



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA DE TURISMO

**Percepción de la calidad de servicios en los restaurantes
de categoría 2 y 3 tenedores de la ciudad de Cotacachi,
provincia de Imbabura, año 2024**

Trabajo de integración curricular previo a la obtención del título de:

LICENCIADA EN TURISMO

Autora: Antamba Escanta, Tamia Sisa

Directora: Gonzaga Vallejo, Luz Clara

Cotacachi
2025



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NC-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

2025

Aprobación del director del Trabajo de Integración Curricular

Loja, 5 de marzo de 2025

Doctor

Christian Stalin Viñán Merecí

Director de la carrera de Turismo

Ciudad

De mi consideración:

Me permito comunicar que, en calidad de director del presente Trabajo de Integración Curricular denominado: Percepción de la calidad de servicios en los restaurantes de categoría 2 y 3 tenedores de la ciudad de Cotacachi, provincia de Imbabura, año 2024 realizado por Tamia Sisa Antamba Escanta ha sido orientado y revisado durante su ejecución, así mismo ha sido verificado a través de la herramienta de similitud académica institucional, y cuenta con un porcentaje de coincidencia aceptable. En virtud de ello, y por considerar que el mismo cumple con todos los parámetros establecidos por la Universidad, doy mi aprobación a fin de continuar con el proceso académico correspondiente.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,

Directora: Luz Clara Gonzaga Vallejo, PhD.

C.I.: 1103138978

Correo electrónico: lcgonzaga@utpl.edu.ec

Declaración de autoría y cesión de derechos

Yo, Tamia Sisa Antamba Escanta, declaro y acepto en forma expresa lo siguiente:

Ser autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: Percepción de la calidad de servicios en los restaurantes de categoría 2 y 3 tenedores de la ciudad de Cotacachi, provincia de Imbabura, año 2024, de carrera de Turismo, específicamente de los contenidos comprendidos en: Capítulo uno Marco teórico, Capítulo dos Diagnóstico situacional del cantón Cotacachi, Capítulo tres Metodología y Capítulo cuatro Propuesta de plan de mejora siendo Luz Clara Gonzaga Vallejo, directora del presente trabajo; también declaro que la presente investigación no vulnera derechos de terceros ni utiliza fraudulentamente obras preexistentes. Además, ratifico que las ideas, criterios, opiniones, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad. Eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones judiciales o administrativas, en relación con la propiedad intelectual de este trabajo.

Que la presente obra, producto de mis actividades académicas y de investigación, forma parte del patrimonio de la Universidad Técnica Particular de Loja, de conformidad con el artículo 20, literal j), de la Ley Orgánica de Educación Superior; y, artículo 91 del Estatuto Orgánico de la UTPL, que establece: "Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad", en tal virtud, cedo a favor de la Universidad Técnica Particular de Loja la titularidad de los derechos patrimoniales que me corresponden en calidad de autora, de forma incondicional, completa, exclusiva y por todo el tiempo de su vigencia.

La Universidad Técnica Particular de Loja queda facultada para ingresar el presente trabajo al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública, en cumplimiento del artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

.....
Autora: Tamia Sisa Antamba Escanta

C.I.: 1004799894

Correo electrónico: tsantamba@utpl.edu.ec

Dedicatoria

Dedico de todo corazón mi tesis a mi madre ya que sin ella y su apoyo incondicional no lo habría logrado. Gracias mamita por todo tu esfuerzo y por creer en mí, hoy estoy aquí dedicando mi tesis a la persona que me dio la vida y que pese a mis errores siempre estuvo apoyándome para que pueda tener un mejor futuro, eres todo mi ejemplo de fuerza, valentía, esfuerzo y sabiduría, te amo tanto. También dedico mi tesis a mi hijo, que ha sido mi fuerza para continuar, mi motivo para salir adelante, gracias, hijo por todas las noches desveladas acompañándome en la realización de mis tareas, todo el sacrificio valió la pena. Y hoy estoy aquí, culminando mi carrera universitaria, espero enorgullecerte. Te amo.

Agradecimiento

En primer lugar, quiero agradecer a mi familia, en especial a mi mamita que me ha brindado su apoyo incondicional en todo momento, sin importar las circunstancias, siempre buscando que logre cumplir mis metas personales y académicas, sin su apoyo y la forma en la que ha creído en mí, esto no hubiese sido posible, gracias por jamás abandonarme y ser mi apoyo y soporte en todo momento. También quiero agradecer a mi pareja, Steven, quien ha estado conmigo apoyándome pese todas las adversidades que se han dado, gracias por ser una gran pareja y compañero de vida, gracias por todos los sacrificios que hemos tenido que hacer para que esta meta se llegue a cumplir, te amo mucho, a ti y a nuestro hijo Carlitos.

Agradezco tanto a Dios por la gran familia que me dio y por la gran familia que formé, porque pese a todo, siempre han estado para mí y siempre han creído en mí. Gracias Dios, por tanto, por darme la fortaleza cuando estuve a punto de rendirme, y porque a la final fuiste quien me trajo hasta este punto.

Índice de contenido

Carátula	I
Aprobación del director del Trabajo de Integración Curricular	II
Declaración de autoría y cesión de derechos	III
Dedicatoria	V
Agradecimiento	VI
Índice de contenido.....	VII
Resumen	1
Abstract	2
Introducción	3
Capítulo uno	5
Marco Teórico	5
1.1 Antecedentes de la investigación	5
1.2 La calidad del servicio	6
1.3 Definición de calidad	8
1.4 Empresas de servicio	9
1.5 Expectativas, satisfacción y percepción empresas de servicio	10
1.6 Servicio al cliente	12
1.6.1 <i>Fidelización de clientes</i>	13
1.6.2 <i>Importancia de la fidelización del cliente</i>	15
1.7 La calidad de servicio como elemento clave para la satisfacción del cliente	16
1.8 Plan de mejoras	17
1.9 Investigaciones realizadas en el cantón	18
Capítulo dos	20
2.1 Ámbito físico espacial	20
2.1.1 <i>Ubicación y límites</i>	20
2.1.2 <i>Superficie y extensión</i>	20
2.1.3 <i>División política y administrativa</i>	21

2.1.4 Movilidad, energía y conectividad	22
2.1.4.1 Viabilidad urbana y rural..	24
2.1.5 Hidrografía	24
2.1.6 Características Climáticas	25
2.1.7 Geología...	25
2.2 Ámbito sociocultural	26
2.2.1 Población	26
2.2.2 Grupos étnicos	26
2.2.3 Educación	27
2.2.3.1 Establecimientos Educativos.....	28
2.2.3.2 Analfabetismo.....	28
2.2.4 Salud.....	28
2.2.4.1 Número de hospitales, centro, subcentros y puestos de salud.	28
2.2.4.2 Natalidad.....	29
2.2.4.3 Mortalidad.....	29
2.2.5 Vivienda.....	29
2.2.6 Migración interna y externa.....	30
2.2.7 Indicadores de desarrollo humano y pobreza	31
2.3 Ámbito ecológico territorial	32
2.3.1 Condiciones ambientales.....	32
2.3.2 Geomorfología.....	33
2.3.2.1 El suelo, el aire, al agua.....	33
2.3.3 Ecosistemas.....	34
2.3.3.1 Flora.....	35
2.3.3.2 Fauna.....	35
2.3.4 Riesgos y seguridad.....	35
2.4 Ámbito económico productivo	36
2.4.1 Contexto económico local	36

2.4.1.1 PEA..	37
2.4.1.2 Estructura productiva.....	38
2.4.2 Sector productivo primario	38
2.4.2.1 Agricultura..	38
2.4.2.3 Otros..	39
2.4.3 Sector productivo secundario.....	39
2.4.3.1 Industria.....	39
2.4.3.2 Artesanía.....	39
2.4.4 Sector productivo técnico.....	39
2.4.4.1 Comercio.....	40
2.4.4.2 Transporte..	40
2.4.4.3 Desarrollo turístico.....	40
2.5 Político-administrativo	40
2.5.1 Estructura política administrativa de la institución pública.....	40
2.5.2 Mapeo de actores que conforman la cadena de valor turística	42
2.6 Diagnóstico turístico del sector	44
2.6.1 Demanda Turística en el cantón Cotacachi	44
2.6.2 Turismo Gastronómico	46
2.7 Planta turística.....	46
2.7.1 Alojamiento.....	47
2.7.2 Alimentos y bebidas.....	47
2.7.3 Infraestructura de los restaurantes de 2 y 3 tenedores de la ciudad de Cotacachi que serán objeto de investigación	48
Capítulo tres	60
Metodología.....	60
3.1 Tipo de investigación	60
3.2 Diseño de investigación.....	61
3.3 Población / muestra	61

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	63
3.5 Técnicas e instrumentos de análisis de datos	65
3.6 Análisis de datos	65
3.6.1 <i>Tangibilidad</i>	65
3.6.2 <i>Fiabilidad</i>	68
3.6.3 <i>Capacidad de respuesta</i>	75
3.6.4 <i>Seguridad</i>	80
3.6.5 <i>Empatía</i>	84
3.6.6 <i>Imagen empresarial</i>	90
3.6.7 <i>Reputación empresarial</i>	93
3.6.8 <i>Lealtad</i>	96
3.6.9 <i>Preguntas de carácter general referidas al establecimiento</i>	99
3.6.10 <i>Expectativas del cliente – Satisfacción</i>	102
Capítulo cuatro.....	106
Propuesta de un Plan de Mejora.....	106
4.1 Objetivo general	106
4.1.1 <i>Metas de mejora</i>	107
4.2 Estrategias y acciones	107
4.2.1 <i>Mejorar la precisión y rapidez del servicio</i>	107
4.2.2 <i>Mejorar la amabilidad, confianza y simpatía del personal</i>	108
4.2.3 <i>Mejorar la resolución de problemas</i>	109
4.2.4 <i>Compromiso con el medio ambiente</i>	110
4.3 Recursos necesarios.....	110
Conclusiones	112
Recomendaciones.....	114
Referencias	116
Apéndice	121

Índice de tablas

Tabla 1 Los Beneficios de la satisfacción y fidelización de los clientes.....	16
Tabla 2 Cooperativa de transportes del cantón Cotacachi.....	26
Tabla 3 Hospitales y centro de salud del Cantón Cotacachi	30
Tabla 5 Amenazas Naturales del Cantón Cotacachi	37
Tabla 6 PEA del Cantón Cotacachi.....	39
Tabla 7 Mapeo de Actores.....	44
Tabla 8 Demanda Turística del Cantón Cotacachi	46
Tabla 9 Servicios Turísticos	49
Tabla 10 Establecimientos de alojamiento del Cantón Cotacachi.....	49
Tabla 11 Establecimientos de Alimentos y Bebidas	49
Tabla 12 Establecimientos de estudio.....	50
Tabla 13 Distribución de encuestas para cada establecimiento de estudio	64
Tabla 14 Sistema de pedidos y distribución de tareas	108
Tabla 15 Capacitaciones y sistema de recompensas	109
Tabla 16 Resolución de problemas	110
Tabla 17 Sostenibilidad y medio ambiente.....	111

Índice de figuras

Figura 1 Población por área y grupos étnicos	29
Figura 2 Estructura política administrativa de la institución pública	43
Figura 3 Organigrama del Restaurante El Leñador.....	51
Figura 4 Flujograma del Restaurante El Leñador.....	52
Figura 5 Organigrama del Restaurante la Marqueza.....	53
Figura 6 Flujograma del Restaurante La Marqueza	54
Figura 7 Flujograma del Restaurante Aliani.....	55

Figura 8 Organigrama del Restaurante Mesón de Pedro.....	56
Figura 9 Flujograma del Restaurante Mesón de Pedro.....	57
Figura 10 Organigrama del restaurante La Parrilla del Compadre	58
Figura 11 Flujograma del restaurante La parrilla del Compadre	59
Figura 12 Organigrama del Restaurante Cuicocha	60
Figura 13 Flujograma del Restaurante Cuicocha.....	61
Figura 14 ¿Qué tan satisfecho(a) está con el uso de nuevas tecnologías, para mejorar el servicio en el establecimiento?	67
Figura 15 ¿Qué tan satisfecho (a) está con la comodidad de las instalaciones del establecimiento?	68
Figura 16 ¿Cómo calificaría la apariencia pulcra de los empleados?	69
Figura 17 ¿Qué tan satisfecho(a) está con la apariencia visual de los elementos materiales y documentos de servicio?.....	69
Figura 18 ¿Qué tan satisfecho(a) está con el cumplimiento de los servicios solicitados por parte del personal del establecimiento?	70
Figura 19 ¿Qué tan satisfecho(a) está con el interés mostrado por el personal en responder a sus inquietudes?	71
Figura 20 ¿Qué tan satisfecho(a) está con la calidad del servicio que habitualmente presta el establecimiento?	72
Figura 21 ¿Qué tan satisfecho(a) está con la puntualidad del servicio prestado por el establecimiento?	73
Figura 22 ¿Qué tan satisfecho(a) está con la precisión del personal durante la prestación del servicio?.....	74
Figura 23 ¿Qué tan satisfecho(a) está con la puntualidad y sinceridad del personal al informar sobre las condiciones de los diferentes servicios prestados?	76
Figura 24 ¿Qué tan satisfecho(a) está con la rapidez del servicio ofrecido por el establecimiento?	77
Figura 25 ¿Qué tan satisfecho(a) está con la disponibilidad de personal para ayudar	

con sus requerimientos en el establecimiento?	77
Figura 26 ¿Qué tan satisfecho(a) está con la rapidez con la que el personal toma su pedido en el establecimiento?	78
Figura 27 ¿Qué tan satisfecho(a) está con la amabilidad del personal al atender sus requerimientos en el establecimiento?	79
Figura 28 ¿Qué tan satisfecho(a) está con la rapidez con la que la personal entrega la cuenta en el establecimiento?	80
Figura 29 ¿Qué tan satisfecho(a) está con la confianza que el personal inspira en el establecimiento?	82
Figura 30 ¿Qué tan satisfecho(a) está con la simpatía mostrada por el personal en el establecimiento?	82
Figura 31 ¿Qué tan satisfecho(a) está con la confiabilidad de la información emitida por el establecimiento?	83
Figura 32 ¿Qué tan satisfecho(a) está con la capacidad del personal para resolver problemas en el establecimiento?	84
Figura 33 ¿Qué tan satisfecho(a) está con la limpieza y el orden dentro del establecimiento?	85
Figura 34 ¿Qué tan satisfecho(a) está con la atención personalizada ofrecida por el personal en el establecimiento?	86
Figura 35 ¿Qué tan satisfecho(a) está con el interés mostrado por el personal en mejorar la experiencia de los visitantes en el establecimiento?	87
Figura 36 ¿Qué tan satisfecho(a) está con la adecuación de los horarios para los diferentes servicios ofrecidos en el establecimiento?	88
Figura 37 ¿Qué tan satisfecho(a) está con la disponibilidad del personal necesario para cubrir las necesidades de los visitantes en el establecimiento?	89
Figura 38 ¿Qué tan satisfecho(a) está con el compromiso del personal del establecimiento para cubrir las necesidades de los visitantes?	90
Figura 39 ¿Qué tan satisfecho(a) está con el ambiente laboral percibido dentro del	

establecimiento?	91
Figura 40 ¿Qué tan satisfecho(a) está con la creatividad e innovación del establecimiento?	92
Figura 41 ¿Qué tan satisfecho(a) está con la confiabilidad del establecimiento?	93
Figura 42 ¿Qué tan satisfecho(a) está con la eficiencia del establecimiento?	94
Figura 43 ¿En qué nivel considera que este establecimiento es respetado en la ciudad?	95
Figura 44 ¿En qué nivel considera que este establecimiento goza de prestigio en la ciudad?	95
Figura 45 ¿En qué nivel considera que este establecimiento es reconocido en la ciudad?	96
Figura 46 ¿En qué nivel considera que este establecimiento está comprometido con el medio ambiente?	97
Figura 47 ¿Volvería a utilizar los servicios ofrecidos por el establecimiento?	98
Figura 48 ¿Recomendaría el establecimiento a familiares y amigos?	98
Figura 49 ¿Recomendaría el establecimiento a personas desconocidas?	99
Figura 50 ¿Cómo evaluaría la calidad general del establecimiento en cuanto a su nivel de satisfacción?	100
Figura 51 ¿Qué tan satisfecho(a) está con la calidad general del personal y los servicios ofrecidos por el establecimiento?	100
Figura 52 ¿Qué nivel de satisfacción tiene con la calidad de la comida dentro del establecimiento?	101
Figura 53 ¿Cómo evaluaría la relación calidad-precio ofrecida por el establecimiento?	102
Figura 54 ¿El establecimiento cumplió con sus expectativas en términos de imagen?	
103	
Figura 55 ¿El establecimiento cumplió con sus expectativas en cuanto al servicio ofrecido?	104

**Figura 56 ¿El establecimiento cumplió con sus expectativas en cuanto a la relación
calidad-precio?.....105**

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo analizar la calidad de servicios en establecimientos de alimentos y bebidas de categoría 2 y 3 tenedores de la ciudad de Cotacachi, provincia de Imbabura, año 2024. Se empleó metodología mixta, combinando el enfoque cualitativo y cuantitativo, aplicando encuestas a los usuarios con el fin de recopilar información sobre la calidad de servicios de los establecimientos, el nivel de satisfacción y expectativas de los comensales. Las encuestas aplicadas durante el mes de agosto a octubre determinaron que la calidad de servicio que perciben los comensales es buena, sin embargo, existen aspectos que se deben mejorar ya que se identificó que la atención al cliente es insuficiente, además, la sostenibilidad dentro de los establecimientos no logró cumplir las perspectivas de los clientes ya que consideraron que los restaurantes no adoptan ningún tipo de prácticas sostenibles, por lo tanto, aspectos de atención al cliente y el uso nulo de prácticas sostenibles en los establecimientos obtuvieron los promedios más bajos del nivel de satisfacción de los comensales.

Palabras clave: Calidad de servicios, perspectiva, nivel de satisfacción.

Abstract

The present research aims to analyze the quality of services in food and beverage establishments classified as 2- and 3-fork categories in the city of Cotacachi, Imbabura Province, in the year 2024. A mixed methodology was employed, combining qualitative and quantitative approaches by applying surveys to users to gather information about the quality of services in the establishments, the level of satisfaction, and the expectations of diners. Surveys conducted between August and October revealed that diners perceive the service quality as good. However, there are aspects that need improvement, as customer service was found to be insufficient. Moreover, sustainability within the establishments failed to meet customer expectations, as diners considered that the restaurants do not adopt any type of sustainable practices. Therefore, customer service and the absence of sustainable practices in the establishments received the lowest satisfaction ratings from diners

Keywords: Service quality, perspective, satisfaction level.

Introducción

La calidad de servicio dentro de las organizaciones se ha vuelto más predominante para los usuarios ya que es el valor añadido que ofrece un establecimiento al cliente que cada día se vuelve más exigente y constantemente se encuentra buscando un producto o un servicio que cumpla con sus necesidades y lo satisfaga completamente. Por lo tanto, a través de la satisfacción del cliente se obtiene un usuario leal que está enamorado de la marca y que se encuentra dispuesto a defenderla y a recomendarla a otros potenciales clientes.

Cotacachi es una de las ciudades del Ecuador que recibe variedad de turistas por toda la riqueza cultural, natural, gastronómica y más que ofrece el destino, miles de turistas visitan la ciudad y consumen dentro de los establecimientos de alimentos y bebidas de esta hermosa ciudad. El objetivo específico del presente estudio es analizar la calidad de servicios en establecimientos de alimentos de categoría 2 y 3 tenedores de la ciudad de Cotacachi, provincia de Imbabura, año 2024. Además, se cuenta con tres objetivos específicos que son, analizar la situación actual de los establecimientos de alimentos de 2 y 3 tenedores, determinar el nivel de satisfacción que tienen los clientes de los servicios recibidos y realizar una propuesta de mejora para los establecimientos. Para dar respuesta al problema planteado se utilizó metodología mixta con enfoque cualitativo y enfoque cuantitativo, se realizó un estudio en los respectivos establecimientos en los cuales se aplicó encuestas a los usuarios para conocer el nivel de satisfacción con respecto a la calidad de servicio recibido en dichos negocios. A través de la recolección de datos de las encuestas aplicadas se realizó un análisis en el cuál se pudo identificar cuáles son las falencias de los establecimientos y el motivo por el cuál los comensales no pueden sentirse totalmente satisfechos con el servicio recibido, una vez que se realizó el respectivo análisis se planteó una propuesta de mejora que fue tomada en cuenta de acuerdo con el nivel de satisfacción de los usuarios en cada uno de los diez aspectos planteados en la encuesta. Actualmente el país no se encuentra en su mejor momento ya que la inseguridad que está atravesando Ecuador ha afectado el sector turístico, por lo que se percibió una notoria disminución en la afluencia de turistas en los últimos meses en la ciudad de Cotacachi, este fue uno de los mayores desafíos que se

atravesó al momento de desarrollar el presente trabajo ya que fue complicado conseguir que usuarios colaboren con las encuestas, ya que algunos establecimientos de los que se realizó el estudio no contaban con una alta demanda de clientes o algunas personas desconfiaban y preferían no ser participé del estudio, por lo que hubo cierto retraso en la recolección de los datos.

El presente proyecto cuenta con un total de cuatro capítulos, en el primer capítulo se analizará el Marco teórico donde se da a conocer opiniones de diferentes autores acerca de los aspectos de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente dentro de los establecimientos y a nivel general y la importancia de las mismas, por otro lado, el capítulo dos corresponde al diagnóstico situacional del cantón Cotacachi y se da a conocer varios aspectos importantes del cantón, mientras tanto el capítulo tres explica la metodología que se utiliza para realizar la investigación y cuenta con el respectivo análisis de los datos obtenidos mediante la aplicación de la encuesta, por último se encuentra el capítulo cuatro que pertenece a la propuesta de un plan de mejora para los establecimientos de estudio. Esta investigación es de suma importancia ya que ya que permite elevar los estándares de calidad que ofrece el destino en donde se ven beneficiados todos los involucrados, además el estudio sirve como herramienta para tomar decisiones estratégicas basadas en los datos obtenidos mediante la aplicación de encuestas a los usuarios, esto genera un impacto positivo en el desarrollo económico, social y cultural de la ciudad de Cotacachi, ya que es un lugar que tiene un fuerte vínculo con el turismo. Además, un estudio como este sirve para fortalecer la identidad del destino, especialmente si los restaurantes se centran en resaltar los ingredientes locales en sus menús y empiezan a utilizar prácticas amigables con el medio ambiente, también aumentaría la competitividad del sector gastronómico de la zona ya que ofrecerán un servicio de excelencia y por último, ayudará a promover la economía local, fortaleciendo a pequeños emprendimientos y atrayendo a turistas locales como internacionales.

Capítulo uno

Marco Teórico

1.1 Antecedentes de la investigación

La calidad de servicios en un establecimiento de alimentos y bebidas se puede dar a conocer como el grado de satisfacción que cumple un negocio hacia la necesidad de sus usuarios, ya que, la percepción de la calidad del servicio recibido será el resultado de la evaluación de su experiencia culinaria, del servicio de atención deseado y de la superioridad de este. La calidad percibida es la variable que se presenta límites menos claros respecto al concepto de satisfacción, ya que ambas partes se refieren a un proceso de evaluación en el que el cliente compara la experiencia del servicio con determinadas expectativas previas, es decir, ambas tienen en común el hecho de que se considera central el punto de vista de los clientes, al valorar los servicios que presta una organización. Las dimensiones más valoradas por los consumidores de una empresa de expendio de alimentos son: seguridad, empatía y fiabilidad, las cuales requieren un trato directo con el cliente. Por ellos se debe cuidar cada acción que lo involucre ya que una buena experiencia en el servicio es sinónimo de buena promoción para la empresa.

Según Burbano (2023) la evolución del término calidad se evidencia con el tiempo y con el desarrollo de la tecnología que ha beneficiado el crecimiento del sector industrial, actualmente uno de los elementos implicados en el servicio de calidad es el uso de la tecnología, por lo que la calidad se define por nuevas formas de trabajo que permiten agilizar y perfeccionar los servicios en el ámbito turístico. De este modo se detalla factores relacionados a los servicios de calidad.

A través del tiempo con el desarrollo de las nuevas tecnologías, el concepto de calidad ha ido evolucionando por lo que el sector industrial debe cumplir con las nuevas necesidades de los usuarios, permitiendo mejorar los servicios que brinda el establecimiento y de esta manera mejorar al desarrollo turístico de un sector.

Investigadores han identificado tres grupos que corresponden a la calidad de servicios:

Según Santomá y Costa (2007) destacan que: La síntesis de la literatura aporta que existen tres grupos de investigaciones respecto a la calidad de servicio en hotelería, los que analizan el concepto desde un punto de vista teórico, los que se centran en la gestión de la calidad total y los que buscan la medición de la calidad de servicio. Respecto a estos últimos, podemos agrupar los atributos medidos en tres grandes grupos: los relacionados con aspectos tangibles del establecimiento, los relacionados con la fiabilidad, y los relacionados con el desempeño de los empleados.

Son varios los factores a los que se les denomina servicio de calidad, pero existen tres importantes que se deben cumplir dentro de un establecimiento para que los usuarios se sientan satisfechos con el servicio recibido y se vuelvan fieles a un producto o servicio. Como ya se dio a conocer en la cita anterior, los aspectos importantes son: los aspectos tangibles de un establecimiento como las características físicas del lugar, las instalaciones los equipos, el personal y otros. También se nombra a la fiabilidad, que se trata de la habilidad que tiene un establecimiento para lograr ejecutar el servicio de manera adecuada y constante, cumpliendo de manera rápida las necesidades de sus clientes. Y por último se encuentra el desempeño de los empleados, que es uno de los puntos más importantes para que la organización tenga un buen desempeño y cumpla con las expectativas de los usuarios.

1.2 La calidad del servicio

La calidad de servicios es la totalidad de peculiaridades y características de un producto o servicio que se relacionan con la capacidad de brindar satisfacción al usuario en determinadas necesidades.

Según Delgado (2001) la calidad en el servicio es prevenir ante las exigencias de los clientes y prepararse ante los cambios tan repentinos que las empresas tienen que enfrentar. Por este motivo la calidad en el servicio en establecimientos de alimentos y bebidas es fundamental para alcanzar el éxito en el desempeño de sus operaciones ya que como se ha venido mencionando, este corresponde al grado de satisfacción que experimenta el usuario con relación a la atención recibida, la eficiencia del servicio y la manera en que el servicio fue entregado.

Desde la perspectiva de una organización, la calidad de servicio en las administraciones de las organizaciones de Latinoamérica se puede observar que, en muchas de ellas, vienen innovando en el servicio que brinda a sus clientes (Phuong et al., 2019). No obstante, el efecto que tiene sobre la actividad de una unidad asistencial se ha manifestado cuando existen metodologías que buscan su mejora persistente. Sea como fuera, relaciona medidas subjetivas con medidas que requieren una investigación profunda de su conducta, ya que la calidad de atención es uno de los principales determinantes de la lealtad del consumidor, es un desarrollo multidimensional, cuyas medidas contrastan partiendo de un área y luego hacia la siguiente (Nunkoo et al., 2019).

Es importante conocer que determina la calidad de servicios en establecimientos de alimentos y bebidas, entre ellos se encuentra que los alimentos cumplan con atributos nutricionales, atributos de valor para el consumidor puede ser como el tamaño y apariencia del producto, que el producto cumpla con todas las normas de seguridad alimentaria, que el ambiente del establecimiento sea agradable y que el personal se encuentre completamente capacitado para brindar una buena atención al cliente.

De acuerdo a Coronel (2019) planteó como objetivo general de su estudio, el determinar la calidad de servicio en restaurantes de mariscos de la ciudad de Riobamba, Ecuador. Los resultados mostraron que existe una brecha negativa en las cinco dimensiones de la calidad de servicio evaluadas (tangibles, confiabilidad, respuesta, seguridad y empatía); es decir, no existe correlación entre las variables analizadas. En consecuencia, el conjunto de los administradores de los restaurantes debería reformar el entorno físico y proporcionar instalaciones actualizadas y suficientes para la demanda, así como prestar especial atención a las variables analizadas.

Según la cita anterior se puede tomar en cuenta la gran importancia de contar con personal capacitado en el área de atención al cliente, ya que de esta manera el personal brindará un buen servicio a sus clientes y obtendrán personas satisfechas, por otro lado también es necesario que el personal sepa cómo solucionar los problemas o inconvenientes

que se den con los usuarios, siempre buscando lo mejor para sus clientes y que se arregle el inconveniente en buenos términos, para que de esta manera no perjudique la relación de fidelidad del cliente con el establecimiento y por último, un establecimiento debe contar con instalaciones adecuadas y con un espacio suficiente para la demanda ya que de esta manera brindará comodidad y exclusividad a los usuarios.

Por otro lado, según Cantú. H, (2011) considera que la calidad del servicio es el conjunto de valores y hábitos que posee una persona, que complementados con el uso de prácticas y herramientas de calidad en el actuar diario, le permiten colaborar con su organización para afrontar los retos que se presenten en el cumplimiento de la misión de la organización.

