCADOS DEL CENTRO URBANO DEL CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA* [UNIVERSIDAD REGIONAL AUTÓNOMA DE LOS ANDES]. <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/7461/1/TUAEXCOMETH001-2018.pdf>
- Salazar, D., Salazar, L., Parra, D., & Guerrero, M. (2020). Turismo y nuevas tecnologías: aplicación móvil para promover el turismo gastronómico. *Revista Espacios*, 41(0798 1015), 8.
- Sánchez, E. (2020). Recetas tradicionales con. *Boletín Cultural y Bibliográfico*, LIV(98), 72–100. https://publicaciones.banrepcultural.org/index.php/boletin_cultural/article/view/20979/21377
- Silva, V. (2017). *LOS SERVICIOS HOTELEROS OFERTADOS EN EL CANTÓN AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE* [UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO]. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/27374/1/1805065602SILVA JARA VICTORIA VANESSA.pdf>
- Tamayo, P., Moreno, M., Ochoa, M., Steffanell De León, I., & Arteta, Y. (2011). Los enfoques mundiales de la gestión de la calidad. Una mirada desde los modelos y premios de excelencia. *Ingeniare*, 11, 99. <https://doi.org/10.18041/1909-2458/ingeniare.11.649>
- Tipanquiza, A. (2017). *La Gestion de calidad y la rentabilidad de las empresas del subsector comercial de la ciudad de Quito* [UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD]. <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/24735/1/T3879ig.pdf>
- Torres, C. (2021). Universidad Técnica de Ambato Universidad Técnica de Ambato [UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO]. In *Repositorio Institucional de la Universidad Técnica de Ambato*. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32238/1/1803318169>

CAMILO FRANCISCO TORRES OÑATE.pdf

Torres, L. (2019). *EL NÍSPERO COMO INGREDIENTE DEL PATRIMONIO GASTRONÓMICO ECUATORIANO* [UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD].

<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30919/1/1804476065>


Lisette Verenice Torres Yáñez-convertido.pdf

ANEXOS

Anexo 1

Tabla 35: Ficha de la hueca gastronómica "Empanadas de morocho"

Universidad Técnica De Ambato						
Ficha De Productos Elaborados						
Reseña del establecimiento		Esta tradición nace de una familia trabajadora están ubicados en el mercado central, en sus inicios fueron ubicados alrededor del mercado, con el pasar del tiempo todas las vendedoras de comida fueron reubicadas a la planta superior, desde este punto cada uno debía ideárselas para adecuar su puesto de trabajo de la mejor manera para poder vender en óptimas condiciones. La Sra. Aidita como se la conoce al tener un puesto bonito, una atención hogareña, pero sobre todo unas empanadas con excelente sabor todos los turistas que visitan Ambato buscan de gustar siempre de sus empanadas.				
Ubicación		Av. 12 de noviembre cerca al parque 12 de noviembre, Ambato				
Nombre del encargado/a		Alda Valle Guerra				
Tiempo de funcionamiento		35 años				
Tipo de producto	Sopa ()	Plato fuerte (X)	Bebida ()	Postre ()	Salsa ()	
Nombre del producto estrella			Empanadas de morocho			
Ancestralidad		Prehispánico				
		Criollo				X
		Contemporáneo				
Época de consumo		Cotidiano	X			


	Festivo		
	Estacional		
Descripción	Son pequeñas empanas elaboras con masa de maíz, morocho y rellenas con carne de cerdo o res.		
Ingredientes	<ul style="list-style-type: none"> - Morocho - Manteca - Cebolla blanca - Ajo - Comino - Carne molida - Zanahoria cocida - Arvejas - Arroz blanco - Pimienta y sal 		
Preparación	<ul style="list-style-type: none"> - Remojar el morocho en agua durante un día para luego procederlo a cocinar en abundante agua. - Moler el morocho y mezclar con manteca y sal. - Hacer un refrito con la cebolla, zanahoria, comino, ajo y sal. - Agregar la carne al refrito. - Formar pequeñas bolitas con la masa del morocho previamente elaborada. - Dar forma y freírlas. 		
Propiedades	Son una receta tradicional ecuatoriana y pertenecen a la trilogía de las empanas, son ideales como snacks.		
Conservación	Común		X

	Escaso	
	En peligro	

Nota: Ficha técnica para conocer información relevante acerca de la hueca gastronómica “Empanadas de morocho”.