Es necesario que las organizaciones se preocupen por mantener y cuidar a su personal, ya que, si su personal se encuentra satisfecho con su trabajo, podrá realizar sus actividades con buena actitud, para de esta manera cumplir con la misión, visión y objetivos de la empresa, logrando brindar servicios de calidad y obteniendo clientes contentos que busquen regresar a adquirir los servicios.

1.3 Definición de calidad

La calidad se centra en satisfacer al cliente interno y externo, en donde el proveedor se preocupa por satisfacer toda necesidad que presente el consumidor. Se conoce como calidad a la totalidad de funciones y características de un bien o servicio que cumplen con todas las capacidades para satisfacer las necesidades del usuario. Un servicio de calidad logra obtener la satisfacción del cliente, una mejora continua de los procesos que se relacionan con la calidad y un aumento en la productividad.

Un elevado servicio de calidad dentro de una empresa logra que el establecimiento obtenga grandes beneficios dentro del mercado, además del aumento de la productividad como ya se mencionó antes, motivación del personal, diferenciación con respecto a la competencia, lealtad de los clientes y captación de potenciales clientes. La calidad de servicios es de gran interés y es una buena estrategia para mejorar la atención y el servicio

que se brinda dentro de un establecimiento, ya que con el paso del tiempo se logra medirla y definirla, para de esta manera ir encontrando falencias que se van mejorando con el tiempo.

La calidad del servicio es un concepto complejo, difícil de alcanzar, subjetivo y abstracto. Esto significa cosas diferentes para diferentes personas. La definición más común de la calidad del servicio es la comparación que hacen los clientes entre sus expectativas y percepciones de un servicio recibido. (Parasuraman et al., 1988; Grönroos, 1982; Holjevac, Markovic, & Raspor, 2010)

Existen varios conceptos de lo que es calidad, pero según expresan Holjevac, Markovic y Raspor, (2010) se basa en la expectativa y percepción del cliente, antes y después de haber obtenido un servicio, tomando en cuenta el desempeño del personal a la hora de cumplir con sus necesidades.

1.4 Empresas de servicio

Según el acuerdo Ministerial 53 del ministerio de Turismo (2018) los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se categorizan mediante un sistema de puntuación, obtenida de acuerdo con el cumplimiento de requisitos establecidos en este reglamento.

Los establecimientos de alimentos y bebidas se clasifican de la siguiente manera: Restaurantes, (5) cinco, (4) cuatro, (3) tres, (2) dos y (1) un tenedor, siendo (5) cinco tenedores la mayor categoría y un (1) tenedor la menor categoría.

Los restaurantes de 3 tenedores no suelen ser tan exclusivos, pero siguen contando con ingredientes de calidad, buen servicio y un ambiente agradable. En cuestión al precio si suele ser económico. Este tipo de restaurante cuenta con ingredientes frescos y de buena calidad y sus platos suelen ser creativos y bien elaborados, pero no son tan refinados, aun así, cuentan con un menú variado y creativo, pero menos extenso. En el caso del servicio este tipo de restaurantes cuenta con un personal altamente capacitado en brindar un buen servicio. Los espacios suelen ser elegantes y bien decorados, pero no son de lujo. Estos establecimientos tienen una amplia gama de vinos, aunque no son muy exclusivos, pero si son variedad local de gran calidad.

Por otro lado, los restaurantes de 2 tenedores no cuentan con un nivel de excelencia y exigencia, pero si se espera un buen servicio con unos platos sabrosos y a precios aptos. La comida en estos restaurantes es de calidad y su presentación suele ser atractiva y cuidada pero no es tan innovadora. En cuestión al servicio es de calidad, pero no es tan personalizado o detallado, el personal se encuentra capacitado para ser amable, atento y brindar un buen servicio. Estos establecimientos cuentan con un ambiente agradable, el diseño interior es atractivo y está en consonancia con el estilo de cocina del restaurante. En cuestión a la selección de vinos es buena, menos variada, pero sigue siendo exclusiva.

1.5 Expectativas, satisfacción y percepción empresas de servicio

De acuerdo con Navas (1990) el término expectativa se usó por primera vez en el análisis motivacional de la conducta hecho por teóricos tales como Edward Tolman y Kurt Lewin. Las expectativas son los credos sobre la entrega del servicio, que sirven como estándares o puntos de referencia para calificar el desempeño de la empresa. Según Reina Matsumoto “El nivel de expectativa puede variar con amplitud, dependiendo del punto de referencia que tenga el cliente. Además, las expectativas son dinámicas y pueden cambiar con rapidez en el mercado altamente competitivo y volátil” (pág. 185). Según Da Silva (2020) considera que se le llama expectativa de los clientes a aquello que nuestros clientes esperan de nosotros como marca. La expectativa está relacionada íntimamente con las experiencias que hayan tenido anteriormente en torno a nuestra propuesta, respecto a la calidad de nuestro producto y con el servicio de atención que brindemos.

Se puede entender que la expectativa del cliente va de la mano con la motivación de recibir algo que supere su imaginación, que va más allá de solo comprar o adquirir un servicio, sino que se trata de saber sentirlo y vivirlo, de tal manera que no necesite buscar más el servicio porque el establecimiento fue quien cumplió con todos sus estándares y necesidades.

Por otro lado, Fernández y Ayaviri (2016) comentan que la satisfacción desencadena en los clientes buenas expectativas y nuevas actividades que impliquen visitar el lugar, se evidencia como uno de los ejes principales del turismo alrededor del mundo, puesto que las experiencias del cliente hacen posible el intercambio de sentimiento de satisfacción por éxito

de la empresa, en el mercado turístico se propone ofertar por diversos canales y mediante estrategias de marketing y publicidad basadas en estudios de mercado que hagan posible a los establecimientos cumplir las metas de servicio, económicas y productivas.

La satisfacción del cliente es una respuesta de los consumidores hacia un servicio o producto recibido por una empresa o establecimiento. Las calificaciones que se reciben son de suma importancia para mejorar el servicio que se les ofrece como un establecimiento de alimentos y bebidas, ya que por medio de estas respuestas se conocerá más a detalle la satisfacción del usuario y se sabrá si se necesita mejorar en algún aspecto, si así lo requiere. De la misma manera también se obtiene satisfacción dentro del personal de la empresa, ya que siempre las respuestas positivas de los usuarios por su trabajo bien hecho y por el buen servicio brindado, motiva al personal a seguir trabajando con buen ánimo y entusiasmo, y si el personal se encuentra motivado y contento, la organización funciona de manera correcta.

Otros autores afirman que el grado de satisfacción es un aspecto que se estudia en cualquier área o sector económico, esto se puede deber a que la medición de satisfacción permite interpretar cómo se está recibiendo el producto o servicio en el mercado, por lo que ha sido estudiado por un sin número de disciplinas a lo largo de la historia (Dos Santos, 2016).

El conocer el grado de satisfacción de los clientes hacia un producto se convierte en una variable importante, ya que, por medio de este dato, la organización puede tomar decisiones tanto para mejorar el producto o para mantener su calidad o servicio, por lo tanto, tomar en cuenta estas variables es de gran aporte para la mejora del establecimiento.

Por otro lado, también está la percepción del cliente, que consiste en cómo se sienten ellos sobre el producto y la marca que se están interesados, se trata de la opinión y sentimientos que tienen sobre la empresa, tanto directa como indirectamente. El entender o conocer cómo perciben los clientes a una organización ayuda a que se pueda mejorar el marketing y a detectar oportunidades para mejorar los servicios y hacer crecer el negocio ya que ayuda a que los clientes se vuelvan leales a la marca y genera dos tipos de referencias:

a. Alineación de valores: Si los clientes perciben que la empresa cuenta con valores sólidos que se alinean con los suyos es probable que compren.

b. Señales de confianza: Una percepción positiva del cliente puede ayudar a desarrollar la confianza ya que, si una organización cumple lo que promete, es más probable que los clientes se comprometan, aboguen y hasta defiendan la marca.

Según Melara (2020) la percepción del cliente son valoraciones subjetivas que este se forma luego de experimentar los servicios o productos, de ahí que algunos la identifiquen también como experiencia o servicio percibidos dado que abarca cada experiencia directa o indirecta que el cliente haya tenido. Para Sordo (2021) la percepción de los clientes hace referencia a las opiniones que tienen las personas sobre tu empresa. Esta se genera cuando evalúa la experiencia que tiene con la organización, incluidos el producto que ofreces, tus estrategias de branding y tu servicio.

En resumen, la percepción del cliente consiste en la experiencia que este haya tenido al adquirir un producto o servicio, ya que de esta manera se logra tener una percepción al hacer uso o conocer del producto obtenido.

1.6 Servicio al cliente

El servicio al cliente se enfoca en el manejo adecuado del contexto en la venta del producto o servicio a los clientes para poder comunicarse de una manera directa respondiendo cualquier inquietud y así lograr satisfacer su atención.

De acuerdo con Renata Paz, (2005) da a conocer que independientemente de que una empresa sea pública, privada, multinacional, gran empresa, mediana o pequeña, como actividades industriales o de servicios, y sea cual sea la tarea que se desarrolla en ella, todos los miembros de la empresa están implicados en el servicio al cliente. El servicio al cliente no es una decisión optativa sino un elemento imprescindible para la existencia de una empresa ya que constituye el centro de interés fundamental y clave de su éxito o fracaso, y es algo que se puede mejorar si se quiere y si es necesario.

Todas las actividades que ligan a una empresa con sus clientes o usuarios constituyen el servicio al cliente como, por ejemplo:

1. Las actividades necesarias para asegurar que el producto / servicio se entrega al cliente en tiempo, unidades y presentación adecuados.

2. Las relaciones interpersonales establecidas entre la empresa al cliente.
3. Los servicios de reparación, asistencia y mantenimiento postventa.
4. El servicio de atención, información y reclamos de clientes.
5. La recepción de pedidos de la empresa.

Hoy en día los clientes cuentan con expectativas muy altas y cada día la competencia es mayor, sin importar el ámbito en el que se desarrolle. Por este motivo es importante que la organización se enfoque en ofrecer buenos servicios y contar con la preparación adecuada del personal para satisfacer cualquier necesidad de sus usuarios antes y después de que hayan adquirido un producto o servicio.

1.6.1 Fidelización de clientes

Juan Carlos Alcaide (2015) da a conocer que la fidelización se sustenta en una muy eficaz gestión de las comunicaciones empresa-clientes. Ha sido demostrado y comprobado que la fidelización implica crear una fuerte connotación emocional con los usuarios. La fidelización requiere ir más allá de la funcionalidad del producto o servicio básico y más allá de la calidad interna y externa de los servicios que presta la empresa. Es necesario que el establecimiento establezca vínculos emocionales con los clientes, más conocidos como costes de cambio emocionales. Y para lograrlo, la gestión de la comunicación en sus diferentes variables y vertientes adquiere una importancia determinante. No se puede crear una relación emocional con los clientes si no existe la correcta y adecuada comunicación.

En conclusión a lo dicho por Juan Carlos Alcaide (2015) para obtener una correcta fidelización de los clientes lo esencial es que la organización se preocupe por fomentar una buena comunicación con los usuarios, además de que debe existir una relación satisfactoria entre el consumidor, producto, la marca o empresa, con el objetivo de que el cliente regrese a comprar los productos o servicios, convirtiéndose en un cliente frecuente, de esta manera se logra crear un lazo fuerte, por el cual los clientes serán capaces de defender el nombre de la marca, por esta razón es importante que una organización deba cuidar y preocuparse por sus clientes actuales que por conseguir nuevos clientes.

Tabla 1*Los Beneficios de la satisfacción y fidelización de los clientes*

1	Ahorro en la gestión comercial: vender a un nuevo cliente puede llegar a ser, según el sector de negocio, hasta 17 veces más caro que vender a un cliente actual.
2	Los clientes leales generan menos costes operativos, ya que conocen a fondo los productos o servicios de la empresa y requieren menos ayuda en el proceso de compra.
3	Los clientes leales traen (gratis) otros clientes a la compañía a través de la comunicación boca a boca positiva, la referencia de clientes satisfechos, etcétera.
4	Los clientes leales tienden a aceptar más fácilmente precios más altos.
5	Ventas más frecuentes, mayor repetición de negocios con los mismos clientes.
6	Un más alto nivel de ventas individuales a cada cliente (los clientes satisfechos compran más de los mismos servicios y productos)
7	Más ventas: los clientes satisfechos se muestran más satisfechos a comprar los otros servicios o productos de la empresa.
8	Menores gastos en actividades de marketing (publicidad, promoción de ventas y similares): las empresas que no son capaces de crear clientes leales se ven obligadas a hacer mayores inversiones en marketing para <<reponer>> los clientes que pierden continuamente.
9	Menos quejas y reclamaciones y, en consecuencia, menores gastos ocasionados por su gestión.
10	Mejor imagen y reputación de la organización (mayor capacidad para atraer nuevos clientes)
11	Un mejor clima de trabajo interno, ya que los empleados no están presionados por las continuas quejas de los clientes disgustados.
12	Mejores relaciones internas entre el personal, ya que todos trabajan, unificados, hacia un mismo fin.
13	Menos quejas y absentismo por parte del personal (más alta productividad)
14	Menor rotación del personal (menores costes de formación de los nuevos empleados)
15	Una mayor participación de mercado.

Nota. Adaptado de Fidelización de clientes (p.24), por J. Alcaide, 2015, ESIC EDITORIAL.

<https://acortar.link/OFZlUo>

1.6.2 Importancia de la fidelización del cliente

Según la EAE Business School, las estrategias de fidelización implican diferenciarse de la competencia, escuchar al cliente, ofrecer cosas nuevas, novedosas o mejoradas y un mejor servicio, de esta manera no solo se retiene a los antiguos clientes sino también a los nuevos. La importancia de fidelizar a la clientela va más allá del hecho de que el número de clientes potenciales acabará estancándose y la retención será obligatoria. Además de que retener es más barato que conseguir nuevos clientes, por este motivo se considera que la fidelización de los clientes es necesaria ya que hoy en día existe una creciente competencia en muchos de los ámbitos. Hoy en día los negocios deben preocuparse por conservar y cuidar a sus mejores clientes por medio de la fidelización, ya que este método permite incrementar el negocio, pero por otro lado es de gran ayuda para mantener los ingresos fijos que ayuden a la subsistencia de este. El programa de fidelización ayuda a que la empresa conozca las necesidades de sus clientes, de esta manera se dirige a que el establecimiento sea más eficiente y aporta un valor real con el usuario. Siempre que se aplique este tipo de estrategia el negocio se traduce en rentabilidad y en valor empresarial.

Según Vernor Mesén Figueroa (2011) la fidelización de clientes pretende que los compradores o usuarios de los servicios de la empresa mantengan relaciones comerciales estables y continuas, o de largo plazo. La fidelidad se produce cuando existe una correspondencia favorable entre la actitud del individuo frente a la organización y su comportamiento de compra de los productos y servicios de la misma. Un cliente fiel es aquel que compra regularmente el producto o servicio, opina muy bien acerca de la organización, por lo tanto, jamás ha pensado en utilizar otro proveedor, esto quiere decir que el cliente se encuentra satisfecho con los servicios recibidos por lo tanto se vuelve fiel y leal a la empresa.

El cliente es fiel, «amigo de la empresa» y muy a menudo, actúa como «prescriptor» de la compañía. Apaolaza, Forcada y Hartmann (2002).

Según los autores antes mencionados la fidelización es una herramienta muy importante dentro de una empresa, ya que por este medio se puede asegurar un buen futuro para el establecimiento, siempre y cuando se cuide al cliente, se logre mantenerlo y se

cumplan sus necesidades. Por otro lado, es importante conocer que el cuidar a los clientes actuales es mucho más beneficioso que buscar nuevos clientes, ya que así se logra obtener ingresos fijos y mejora la rentabilidad de la empresa en varios aspectos como:

1. Incremento de las ventas de repetición
2. Incremento de las ventas cruzadas
3. Creación de referencias hacia otros clientes

Por lo tanto, se entiende que la fidelización es demasiado importante en los negocios, ya que, en mercados altamente competitivos, esta herramienta es la única forma de sobrevivencia para las empresas.

1.7 La calidad de servicio como elemento clave para la satisfacción del cliente

Mencionan Giese y Cote (2019) que la calidad de servicio es la atención prestada por el personal de un establecimiento, hacia los consumidores y usuarios que quieran gozar del servicio. Es interpretarlo como y cuáles son las necesidades de los clientes y lo que perciben; una vez visto ello se deberá de trabajar en el enfoque que se quiera brindar, además se tendría que estar organizado y con una distribución racional para que esto quede como una satisfacción general ante el consumidor, tanto interno como externo. Por otro lado, también implica como lo forma la organización, el colaborador entra en un rol demasiado importante con la amabilidad con los compañeros y en general con el equipo que es la primera impresión que se muestra para ofrecer un producto o servicio.

La calidad de servicio es un área que específicamente se enfoca en las dimensiones del servicio, por lo que se traduce que la calidad de servicio es un componente de la satisfacción. Dentro de lo que es la satisfacción del cliente se encuentran algunas variables como: Calidad del servicio, calidad del producto y el precio. Como ya se conoce la satisfacción es la evaluación del cliente hacia un producto o servicio con relación a que si cumplió o no con sus deseos, expectativa o necesidades. Se conoce que la satisfacción se relaciona con el sentimiento de placer, que cambia con el paso del tiempo. Dentro de las características más relevantes de un servicio que presta un restaurante son: el personal, los horarios de atención, las instalaciones y decoración del establecimiento, el mobiliario, la variedad de

menú, el sabor de los platillos, el ambiente del lugar, el tiempo en el que brindan el servicio, etc.

Según Zeithaml, Bitner y Gremler (2009) consideran que, para la industria restaurantera, la calidad del servicio será el elemento dominante en las 53 evaluaciones de los clientes, que se dará a través de múltiples encuentros de servicio, y se vincula a largo plazo. La calidad del resultado técnico es una combinación de la diversidad y sabor de la comida que se ofrece, en esta investigación se le designara como la eficiencia del servicio. Y la calidad de interacción es como interactuaron los clientes con los empleados del restaurante se le denominara eficacia del personal. Estos aspectos resultan ser muy importante para determinar la satisfacción del cliente.

Por lo tanto, es indispensable que los establecimientos de alimentos y bebidas no solo se preocupen por brindar un platillo de calidad y delicioso, sino también de contar con un menú amplio, para todo tipo de personas, tomando en cuenta que hay usuarios que son veganos, o que pueden sufrir algún tipo de alergia, entre otro tipo de gustos y problemas de salud que puede existir. Otro aspecto importante es que el personal se encuentre lo suficientemente capacitado para poder brindar un servicio de calidad y eficiencia a sus usuarios, brindándoles una atención personalizada y cumpliendo con sus expectativas y necesidades.

Es importante saber que los establecimientos de restauración son de gran relevancia dentro de la economía de un país, hay que tener en cuenta que existen varios sitios de restauración, sin embargo, esto conlleva a tener gran responsabilidad, por lo que la calidad de servicios debe ser de calidad, tanto en el área del personal como del servicio, ya que esto será lo que defina la satisfacción de los usuarios.

1.8 Plan de mejoras

El Plan de mejoras de atención al usuario se fundamenta en la calidad de atención basada en las cinco dimensiones SERVQUAL: Como aspectos tangibles, capacidad de respuesta, y seguridad siendo lo más importante la empatía y la fiabilidad. Resultados que según Bohórquez (2017) la implementación de un nuevo protocolo permite reducir los tiempos

promedios de espera, también Lapo (2016) establece que se debe realizar el mejoramiento teniendo en cuenta la calidad del servicio definida por los usuarios externos.

Los autores Florián, N. J., Gálvez, N Del C., Barsallo, R. (2019) dan a conocer que los responsables de aplicar las mejoras deben conocer los diferentes industriales que les permita realizar mejoras constantes y de esta manera lograr que la imagen del establecimiento sea reconocida como una institución que se enfoca en lograr la satisfacción del personal.

El Ministerio de Educación de Ecuador, da a conocer que: Un plan de mejoras cuenta con varios componentes como:

- a. Los problemas priorizados
- b. Las metas: Contienen las nuevas situaciones de cambio que se esperan alcanzar.
- c. Las acciones concretas: Es importante que al momento de definir las metas se tenga claro el cómo, por qué y para qué los ejecutaremos.
- d. Responsables: Es la persona que toma la iniciativa, decide y rinde cuentas. Además, se define quienes serán las personas que participarán en el proyecto y cuáles serán sus responsabilidades.
- e. El seguimiento permanente: Permite realiza los ajustes necesarios.
- f. Los resultados: Evidencian las situaciones de cambio en los actores educativos en función de las metas planteadas.

En conclusión, se puede entender que un plan de mejoras es planteado dependiendo las necesidades que se detecte que existen dentro de la investigación, de esta manera se puede desarrollar una ruta para conseguir cumplir con los objetivos de la investigación y dependiendo a las necesidades de los establecimientos se logra crear un plan que se enfoque en mejorar la calidad del servicio del emprendimiento, en donde una o varias personas se encargan de realizar un seguimiento constante para ver si se está cumpliendo con el objetivo inicial de la investigación.

1.9 Investigaciones realizadas en el cantón

Según en la investigación realizada por Mónica Pino (2009) la zona Urbana cuenta con 12 servicios de alimentación y servicios complementarios que amplían las posibilidades

de visitas. Al momento de realizar el Análisis FODA donde se identificaron las fortalezas y debilidades, así como también las oportunidades y amenazas, se logró determinar la situación del cantón en relación con los servicios turísticos de la zona, permitiendo en es entonces obtener un diagnóstico preciso. Además, se logró identificar el perfil del turista en dónde se conoció que existen dos segmentos: Nacionales, provenientes de la provincia de Pichincha e Imbabura, quienes realizan actividades de turismo de naturaleza, compras de artículos de cuero y otros aspectos relacionados con festividades socio – religiosas. Por otro lado, también se reciben turistas extranjeros provenientes de U.S.A y Europa, quienes prefieren el contacto con la naturaleza y conocer de la vivencia en las comunidades y sus habitantes.

Por otra parte, la investigación realizada por Joselin Morán (2018) acerca del restaurante conocido como “El Convento” el cual tuvo gran aceptación en un inicio pero que con el transcurso del tiempo se ha visto que este ha ido decreciendo, por lo que generó una pérdida de actividad que beneficia a una asociación muy prioritaria y vulnerable. La población al tener alto índice de la carencia de conocimiento de este restaurante cafetería con este tipo de servicio único ha hecho que no accedan al lugar y no sepan cómo llegar a él, logrando una pérdida de clientes locales y nacionales. Otro de los problemas es que se ha tenido una disminución de ingreso diario de personas al establecimiento, por lo que es de gran importancia analizar y realizar un estudio de variables, ya que esta puede estar dada por la mala calidad de servicios o carencia de confort que se brinda en el establecimiento y que el cliente necesita adquirir. La autora consideró que la aplicación de una propuesta de marketing es aprovechable para generar nuevas oportunidades de mercado para el restaurante. Lo que ayudará a que el cliente logre la satisfacción al momento de adquirir los servicios.

Capítulo dos

Diagnóstico Situacional del Cantón Cotacachi

En este capítulo de estudio se realizará un análisis del cantón Cotacachi en dónde se conocerán ciertos aspectos como el ámbito físico espacial, ámbito sociocultural, ámbito ecológico territorial, ámbito económico productivo, ámbito político administrativo y la situación turística de este sector.

2.1 Ámbito físico espacial

Dentro del ámbito físico espacial se da a conocer el diagnóstico situacional del cantón Cotacachi, dentro de esta sección de encuentran las características como lo es la ubicación de este, sus límites, extensión, características de movilidad y transporte y otros datos importantes que corresponden a este lugar.

2.1.1 Ubicación y límites

Según la Asociación de municipalidades ecuatorianas (AME) la Ciudad de Cotacachi está ubicada en la provincia de Imbabura, región sierra. Cuenta con una latitud de 0.299985 y una longitud de -78.264376. Cotacachi es una de las ciudades que cuenta con variedad de turismo arquitectónico, venta de artesanías y artículos de cuero, además de contar con varios atractivos naturales como lo es El Parque Nacional Cotacachi – Cayapas. La delimitación se encuentra detallada en documentos oficiales y mapas cartográficos proporcionados por las autoridades nacionales y locales, comprende al Norte, cantón Urcuquí y la provincia de Esmeraldas, al Sur, el cantón Otavalo y la provincia de Pichincha, al Este, el cantón Antonio Ante y al Oeste, las provincias de Esmeraldas y Pichincha, esta delimitación ha sido establecida mediante puntos geográficos de referencia como Lagunas, ríos, montañas, carreteras y otros elementos naturales que sirven como límites físicos.

2.1.2 Superficie y extensión

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010) da a conocer que el cantón Cotacachi se encuentra ubicado en la provincia de Imbabura y cuenta con una superficie de 1689,9 km² es considerado uno de los cantones más grandes de la provincia azul (Imbabura) ya que representa aproximadamente el 36.8% de la superficie total de la provincia. De

acuerdo con el Censo realizado en el año 2010 por el INEC, el cantón cuenta con una población de 40.036 habitantes, de las cuales las 8,848 personas se encuentran la zona urbana, mientras que el resto de la población se encuentra en la zona rural del cantón. Se puede verificar un cambio en la tendencia en comparación con los rangos nacionales, ya que el 77.90% de la población se encuentra ubicada en las zonas rurales del cantón de las cuales la población que se considera pobre se ubica mayoritariamente en esta área y son quienes representan mayor necesidad básica insatisfecha, por otro lado se entiende que solo el 22.10% de su gente está ubicada en la zona urbana de dicho cantón, en donde predomina más la cantidad de población que se considera indígena.

Por otro lado, Valverde (2014) señala que en cuestión al derecho de tierra el 63.5% de las UPA's de menos de 5 hectáreas controlan el 4,3% de la superficie, en tanto que las propiedades de más de 100 hectáreas corresponden al 2% y controlan el 35% de la superficie.

Andrade Raquel (2013-2014) comenta que el cantón de Santa Ana de Cotacachi es el cantón más extenso, se localiza en la zona de amortiguamiento de la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas con parte de su territorio dentro de esta. Este cantón cuenta con una altitud que va desde los 200 hasta los 4.939 m.s.n.m. y en el área urbana 2.400 m.s.n.m. Posee características topográficas andina y subtropical y temperaturas comprendidas entre los 15 y 30 grados centígrados.

El cantón Cotacachi cuenta con 10 parroquias las cuales son:

Urbanas (2): San Francisco y El Sagrario

Rurales (2): Imantag y Quiroga

Zona Subtropical: Rurales (6), Apuela, García Moreno, Peñaherrera, Cuellaje, Vacas Galindo y Plaza Gutiérrez.

2.1.3 División política y administrativa

Según el PDOT Cotacachi indica que el pueblo indígena de cantón se asienta en lo que se denomina la Zona Andina que comprende las parroquias rurales de Imantag, Quiroga y las comunidades rurales de la cabecera cantonal pertenecientes a las parroquias de San Francisco y el Sagrario. Su forma de organización política administrativa tiene como base la

comunidad y el gobierno de los Cabildos. La Constitución del año 2008, reconoce el derecho de los pueblos indígenas a constituir circunscripciones territoriales para la preservación de su cultura, pero en Cotacachi no se han dado estos avances, sino en la posible conformación de una nueva parroquia rural que estaría conformada por 23 comunidades de las parroquias urbanas del Sagrario y San Francisco.

La Unión de Organizaciones Campesinas Indígenas de Cotacachi UNORCAC cuenta que tiene su base en los cabildos de 43 comunidades andinas, 2 organizaciones de base de la zona subtropical y los grupos organizados que existen a nivel comunitario e intercomunal es el principal referente organizativo de segundo grado del pueblo indígena (UNORCAC, 2008)

2.1.4 Movilidad, energía y conectividad

a. Acceso a servicio de telecomunicaciones

La movilidad, energía y conectividad permite a la población articular el medio físico con sus actividades diarias, algunos ejemplos son: Trazado vial, redes eléctricas y las telecomunicaciones.

Según la investigación realizada por el PDOT Cotacachi, el Censo realizado en el año 2010 la disponibilidad de teléfono convencional corresponde a un 25.21%, lo que quiere decir que el 74.79% de la población no cuenta con este servicio, el área urbana tiene una cobertura del 54.77% y el área rural solo cuenta con un 15.53% de la población, dada a las estadísticas se puede entender que el área rural no tiene facilidad de comunicación a diferencia de la zona urbana. El acceso a la telefonía celular la tiene más de la mitad de la población con un porcentaje del 58.55%, en cuestión a la disponibilidad de una computadora, solo el 15.10% lo tiene, y el acceso a internet es bastante limitado ya que solo un 4.96% de la población cotacacheña tiene accesibilidad, según los datos de telecomunicaciones ARCOTEL, en el año 2015, solo existían 9340 usuarios con acceso a internet fijo.

b. Proyecto Hidroeléctrico Manduriacus

Este proyecto inició su construcción en el año 2011, dándose por finalizada en el año 2015, con una inversión de 227 millones de dólares, con el fin de proveer energía eléctrica limpia a más de 250 mil familias en todo el país. Cotacachi ha desarrollado un diagnóstico de posibles microproyectos hidroeléctricos, los cuales buscan generar recursos para reinversión, aprovechamiento del recurso hídrico y principalmente la generación de energías limpias.

a.Redes viales y de transporte

Según el PDOT del cantón Cotacachi, un 80% de las vías se encuentran en buen estado, un 70% de las calles cuentan con adoquinado y el resto de las vías son de asfalto. El 27% de la zona urbana cuenta con un área bruta en vías. Se conoce que el Cantón Cotacachi es el más extenso de la provincia azul (Imbabura) ya que cuenta con 783,50km de vías, de las cuales el 30.73% necesitan mantenimiento y se ubican en el sector urbano, por otro lado, el 69.27% se encuentra en la zona rural y el 7.93% de ellas requieren de un mantenimiento.

Las vías que cuentan con asfaltado o adoquinado son de 54km, las vías empedradas corresponden a 144.5km, las que son lastradas a un 86.5km, mientras que a lo que respecta el suelo natural es de 498.5km. Lo que se entiende que la mayor parte del suelo del cantón es natural, por lo tanto, sus vías aún no son completamente desarrolladas.

b.Transporte

Según la información y datos publicados por el PDOT de este cantón, en la zona urbana existen cuatro cooperativas de taxis que forman una asociación de taxis, de las cuales tres se encuentran en Cotacachi y una base en la parroquia de Quiroga. Existen ocho cooperativas de transporte Inter cantonal que son: Cotacachi, 6 de Julio, Flota Anteña, Otavalo, Minas, Imbaburapak, 8 de septiembre y Kennedy. También existen cooperativas de carga pesada, entre ellos está "Santa Ana de Cotacachi" en Cotacachi, una cooperativa de camionetas en Quiroga y dos en Imantag.

Tabla 2*Cooperativa de transportes del Cantón Cotacachi*

Cooperativas de Transporte
Compañía de Servicios Cota Jora
Compañía de Taxis Cotataxi Cía. Ltda.
Compañía de Taxis Ecocotacachi S. A
Compañía de Taxis Inty Taxi
Compañía de Taxis Manuel Quiroga
Cooperativa de Camionetas Santa Ana de Cotacachi
Cooperativa de Transportes Cotacachi
Cooperativa de Transportes 6 de Julio
Cooperativa de Transportes Camionetas Lago Cuicocha
ES-Cotacachi Cooperativa de Furgonetas
Rutas Cotacachenses Transporte Pesado
Transporte Pesado Cooperativa Santa Ana de Cotacachi
Trans. Quiroga Transporte Pesado
Chivas Intag
Cooperativa de Transporte 15 de Septiembre
Cooperativa de Transporte Proaño Tapia Cía. Ltda.
Cooperativa de TRANSPORTE IMANTAG
Transporte Valle de Intag
Transporte Pesado Trans Apuela

Nota. Plan de Ordenamiento Turístico Territorial (p. 271), por Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cotacachi, 2015-2035. <https://goo.su/dadl73>

2.1.4.1 Viabilidad urbana y rural. Según el estudio de Pino Mónica (2011) la red vial inter – cantonal alcanza aproximadamente los 120km de carreteras, entre primer, segundo y tercer orden. Las principales vías son Carchi Imbabura, hacia el norte e Imbabura – Quito hacia el sur. Las vías que conectan el interior del cantón y las diferentes parroquias son asfaltadas, empedradas y lastradas.

2.1.5 Hidrografía

El cantón Cotacachi presenta gran variedad de recursos hídricos, representados en un sistema de 39 microcuencas, abastecido principalmente por tres grandes sistemas comprendidos por la microcuenca del río Ambi con un caudal promedio de 3210 L/s y alrededor de 736 kilómetros cuadrados de área de drenaje, también la microcuenca del río

Intag con un caudal sobre los 15000 L/s y un área de drenaje superior a 542 kilómetros cuadrados, finalmente el sistema de la reserva ecológica Cotacachi Cayapas compuesto por 8 microcuencas y un área de drenaje cercana a 1600 kilómetros cuadrados. La vertiente “la Marquesa” es el principal proveedor de agua potable para el cantón Cotacachi entregando caudales entre 150 y 200 L/s en las 18 estaciones seca y lluviosa respectivamente; en cambio, en la zona rural el abastecimiento se da por sistemas pequeños de ríos y quebradas con caudales entre 6 y 18 litros por segundo administrados por juntas de agua, comunas o directivas locales independientes de sus respectivas municipalidades (GAD Cotacachi, 2011).

2.1.6 Características Climáticas

a. Temperatura: La temperatura del cantón oscila entre los nueve hasta los quince grados centígrados (GAD Quiroga, 2015)

b. Precipitación: Se cuenta con un promedio entre 1100 y 1300 milímetros (GAD Quiroga, 2015)

c. Humedad: Este cantón cuenta con una alta incidencia de humedad y nubosidad, existe en el lugar ecosistemas como bosque húmedo montano bajo y bosque muy húmedo montano bajo (GAD Quiroga, 2015)

d. Clima: Cuenta con una gran combinación de pendientes escarpadas, altitudes entre los 3000 y 4000 m.s.n.m, temperaturas bajas y precipitaciones moderadas **se define el clima como:** “Muy húmedo Sub Templado” (GAD Quiroga, 2015)

2.1.7 Geología

El PDOT del cantón Cotacachi (2015 – 2035) da a conocer en su investigación acerca de la geología del lugar comenta que la geología se encuentra estrechamente relacionada a la historia geológica y desarrollo de la cuenca eugeosinclinal del Mesozoico y del apareamiento de los andes ecuatorianos. Al final del Paleozoico se produce una regresión del mar en las zonas que actualmente se encuentra la cordillera Occidental que es donde se encuentra ubicado este cantón, por lo que no se halla presente ningún depósito del Triásico y Jurásico.

En el Plioceno Superior y el Pleistoceno se producen nuevos volcanismos en los Andes, después del cual hubo erosión y la formación de depósitos superficiales.

a.Volcánicos Cotacachi. (Plio – Pleistoceno)

El cono del volcán Cotacachi se ha identificado por formación de lahares, lavas y productos piroclásticos, estos lahares han rellenado las quebradas. Gran parte de las brechas probablemente proceden de este volcán. Los flujos de lava son más numerosos en la parte norte del volcán y generalmente son andesitas piroxeno – anfibólicas de color gris.

2.2 Ámbito sociocultural

Según Aicad Business School (2020) el término sociocultural alude a la compleja interacción de factores sociales y culturales que moldean nuestra identidad y nuestras relaciones. Es el entramado que vincula la influencia de la sociedad en nuestras creencias y conductas con el marco cultural que nos da sentido al mundo.

2.2.1 Población

El GAD Municipal de Cotacachi en su plataforma virtual, da a conocer que la población indígena de nacionalidad kichwa es aproximadamente el 50% de la población total y se encuentra en la zona andina, mientras que la población negra está asentada en la Zona subtropical y corresponde al 5% de la población total, por otro lado, la población mestiza cuenta con un porcentaje del 30% y está asentada en la zona urbana del cantón.

2.2.2 Grupos étnicos

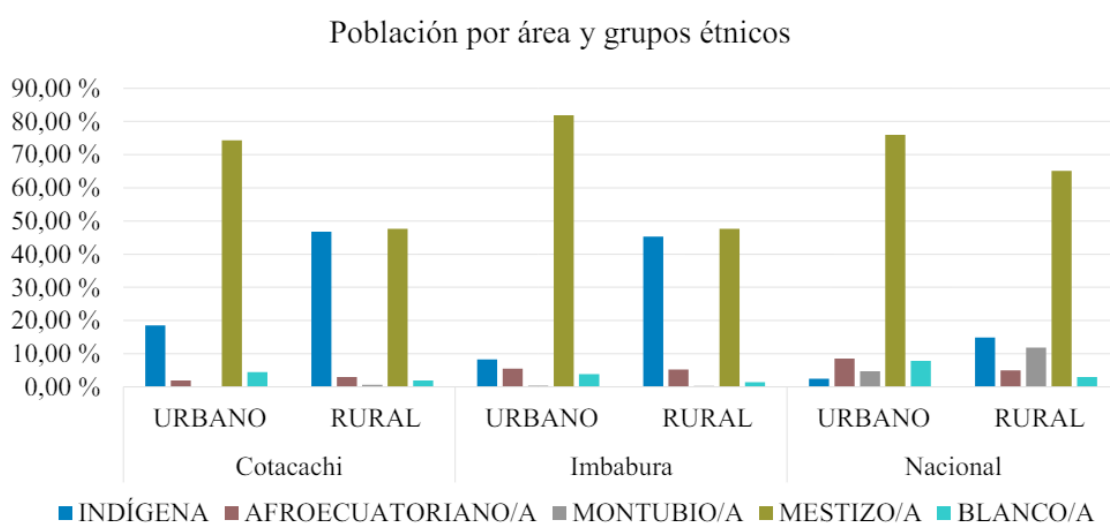
Cáceres Henry (2018) menciona en su estudio que, en Imbabura, los dos grupos étnicos predominantes son el mestizo y el indígena, aunque el primero predomina tanto en la zona urbana como en la rural. Pero en el caso del cantón Cotacachi, aunque gran parte de su población es mestiza se ubica en la zona urbana, la presencia de la población indígena es más notoria tanto en el área urbana como en el área rural, por lo que se entiende que Cotacachi cuenta con mayor cantidad de población indígena que mestiza.

Pero según el Censo de población y Vivienda del año 2010 INEC muestra en una gráfica resultados contrarios, en donde representan a cinco grupos étnicos los cuáles son: Indígena, Afroecuatoriano, Montubio, Mestizo y Blanco. En donde se puede apreciar los

resultados del Censo, siendo el predominante en el cantón Cotacachi el grupo de mestizos con un 72% en la zona urbana y con un 47% en la zona rural, luego indígenas con un 19% en la zona urbana y un 46% en la zona rural, en cuestión a los grupos étnicos afroecuatoriano, montubio y blanco son porcentajes menores al 10% tanto en la zona urbana como en la zona rural del cantón Cotacachi.

Figura 1

Población por área y grupos étnicos



Nota. Adaptado de Población por áreas y grupos étnicos (p. 37), por Cáceres Henry, 2018.

<https://goo.su/VtiEs0y>

2.2.3 Educación

La educación es un derecho humano sumamente importante ya que es considerado el motor de desarrollo y uno de los instrumentos más eficaces que sirven para reducir la pobreza y mejorar la calidad de vida de la sociedad. Es importante que el gobierno invierta en una educación inteligente y eficaz, de esta manera se lograr desarrollar el capital humano el cuál pondrá un fin a la pobreza de la nación.

2.2.3.1 Establecimientos Educativos. El PDOT del cantón afirma que hasta el año 2013 se registraba la existencia de 116 establecimientos educativos, de los cuales el 94% de ellos son fiscales, el 3% fiscomisionales, 2% particulares religiosos y 1% particular laico. El 84% pertenece a la jurisdicción hispana y el 16% a la bilingüe. De todos los centros educativos, el 77% son de educación básica, el 10% de EGB y Bachillerato, el 9% de Educación inicial y EGB, 3% de Educación Inicial y el 1% de Educación Básica y Artesanal.

2.2.3.2 Analfabetismo. Según el GAD cantonal, la tasa de analfabetismo es muy baja, ya que es denominado el cantón como la primer zona libre de analfabetismo con un 99.87% en el año 2005, del cual el 99.93% es para el género masculino y el 99.87% es para el género femenino, por otro lado, el 100% de los niños acuden a más de 15 escuelas primarias del área urbana, en cuestión de los adolescentes el 95.7% acuden a más de 5 colegios de la ciudad y por último el 67.4% de los bachilleres continúan con sus estudios de tercer nivel en la universidad.

2.2.4 Salud

Verónica Espinosa (2017), ministra de salud comenta que la salud es un derecho de todos y más a aún de quienes más lo necesitan: los adultos mayores, los niños, y las personas con discapacidad.

Por lo tanto, todas y todos los habitantes del cantón Cotacachi, se encuentran en su derecho de contar con establecimientos que les brinden atención gratuita y segura en caso de atención médica. Siendo esta la razón por la cual el cantón brinda un total de ocho establecimientos médicos en varias zonas y parroquias del cantón Cotacachi.

2.2.4.1 Número de hospitales, centro, subcentros y puestos de salud.

Tabla 3

Hospitales y centros de salud del Cantón Cotacachi

Cantón	Establecimiento	Dirección del establecimiento
--------	-----------------	-------------------------------

Cotacachi	CS. COTACACHI	PEDRO MONCAYO 6-49 Y SEGUNDO LUIS MORENO
Cotacachi	CS. IMANTAG	ELOY ALFARO Y BOLIVAR
Cotacachi	CS. QUIROGA	JUAN MORALES Y MIGUEL GARCES
Cotacachi	CS. APUELA	GARCIA MORENO
Cotacachi	CS. PEÑAHERRERA	CALLE PRINCIPAL S/N BARRIO SAGALAPAMBA
Cotacachi	CS. CUELLAJE	CALLE PRINCIPAL S/N
Cotacachi	CS. GARCIA MORENO	EN LA ENTRADA PRINCIPAL
Cotacachi	CS. GOLONDRINAS	MALECON

Nota. Adaptado de Ministerio de salud pública (p. 4), por Coordinación zonal 1 – Salud.

<https://goo.su/EuX5z>

2.2.4.2 Natalidad. Según el PDOT Cotacachi, en el año 2014 la tasa de natalidad del cantón fue de 13.4 por cada 1000 habitantes. Y según el anuario de Estadísticas Vitales, en el año 2013 se registraban 563 nacidos vivos, de los cuales el 55% eran de género masculino y el 45% de género femenino. Un total del 84% recibió asistencia profesional médica y obstetricia, mientras que el 16% no contó con asistencia médica específica.

2.2.4.3 Mortalidad. El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Cotacachi, comenta que, en el año 2013, se registró un total de 142 defunciones en el cantón, de las cuales el 59% contó con certificación médica, mientras que el otro 41% no la tuvo. En la zona urbana se presentó un total del 54% de defunciones, mientras que las parroquias de Imantag y Quiroga cuentan con un mayor número de casos, donde las principales razones son eventos violentos como suicidios, agresiones, accidentes de tránsito y otros accidentes, pero pocas se relacionan con problemas de salud.

2.2.5 Vivienda

El PDOT Cotacachi, indica que en el cantón se encuentran 9729 viviendas, de las que sólo el 36.09% se encuentran en buen estado, mientras que en estado regular se encuentra el 42.90% y en un estado no apto o malo corresponde al 21.09% de viviendas.

La tenencia de la vivienda es un factor importante en el cantón por lo que en la zona rural el 74.96% corresponde a vivienda y es un porcentaje mayor a lo que hay en la zona urbana, ya que en la zona central del cantón solo existe un 63.06% de viviendas.

Tabla 4

Vivienda y condición de habitabilidad

INDICADOR	URBANO	RURAL	TOTAL
Tenencia de la vivienda	63.06	74.96	72.03
Viviendas en condiciones de habitabilidad aceptable	1,476.00 1	1,853.00	3,329.00
Viviendas en condiciones de habitabilidad irrecuperable	192.00	2,924.00	3,116.00
Viviendas en condiciones de habitabilidad recuperables	719.00	2,565.00	3,284.00
Déficit habitacional cualitativo	30.12	34.94	33.75
Déficit habitacional cuantitativo	8.04	39.83	32.03
Hogares hacinados	188.00	1,629.00	1,817.00
Porcentaje de hogares hacinados	7.72	21.90	18.41

Nota. Plan de Ordenamiento Turístico Territorial (p. 247), por Gobierno Autónomo

Descentralizado del Cantón Cotacachi, 2015-2035. <https://goo.su/dadl73>

Según las estadísticas en el área rural predomina el hacinamiento con un porcentaje de 21.90% que corresponde a 1629 viviendas.

2.2.6 Migración interna y externa

a. La emigración interna

Se da en gran cantidad en este cantón, sobre todo se da en ciertas parroquias rurales como Imantag, la emigración causa un decrecimiento poblacional y la consecuente desterritorialización que se presenta en esta zona.

En el año 2011 se realizó un estudio en donde se determinó que cerca del 25% de las unidades familiares declaran que cuentan con familiares que se han trasladado a otras zonas, el 50% de emigrantes se encuentran en una edad productiva y reproductiva ya que su rango es de los 19 a los 29 años y un 20% a 30% tienen un rango de edad de 30 a 44 años. Según este estudio el 72% emigró por razones económicas ya que no contaban con un trabajo estable o en el que ganaran lo suficiente para solventarse o solventar a su familia, el 15% en cambio emigro por motivo educativo. De todos los migrantes el 54% de ellos pertenece al género masculino mientras que el 46% pertenece al género femenino.

b. Emigración externa

En cuestión con la emigración externa, el 1% de la población era migrante, lo cual representa a 428 personas de los cuales el 54% son hombres y el 46% mujeres. El 78% salió del país en busca de trabajo y nuevas oportunidades, mientras que el 11% por unificación familiar, el 9% por estudios y el 2% por motivos varios. (INEC, 2010).

En la última década se ha presentado un fenómeno ya que ha llegado gran cantidad de migrantes extranjeros a la ciudad de Cotacachi, quienes han establecido su domicilio en el lugar.

Según el catastro municipal, se conoce que existe un total de 168 familias extranjeras viviendo con propiedades en Cotacachi, por lo que la zona ha sufrido de choques culturales. El 49% de estas familias se han asentado en la parroquia de San Francisco, mientras que el 51% en el Sagrario.

2.2.7 Indicadores de desarrollo humano y pobreza

El PDOT de Cotacachi indica que 2604 mujeres reciben el bono de desarrollo humano, este número comparado con el porcentaje de hombres que reciben el bono es muy alto, ya que en cuestión a los hombres solo un total de 132 reciben este bono de desarrollo humanitario. En cuestión a la pensión asistencial de personas con discapacidad, 246 mujeres

y 328 hombre la reciben, y la pensión asistencial del adulto mayor dentro se entrega a 1334 mujeres y 1527 hombres.

En situación de la pobreza los más vulnerables son los niños/as a comparación de los adultos. La pobreza afecta al 72.8% de las familias del cantón y en la cabeza cantonal donde prevalece la población indígena afecta al 43% de las familias.

Según el PLAN INTERNACIONAL ECUADOR (2013), el 50% de la niñez del cantón es mestiza, el 45% indígena y el 5% restantes son los niños blancos, afroecuatorianos, mestizos principalmente. La incidencia de pobreza por ingresos para blancos – mestizos es del 29% y del 63% para indígenas, mientras que la incidencia de pobreza extrema por ingresos, para blancos – mestizos es del 10% y del 40% para indígenas.

2.3 Ámbito ecológico territorial

Dentro de este apartado se conocerá el instrumento político ambiental del cantón Cotacachi, en dónde se dará a conocer el uso del suelo y sus actividades productivas, realizadas por los habitantes, con el fin de la protección del medio ambiente, su preservación y el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales de este cantón.

2.3.1 Condiciones ambientales

Según el PDOT Cotacachi (2015 – 2035) el cantón cuenta con relieves de los cuales presenta gran variedad de mesetas, montañas, cordilleras, valles, colinas, llanuras que hacen que este territorio tenga gran diversidad. Estas características dentro de la provincia de Imbabura lo hace ser un cantón único, debido a que es uno de los más extensos de su provincia. Su estructura va desde el volcán Cotacachi con su pico glacial cuya altitud es de 4939 msnm, hasta sus hermosos valles tropicales húmedos a los 500 msnm. Toda esta estructura hace que el cantón cuente con una extensa irregularidad topográfica.

Los relieves de este cantón son variados ya que van desde los 4939 m de altura hasta los 1600 m sobre el nivel del mar en la zona de Nangulví y 200msnm en la parte más occidental correspondiente al recinto El Progreso. En el cantón se puede apreciar claramente dos zonas, estas son: La Andina y la Subtropical.

Dentro de esta zona se presentan cordilleras como Toisán y la Lachas. La primera se encuentra en la parte baja occidental baja hasta los ríos Piedra y Rumiyacu. Mientras que la otra está en el Noroeste y baja hasta las riberas del río Chontal.

Se cuenta con un 38.77% de relieve montañoso en el cantón, es decir, 65546,49 has, el 15.91% es de colinas medias lo cual corresponde a 26896,93 has y el 15.65% de relieve carpado lo cual es un 26457.48 has. Por otro lado, también existen pendientes mayores al 70%, es decir 104686,75 has y se ubican en las parroquias de Imantag, Cuellaje, Peñaherrera, Vacas Galindo, Apuela, Plaza Gutierrez y Garcia Moren; y se encuentran dentro del 50-70% lo que corresponde a 28201,55 has.

2.3.2 Geomorfología

Dentro de la geomorfología según el PDOT Cotacachi (2015 – 2035) se destacan dos grandes paisajes principales:

a.Zona Interandina: Comprendidas entre la cordillera real y Occidental, su configuración actual se debe a la acción de los diferentes períodos orogénicos, en especial al ocurrido en el Pleistoceno. Los movimientos tectónicos permiten que las masas rocosas sufran fallas y agrietamientos. En dirección longitudinal y transversal se ha producido dos ejes de levantamiento que ha servido para formar en ellos canales de conducción del magma hacia la superficie, de esta forma se dio el origen del taita Imbabura, la mama Cotacachi, Mojanda, Cuicocha, Yanahurco y Cusín, con elevaciones superiores a los 4500 msnm.

b.Estribaciones de la Cordillera Occidental: Se caracterizan por presentar a las vertientes internas de la cordillera en donde podemos diferenciar dos tipos de relieves.

2.3.2.1 El suelo, el aire, al agua.

c.**Suelo:** En el PDOT Cotacachi (2015 – 2035) se afirma que los suelos son de origen volcánico con características litológicas de lavas andesíticas, riolitas y piroclastos, de textura arcillosa moderadamente profundas, de fertilidad media baja con un color rojizo o pardo – amarillento con la arena, materia orgánica, alcanza una profundidad de 1 a 5 metros. El desgaste acelerado que sufren los suelos en las fuertes pendientes, determina la presencia

en gran parte de ellas de entisoles e incentisoles que presentan suelos jóvenes carentes de características pedogenéticas, pero que no son necesariamente malos.

d.**Aire:** Además de la contaminación por los agroquímicos y por basura, no existe otro tipo de factor que cause la contaminación del aire del cantón.

e.**Agua:** En Cotacachi existen tres abastecedores de agua, la microcuenca del Río Ambi, otra microcuenca que se encuentra en el Río Intag y las nacientes del Río Guayllabamba y la RECC la gran generadora del recurso que provee de flujos de agua que se forma en las partes altas y se presentan de forma superficial o subterránea como ríos, vertientes y drenajes. Entre los cuerpos de agua más grandes se encuentra la Laguna de Cuicocha, ubicada en la parroquia de Quiroga y la de Donoso, ubicada en la parroquia de Imantag, son de gran importancia ya que son grandes atractivos turísticos que generan agua.

2.3.3 Ecosistemas

La reserva Cotacachi – Cayapas se encuentra en la zona baja de Esmeraldas y en la zona alta de Imbabura. Fue creada el 28 de agosto del año 1968, por el Decreto No. 1468. Esta reserva se encuentra conformada por la zona alta y baja y se caracteriza por tener una vegetación con muchos árboles, con una gran variedad ecológica y mucha biodiversidad, como lo son los páramos, bosques andinos, bosque húmedos y tropicales que son el hábitat de muchas especies de animales, ya que aquí es donde estas se desarrollan y consiguen su alimento.

2.3.3.1 Flora. Según el plan de desarrollo turístico cantonal de Cotacachi (2019) dentro de la flora podemos encontrar árboles de madera como de caoba, guayacán, roble y balsa. En la zona alta se puede ver especies como pumamaqui, el quishuar, romerillo, la chuquiragua, aliso, yagual, palo rosa y muchas otras más.

2.3.3.2 Fauna. El plan de desarrollo turístico cantonal de Cotacachi (2019) indica que, con respecto a la fauna, se pueden mencionar varias especies como los tapires, tigrillos, osos hormigueros, jaguares, armadillos, cóndores, tucanes, oso de anteojos, lobos, venados y otras variedades de mamíferos pequeños pertenecientes a la reserva Cotacachi – Cayapas.

2.3.4 Riesgos y seguridad

Existen amenazas y peligros que se presentan en el cantón Cotacachi dentro de su ecosistema y lo concerniente a biodiversidad de su entorno.

- a. Amenazas naturales: En la cabecera cantonal la vulnerabilidad está dada por flujos de lahares ante una posible erupción del volcán Cotacachi – Cuicocha como se identifica en el Mapa de riesgos y zonificación de multiamenazas del cantón Cotacachi en otros casos se determina deslizamientos, inundaciones o factores antropogénicos como avance de la frontera agrícola e incendios forestales. El 46.13% del territorio cantonal se encuentra en peligrosidad alta.

Tabla 5

Amenazas Naturales del Cantón Cotacachi

DESCRIPCIÓN	ÁREA
ALTA	78005,86
BAJA	21444,70
FLUJO DE LODO	5358,65
INUNDABLE	32,17
LAGUNA	649,77
MEDIA	52922,53
SIN	10671,06
TOTAL	169084,72

Nota. Plan de Ordenamiento Turístico Territorial (p. 72), por Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cotacachi, 2015-2035. <https://goo.su/dadl73>

Los habitantes de este cantón se han encontrado expuestos siempre a distintos eventos adversos como: deslizamientos, colapsos estructurales, inundaciones, conmoción social, incendios forestales y estructurales.

2.4 Ámbito económico productivo

Según el PDOT Cotacachi (2019) la principal actividad económica del cantón es la producción agropecuaria, después se encuentra la producción manufacturera y artesanal y finalmente el turismo junto con los servicios de hospitalidad. En los últimos años ha aumentado la producción de los exportadores de flores, frutas y espárragos.

La producción que simboliza al Cantón Cotacachi es la producción de artículos y prendas de vestir hechas a base de cuero y esta se encuentra en la zona urbana, la misma que enfrenta problemas con la calidad, precio y sobreoferta.

2.4.1 Contexto económico local

Pastrana Kevin (2023) da a conocer que el 70,8% sostiene que hay beneficios significativos por la venta de artesanías y la visita a atracciones culturales, lo que genera un impacto positivo en la economía local y en la promoción de la cultura y el patrimonio del cantón Cotacachi, Por otro lado, el 29,2% indica que solo a veces hay beneficios, un respuesta menos consistente y generalizada. Estos hallazgos resaltan la importancia de continuar apoyando y fortaleciendo las actividades turísticas para fomentar el desarrollo sostenible y la preservación de la identidad cultural Cotacachi.

De acuerdo con datos obtenidos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Cotacachi (2022), diversas actividades económicas impulsan el desarrollo del cantón: la producción agropecuaria representa el 36%; la producción manufacturera y artesanal contribuyen en 25%, respectivamente, lo que fortalece la diversidad y vitalidad de la economía local; finalmente, el turismo desempeña un papel fundamental, pues representa el 23%. Este sector, en constante crecimiento, atrae a visitantes de todo el mundo debido a la riqueza cultural, impresionantes paisajes y autenticidad de las artesanías y productos locales. El turismo no solo genera ingresos directos, sino también impulsa el desarrollo de servicios relacionados, crea oportunidades de empleo y promueve el progreso de la comunidad. En

resumen, Cotacachi posee una economía en crecimiento basada en diversas actividades, y es necesario reconocer que se ha prestado una atención desigual a los diferentes atractivos turísticos. Por lo tanto, fomentar un turismo más inclusivo y diversificado requiere de una estrategia de promoción que destaque por igual todos los atractivos que el cantón tiene para ofrecer.

2.4.1.1 PEA. Según el PDOT Cotacachi (2019) indica que el PEA es de 14582, mismos que se encuentran divididos 6506 en Cotacachi, 564 en Apuela, 1694 en García Moreno, 1570 en Imantag, 609 en Peñaherrera, 195 en la Plaza Gutiérrez, 2215 en Quiroga, 564 en Cuellaje y 220 en Vacas Galindo, es importante señalar que la PEA ocupada del cantón, es decir personas que al presente perciben una remuneración por su trabajo, es 14137,107, personas se encuentran desocupadas y buscan trabajo por primera vez 338, de igual manera indica que la población inactiva a nivel del cantón es de 11082 personas. La PEA es mayor a la inactiva y cierto porcentaje de la población en edad de trabajar en estado de inactividad sin rentistas, estudiantes, jubilados, discapacitados o se dedican a los quehaceres domésticos u otras actividades.