Anexo 2

Tabla 36: Ficha de la hueca gastronómica "Llapingacho de Marujita"

Universidad Técnica De Ambato					
Ficha De Productos Elaborados					
Reseña del establecimiento		<p>Todo empezó cuando la madre de María Tirado le enseñó la receta para elaborar un buen llapingacho, una vez que terminó la primaria se dedicó a ayudar a su madre en tiempo completo, están ubicados en la planta alta del mercado central y los clientes que los visitan siempre regresan gracias a los sabores únicos que posee.</p>			
Ubicación		Av. 12 de noviembre cerca al parque 12 de noviembre, Ambato			
Nombre del encargado/a		María Tirado			
Tiempo de funcionamiento		60 años			
Tipo de producto	Sopa ()	Plato fuerte (X)	Bebida ()	Postre ()	Salsa ()
Nombre del producto estrella			Llapingacho		
Ancestralidad		Prehispánico	X		
		Criollo			
		Contemporáneo			
Época de consumo		Cotidiano	X		
		Festivo			
		Estacional			
Descripción		<p>El origen se les atribuye a los indígenas Salasakas, su nombre proviene de la palabra "llapingue" que en kichwa significa aplastada.</p>			
Ingredientes		<ul style="list-style-type: none"> - Papa chola - Agua 			


	<ul style="list-style-type: none"> - Cebolla blanca - Manteca - Achiote - Chorizo ambateño - Huevos - Lechuga - Remolacha - Salsa de maní - Cebolla paiteña - Limón - Sal 	
Preparación	<ul style="list-style-type: none"> - Cocinar las papas en abundante agua junto con la cebolla blanca y sal. Cuando estén cocinadas escurrir y aplastar hasta tener un masa suave y cremosa. - Realizar un refrito con la cebolla blanca e incorporar a la masa de papa, con la manteca y el achiote darles forma. - Freír el chorizo. - Freír los huevos. - Realizar el encurtido (la cebolla cortar en juliana, los tomates cuadrados y agregar sumo de limón, la remolacha en cuadros y las hojas de lechuga entera). 	
Propiedades	Al estar elaborado a base de papas brinda una gran cantidad de carbohidratos, proteína, calcio y fosforo.	
Conservación	Común	X
	Escaso	

	En peligro	
--	-------------------	--

Nota: Ficha técnica para conocer información relevante acerca de la hueca gastronómica “Llapingachos de Marujita”.

Anexo 3

Tabla 37: Ficha de la hueca gastronómica "Colada morada de Atocha"


Universidad Técnica De Ambato					
Ficha De Productos Elaborados					
Reseña del establecimiento		Gloria Naranjo aprendió a elaborar la colada morada junto a la madre de su difunto esposo, está ubicado en el barrio más antiguo de la ciudad, el barrio Atocha, la característica principal de este producto es que es elaborado en cocina de leña. la demanda de turistas es alta de tal manera que gracias a las ganancias adquiridas pudo sacar adelante a sus dos hijos y convertirlos en unos profesionales.			
Ubicación		Parroquia Atocha, Ambato			
Nombre del encargado/a		Gloria Naranjo			
Tiempo de funcionamiento		16 años			
Tipo de producto	Sopa ()	Plato fuerte ()	Bebida (X)	Postre ()	Salsa ()
Nombre del producto estrella			Colada morada		
Ancestralidad		Prehispánico	X		
		Criollo			
		Contemporáneo			
Época de consumo		Cotidiano	X		
		Festivo			
		Estacional			
Descripción		La preparación de esta bebida conocida como colada morada está a base de frutos y especias que son difíciles de encontrar fuera del país.			
Ingredientes		<ul style="list-style-type: none"> - Harina de maíz morado - Pulpa de naranjilla - Moras 			

	<ul style="list-style-type: none"> - Mortiños o arándanos - Fresas - Piña - Especias (ishpingo, canela, pimienta dulce, clavo de olor, anís estrellado) - Panela - Hiervas aromáticas 	
Preparación	<ul style="list-style-type: none"> - Hervir agua durante 25 min con las especias y la panela. - Colocar las hierbas aromáticas. - Hervir a fuego lento durante 10 min, colar y reservar. - Hervir agua con los mortiños, dejar reposar una vez hervido y licuar. - Mezclar la harina en jugo de piña. - Agregar la mezcla de la harina con las frutas licuadas, el jugo de naranjilla y el agua con las especias. - Agregar cubos pequeños de las frutas. - Hervir a fuego lento. 	
Propiedades	<p>Gracias a las especias con las que esta elabora la colada morada estas le atribuyen al cuerpo humano un alto contenido de fosforo, fibra, calcio y vitaminas B1 y C.</p>	
Conservación	Común	X
	Escaso	
	En peligro	

Nota: Ficha técnica para conocer información relevante acerca de la hueca gastronómica “Colada morada de Atocha”.

Anexo 4

Tabla 38: Ficha de la hueca gastronómica "Empanadas de nylon"


Universidad Técnica De Ambato					
Ficha De Productos Elaborados					
Reseña del establecimiento		La receta fue creada por la tatarra- abuelita del actual dueño Antonio Galarza por el año de 1940, en la actualidad se manejan con un tiesto de piedra volcánica mismo que es el encargado de darle el sabor a las tortillas de maíz. Las personas que han degusto de este producto las han bautizados con un sin número de nombres por su textura suave pero el nombre emblemático es tortillas de nylon.			
Ubicación		Parroquia Ingahurco, Ambato			
Nombre del encargado/a		Antonio Galarza			
Tiempo de funcionamiento		50 años			
Tipo de producto	Sopa ()	Plato fuerte (X)	Bebida ()	Postre ()	Salsa ()
Nombre del producto estrella			Tortillas de nylon		
Ancestralidad		Prehispánico	X		
		Criollo			
		Contemporáneo			
Época de consumo		Cotidiano	X		
		Festivo			
		Estacional			
Descripción		En la antigüedad estas tortillas eran consumidas en reemplazo del pan, estas son elaboradas a base de harina de maíz y rellenas de queso.			
Ingredientes		<ul style="list-style-type: none"> - Harina de maíz - Agua 			

	<ul style="list-style-type: none"> - Sal - Queso 	
Preparación	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar la masa para las tortillas, para ello se hará una fusión de harina, sal y agua. - Una vez que se tiene una mezcla uniforme, sacar pequeñas porciones. - Dar forma y rellenarlas. - Ponerlas en el tiesto hasta que estén doradas. 	
Propiedades	Al contener harina de maíz se tiene una alta cantidad de carbonos, además son ricas en calcio, fosforo y fibra.	
Conservación	Común	X
	Escaso	
	En peligro	

Nota: Ficha técnica para conocer información relevante acerca de la hueca gastronómica “Empanadas de nylon”.

Anexo 5

Tabla 39: Ficha de la hueca gastronómica "Helados de la Catedral"

Universidad Técnica De Ambato						
Ficha De Productos Elaborados						
Reseña del establecimiento		<p>La historia de Segundo Oña más conocido como “el mariner” empieza cuando su suegro y su esposa le enseñaron como elaborar y vender los helados, todo empezó con un pequeño coche que le regalaron, a partir de ahí vendía a escondidas ya que los agentes de control no le dejaban vender el producto en un lugar específico, recorrió plazas, mercados y parques. En la actualidad tiene compañeros que le ayudan en la venta de helados, la receta que le enseñó su esposa aun la conserva sin cambiar ni aumentar el producto, su trayectoria es de 35 años vendiendo en la esquina de la Iglesia la Catedral.</p>				
Ubicación		Centro de Ambato, junto al parque Montalvo				
Nombre del encargado/a		Segundo Oña				
Tiempo de funcionamiento		35 años				
Tipo de producto	Sopa ()	Plato fuerte ()	Bebida ()	Postre (X)	Salsa ()	
Nombre del producto estrella			Helado de mora			
Ancestralidad		Prehispánico				
		Criollo				X
		Contemporáneo				
Época de consumo		Cotidiano		X		
		Festivo				
		Estacional				

Descripción	En la antigüedad estas tortillas eran consumidas en reemplazo del pan, estas son elaboradas a base de harina de maíz y rellenas de queso.	
Ingredientes	<ul style="list-style-type: none"> - Jugo de mora - Azúcar - Hielo - Sal marina en grano - Claras de huevo 	
Preparación	<ul style="list-style-type: none"> - Batir el jugo de mora con el azúcar. - Colocar el líquido en una batea o recipiente. - Dar constantemente vueltas al recipiente y con una paleta de madera agitar el líquido hasta que se solidifique. - Mezclar hasta que se convierta el líquido en una masa homogénea. 	
Propiedades	Gracias a la pulpa de fruta los helados de paila son una fuente de energía ya que tiene carbohidratos.	
Conservación	Común	X
	Escaso	
	En peligro	

Nota: Ficha técnica para conocer información relevante acerca de la hueca gastronómica “Helados de la Catedral”.

Anexo 6

Figura 29: Carta de compromiso



DIRECCIÓN ACADÉMICA
ANEXO 3

FORMATO DE LA CARTA DE COMPROMISO.

CARTA DE COMPROMISO

Ambato, 14 de abril del 2022

Doctor
Marcelo Núñez Espinoza
Presidente de la Unidad de Integración Curricular Carrera de
Turismo
Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación

Yo Daniel Rodríguez en mi calidad de Jefe de Turismo del GAD municipalidad de Ambato, me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de Integración Curricular bajo el Tema: **La gestión de calidad en las huecas gastronómicas y el desarrollo del turismo gastronómico en el cantón Ambato**, propuesto por la estudiante Oscar Anibal Recalde Rodríguez portadora de la Cédula de Ciudadanía 1804080115, estudiante de la Carrera de Turismo Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

A nombre de la Institución a la cual represento, me comprometo a apoyar en el desarrollo del proyecto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente.