Tabla 6

PEA del Cantón Cotacachi

PARROQUIA/CABECERA CANTONAL	TOTAL
Cotacachi	6.506
Apuela	564
García Moreno	1.694
Imantag	1.570
Peñaherrera	609
Plaza Gutiérrez	195
Quiroga	2.215
6 de Julio de Cuellaje	564
Vacas Galindo	220
TOTAL	14.137

Nota. Plan de Ordenamiento Turístico Territorial (p. 183), por Gobierno Autónomo

2.4.1.2 Estructura productiva. En el caso de Cotacachi según su PDOT (2015 – 2035) se evidencia que el sector primario agricultura, ganadería, silvicultura y pesca es la parte más dinámica y de vital importancia para la economía cantonal, tanto empleadora como por cuenta propia; el sector secundario corresponde a la industria y manufactura en este caso la manufactura en cuero y artesanías, el sector terciario corresponden a actividades que prestan servicios o utilizan distintas clases de equipos y de trabajo humano como la construcción, servicios agua, energía, electricidad, obras públicas, comercio bares, hoteles, bares, restaurantes, transporte, almacenamiento, comunicaciones, bancos, finanzas, alquiler de viviendas, servicios prestados a empresas y a hogares, entre otros.

2.4.2 Sector productivo primario

Dentro del sector productivo primario se encuentran las actividades económicas de las que se obtienen materias primas de forma natural como lo son las siguiente:

2.4.2.1 Agricultura. Según el PDOT Cotacachi (2015 – 2035) indica que la UNORCAC ha señalado que las semillas andinas se encuentran en peligro de desaparición debido a que no se dispone de las semillas, además del cambio climático y a que muchos de los agricultores han abandonado sus actividades por ocupaciones que sean más rentables para ellos.

2.4.2.2 Ganadería. Según el PDOT Cotacachi (2015 – 2035) el sector productivo ganadero se da principalmente en la zona alta, pero mediante la quema del pajonal y el sobrepastoreo la ganadería extensiva ha contribuido al empobrecimiento de la estructura y composición florística de los páramos. También han causado una severa disminución poblacional de todas aquellas especies de fauna cuya ecología está vinculada con páramos ricos en plantas fanerógamas y leñosas.

2.4.2.3 Otros. Según el PDOT Cotacachi (2015 – 2035) en el cantón se realizan varias actividades que se encuentran relacionadas con la ganadería, pesca y comercio al por mayor y menor esto en el sector urbano, mientras que en la zona rural los pobladores realizan otras actividades que se desempeñan en el hogar como empleadores, enseñanza y finamente hay personas que se dedican a brindar hospedaje y servicio de comida, dirigido especialmente para el sector turístico.

2.4.3 Sector productivo secundario

El sector productivo secundario abarca a aquellas actividades que se encuentran ligadas a la transformación de insumos, para la producción de bienes finales en el cantón Cotacachi se encuentran las siguientes actividades:

2.4.3.1 Industria. La manufactura en cuero y la artesanía es la principal actividad en la zona urbana, la misma que se encuentra ubicada en las parroquias urbanas El Sagrario y San Francisco.

2.4.3.2 Artesanía. En el PDOT Cotacachi (2015 – 2035) se puede apreciar que la manufactura en cuero y la artesanía es la principal actividad en la zona urbana, la misma que se encuentra ubicada en las parroquias urbanas El Sagrario y San Francisco. Existen ciertas asociaciones artesanales como La asociación Mujer y medio ambiente, donde la actividad turística y artesanal nace como una alternativa para incentivar la conservación de los recursos naturales y el cuidado de los bosques existentes. Este grupo de mujeres se dedica a la confección artesanías utilizando como materia prima la cabuya.

2.4.4 Sector productivo técnico

El sector productivo técnico abarca las actividades que se relacionan con los servicios que se dedican a satisfacer las necesidades de las personas dentro del cantón, como lo son:

2.4.4.1 Comercio. Según el GAD Municipal de Cotacachi, existen un total de 477 establecimientos lo que corresponde al 61.87% de la zona comercial del cantón y se trata de productos perecibles y no perecibles, almacenes de ropa, agroquímicos, entre otros.

2.4.4.2 Transporte. Según el PDOT Cotacachi (2015 – 2035) en la zona urbana existen cuatro cooperativas de taxis que forman una Asociación de Taxis, tres ubicadas en Cotacachi y una en Quiroga; además existen, ocho cooperativas de transporte que prestan servicio Inter cantonal de pasajeros: Cotacachi, 6 de Julio, Flota Antaña, Otavalo, Minas, Imbaburapak, 8 de septiembre y Kennedy. Para el servicio de transporte de carga semi pesada, existe una cooperativa de camiones y camionetas “Santa Ana de Cotacachi” en Cotacachi, una cooperativa de camionetas en Quiroga y dos en Imantag.

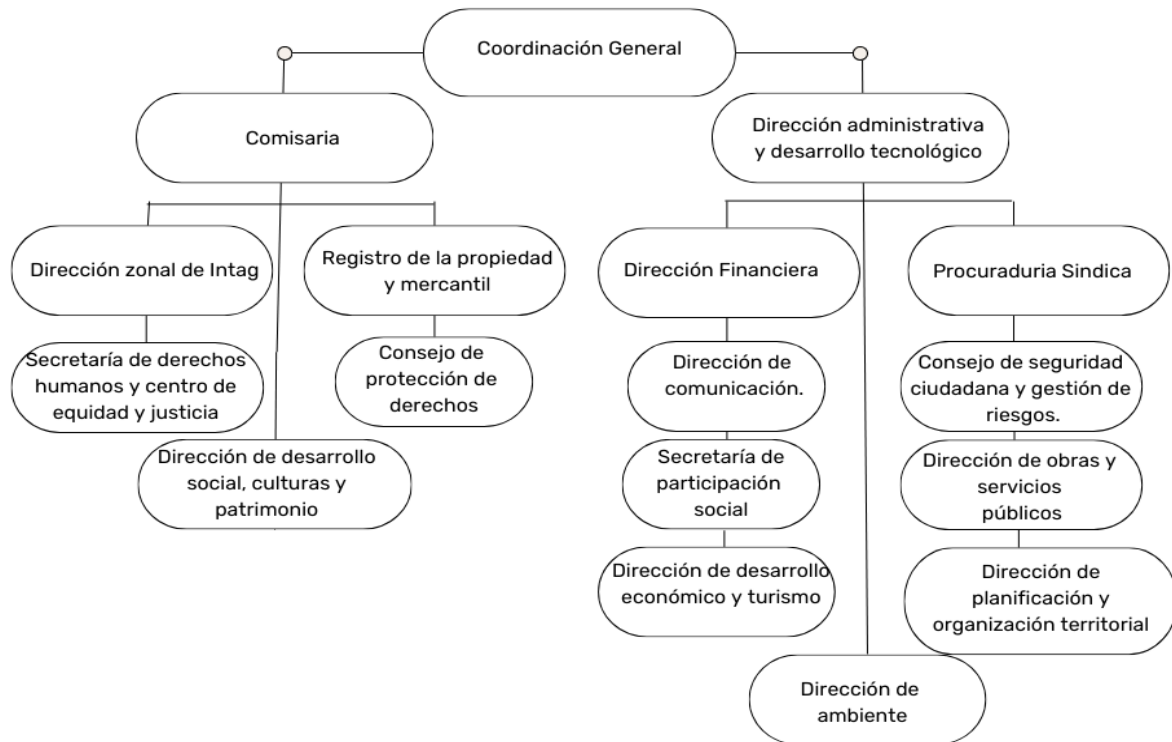
2.4.4.3 Desarrollo turístico. En relación con el turismo se señala según el PDOT Cotacachi (2015 – 2035) que el gobierno local es quien asume las competencias de planificar, controlar y promocionar el desarrollo turístico en el cantón, en Cotacachi, las propuestas de desarrollo turístico han sido lideradas principalmente por el Municipio Empresa Pública de Turismo, la Asamblea Cantonal a través del Comité Intersectorial de Turismo, la UNORCAC y diferentes ONG’s, de los cuales se espera sigan desempeñando este papel como gestores y beneficiarios del turismo en el cantón.

2.5 Político-administrativo

Dentro de este apartado se conocerá cuáles son los principios, creencias y reglas que regulan la gestión de la organización del cantón Cotacachi.

2.5.1 Estructura política administrativa de la institución pública

El GAD Municipal del Cantón Cotacachi en su página Web indica varios cargos políticos que son parte de la administración de la institución pública, estos son los siguientes cargos y la misión de cada uno de ellos, en el apéndice A se encuentra cuál es la misión de cada cargo.

Figura 2*Estructura política administrativa de la institución pública*

2.5.2 Mapeo de actores que conforman la cadena de valor turística

Tabla 7

Mapeo de Actores

N°	Nombre del actor	Actividad esencial	Nombre del directivo	Dignidad	Teléfono	E-mail	Poder	Interés	Número de socios	Cantón	Sector productivo	Cobertura
1	Asociación artesanal mandusol	Turismo comunitario	Nidia Yolanda Espinoza Minda	Representante	0980473482	mandusol2006@yahoo.com	Alto	Alto	15	Cotacachi	Tercario	Comunitario, parroquial, cantonal, provincial
2	Comité kuichik kucha	Turismo comunitario	Silvio Santiago morán	Representante	0992198181	infocuicocha@gmail.com	Alto	Alto	25	Cotacachi	Tercario	Comunitario, parroquial, cantonal, provincial
3	Comunidad de Quitugo - Cotacachi	Turismo comunitario	Luis patricio Pinsay Cáceres	Representante	0992442770	kury2011@hotmail.es	Alto	Alto	5	Cotacachi	Tercario	Comunitario, parroquial, cantonal, provincial
4	Turismo comunitario Piñán	Turismo comunitario	Gregorio de La Cruz	Representante			Alto	Alto	22	Cotacachi	Tercario	Comunitario, parroquial, cantonal, provincial
5	Jambi mascaric	Turismo comunitario	Magdalena Fueres	Representante	0985546136	comitecentral_mujeresunorcac@hotmail.com	Alto	Alto	60	Cotacachi	Tercario	Comunitario, parroquial, cantonal, provincial
6	Turismo comunitario Peribuela	Turismo comunitario	Alexander Santiago	Representante	0985971476	turismoperibuela@hotmail.com	Alto	Alto	16	Cotacachi	Tercario	Comunitario, parroquial,

			Cabascango Lita									cantonal, provincial
7	Turismo comunitario kawsay de Chilcapamba	Turismo comunitario	Luis Alfonso Morales	Representante	0997712695 0990266044	alfmorales23@gmail.com	Alto	Alto	8	Cotacachi	Tercario	Comunitario, parroquial, cantonal, provincial
8	Turismo comunitario "	Turismo comunitario	Antonio Jerez	Representante	0986038289	Comunidadmorochos@gmail.com	Alto	Alto	2	Cotacachi	Tercario	Comunitario, parroquial, cantonal, provincial

Nota. Adaptado de Gobierno provincial de Imbabura (p. 61-62-63), por Contratación de servicio de Consultoría de la agenda productiva de la provincia de Imbabura, 2021-2027. <https://goo.su/obnfolh>

2.6 Diagnóstico turístico del sector

A través del diagnóstico turístico se podrá identificar, caracterizar y comprender la situación actual del cantón Cotacachi.

2.6.1 Demanda Turística en el cantón Cotacachi

Según el Plan de desarrollo turístico de Cotacachi (2019) el cantón no cuenta con estadísticas turísticas que permitan estudiar la demanda actual del destino, sin embargo, si se dispone de información de las entradas al Parque Nacional Cotacachi Cayapas, con la que se realizó un pronóstico de los turistas que se supone llegarán desde el año 2019 al año 2030, observando ese periodo se entiende que crecerá un 36.20%.

Tabla 8

Demanda Turística del Cantón Cotacachi

Año	Turistas Nacionales	Turistas Extranjeros	Turistas por Operadora	Total
2001	75.261	23.240		98.501
2002	87.148	22.590		109.738
2003	68.893	22.481		91.374
2004	69.497	24.243		93.740
2005	77.459	24.646		102.105
2006	79.011	27.539		106.550
2007	84.897	27.272		112.169
2008	85.300	35.567		120.867
2009	94.792	24.739		119.531
2010	88.346	18.045		106.391
2011	95.739	40.047		135.786
2012	131.957	36.372		168.329
2013	138.104	39.082		177.186
2014	111.594	32.125	9.825	153.544
2015	140.121	33.733	14.614	188.468
2016	158.156	28.684	13.806	200.646
2017	157.669	31.239	14.547	203.445
2018	162.394	30.498	16.229	209.121
2019	159.412	35.268	17.627	212.306
2020	167.295	35.905	17.899	221.099
2021	176.835	36.363	19.401	232.598
2022	184.536	36.647	20.554	241.737
2023	191.912	36.953	21.469	250.333
2024	199.711	37.136	22.492	259.339
2025	207.202	37.496	23.739	268.438
2026	214.761	37.714	24.715	277.191
2027	221.655	38.864	25.772	286.290
2028	228.782	38.811	26.886	294.480

2029	234.163	37.596	27.967	299.726
2030	238.953	38.578	29.004	306.535

Nota. Plan de Desarrollo turístico Cantonal de Cotacachi (p. 137), por Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cotacachi, 2019 - 2023. <https://acortar.link/wCvC46>

El Ministerio de Turismo (MINTUR) ha determinado en su documento Perfil de Turismo Internacional 2017 que “el turista extranjero tiene en promedio 36 años, es de género masculino, soltero y cuenta con instrucción superior”. Visita el país por motivos de ocio, recreo, vacaciones o también suelen visitar a familiares, amigos o llegan al país por motivo de negocio. La mayor parte de los turistas están interesados en la cultura de Ecuador y planifican su viaje con un mes o menos de un mes de anticipación y en su mayoría no adquieren ningún tipo de paquete turístico.

2.6.2 Turismo Gastronómico

El PDOT del cantón Cotacachi (2019) da conocer que el principal objetivo de un viajero es experimentar la cultura gastronómica del lugar, ya que se trata de una aventura culinaria donde se visitan restaurantes, mercados y participan en fiestas locales. El turismo gastronómico es diverso, pero destacan las tradicionales carnes colocadas, un plato típico del cantón, en donde el turista durante todo el año puede disfrutar este platillo acompañado de la tradicional chicha de jora, que se encuentra en todos los restaurantes de la zona urbana del cantón.

2.7 Planta turística

La planta turística es variada ya que se encuentran alojamientos, establecimientos de alimentos y bebidas, agencias de operación e intermediación y transporte turístico que cuentan con todos los servicios que permiten a los turistas disfrutar del cantón Cotacachi. Según el Catastro de establecimientos turísticos, brindado por el Ministerio de Turismo, se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 9*Servicios Turísticos*

Servicios turísticos del cantón Cotacachi	N° de establecimientos
Alojamientos	32
Establecimientos de alimentos y bebidas	29
Agencias de operación e intermediación	6
Transporte turístico	3

2.7.1 Alojamiento

Existen registrados 32 establecimientos de alojamiento según el Catastro de establecimientos turísticos, brindado por el Ministerio de Turismo, se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 10*Establecimientos de alojamiento del Cantón Cotacachi*

Categoría	Número de establecimientos	Plazas
Categoría única	14	191
1 estrella	3	53
2 estrellas	4	113
3 estrellas	7	222
4 estrellas	2	65
5 estrellas	2	95

2.7.2 Alimentos y bebidas

Existen registrados 29 establecimientos de alimentos y bebidas según el Catastro de establecimientos turísticos, brindado por el Ministerio de Turismo, se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 11*Establecimiento de Alimentos y Bebidas*

Categoría	Número de establecimientos	Plazas	Clasificación
1 tenedor	13	1220	Restaurante / Bar

2 tenedores	4	458	Restaurante
3 tenedores	2	250	Restaurante
1 taza	10	206	Cafetería

El estudio de esta investigación se centra específicamente en los restaurantes de 2 y 3 tenedores de la ciudad de Cotacachi, según el Catastro que brinda el Ministerio de Turismo en su página web, en la ciudad existen los siguientes establecimientos con esas categorías:

Tabla 12

Establecimientos de estudio

Nombre del establecimiento	Categoría 2 tenedores	Categoría 3 tenedores
El Leñador		X
Restaurante Cuicocha		X
La Marqueza	X	
Aliani	X	
Mesón de Pedro	X	
La Parrilla del Compadre	X	

2.7.3 Infraestructura de los restaurantes de 2 y 3 tenedores de la ciudad de Cotacachi que serán objeto de investigación

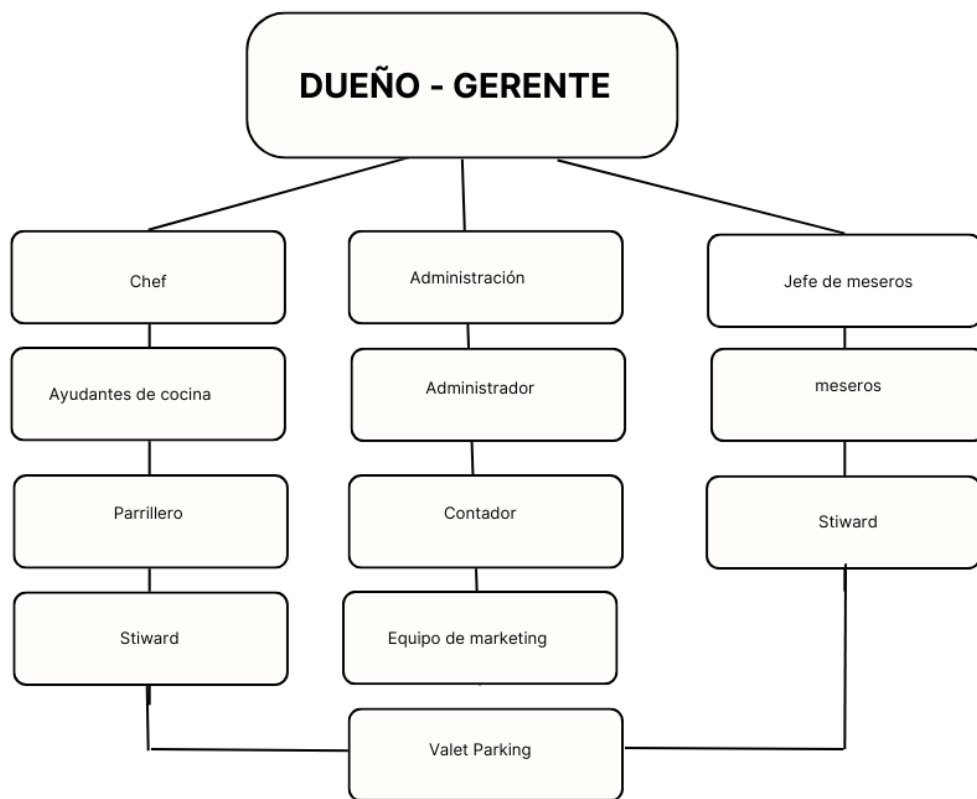
Restaurante “El Leñador” (3 tenedores): se caracteriza por su estilo rústico y acogedor, cuenta con un diseño arquitectónico en el que predomina la madera en la construcción, tanto en la estructura como en la decoración del lugar por lo que se ve muy tradicional, en el caso del interior también se encuentra decorado con elementos rústicos, la iluminación del lugar es suave y cálida, con lámparas de estilo antiguo y velas, además cuenta con ventanas grandes que permiten el ingreso de la luz natural, por otro lado también cuenta con un área verde en donde los usuarios pueden disfrutar de un hermoso jardín, con área para niños y espacio para eventos.

Caicedo Pablo (2024) administrador del restaurante da a conocer que el establecimiento cuenta con un total de 8 empleados, pero en días de alta demanda llegan a

tener hasta 15 personas, el restaurante se encuentra distribuido en algunas áreas de funcionamiento como son: parrilla, grill, cocina caliente, cocina fría, panadería, repostería, salón de eventos y cafetería. Si cuentan con manuales de procesos y el personal tiene conocimiento de cada actividad que le corresponde realizar según su puesto de trabajo. Por otro lado, el establecimiento cuenta con un organigrama que es el siguiente:

Figura 3

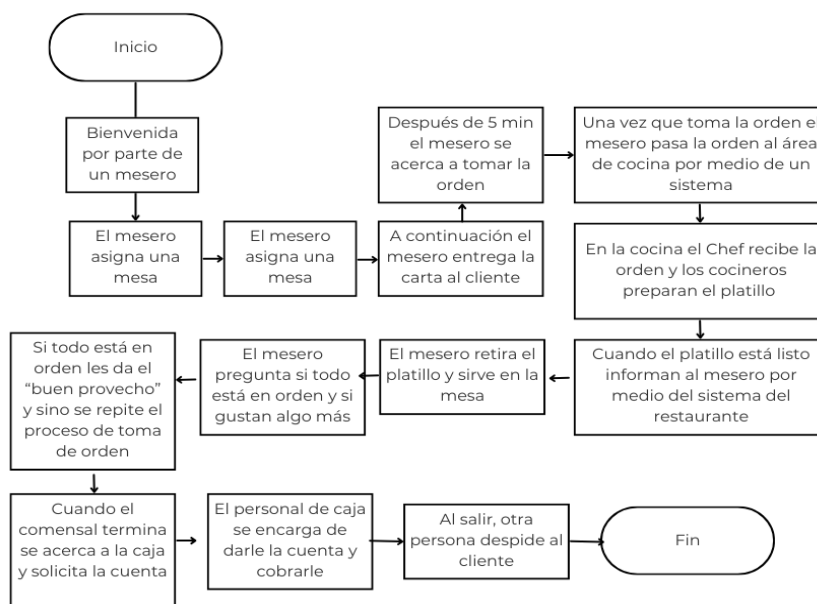
Organigrama del Restaurante El Leñador



Por último, el establecimiento si cuenta con un flujograma de cómo debe recibir el personal a un consumidor, desde que ingresa hasta que sale del restaurante, a continuación, se muestra el flujograma con su debido proceso:

Figura 4

Flujograma del Restaurante El Leñador



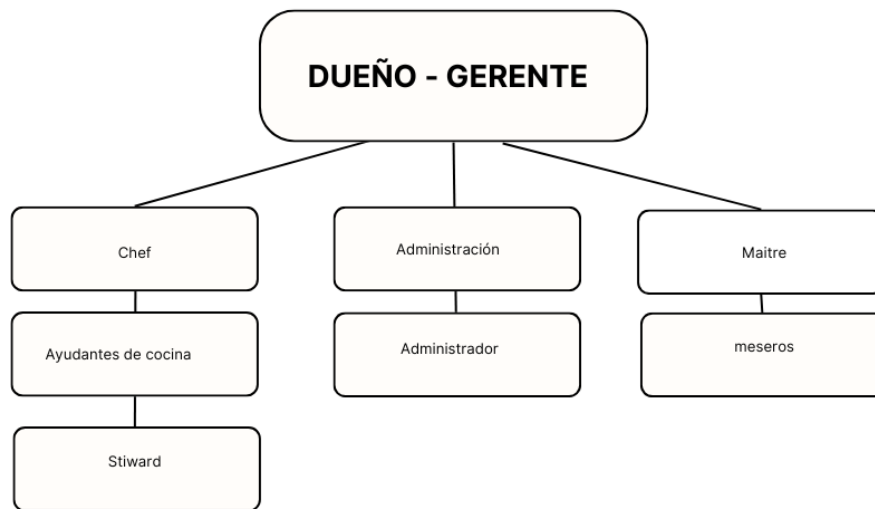
Restaurante “La Marqueza” (2 tenedores): Cuenta con una infraestructura elegante y con una combinación tradicional y modernos, ya que presenta una mezcla de arquitectura colonial y contemporánea. Las paredes cuentan con colores cálidos y materiales de calidad como pides y madera. Los interiores del lugar sin espacios bien iluminados y cuenta con comedores elegantes de mantelería fina y sofisticada, en el día el establecimiento utiliza una combinación de la luz natural y en la noche usa una iluminación suave y cálida. Se encargan de cuidar los detalles del establecimiento y procuran que su decoración sea refinada cuidada al detalle.

Recalde Danilo (2024) administrador del restaurante da a conocer que el establecimiento cuenta con un total de 10 empleados, el restaurante se encuentra distribuido en algunas áreas de funcionamiento como son: comedor, cocina caliente, cocina fría, repostería, cafetería y recepción. Si cuentan con manuales de procesos que no han sido actualizados desde hace 15 años, por lo que actualmente ya se encuentran trabajando en crear y actualizar un nuevo manual de procesos para el personal. Por otro lado, el

establecimiento se encuentra distribuido de la siguiente manera:

Figura 5

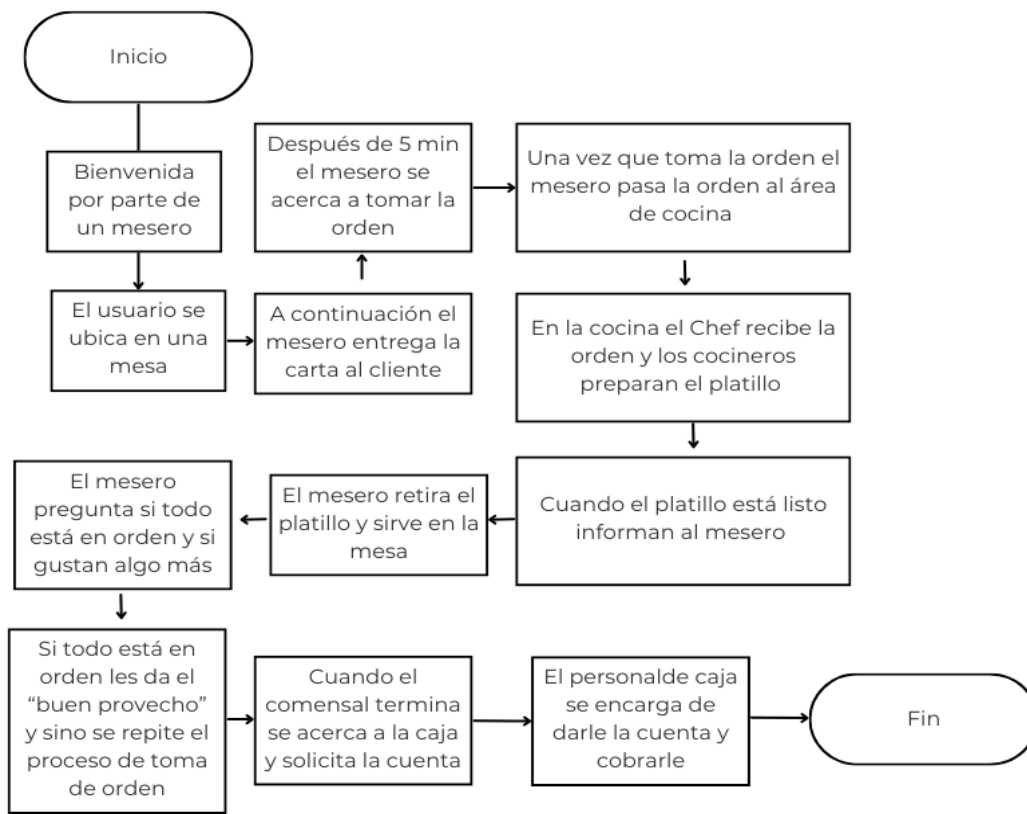
Organigrama del Restaurante la Marqueza



Por último, el establecimiento si cuenta con un flujograma de cómo debe recibir el personal a un consumidor, desde que ingresa hasta que sale del restaurante, a continuación, se muestra el proceso:

Figura 6

Flujograma del Restaurante La Marqueza



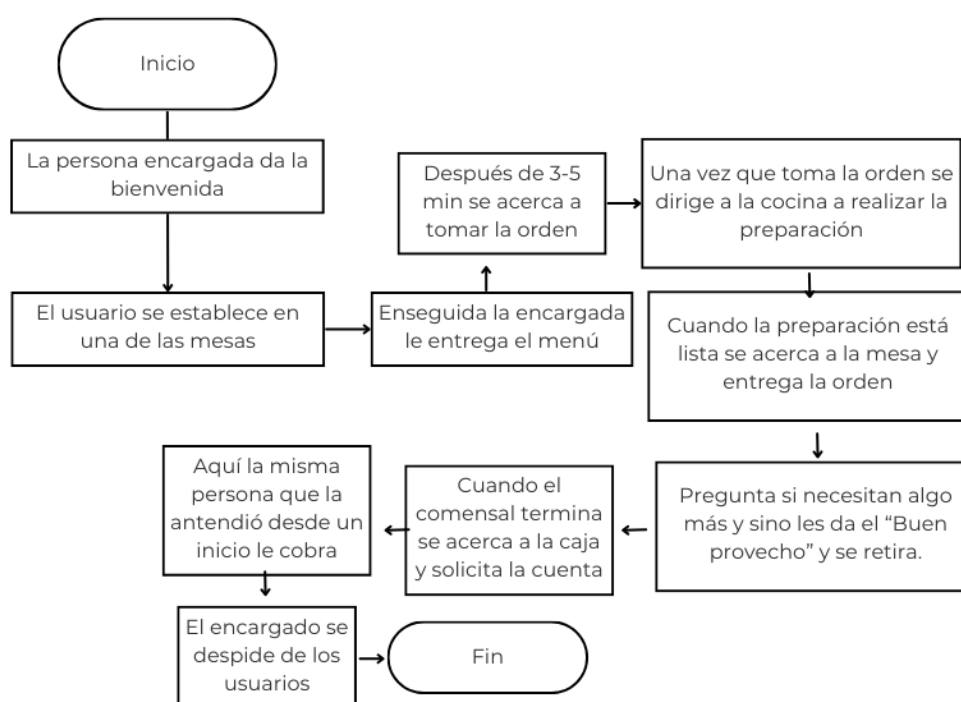
“Aliani” (2 tenedores): Cuenta con una infraestructura que refleja un ambiente acogedor y moderno, ya que combina con elementos modernos con algunos toques tradicionales, también cuenta con algunos materiales como vidrio, metal y madera. El lugar es amplio y bien distribuido, cuenta con muebles cómodos y de diseño moderno y elegantes, las luces que utilizan en el establecimiento son suaves y cálidas. Este lugar cuenta con su propia personalidad, además de que ofrece distintos espacios como terraza y patio que se encuentran equipados con muebles cómodos, creando un entorno agradable a la hora de que el comensal se sirva su platillo.