Daniel Rodríguez
CI 1804743522
dfrodriguez@ambatogob.ec

Nota: Evidencia de la carta de compromiso que se firmó con el jefe de turismo del GAD municipalidad de Ambato.

Anexo 7

Figura 30: Evidencia del instrumento

La calidad del servicio en la hueca gastronómica "Caldos de 31 de Doña S ☆

Preguntas Respuestas 203 Configuración

Encuesta para la medición de la calidad del servicio en la hueca gastronómica "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" del cantón Ambato

Objetivo:
El objetivo de esta encuesta es interpretar el nivel de la calidad del servicio con la que se maneja una hueca gastronómica en el cantón Ambato.

Instrucciones:
1. La siguiente encuesta presenta una serie de interrogantes que son relativas a lo que usted piensa sobre la hueca gastronómica.
2. Es desarrollada con fines académicos, de tal manera se solicita ser respondida con total sinceridad.
3. La encuesta cuenta con 5 opciones de respuesta en base a la escala de Likert del 1 al 5, donde:
- Total desacuerdo / 1
- En desacuerdo / 2
- Neutral / 3
- De acuerdo / 4
- Muy de acuerdo / 5

Sexo *

Hombre

Mujer

Otro

Nivel de estudios *

Sin estudios

Educación inicial

Educación básica

Bachillerato

Educación superior

Rango de edad *

De 18 a 30

De 31 a 40

De 41 a 50

De 51 a 60

De 61 en adelante

Nacionalidad *

Ecuatoriano/a

Extranjero/a

¿Cómo se enteró de la existencia del establecimiento? *

- Recomendación de amigos/familiares
- Páginas web
- Publicidad

¿Con qué frecuencia visita el establecimiento? *

- Diariamente
- Fines de semana
- Dos veces por semana
- Solo en esta ocasión

ASPECTOS TANGIBLES. 1) La hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" tiene equipos de apariencia moderna. *

	1	2	3	4	5	
Total desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy de acuerdo

2) Las instalaciones de la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" son visualmente atractivas. *

	1	2	3	4	5	
Total desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy de acuerdo

3) Los empleados de la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" tienen buena apariencia. *

	1	2	3	4	5	
Total desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy de acuerdo

4) Los materiales relacionados con el servicio que utiliza la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" (folletos, cartas del menú, facturas, etc.) son visualmente atractivos. *

	1	2	3	4	5	
Total desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy de acuerdo

FIABILIDAD. 5) La hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores" cumple con el servicio que se prometió desde un inicio. *

	1	2	3	4	5	
Total desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy de acuerdo

6) Cuando el cliente tiene un problema los empleados muestran un sincero interés en solucionarlo. *

	1	2	3	4	5	
Total desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy de acuerdo

7) No cometen errores durante el servicio. *

	1	2	3	4	5	
Total desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy de acuerdo

SENSIBILIDAD. 8) Los empleados informan con precisión el tiempo en el que será entregado el servicio. *

	1	2	3	4	5	
Total desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy de acuerdo

9) Los empleados sirven con rapidez. *

	1	2	3	4	5	
Total desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy de acuerdo

10) Los empleados siempre están dispuestos a ayudar al cliente. *

1 2 3 4 5

Total desacuerdo Muy de acuerdo

SEGURIDAD. 11) El comportamiento de los empleados transmite confianza. *

1 2 3 4 5

Total desacuerdo Muy de acuerdo

12) Se siente seguridad durante la permanencia en la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores". *

1 2 3 4 5

Total desacuerdo Muy de acuerdo

13) Los empleados son siempre amables. *

1 2 3 4 5

Total desacuerdo Muy de acuerdo

14) Los empleados tienen conocimientos suficientes acerca de los servicios que presta la hueca "Caldos de 31 de Doña Susana Flores". *

1 2 3 4 5

Total desacuerdo Muy de acuerdo

EMPATIA 15) Los horarios de atención son convenientes para los clientes. *

1 2 3 4 5

Total desacuerdo Muy de acuerdo

16) Se preocupan por los clientes. *

1 2 3 4 5

Total desacuerdo Muy de acuerdo

17) Los empleados comprenden las necesidades del cliente. *

1 2 3 4 5

Total desacuerdo Muy de acuerdo

Nota: Se evidencia el instrumento que se utilizó para encuestar a los comensales que visitaron la hueca gastronómica.