Farinango Blanca (2024) dueña del restaurante da a conocer que el establecimiento cuenta con un total de 1 empleado el cuál es la misma dueña del establecimiento, el restaurante se encuentra distribuido en tres áreas de funcionamiento que son: cocina, comedor y recepción. No cuenta con manuales de procesos por lo que la dueña del

restaurante trabaja de manera empírica. Por otro lado, la dueña del establecimiento realiza absolutamente todo lo que corresponde a las distintas áreas del establecimiento como lo es: la cocina, el servicio, la atención al cliente, el cobro, la limpieza, la administración, etc. Por último, el establecimiento no cuenta con un flujograma establecido de cómo debe recibir el personal a un consumidor, por lo que también lo realiza de forma empírica siguiendo el siguiente proceso:

Figura 7

Flujograma del Restaurante Aliani

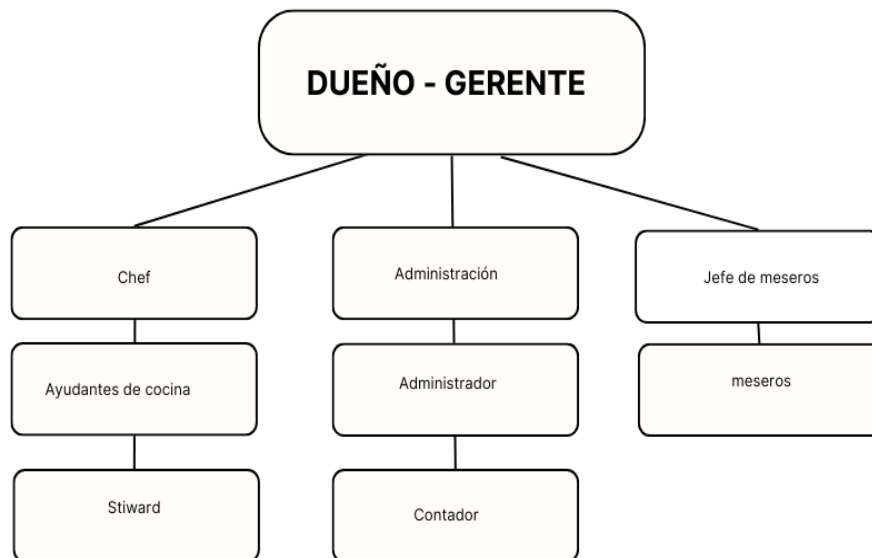


Mesón de Pedro (2 tenedores): Cuenta con una infraestructura acogedora y pintoresca, típica del cantón Cotacachi, su decoración se basa en elementos tradicionales de la cultura andina como lo son los tejidos, las cerámicas y arte indígena. Por otro lado, cuenta con mesas y sillas de madera, adornadas con mantelería muy colorida y con elementos propios de esta región, posee un ambiente muy cálido y acogedor ideal para pasar tiempo en familia o amigos. El mesón de Pedro no solo es restaurante, sino que también es cafetería y cuenta con diferentes bebidas y postres.

La administradora del restaurante da a conocer que el establecimiento cuenta con un total de 5 empleados, pero en días de alta demanda llegan a tener hasta 10 personas, el restaurante se encuentra distribuido en algunas áreas de funcionamiento como son: cafetería, coctelería, restaurante, cocina fría, cocina caliente y se encuentran trabajando para añadir el área de heladería. Si cuentan con manuales de procesos y el personal tiene conocimiento de cada actividad que le corresponde realizar según su puesto de trabajo. Por otro lado, el establecimiento se encuentra distribuido de la siguiente manera:

Figura 8

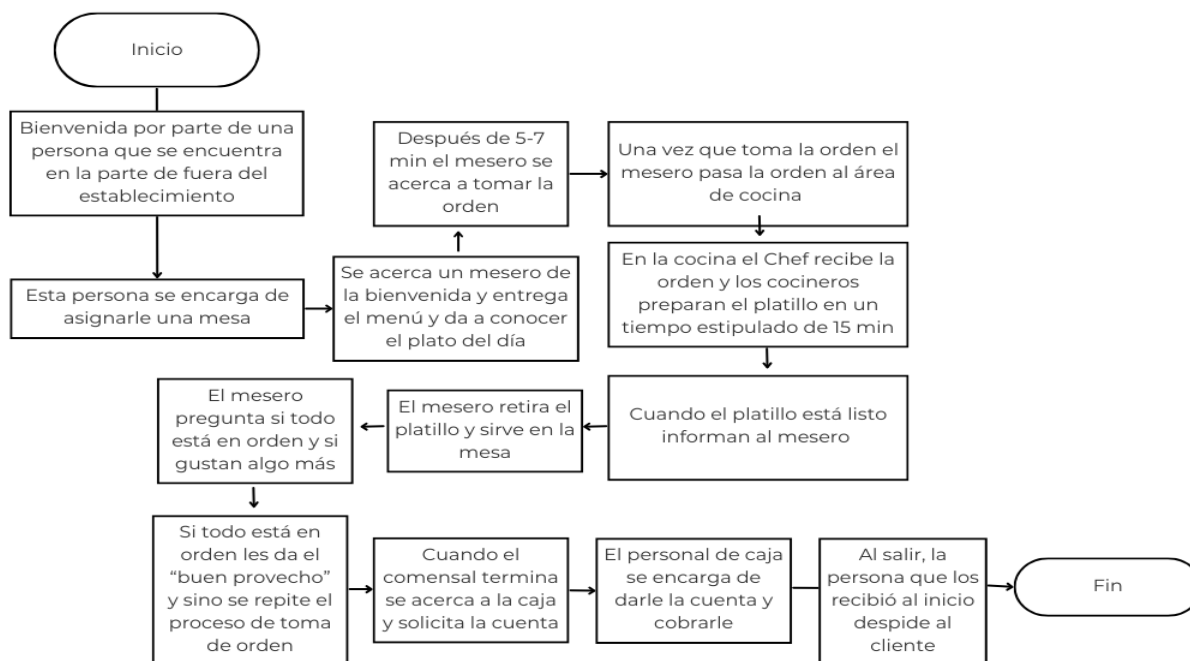
Organigrama del Restaurante Mesón de Pedro



Por último, el establecimiento no cuenta con un flujograma establecido de cómo debe recibir el personal a un consumidor, desde que ingresa hasta que sale del restaurante, para esto el personal ya ha sido capacitado con anticipación para poder recibir de manera correcta a sus usuarios, por lo que siguen el siguiente proceso:

Figura 9

Flujograma del Restaurante Mesón de Pedro

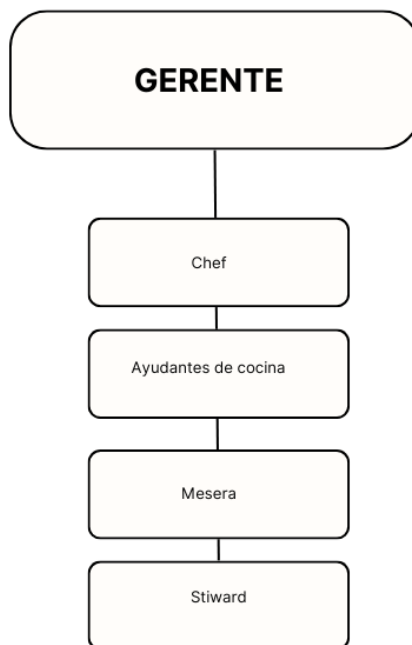


La parrilla del compadre (2 tenedores): El restaurante cuenta con una infraestructura acogedora y rústica, está decorado con elementos típicos de la región como textiles indígenas y cuentan con utensilios tradicionales y detalles artesanales. Ofrece vistas panorámicas de los alrededores en donde los turistas pueden disfrutar de la ciudad. El área de la cocina cuenta con equipos modernos y de alta calidad para garantizar la preparación de platos sabrosos y de excelente calidad, por otro lado, el personal siempre da lo mejor para brindar un servicio de calidad a sus clientes.

Cruz Julian (2024) propietario del restaurante da a conocer que el establecimiento cuenta con un total de 5 empleados, el restaurante se encuentra distribuido en algunas áreas de funcionamiento como son: cocina, recepción, comedor, áreas verdes y área de descanso. No cuentan con manuales de procesos por lo que trabajan de manera empírica y cada uno colabora en lo que puede. Por otro lado, el establecimiento se encuentra distribuido de la siguiente manera:

Figura 10

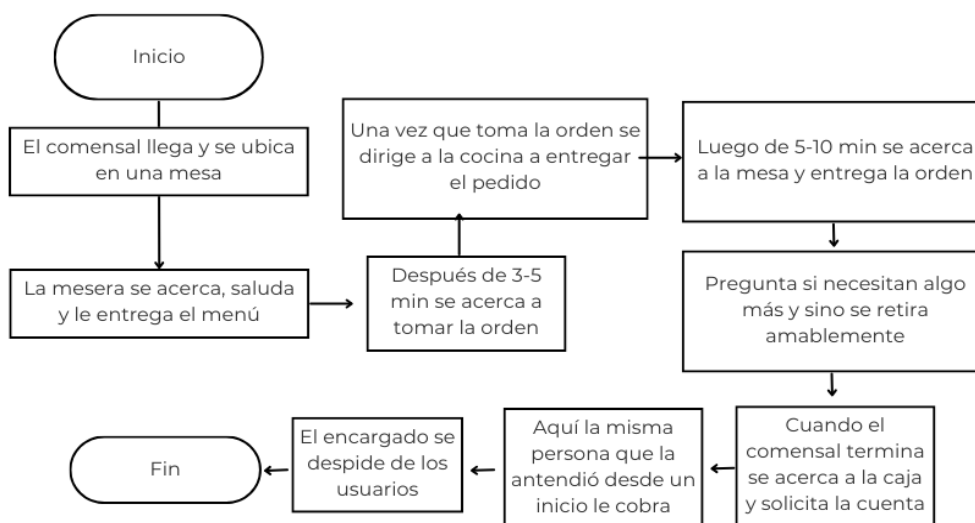
Organigrama del restaurante La Parrilla del Compadre



Por último, el establecimiento no cuenta con un flujograma establecido de cómo debe recibir el personal a un consumidor, desde que ingresa hasta que sale del restaurante, para esto el personal tampoco ha sido capacitado con anticipación por lo que lo realizan de forma empírica, siguiendo el siguiente proceso.

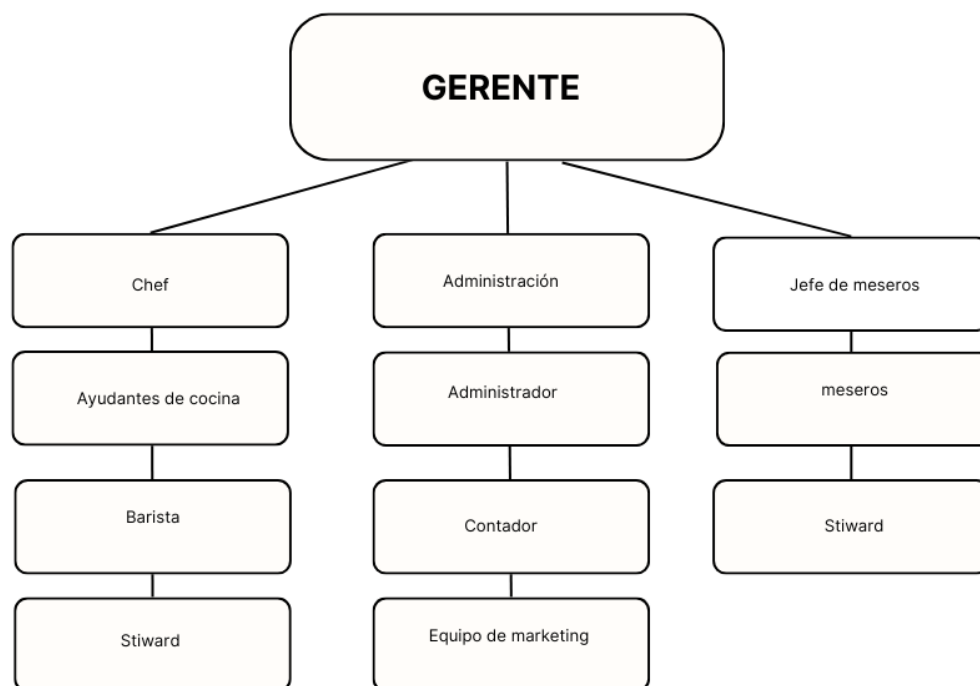
Figura 11

Flujograma del restaurante La Parrilla del Compadre



Restaurante Cuicocha (3 tenedores): Este restaurante se encuentra ubicado al borde de la Laguna de Cuicocha, en medio de un hermoso paisaje natural impresionante. Cuenta con una infraestructura rústica, con techo de madera y paredes de piedra que se mezclan con su entorno. Cuenta con un comedor interior y una terraza al aire libre con vista panorámica de la Laguna y los volcanes a su alrededor. El personal del lugar es amable y atento y tratan de siempre brindar un servicio de calidad a sus usuarios. Es perfecto para las personas que aman disfrutar de la naturaleza y la gastronomía local en un mismo lugar.

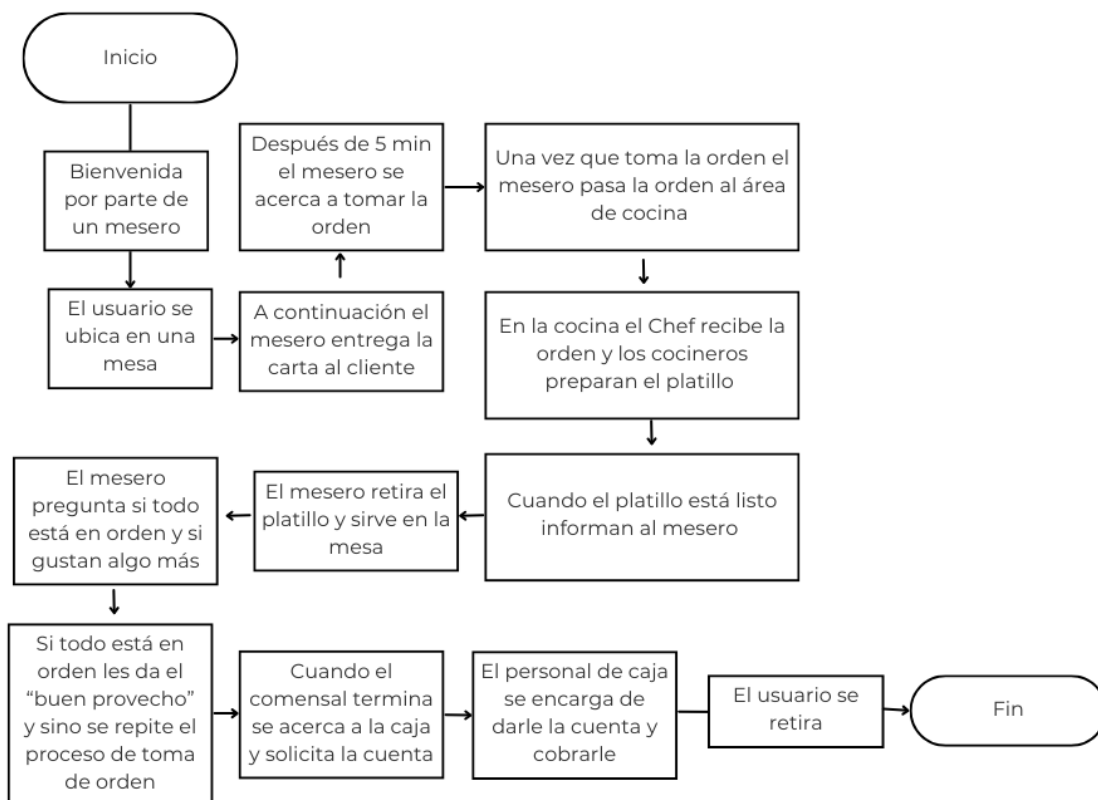
Navarro Edison (2024) gerente del restaurante da a conocer que el establecimiento cuenta con un total de 13 empleados, el restaurante se encuentra distribuido en algunas áreas de funcionamiento como son: recepción, cocina, restaurante y cafetería. Si cuentan con manuales de procesos y el personal tiene conocimiento de cada actividad que le corresponde realizar según su puesto de trabajo. Por otro lado, el establecimiento se encuentra distribuido según muestra la siguiente imagen:

Figura 12*Organigrama del Restaurante Cuicocha*

Por último, el establecimiento no cuenta con un flujograma establecido de cómo debe recibir el personal a un consumidor, desde que ingresa hasta que sale del restaurante, pero al inicio de ingresar a trabajar si cuentan con indicaciones de cuál es la forma de recibir a los comensales, por otro lado, tampoco se les brinda capacitación continua para poder mejorar la calidad del servicio de atención al cliente, aunque este es el proceso que siguen para brindar el servicio.

Figura 13

Flujograma del Restaurante Cuicocha



Capítulo tres

Metodología

En esta investigación se utilizará la metodología mixta ya que a través de ella se combinará el enfoque cuantitativo y cualitativo para así obtener resultados más concretos del estudio. La metodología cuantitativa ayudará a identificar patrones y relaciones entre las variables ya que se basa en datos numéricos que pueden ser analizados y verificados de manera independiente a través de una encuesta que se aplicará a los visitantes. En cambio, la metodología cualitativa ayudará a explorar las percepciones, opiniones y experiencias de los usuarios relacionadas con el nivel de satisfacción de los servicios brindados por los establecimientos de 2 y 3 tenedores de la ciudad de Cotacachi, en este estudio la metodología cualitativa se realizará mediante la observación directa hacia el comportamiento de los comensales.

3.1 Tipo de investigación

Según, Fraenkel, J.R., Wallen, N. E., y Hyun, H.H. (2012) En su libro "How to Design and Evaluate Research in Education", definen la investigación de campo como "la recopilación de datos directamente en el lugar donde se encuentra el fenómeno bajo investigación". También enfatizan la importancia de la observación y la interacción directa con el contexto natural para comprender de manera más completa el fenómeno.

La investigación de campo permite recopilar datos directamente del entorno en el que ocurre el fenómeno de interés, por lo que asegura que los datos sean más precisos y de acuerdo con las condiciones reales, ya que al estar presente en el lugar se puede observar los eventos que ocurren. Por ello la investigación de campo es valiosa para estudiar el comportamiento, interacciones sociales y otros fenómenos que deben ser observados en tiempo real, lo que ayuda a interpretar los resultados de manera más completa. Donde el investigador puede identificar y tener en cuenta una amplia gama de variables que podrían afectar el fenómeno estudiado.

3.2 Diseño de investigación

El diseño de investigación es el plan o estrategia general que guía el proceso de investigación desde la formulación del problema hasta la recolección y el análisis de los datos obtenidos. A través del diseño de investigación se describe los métodos y procedimientos que se utilizarán para llevar a cabo el estudio, asegurando que los datos obtenidos sean los correctos para abordar la pregunta de investigación. Por lo tanto, el diseño de investigación es un componente esencial para cualquier estudio, ya que establece el plan detallado para llevar a cabo la investigación de manera sistemática y rigurosa, garantizando la validez, fiabilidad y ética de procesos y de los resultados obtenidos.

Según Rodríguez, M. (2019) el diseño de investigación se define como los métodos y técnicas elegidos por el investigador para combinarlos de una manera razonablemente lógica para que el problema de la investigación sea manejado de manera eficiente. Es una guía sobre como llevarse a cabo la investigación utilizando una metodología particular, en la cual cada investigador cuenta con una lista de preguntas que necesitan ser evaluadas.

La investigación no experimental se caracteriza por la ausencia de manipulación deliberada de variables independientes. A diferencia de los diseños experimentales, en los cuales se busca establecer relaciones causales al manipular una variable para observar sus efectos, la investigación no experimental se centra en la observación y descripción de fenómenos tal como se presentan en su entorno natural. Para el estudio se utilizará el enfoque mixto ya que de esta manera se puede comprender a profundidad los significados y las experiencias, además de que se pueden utilizar estadísticas descriptivas para analizar ciertos patrones y relaciones a través de la recolección de datos por medio de encuestas, con el fin de analizar la calidad de servicios en establecimientos de alimentos de categoría 2 y 3 tenedores de la ciudad de Cotacachi, provincia de Imbabura, año 2024, tal como se presenta naturalmente sin manipular ninguna variable obtenida en la recolección de datos.

3.3 Población / muestra

El objeto de estudio para esta investigación son los usuarios de los establecimientos de alimentos de categoría 2 y 3 tenedores de la ciudad de Cotacachi, en esta ciudad se cuenta

con un total de 7000 habitantes, el estudio se realizará con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%, se conocerá la muestra a través de la fórmula de poblaciones finitas que es la siguiente:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{(E^2 \cdot (N - 1)) + Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}$$

Donde:

- n es el tamaño de la muestra (lo que se busca)
- N = 7000 es el tamaño de la población
- Z = 1.96 es el valor de Z correspondiente a un nivel de confianza del 95%
- p = 0.5 es la proporción de éxito estimada
- E = 0.05 es el margen de error (5%)

1. Reemplazar los datos en la fórmula de poblaciones finitas

$$n = \frac{7000 \cdot (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5)}{(0.05^2 \cdot (7000 - 1)) + (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5)}$$

2. Realizar los cálculos

$$n = \frac{7000 \cdot 3.8416 \cdot 0.25}{(0.0025 \cdot 6999) + 0.9604}$$

$$n = \frac{7000 \cdot 0.9604}{17.4975 + 0.9604}$$

$$n = \frac{6728.8}{18.4579}$$

$$n = 364$$

Según los resultados obtenidos la muestra es de 364 encuestas que se dividen de la siguiente manera para los seis establecimientos de estudio:

Tabla 13

Distribución de encuestas para cada establecimiento de estudio.

Nombre del establecimiento	Número de encuestas
El Leñador	61 encuestas
Aliani	61 encuestas
Mesón de Pedro	61 encuestas
La parrilla del compadre	61 encuestas
Restaurante Cuicocha	60 encuestas
La Marqueza	60 encuestas

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas e instrumentos de recolección de datos son elementos fundamentales en el proceso de una investigación ya que se utilizan para recopilar información relevante y responder a las preguntas de investigación planteadas. Para desarrollar esta investigación se utilizarán un instrumento de análisis de datos que es la encuesta, esta técnica se utilizará para recolectar los datos cuantitativos.

La encuesta para realizar la respectiva recolección de datos se divide en diez secciones que son:

- **Tangibilidad:** Busca conocer que tan satisfecho está el usuario con el uso de la tecnología, la comodidad del establecimiento, apariencia de los empleados y apariencia de los elementos materiales.
- **Fiabilidad:** Cuenta con preguntas relacionadas con la satisfacción del usuario del servicio solicitado, el interés por parte del personal, calidad y puntualidad del servicio, precisión del personal durante el servicio y la puntualidad y sinceridad de este.
- **Capacidad de respuesta:** En esta sección se busca conocer la satisfacción del comensal con la rapidez del servicio, la disponibilidad del personal en ayudar al

usuario, la rapidez con la que toman la orden, amabilidad del personal y la rapidez con la que se entrega la cuenta.

- **Seguridad:** Se obtienen datos acerca de la satisfacción del usuario con la confianza que le inspira el personal, la simpatía del personal, la confiabilidad de la información emitida por el establecimiento, la capacidad del personal para resolver problemas y la limpieza y orden del establecimiento.
- **Empatía:** Se busca recoger información acerca de la satisfacción de los usuarios con la atención personalizada ofrecida por el personal, el interés mostrado por parte del personal en mejorar la experiencia de los visitantes, adecuación de los horarios, disponibilidad del personal necesario para cubrir las necesidades de los usuarios, compromiso del personal y el ambiente laboral percibido en los establecimientos.
- **Imagen empresarial:** Esta sección consiste en conocer la satisfacción del usuario sobre la creatividad e innovación de los establecimientos, la confiabilidad y la eficiencia de estos.
- **Reputación empresarial:** Este apartado consiste en saber que tan respetado, reconocido, prestigioso y que tan comprometido está con el medio ambiente el establecimiento según la valoración de los comensales.
- **Lealtad:** Consiste en conocer si los usuarios volvieran a usar los servicios de los establecimientos, si recomendaran el lugar a sus conocidos y a personas desconocidas.
- **Preguntas de carácter general referidas al establecimiento:** Esta sección es para conocer cómo evalúan los usuarios la calidad general del establecimiento, del personal, calidad de la comida y la calidad – precio del establecimiento.
- **Expectativas del cliente – Satisfacción:** A través de este apartado se espera conocer la satisfacción del comensal en relación con la expectativa en términos

de imagen, al servicio ofrecido y la relación calidad – precio de los establecimientos.

3.5 Técnicas e instrumentos de análisis de datos

Las técnicas e instrumentos de análisis de datos permiten comprender los datos obtenidos, dentro de esta investigación se aplicarán encuestas a través de la herramienta de Google llamada Google forms, ya que permite recolectar la información de manera rápida y de igual manera ayuda a interpretarla ya que entrega los resultados de los datos obtenidos mediante gráficas con sus respectivos porcentajes, por lo que facilita el poder realizar un análisis eficiente en la investigación.

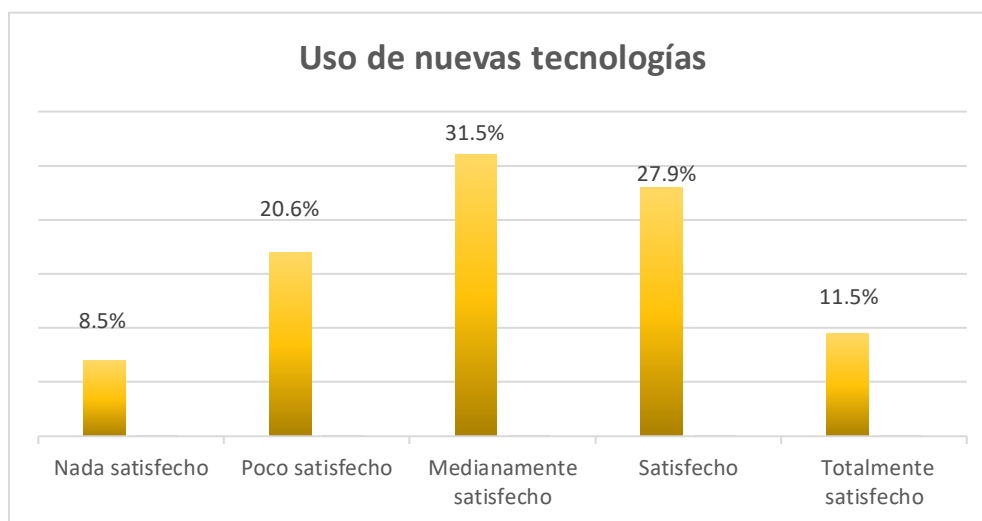
3.6 Análisis de datos

En este estudio realizado se busca extraer conclusiones importantes a partir de los datos recolectados mediante la encuesta realizada a los usuarios de los establecimientos, lo que permitirá tomar decisiones importantes para mejorar la calidad de servicio de estos establecimientos según la satisfacción de los clientes y de esta manera proporcionar una visión más clara de la problemática que se está investigando.

3.6.1 Tangibilidad

Figura 14

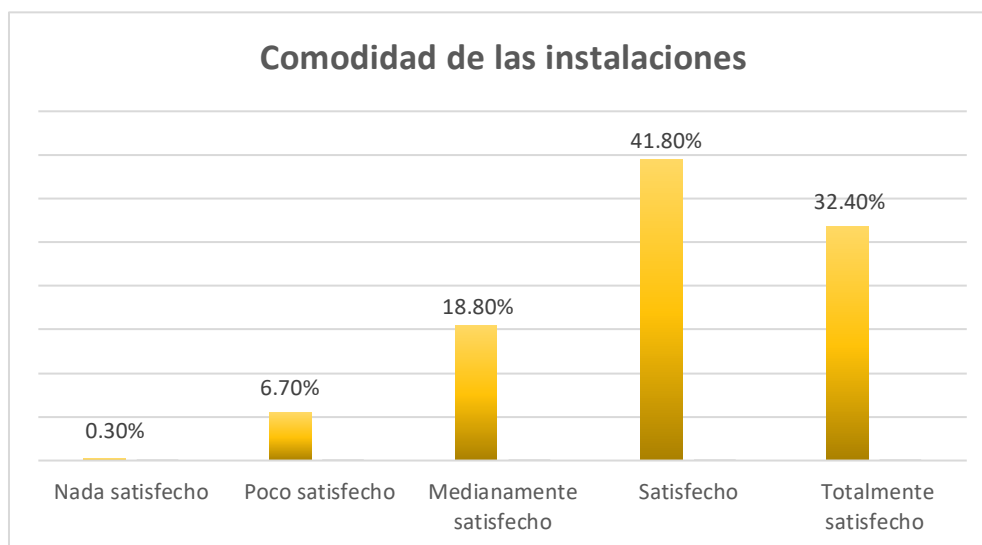
¿Qué tan satisfecho(a) está con el uso de nuevas tecnologías, para mejorar el servicio en el establecimiento?



Según los datos obtenidos a través de las encuestas realizadas el 59,4% se encuentran entre moderadamente satisfecho, satisfecho y totalmente satisfecho, por lo que se refleja una percepción general de satisfacción con oportunidades de mejora, aunque existe un 20,6% de usuarios poco satisfechos y un 8,5% nada satisfechos por lo que se entiende que existe la necesidad de optimizar o adaptar el uso de nuevas tecnologías dentro de los establecimientos para así lograr satisfacer a los usuarios. Dentro de los establecimientos en general no cuenta con un buen avance tecnológico y por lo que se pudo observar varios usuarios comentaban que es necesario contar con un menú digital, ya que de esa forma se facilitaría el poder ordenar sin tener que esperar a que alguien tome su orden, además de que podrían ver la disponibilidad de los platos al instante.

Figura 15

¿Qué tan satisfecho(a) está con la comodidad de las instalaciones del establecimiento?



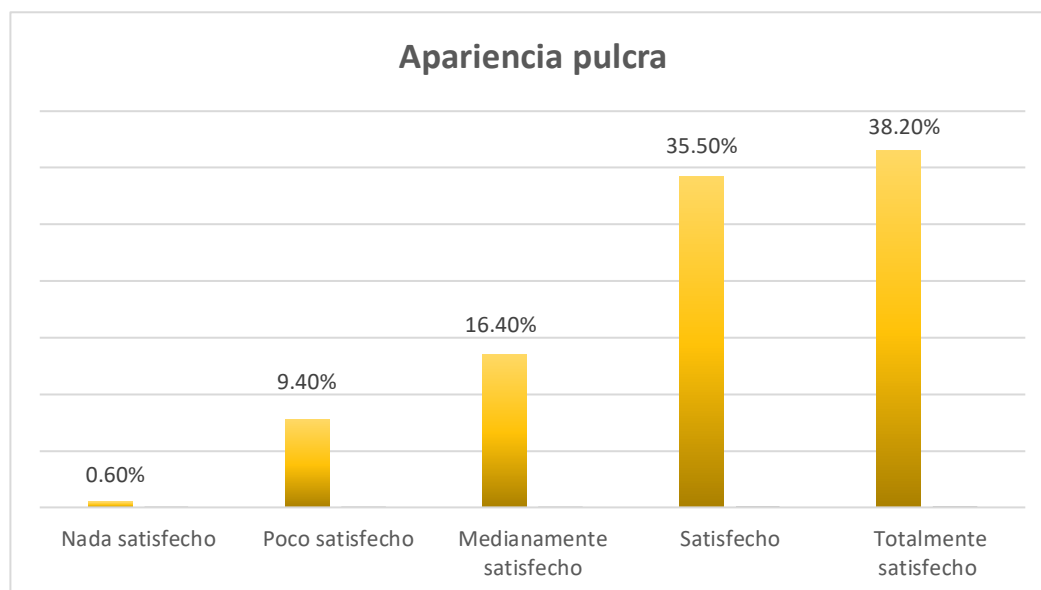
El 74,2% de encuestados se sienten satisfechos o totalmente satisfechos con la comodidad de las instalaciones, por lo que la satisfacción en general es alta y solo un pequeño grupo que es el 7% expresa insatisfacción. Y un 18,8% es de satisfacción moderada lo cual indica que los usuarios creen que aún hay ciertas áreas que deben mejorar más.

Según lo que se conversó con algunos usuarios comentaban que es necesario que los establecimientos cuenten con áreas para mascotas ya que sería más cómodo para ellos

poder tener un espacio en donde dejar a sus mascotas mientras ellos disfrutaban del lugar y la comida, además de que por seguridad los establecimientos deberían contar con garaje para clientes ya que son pocos los establecimientos que cuentan con un espacio para sus vehículos.

Figura 16

¿Cómo calificaría la apariencia pulcra de los empleados?

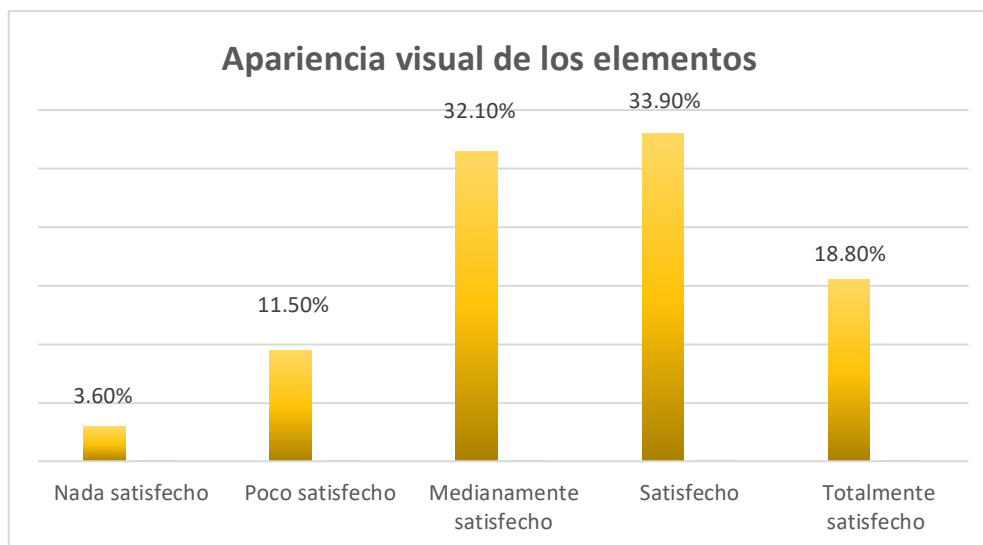


La mayoría de los clientes el 73.7% se siente satisfecha o totalmente satisfecha con la apariencia pulcra de los empleados, lo que refleja que este aspecto es uno de los puntos fuertes del establecimiento. Sin embargo, existe un 26.4% de los encuestados está entre poco satisfecho y moderado, lo que indica que existen oportunidades para incrementar la satisfacción en este aspecto.

Pese a que este aspecto en su mayoría cuenta con una calificación alta cabe recalcar que según lo que se observó hay establecimientos que no cuentan con una buena higiene para la atención del servicio de alimentos y bebidas ya que no portaban ningún uniforme ni protección de cabello, además de que en un establecimiento la persona que preparaba los alimentos contaba con las uñas largas y pintadas, algo que se debe evitar completamente por sanidad e inocuidad.

Figura 17

¿Qué tan satisfecho(a) está con la apariencia visual de los elementos materiales y documentos de servicio?



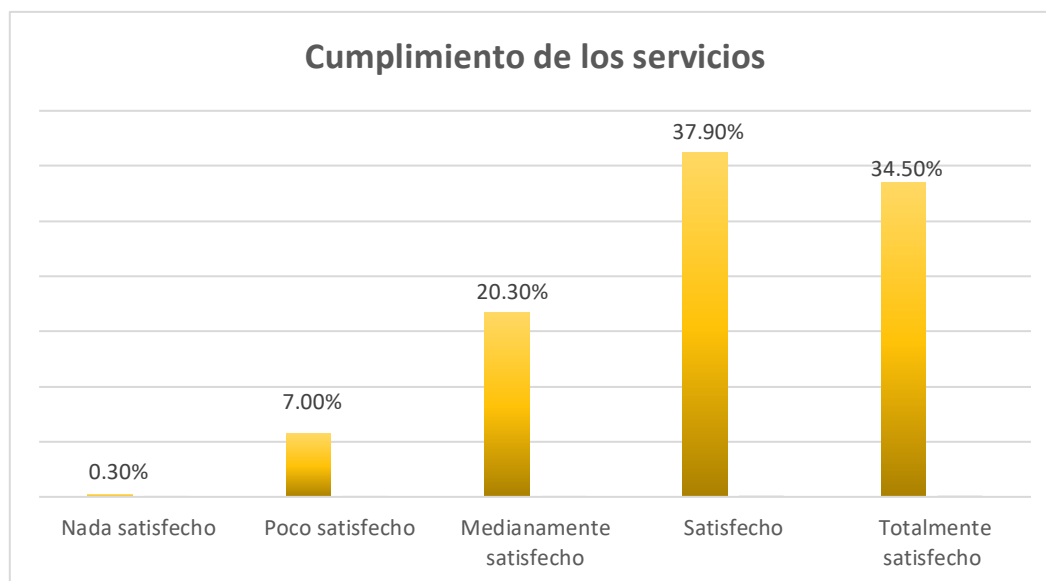
La mayoría de encuestados cuentan con una percepción positiva, ya que un total de 66% entre satisfecho y totalmente satisfecho consideran que los elementos materiales y documentos se encuentran con una apariencia adecuada, aunque mejorar los elementos visuales podría mejorar la percepción de aquellas personas que se consideran nada satisfechos, poco satisfechos y con una opinión moderada sobre la apariencia de los elementos, y de esta forma se reduciría la cantidad de clientes insatisfechos.

Algunos usuarios comentaron que la apariencia de los elementos como la carta con el menú debería actualizarse y volverla más llamativa ya que cuentan con diseños que ya no llaman la atención del usuario, por otro lado, también recomendaban que debiesen realizar personalización en algunos materiales como las servilletas, para que así el nombre del establecimiento sea más conocido por el usuario.

3.6.2 Fiabilidad

Figura 18

¿Qué tan satisfecho(a) está con el cumplimiento de los servicios solicitados por parte del personal del establecimiento?

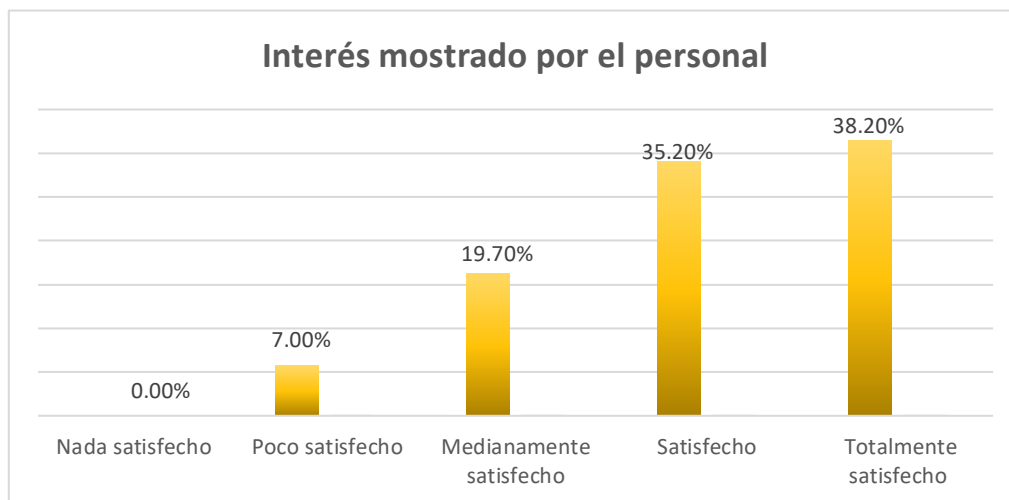


En total se tiene un 72,4% de alta satisfacción, mientras que el bajo nivel de insatisfacción es del 7,3%. Estos resultados dan a entender que existe una buena opinión por parte de los usuarios pero que aún es importante implementar pequeños ajustes para obtener un aumento de clientes satisfechos y totalmente satisfechos en el cumplimiento de los servicios solicitados por parte del personal del establecimiento.

Dentro de este apartado la mayoría de los usuarios se encontraban bastante satisfechos, pero algunos comentaban que tuvieron un inconveniente con los meseros ya que al tomar su pedido y al entregarlo había alimentos que hacían falta ya que al parecer el mesero no tomó la orden completa o no verificó con el cliente una vez que hizo la toma de la orden para saber si estaba todo lo que se solicitaba.

Figura 19

¿Qué tan satisfecho(a) está con el interés mostrado por el personal en responder a sus inquietudes?

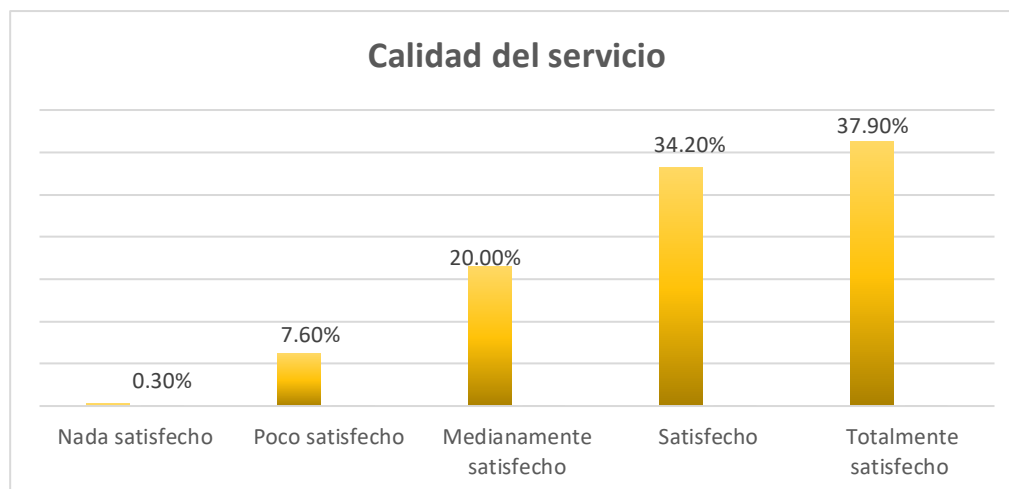


La alta satisfacción según los datos obtenidos se mide en un 73,4% esto indica que el personal está bien enfocado en atender las inquietudes de los clientes. Se considera que es necesario lograr mejorar la comunicación entre el personal de los establecimientos con los usuarios para que los clientes que se encuentran en un nivel moderado y más bajo de satisfacción puedan elevar su percepción.

En su mayoría los usuarios se encuentran bastante satisfechos con el interés mostrado por parte del personal, pero había algunas personas que comentaron que el personal no se encontraba del todo interesado en brindar un buen servicio ya que contaba con mala actitud y no eran amables al momento de ofrecer su servicio haciéndolos sentir incómodos en el establecimiento.

Figura 20

¿Qué tan satisfecho(a) está con la calidad del servicio que habitualmente presta el establecimiento?

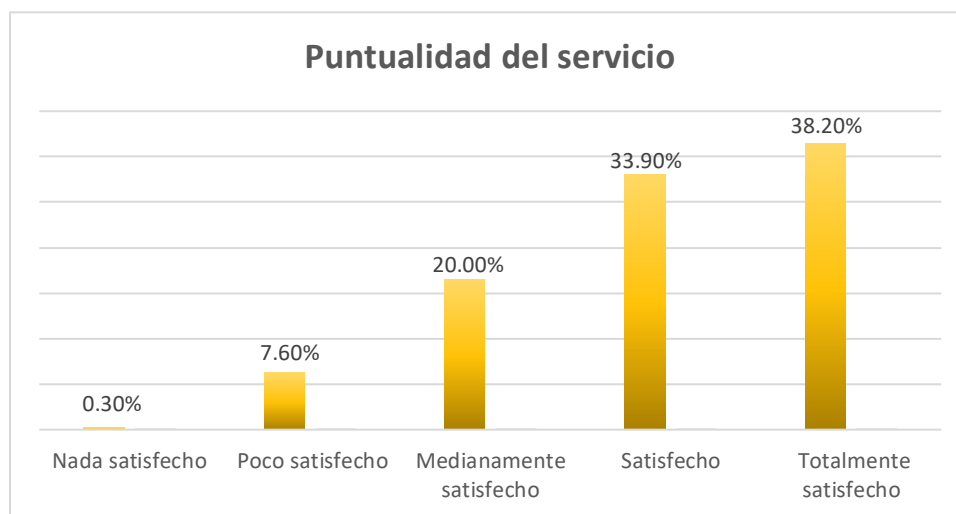


De acuerdo con la calidad de servicio que habitualmente prestan los establecimientos de la ciudad de Cotacachi se cuenta en total con un 72.10% de alta satisfacción y con un muy bajo nivel de insatisfacción que corresponde al 7.90% de encuestados que consideran que el nivel de la calidad de servicio es insuficiente. Por otro lado, también se cuenta con el 20% de usuarios que consideran que la calidad de servicios es moderada. Lo que demuestra que la calidad de servicio cumple en gran medida con las expectativas que tienen los usuarios, aunque sería necesario mejorar en áreas específicas para reducir la opinión neutral y satisfacción de algunos comensales.

La mayoría de los usuarios se encuentran satisfechos con la calidad del servicio ofrecida por parte de los establecimientos y las personas que no están satisfechas comentaron que era porque los establecimientos se demoran mucho en servir su orden y otros comentaban que los meseros no contaban con buena presencia al momento de atenderlos.

Figura 21

¿Qué tan satisfecho(a) está con la puntualidad del servicio prestado por el establecimiento?

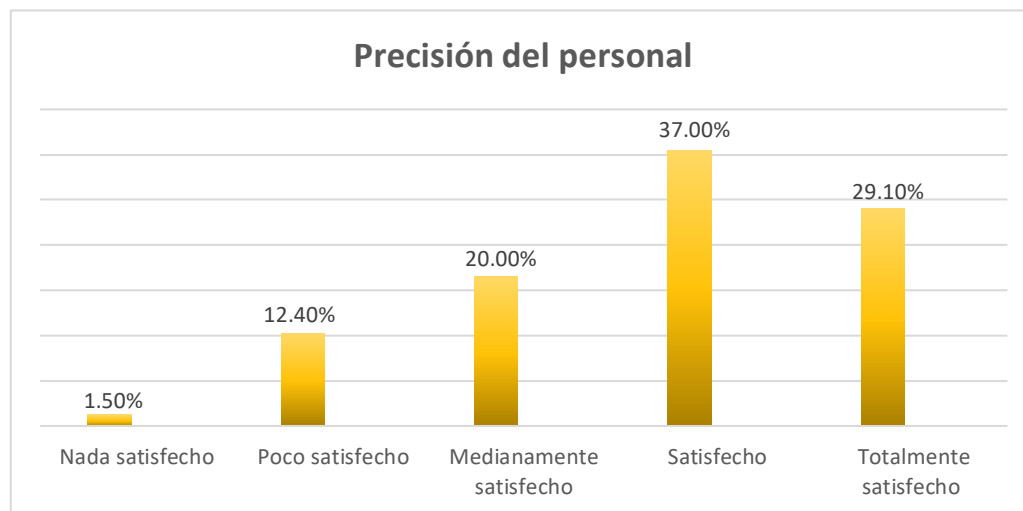


En cuestión a la puntualidad del servicio prestado por los establecimientos, un 7.90% de encuestados no se encuentran satisfechos con la puntualidad del servicio mientras que el 20% de usuarios consideran que la puntualidad es moderada, pero que sí se podría mejorar un poco más. En cambio, el 72.10% corresponde a la alta satisfacción en general mientras que la insatisfacción de cierto modo es baja. Por lo tanto, la puntualidad es un punto fuerte en el servicio de los establecimientos por lo que se podrían realizar pequeñas mejoras para lograr que los clientes que no se encuentran tan satisfechos o que tienen una opinión neutral cambien su perspectiva a una mejor.

Un alto porcentaje de los usuarios se encuentran satisfechos con la puntualidad del servicio prestado, pero los clientes que no estaban satisfechos comentaron que los establecimientos se demoraban mucho en atenderlos ya que al inicio se demoraron en pasarles la carta y de la misma forma se demoraron más de lo debido en entregarles sus órdenes y lo peor fue que no les dieron ningún tiempo estimado de la entrega de la orden desde un inicio y tampoco les daban razón inmediata de la misma.

Figura 22

¿Qué tan satisfecho(a) está con la precisión del personal durante la prestación del servicio?



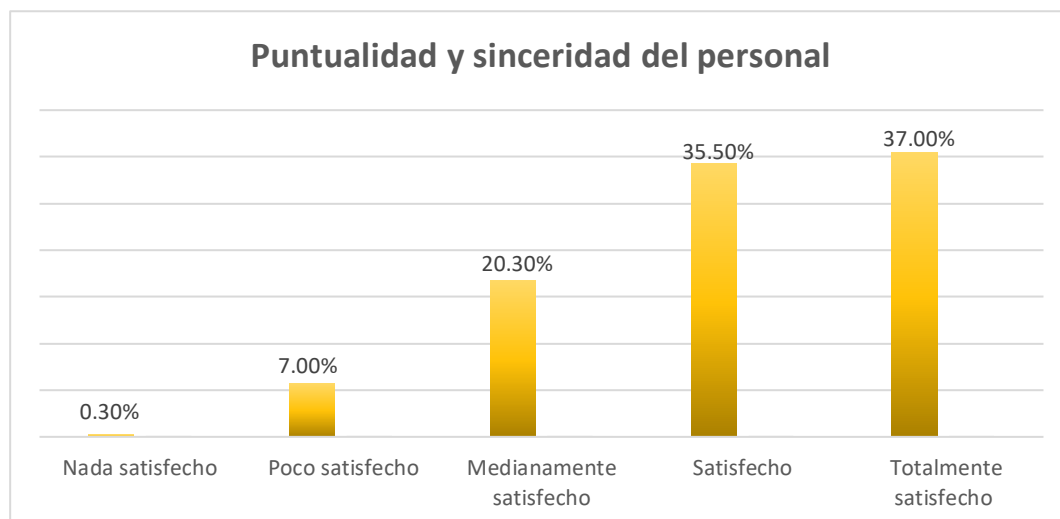
Según el análisis realizado se puede notar que existe una mayoría de personas que se encuentra satisfechas con la precisión del personal, ya que corresponde aún 66.10% de usuarios satisfechos y totalmente satisfechos en total, pero del mismo modo existe un grupo que no sienten que se haya cumplido totalmente con sus expectativas por lo que se necesita encontrar cuáles son las falencias en los establecimientos para que este grupo cambie su perspectiva ya que nos encontramos que el 13.90% de encuestados considera que la precisión del personal es insatisfactoria mientras que el 20% de usuarios consideran que es moderado pero que se podría mejorar la precisión dentro de los establecimientos.

Hubo personas que comentaron que el personal no estaba totalmente capacitado para la atención del cliente ya que se mostraba nervioso y en muchos de los casos no sabía qué ofrecía el establecimiento, por otro lado también comentaron que es importante que el personal del servicio esté informado acerca de qué ingredientes tiene un platillo ya que un cliente era alérgico a cierto producto, le preguntó al mesero acerca de si el platillo contaba con cierto ingrediente y éste le comentó que no, al final sucedió que el plato si contaba con el ingrediente del cual el usuario era alérgico.

Es importante que los establecimientos capaciten a sus empleados antes de enviarlos al servicio de atención al cliente, para de esta manera evitar este tipo de inconvenientes.

Figura 23

¿Qué tan satisfecho(a) está con la puntualidad y sinceridad del personal al informar sobre las condiciones de los diferentes servicios prestados?



Según los análisis realizados se puede observar que en promedio un total de 72,5% consideran que los establecimientos cuenta con un buen servicio en la puntualidad y sinceridad de lo que ofrecen, pero existe un 7,3% de personas que tuvieron una mala experiencia, lo que indica que si hay aspectos por mejorar ya que del mismo modo hay un 20% que sienten que no cumplió del todo sus expectativas, por lo tanto, es necesario trabajar en esta área para mejorar la calidad de servicios de los establecimiento y que estas personas cambien su perspectiva.

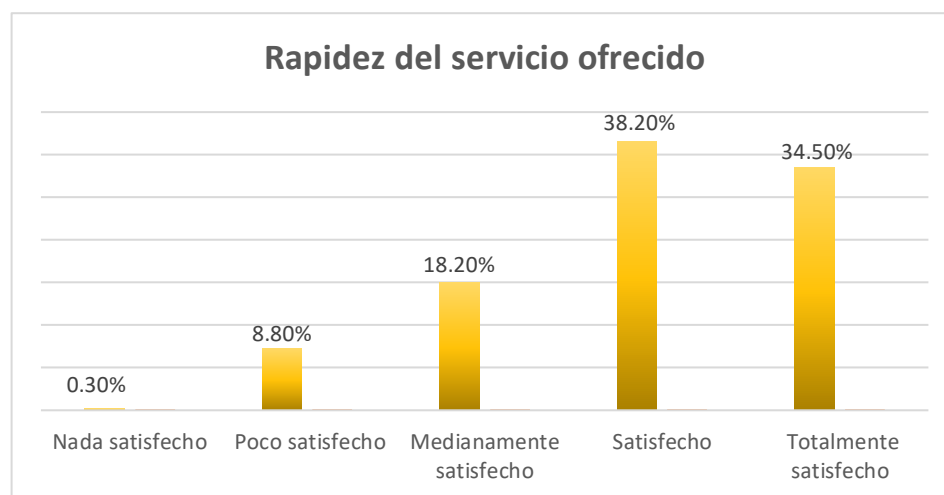
Hubo usuarios que comentaron que habían realizado una reserva en donde les informaron que incluía ciertos servicios y el día del evento les comentaron que esos servicios eran aparte que debían cancelar un valor adicional algo que no les pareció justo. Otro inconveniente que se dio fue que una persona había realizado una reserva para cierta hora en donde debía servirse los platos de comida a la hora que ella había indicado al momento que llegaron los comensales y ya era la hora de servirse la comida el establecimiento no estaba preparado aún con los platillos por lo que se demoraron más de lo debido. Por lo tanto, que como establecimientos es importante preocuparse por cumplir con los servicios que el

cliente contrató y ser claros con el cliente en cuestión a todo lo que abarca lo que está contratando.

3.6.3 Capacidad de respuesta

Figura 24

¿Qué tan satisfecho(a) está con la rapidez del servicio ofrecido por el establecimiento?

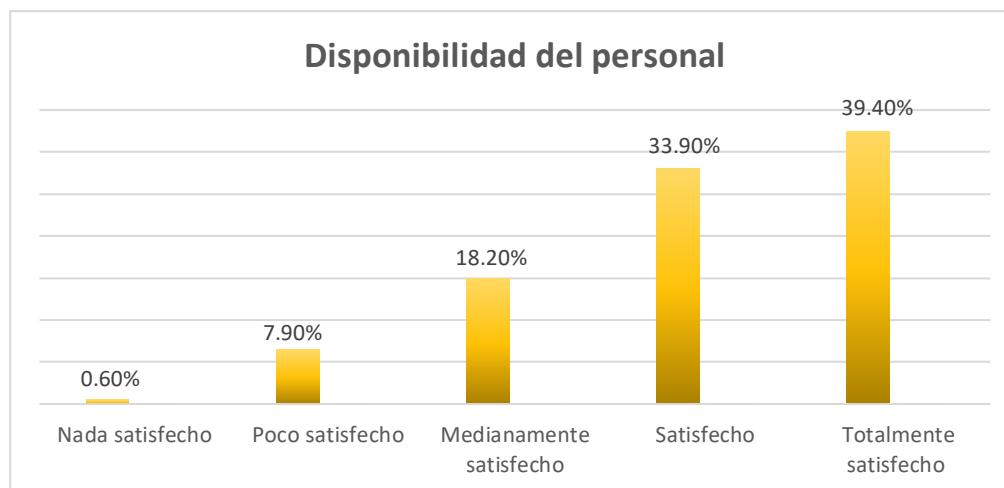


Según los datos recolectados a través de las encuestas generadas, existe un total de 72.7% de personas que están satisfechas con la rapidez de servicio, mientras que un 9,1% consideran demasiado deficiente esta área, por último, también existe un 18,20% de personas que considera que es buena la rapidez con la que se manejan los establecimientos pero que no es excelente para satisfacer con sus necesidades. Ahora, es importante realizar ciertos ajustes para poder contar con una mayor cantidad de clientes satisfechos.

Hubo personas que comentaron que el establecimiento se demoraba mucho en brindar el servicio ya que al momento en que había varias personas en el establecimiento el personal de servicio se saturaba y no lograba atender como se debería ni en un tiempo establecido. En ese caso es importante que los establecimientos cuenten con el personal necesario para poder brindar una adecuada atención a sus usuarios.

Figura 25

¿Qué tan satisfecho(a) está con la disponibilidad de personal para ayudar con sus requerimientos en el establecimiento?



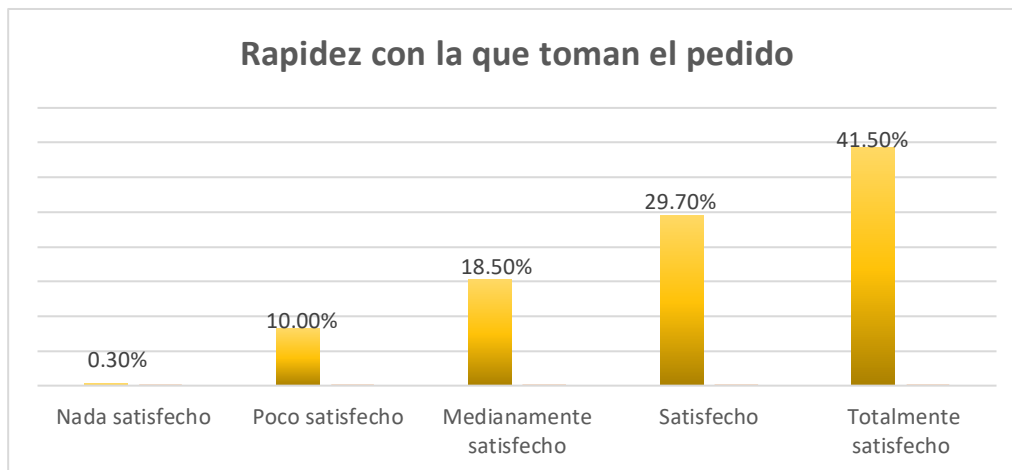
En general se puede notar que en esta pregunta de la encuesta, los usuarios se muestran contentos con la disponibilidad, pero que existe alguna pequeña falencia que se debe mejorar ya que pese que se cuenta con un 73,3% de personas satisfechas, también existe un 8,5% descontentas y un 18,2% de usuarios que consideran que no es del todo buena la disponibilidad del personal, así que si es importante trabajar un poco más en este aspecto para que estas personas mejoren su opinión con la calidad del servicio.

Algunos clientes no tuvieron una buena experiencia ya que el personal mostraba desinterés en ofrecer un buen servicio, la mayoría de estos usuarios eran indígenas o gente de una clase económica media por lo que en ciertos aspectos lo tomaron como racismo.

Es importante que como establecimiento se sepa la calidad de empleados que se tiene trabajando en el lugar ya que situaciones como esta no se puede dar por ningún motivo y peor aún si el cliente siente que ha sido víctima del racismo.

Figura 26

¿Qué tan satisfecho(a) está con la rapidez con la que el personal toma su pedido en el establecimiento?

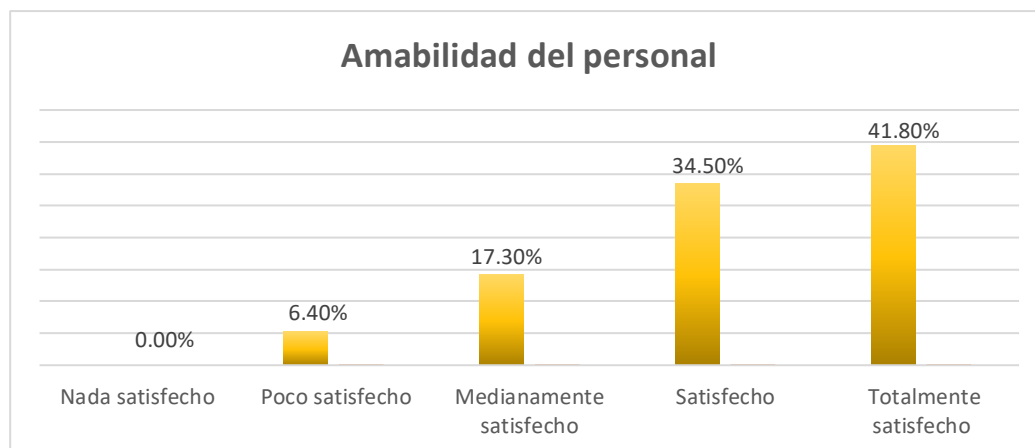


Según los datos obtenidos es 0.30% de personas se encuentran satisfechos con la rapidez con la que el personal toma su pedido, mientras que el 10% de personas está poco satisfecha al respecto, por otro lado, también se encuentra el resultado de personas que consideran moderada la rapidez en la que el personal se maneja en la toma de su pedido ya que el 18.50% opinan que es bueno pero que se podría mejorar todavía más para que sea más eficiente el servicio. En cuanto a las personas satisfechas y totalmente satisfecha suman un total de 71.2% de usuarios que consideran que la rapidez con la que el personal toma su pedido en el establecimiento es casi excelente.

Ciertos comensales comentaron que se demoraron bastante tiempo en tomar su orden por lo que algunos casos decidieron salirse del establecimiento para buscar otro lugar.

Figura 27

¿Qué tan satisfecho(a) está con la amabilidad del personal al atender sus requerimientos en el establecimiento?

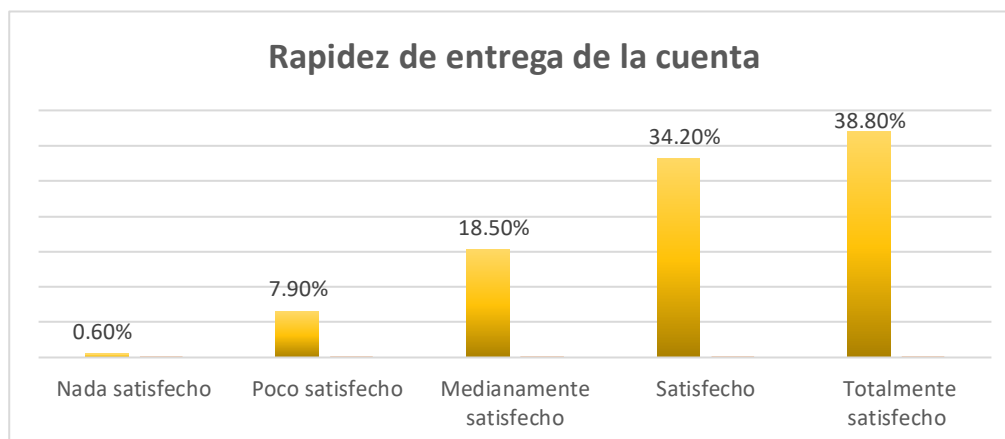


En cuanto a la amabilidad del personal de los establecimientos de la ciudad de Cotacachi el 0.00% de personas comentan que no están nada satisfechos lo que corresponde que ninguna persona opina que la amabilidad es deficiente en los establecimientos, por otro lado, el 6.40% de personas se consideran pocos satisfechos con la amabilidad del personal, el porcentaje es mínimo pero se podría trabajar un poco más para que estos usuarios mejoren su perspectiva sobre la amabilidad con la que trabajan en los establecimientos de 2 y 3 tenedores de la ciudad. Además, se tiene un resultado del 17.30% de personas que consideran que es moderado el trato del personal hacia los comensales, por lo tanto, si es un punto en el que se debe trabajar un poco más, para de esta manera lograr satisfacer y brindar un buen servicio a todos los usuarios. Por último, un total de 76,30% de comensales consideran que la amabilidad con la que se manejan los establecimientos es muy buena y que se acerca casi a ser excelente.

Unas cuantas personas indicaron que el personal no se mostró amable ni educado ya que se acercó a su mesa a tomar la orden sin siquiera saludar y en todo momento se mostró indiferente a las necesidades del usuario.

Figura 28

¿Qué tan satisfecho(a) está con la rapidez con la que la personal entrega la cuenta en el establecimiento?



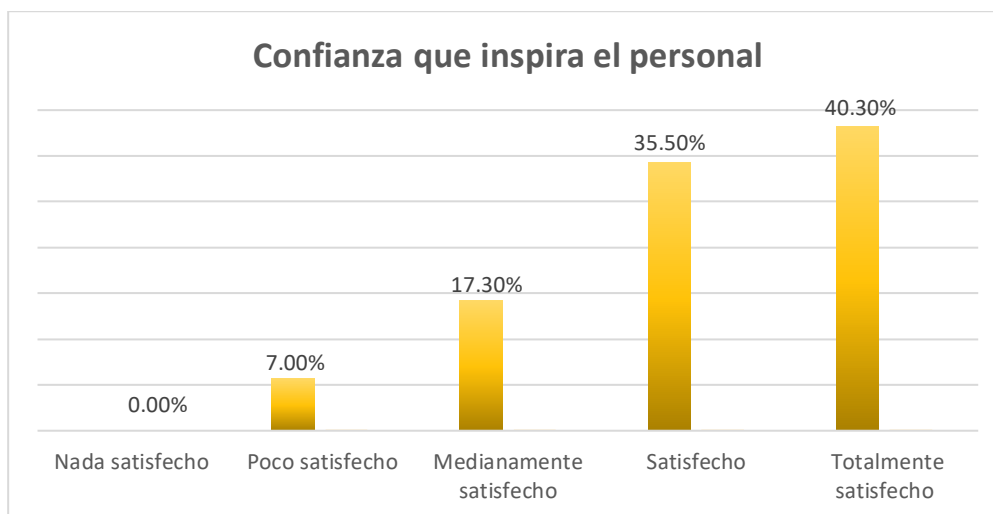
El 0,60% es el mínimo el porcentaje de personas que se encuentran nada satisfechas con la rapidez con la que el personal entrega la cuenta a los comensales por lo que se nota que si hay un problema en este ámbito es mínimo o casi nulo, por otro lado, el 7,90% representa a personas poco satisfechas, no es un porcentaje tan significativo o que realmente demuestre que existe un grave problema en esta área, pero que claramente se puede mejorar con algunos ajustes. En cuestión con la calificación moderada se tiene un 18,50% de personas que no están de todo satisfechas ya que consideran que el sistema de entrega de cuenta no es el más adecuado pero que tampoco se encuentra mal, aun así, demuestra que hay algo pequeño que se debe mejorar para satisfacer sus necesidades. Por último, si se unifica a los comensales satisfechos con los totalmente satisfechos se tiene un total de 73% de usuarios que se encuentran satisfechos con la rapidez con la que el personal les entrega la cuenta, esto representa un número alto de encuestados que presentaron su satisfacción en este aspecto.

Un pequeño grupo de personas que se encuentran Insatisfechas en cuanto a la rapidez de entrega de la cuenta de los establecimientos ya que comentaron que había personal que no sabía cómo realizar las facturas en el sistema, lo que hizo que la entrega de la cuenta se demore más de lo debido.

3.6.4 Seguridad

Figura 29

¿Qué tan satisfecho(a) está con la confianza que el personal inspira en el establecimiento?

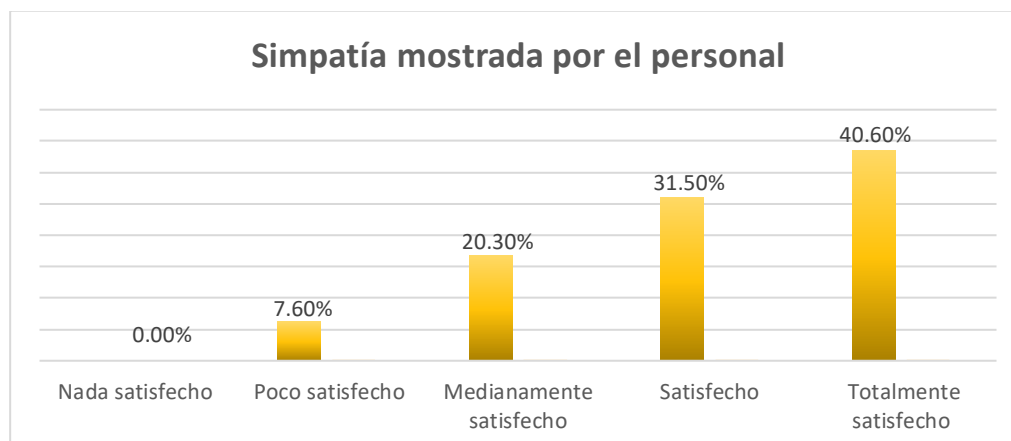


Se cuenta con un 0,00% de personas que no están nada satisfechas, lo que significa que no existe ninguna sola persona que considere que el personal con el que cuenta los establecimientos no genera confianza, por otro lado, el 7% de encuestados demuestran que el personal no inspira confianza, aunque el porcentaje es mínimo no es tan significativo realmente. Existe un 17,3% de usuarios que consideran moderado el nivel de confianza que brinda el personal, es probable que no se haya dado una buena conexión entre comensal y personal y por eso la calificación, y por último se cuenta con satisfecho y totalmente satisfecho que juntos da un total de 75,80% de encuestados que se encuentran satisfechos con la calidad de confianza que existe en los establecimientos por parte del personal, lo que da a conocer que no existe un problema grave como tal pero que si hay que solucionar algún aspecto pequeño para lograr cambiar la perspectiva de los usuarios que no tuvieron una buena experiencia con la confianza del personal.

Pocas personas comentaron que no les inspiraba confianza el personal ya que no llevaban una apariencia adecuada para el servicio de atención al cliente y esto fue porque no contaban con un uniforme que los identifique como personal del establecimiento y pareciera que no se encontraban lo suficientemente capacitados para el servicio.

Figura 30

¿Qué tan satisfecho(a) está con la simpatía mostrada por el personal en el establecimiento?

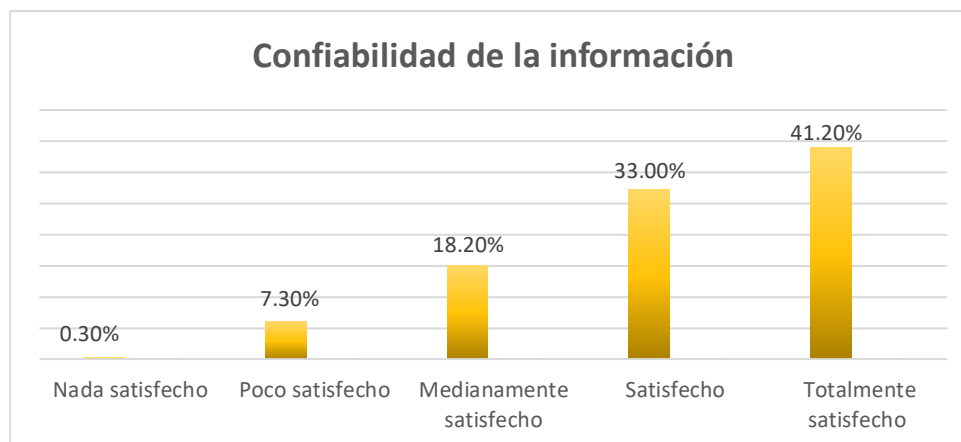


Se obtiene un resultado del 0,00% de personas nada satisfechas con la simpatía mostrada por parte del personal, un resultado positivo ya que indica que en la mayoría de establecimientos brindar un servicio de calidad que se basa en el respeto, amor y cariño hacia su trabajo y por lo tanto brindan un servicio de calidad a los usuarios, también se encuentra un 7,6% de personas poco satisfechas que en general no es un porcentaje alarmante pero que se puede resolver, en cuestión a las personas que están moderadamente satisfechas es del 20,30% una cifra algo numerosa que indica que posiblemente si existe una falla que hay que tratar con el personal para que estos puedan cumplir con las expectativas de los usuarios. Por último, se cuenta con las personas satisfechas y totalmente satisfechas en donde juntas se obtiene un porcentaje de 72,10% un porcentaje bastante alto de satisfacción que demuestra la calidad de personas con la que cuentan los establecimientos de la ciudad de Cotacachi.

Las personas que no estaban satisfechos en este aspecto comentaron que posiblemente el personal no cuente con una adecuada capacitación para el servicio ya que mostraba desinterés en atenderlos de buena forma.

Figura 31

¿Qué tan satisfecho(a) está con la confiabilidad de la información emitida por el establecimiento?

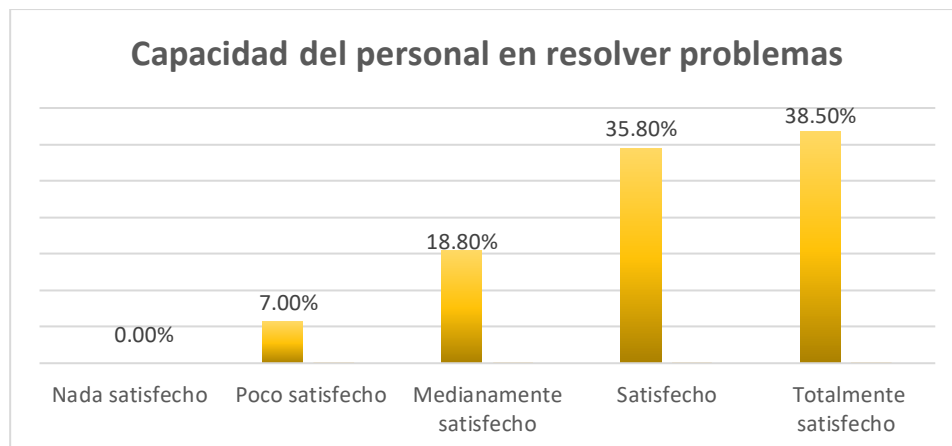


El 0,30% corresponde a personas que no se encuentran nada satisfechas, representa a un porcentaje muy pequeño, por otro lado, el 7,30% de encuestados están poco satisfechos con la confiabilidad del establecimiento, del mismo modo no es una cifra alarmante por lo que no se podría decir que existen problemas graves con la información que emiten los establecimientos. El 18,20% de personas consideran que la información que brindan los establecimientos no es del todo confiable ya que no se cumple en cierto aspecto con lo que anuncian. Por último, entre las personas satisfechas y totalmente satisfechas existe un total de 74,20% que es casi una tercera parte de los encuestados, quienes indican que la confiabilidad de la información emitida por los establecimientos es casi excelente. Se puede apreciar un número pequeño de personas que no están del todo satisfechas, por lo que si existe un pequeño problema de confiabilidad de información que hay que solucionar.

En el aspecto de confiabilidad de la información hubo personas que no estaban tan satisfechos porque comentaron que en algunos de los establecimientos ofrecían ciertos servicios y a la hora de preguntar comentaban que no contaban con el servicio disponible por lo que opinaron que deberían evitar colocar información de servicios que realmente no ofrecen.

Figura 32

¿Qué tan satisfecho(a) está con la capacidad del personal para resolver problemas en el establecimiento?

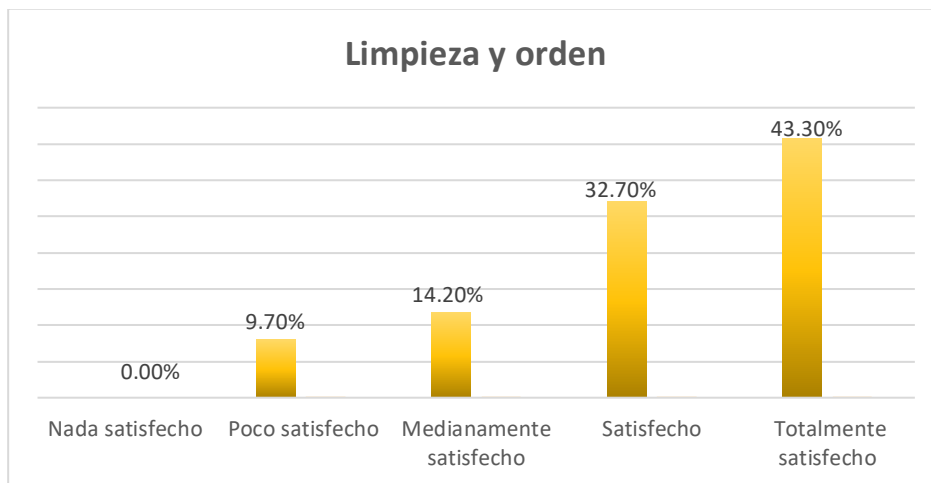


El 0,00% de los usuarios están nada satisfechos, este porcentaje indica que ninguna sola persona de los encuestados considera que la capacidad del personal es nula para resolver problemas, por otro lado existe un 7% de personas que se sienten poco satisfechas ante esta situación, ya que no tuvieron una buena experiencia con el personal ante un momento que se necesitó resolver de inmediato, el 18,80% de usuarios son aquellos que se sienten moderadamente satisfechos ya que se logró resolver sus problemas pero que quizá se dio ciertos inconvenientes para que se los resuelva de manera eficaz. Por último, se encuentran las personas satisfechas y totalmente satisfechas que juntos suman un total de 71,30% un porcentaje muy significativo ya que demuestra que el personal de los establecimientos es eficiente y que son capaces de manejar cualquier situación con tal de brindar un buen servicio a sus usuarios.

En cuanto a la capacidad del personal para resolver problemas, un pequeño porcentaje de los usuarios comentaron que el personal no estaba capacitado para poder resolver los problemas ya que hubo un inconveniente en una mesa y el personal no pudo resolverlo por lo que tuvieron que llamar a un superior.

Figura 33

¿Qué tan satisfecho(a) está con la limpieza y el orden dentro del establecimiento?



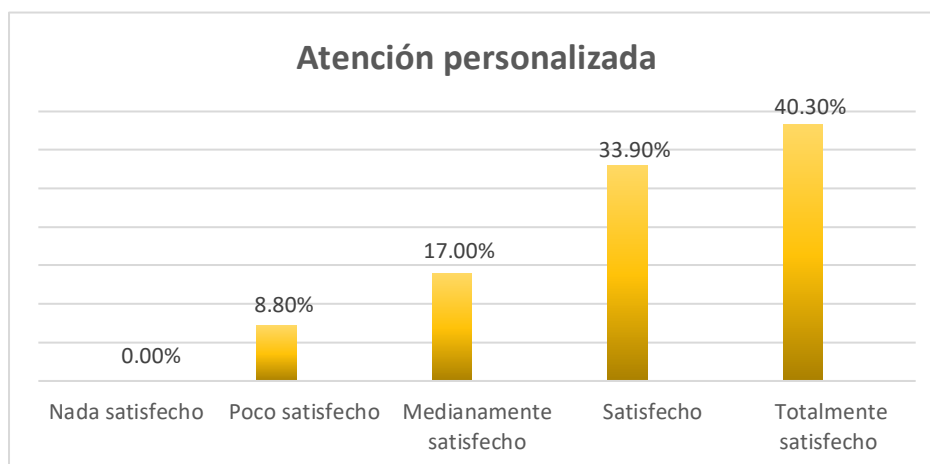
Se cuenta con un 0,00% de personas nada satisfechas con este aspecto lo que significa que no hay una sola persona que considere que el establecimiento se encontraba en pésimas condiciones de limpieza, también existe un porcentaje de 9,70% que trata de las personas poco satisfechas los cuales son usuarios que encontraron el establecimiento con un aspecto desordenado y sucio, pero no del todo pésimo. El 14,20% de los usuarios tiene una opinión moderada, en donde el aspecto del establecimiento no estuvo del todo aseado, pero tampoco se encontraba en pésimas condiciones, por lo que se puede mejorar y trabajar para mejorar el orden y aspecto visual del lugar. Por último, se encuentra el grupo de encuestados satisfechos y totalmente satisfechos que juntos es un 76% un porcentaje que consiste en más de la tercera parte de personas satisfechas con el orden y limpieza del lugar. Aunque se considera un puntaje casi excelente es importante impulsar a que los establecimientos traten de mantenerse limpios y ordenados en todas sus áreas.

Unas cuantas personas comentaron que al llegar encontraron los manteles de las mesas sucios además de que no les limpiaron la mesa y al pasarles los cubiertos estos estaban mal lavados. De esta forma el lugar demostró no contar con ningún conocimiento de limpieza, desinfección y dosificación de áreas comunes dando un mal aspecto al cliente y dejándolo con una pésima experiencia.

3.6.5 Empatía

Figura 34

¿Qué tan satisfecho(a) está con la atención personalizada ofrecida por el personal en el establecimiento?

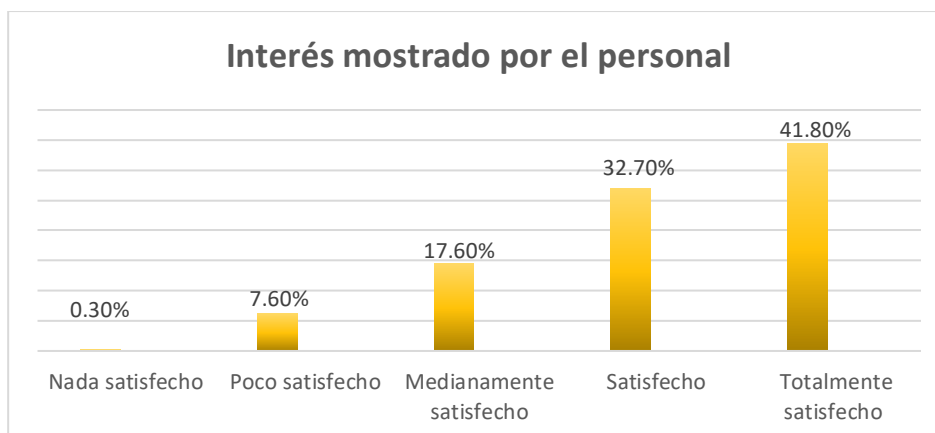


En personas nada satisfechas se obtuvieron resultados del 0,00% mientras que es poco satisfechas el 8,80% considera que la atención es insuficiente y que deben mejorar. Por otro lado, el 17% de encuestados tienen una opinión moderada ya que consideran que es buena pero que aún les falta para que esta sea excelente. En cuestión con las personas satisfechas y totalmente satisfechas se nota un porcentaje alto, ya que juntos cuentan con un 74,20% de personas que consideran que la atención personalizada por parte del personal es casi perfecta. Se considera necesario motivar un poco más al personal para lograr ofrecer un mejor servicio a los usuarios y así lograr que las personas poco satisfechas y los de opinión moderada cambien su perspectiva.

Como ya se dio a conocer en el análisis de algunas secciones anteriores, un pequeño porcentaje de personas no se sintió conforme con la atención personalizada, ya que el personal demostraba desinterés en satisfacer las necesidades del usuario, por lo que es importante que se capacite de manera general a los trabajadores con el fin de brindar un mejor servicio.

Figura 35

¿Qué tan satisfecho(a) está con el interés mostrado por el personal en mejorar la experiencia de los visitantes en el establecimiento?

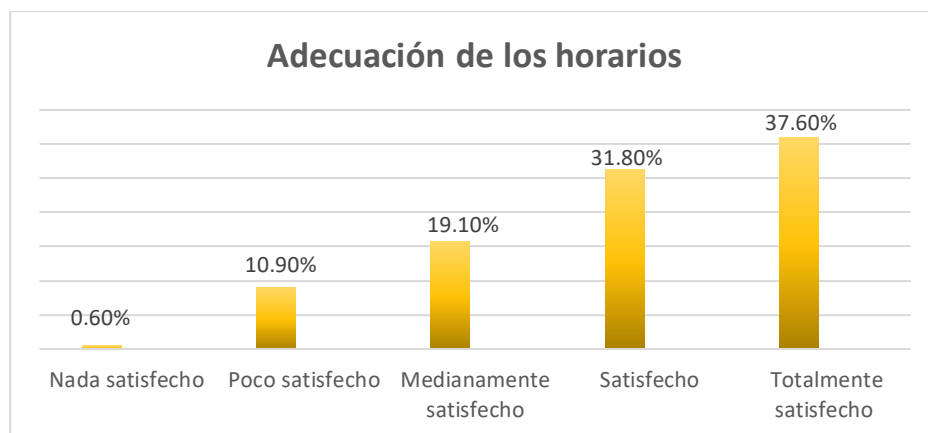


Se obtuvo un 0,30% de usuarios que se consideran nada satisfechos con el interés mostrado por parte del personal, mientras que un 7,60% están poco satisfechos, es un porcentaje pequeño, pero que demuestra que existe alguna mínima falencia dentro del personal de los establecimientos que haga que no se sientan satisfechos este grupo de personas. Sin embargo, el 17,60% de personas considera moderado el interés del personal en mejorar su experiencia por lo que efectivamente hay que trabajar con el personal para que su servicio y atención sea mejor y eficiente. Finalmente se encuentran las personas satisfechas y totalmente satisfechas, quienes juntos suman un porcentaje de 74,50% que demuestra que en su mayoría el interés que muestra el personal en mejorar la experiencia de los visitantes de bastante buena y se nota en la satisfacción de sus usuarios.

Sí existe cierto grado de desinterés por parte del personal en brindar un mejor servicio ya que se ve la insatisfacción de varias personas en las respuestas anteriores relacionadas a este tema, por lo que se sugiere a los establecimientos capacitar a sus trabajadores en el área de servicio atención al cliente para mejorar las expectativas del consumidor.

Figura 36

¿Qué tan satisfecho(a) está con la adecuación de los horarios para los diferentes servicios ofrecidos en el establecimiento?

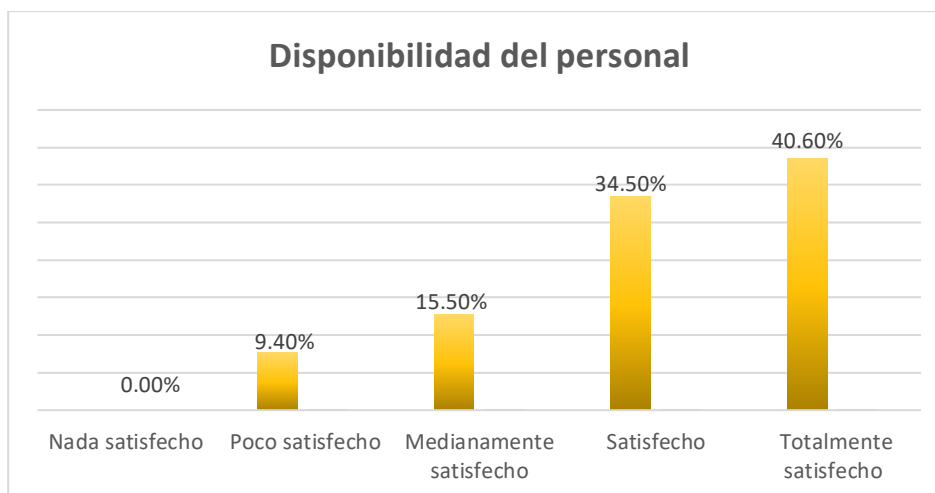


Nos encontramos con un 0,60% de personas que no están nada satisfechos con los horarios de los establecimientos, mientras que un 10,90% de personas están poco satisfechas, lo que se entiende que existe un leve problema con la adecuación de horarios de atención, del mismo modo el 19,10% tiene una opinión moderada con respecto a la adecuación de los horarios, si tomamos en cuenta este último porcentaje con los anteriores un total de 30,6% de personas no se encuentran a gusto con el horario de atención de los establecimientos y esta cifra corresponde casi a la tercera parte de los encuestados por lo tanto es necesario realizar modificaciones en los horarios de atención para lograr cumplir con las expectativas de los usuarios. Por último, un total de 69,40% de personas entre satisfechas y totalmente satisfechas consideran que los horarios son adecuados para el servicio.

Son muy pocas las personas que se encuentran insatisfechas con la adecuación de los horarios, algunas de ellas comentaron que los establecimientos deberían mantenerse abierto hasta más tarde, ya que en su gran mayoría cierran temprano. En este aspecto si es importante que los establecimientos realicen un estudio acerca de hasta qué hora hay personas que necesiten de su servicio para ajustar sus horarios y poder satisfacer las necesidades de estos usuarios.

Figura 37

¿Qué tan satisfecho(a) está con la disponibilidad del personal necesario para cubrir las necesidades de los visitantes en el establecimiento?

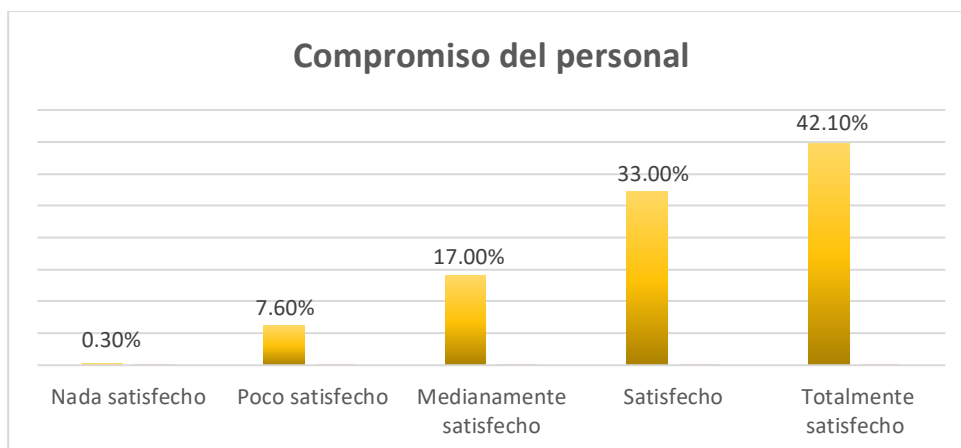


Se obtuvo un 0,00% de personas nada satisfechas y un 9,40% poco satisfechas lo que significa que en general los establecimientos cuentan con el personal necesario para satisfacer las necesidades ya que las personas poco satisfechas son una minoría, por otro lado, se cuenta con un 15,50% de personas que considera que está bien el número de personal pero que podrían ser más para mejorar el servicio y atención a los clientes. Por último, se cuenta con las personas satisfechas y totalmente satisfechas que sumando los dos porcentajes es 75,10% un número bastante alto que indica que la mayor parte de visitantes se sienten satisfechos con el número de personal que manejan los establecimientos de la ciudad.

En cuanto a la disponibilidad del personal como ya se vio en anteriores respuestas de diferentes secciones de preguntas, la insatisfacción por parte del usuario es baja pero demuestra que realmente hay que realizar una modificación en lo que es capacitaciones para que el personal sea eficiente hacia las necesidades de sus clientes, ya que en la mayoría de preguntas que se relacionan con el servicio del personal, existe un porcentaje de usuarios que consideran que es deficiente el servicio por parte de ellos.

Figura 38

¿Qué tan satisfecho(a) está con el compromiso del personal del establecimiento para cubrir las necesidades de los visitantes?

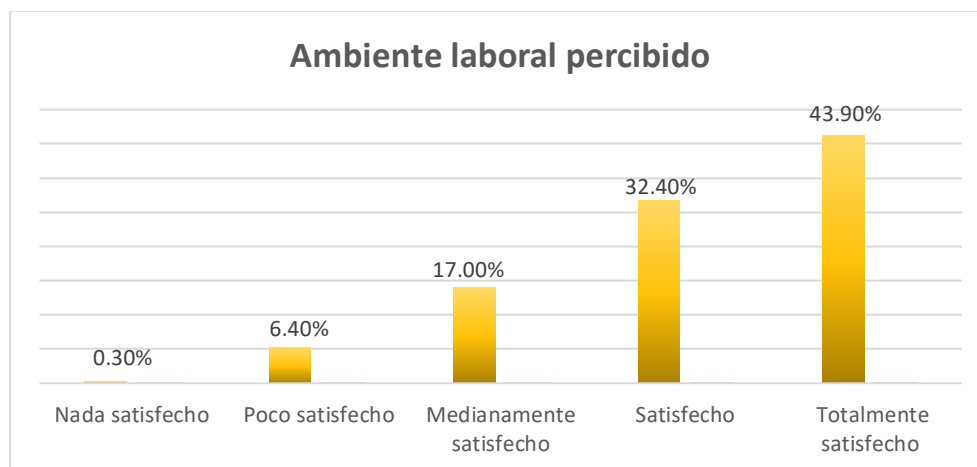


Existe un 0,30% de personas que se encuentran nada satisfechas y el 7,60% están un poco satisfechas, por lo que es un número mínimo a comparación con el nivel de buena satisfacción, por ejemplo, se tiene un 17% de personas que considera que el compromiso del personal podría mejorar aún más, mientras que el porcentaje de satisfechos y totalmente satisfechos suman un total de 75,10% lo que significa que la mayoría de los establecimientos cuentan con personal comprometido en cubrir con las necesidades de sus usuarios.

Del mismo modo existe ese bajo porcentaje de personas que se encuentra insatisfechas con lo que es el servicio del personal en este caso el compromiso del personal. Por lo que se puede apreciar que existe una falencia dentro de lo que es la atención al cliente.

Figura 39

¿Qué tan satisfecho(a) está con el ambiente laboral percibido dentro del establecimiento?



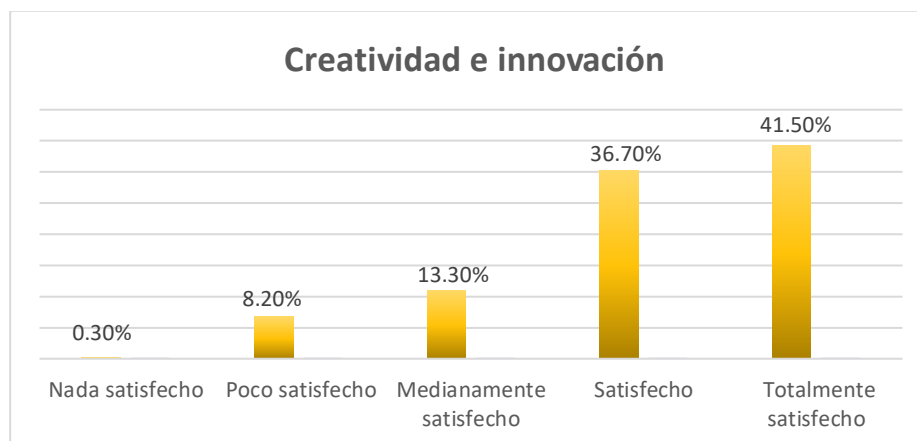
Un 6,40% de personas consideran que el ambiente laboral no es el adecuado dentro de los establecimiento, este porcentaje corresponde a las personas nada satisfechas y poco satisfechas, en cambio, se cuenta con un 17% de personas que consideran que se puede mejorar la relación del personal ya que según su experiencia notaron ciertos comportamientos que quizá consideran que deben mejorar pero que tampoco está mal, por otro lado existen un 76,30% entre la suma de comensales satisfecho y totalmente satisfechos que consideran que la relación o el ambiente laboral es el adecuado para el establecimiento y que por ello la calidad del servicio es excelente.

Algunas personas indicaron que se dieron cuenta de que no existe una buena comunicación efectiva entre el personal de servicio del establecimiento, por lo que consideran que se debería mejorar esta parte para brindar una mejor calidad de servicio a sus usuarios, ya que la falta de compañerismo y la falta de apoyo mutuo afectan en el área laboral y en muchas ocasiones genera faltas de respeto o actitudes tóxicas.

3.6.6 Imagen empresarial

Figura 40

¿Qué tan satisfecho(a) está con la creatividad e innovación del establecimiento?

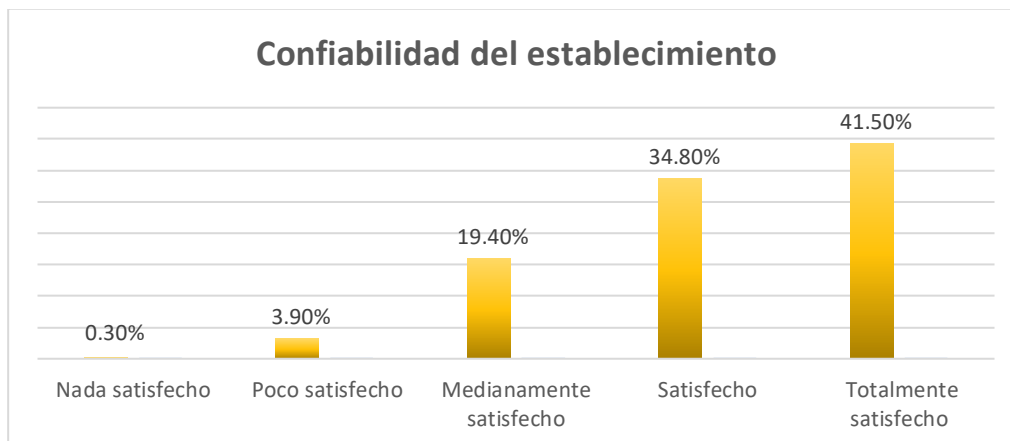


Un 0,30% de personas indican que no están nada satisfechos con la creatividad e innovación del establecimiento, pero esto representa un grupo demasiado pequeño, en cambio existe un grupo de 8,20% de usuarios que se considera un poco satisfecho por lo que de cierto modo es un indicador de que se podría mejorar un poco más el aspecto de los establecimientos, del mismo modo nos encontramos con un 13,30% de usuarios que tiene una opinión moderada así que si se debería realizar una mejora en la apariencia de los lugares. Y por último se cuenta con los grupos, satisfecho y totalmente satisfecho que suman un total de 78,20% un porcentaje voy alto, que supera a las preguntas anteriores dando a entender que hasta el momento la mayoría de las personas considera que los establecimientos de la ciudad de Cotacachi son creativos e innovadores pero que si sería posible mejorarlos un poco más para lograr superar sus expectativas.

En la mayoría de los establecimientos las personas se encontraban muy satisfechas con la creatividad e innovación de lugar sin embargo hubo un establecimiento en donde la mayoría de las personas consideraba que se debería mejorar la apariencia ya que para ellos era demasiado pobre y no tenía algo llamativo, además de que el lugar se veía sucio y desgastado.

Figura 41

¿Qué tan satisfecho(a) está con la confiabilidad del establecimiento?

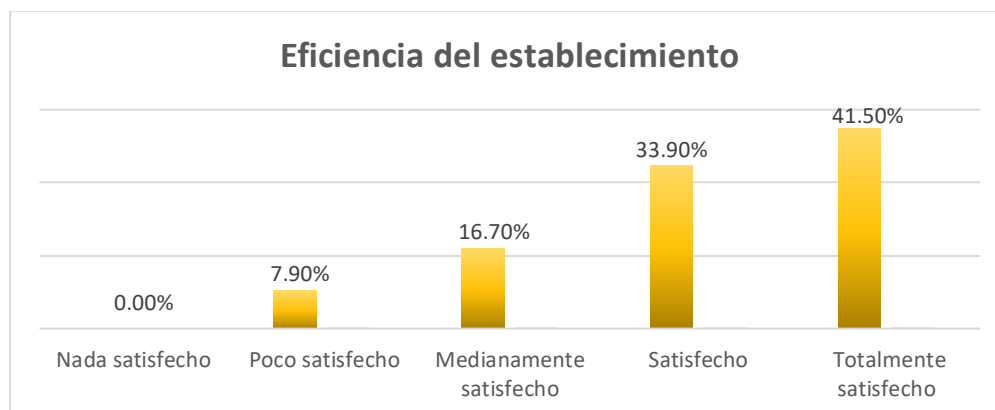


De acuerdo con el estudio realizado el 0,30% de personas considera que los establecimientos no son confiables ya que se encuentran nada satisfechos, por otro lado, el 3,90% están poco satisfechos, de igual modo es un porcentaje muy pequeño por lo que no representa un impacto total negativo, además el 19,40% representa a usuarios que opinan que la confiabilidad es moderada pero que se podría trabajar más para mejorarla. Finalmente, los usuarios que se encuentran satisfechos y totalmente satisfechos suman un total de 76,30% porcentaje bastante bueno dentro del estudio, ya que es un indicador de que los establecimientos demuestran confiabilidad a sus usuarios y por lo tanto los visitantes se encuentran en su mayoría satisfechos.

Algunos usuarios comentaron que uno de los establecimientos de estudio no es tan confiable, ya que no cumplen con los servicios que prometen además de que cuentan con una falta de limpieza en las áreas comunes y para realizar algún tipo de reserva o evento, las políticas que ofrecen no son claras y muchas veces ofrecen información engañosa.

Figura 42

¿Qué tan satisfecho(a) está con la eficiencia del establecimiento?



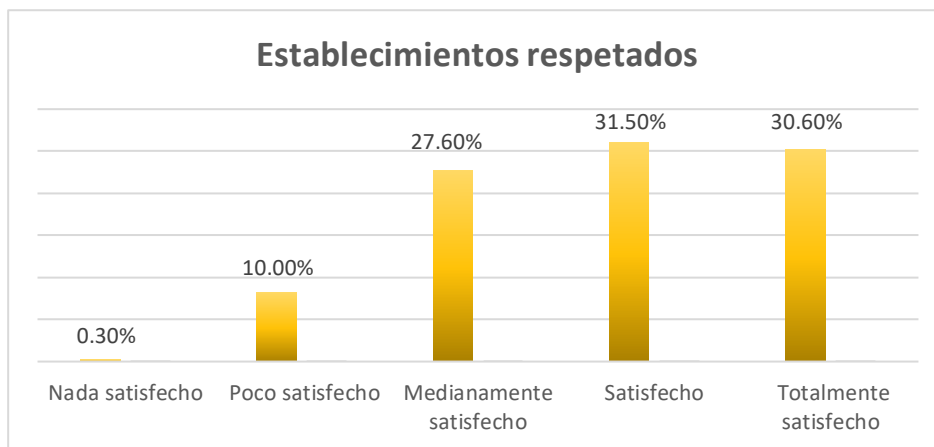
En cuestión a usuarios nada satisfechos observamos un porcentaje de 0% un margen positivo para los establecimientos, por otro lado, se conoce que el 7,9% de encuestados se encuentra un poco satisfecho con la eficiencia, del mismo modo se encuentra el 16,70% de usuarios que creen que los establecimientos no son del todo eficientes y que aún hay aspectos que se deberían mejorar. Para concluir contamos con el grupo de satisfecho y totalmente satisfecho que representa un total de 75,40% demostrando que en general la mayoría de los comensales cuenta con una buena perspectiva de la eficiencia de los establecimientos, pero del mismo modo hay pequeños detalles que se deberían optar por mejorar para satisfacer al grupo de personas que no cuentan con una muy buena opinión al respecto.

Ciertos usuarios comentaron que el establecimiento no es tan eficiente ya que no cuenta con empleados suficientes para atender la demanda, además de que existe personal que no conoce los productos, servicios o procedimientos que ofrece el establecimiento y por otro lado, también existe la falta de comunicación del empleado hacia el cliente. Hubo personas que también comentaron que los empleados suelen no priorizar al cliente y no son capaces de resolver sus necesidades de forma inmediata.

3.6.7 Reputación empresarial

Figura 43

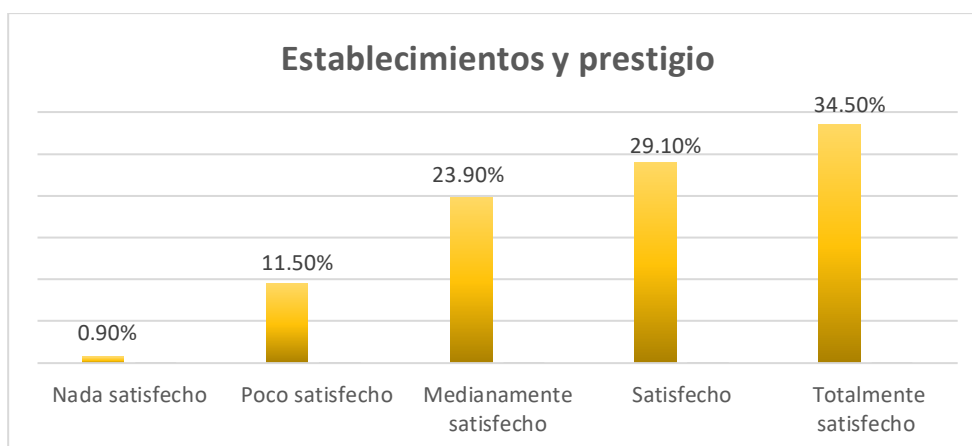
¿En qué nivel considera que este establecimiento es respetado en la ciudad?



Es 0.30% de personas consideran que el establecimiento no es tan respetable en la ciudad mientras que un 10% de personas consideran que es poco respetado esto equivale un número pequeño de usuarios que consideran que los establecimientos de la ciudad no son tan respetados, mientras que existe un 27.60% de usuarios que consideran que los establecimientos de la ciudad son medianamente respetados. Por último, el 62.10% de usuarios coinciden en que los establecimientos de la ciudad sí son respetados y por ende son conocidos.

Figura 44

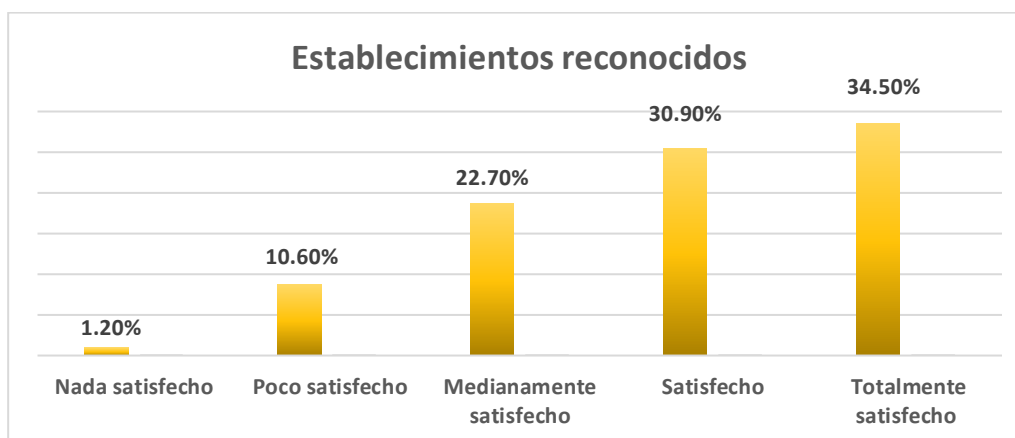
¿En qué nivel considera que este establecimiento goza de prestigio en la ciudad?



En cuestión del prestigio de los establecimientos en la ciudad de Cotacachi el 0.90% de encuestados consideran que no son nada prestigiosos, mientras que el 11.50% consideran que son poco prestigiosos los establecimientos de la ciudad. Por otro lado, también se encuentra el 23.90% de encuestados que consideran que los establecimientos son medianamente prestigiosos, mientras que un total de 63.60% de encuestados entre satisfechos y totalmente satisfechos con el prestigio de los establecimientos de la ciudad están de acuerdo en que los restaurantes gozan de suficiente prestigio y por ende son reconocidos y considerados de calidad.

Figura 45

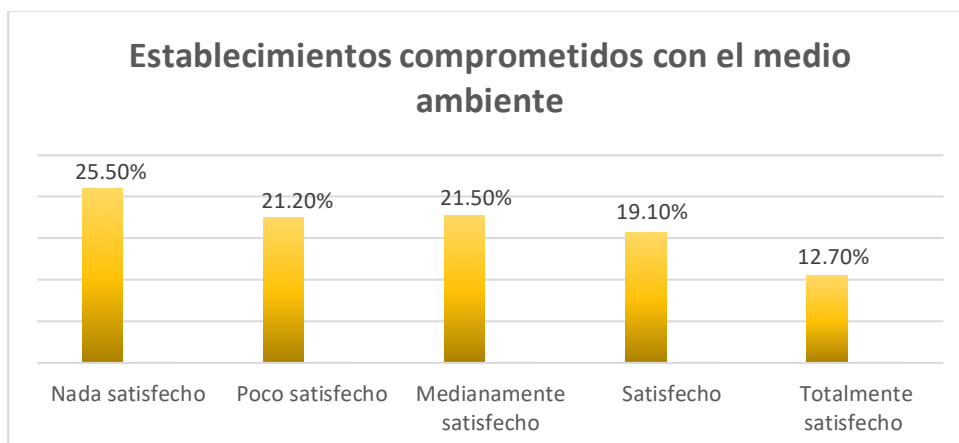
¿En qué nivel considera que este establecimiento es reconocido en la ciudad?



Se conoció que el 1.20% de encuestados consideran que algunos establecimientos de la ciudad no son nada reconocidos mientras que el 10.60% de encuestados opina que estos establecimientos son poco reconocidos en la ciudad. Por otro lado, también nos encontramos con el 22.70% de usuarios que opinan que los establecimientos tienen un nivel moderado de reconocimiento dentro de la ciudad. Y, por último, entre las personas que se encuentran en satisfechas y totalmente satisfechos con el reconocimiento de los establecimientos de la ciudad suman un total de 65.40%.

Figura 46

¿En qué nivel considera que este establecimiento está comprometido con el medio ambiente?



Un punto muy importante de estudiar es el que tan comprometidos se encuentran los establecimientos con el medio ambiente, dentro del cual se conoció que un 25.50% de encuestados se encuentran nada satisfechos con el compromiso que tienen los establecimientos con el medio ambiente. Mientras que el 21.20% de usuarios consideran que los establecimientos de la ciudad cuentan con muy poco compromiso, por otro lado, el 21.50% de encuestados opinaron que los establecimientos de la ciudad cuentan con un moderado compromiso con el medio ambiente pero que se debe aplicar normas que rijan que deban comprometerse más con el medio ambiente y realizar actividades que promuevan tener restaurantes sostenibles y amigables con el mismo. Finalmente, se tiene un 19.10% y 12.70% que corresponde a las personas satisfechas y totalmente satisfechas del compromiso con el medio ambiente dentro de este estudio se puede observar que la mayoría de los establecimientos de la ciudad de Cotacachi no se encuentra nada comprometidos con el medio ambiente ya que el 25.50% es el porcentaje más elevado dentro de esta área de estudio.

3.6.8 Lealtad

Figura 47

¿Volvería a utilizar los servicios ofrecidos por el establecimiento?

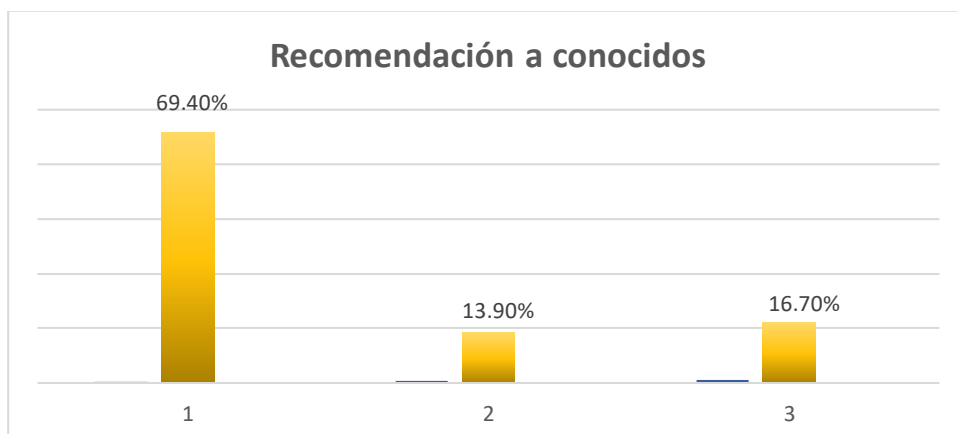


El 72,70% de personas dan como respuesta a "Sí" por lo que es un buen porcentaje ya que se entiende que en la mayor parte de los establecimientos estudiados se está cumpliendo con las expectativas y necesidades de los usuarios. Por otro lado, se tiene un 13,90% de comensales que comentan que "Tal vez" volverían lo que significa que hubo algo que no les agradó del todo y que por ello pondrían en duda regresar al lugar. Finalmente se tiene un 13,30% de comensales que optaron por calificar con un "No" respuesta que se entiende que el establecimiento no cumplió con sus expectativas y que no considera volver al lugar por la mala experiencia obtenida.

La mayoría de los usuarios que salían de los establecimientos daban una opinión positiva acerca de los servicios obtenidos y comentaban que si volverían a utilizarlos, algunos usuarios comentaban también que posiblemente regresarían en una nueva visita al lugar, por otro lado también hubieron personas que comentaron que no volverían a utilizarlos y no por una mala experiencia como tal sino que posiblemente ya no regresen a visitar la ciudad o regresen dentro de algunos años, aunque si hubo muy pocas personas que comentaron que no regresarían por la mala experiencia que tuvieron en el lugar.

Figura 48

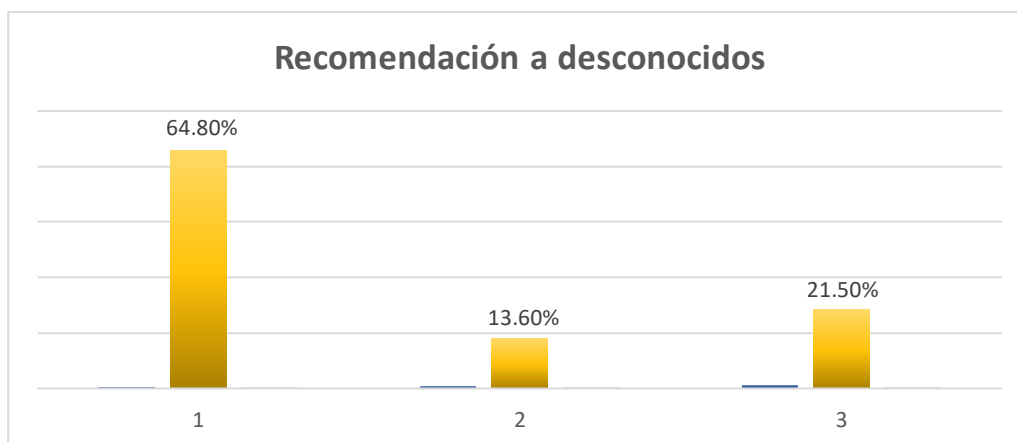
¿Recomendaría el establecimiento a familiares y amigos?



Se cuenta con un 69,40% de personas que, si recomendasen el lugar a sus familiares y amigos, mientras que el 13,90% responde con un "Tal vez" esta respuesta se puede dar por varios motivos, sea que hubo algo que no les agradó del establecimiento, son personas que quizá no les agrada dar recomendaciones, etc. No es justamente algo malo. Pero se tiene un 13,90% de usuarios que comenta que "No" recomendarían el establecimiento a sus conocidos, por esta parte es posible que sean personas que no tuvieron una buena experiencia en el lugar por lo que no consideran que el sitio sea adecuado de recomendar.

Figura 49

¿Recomendaría el establecimiento a personas desconocidas?



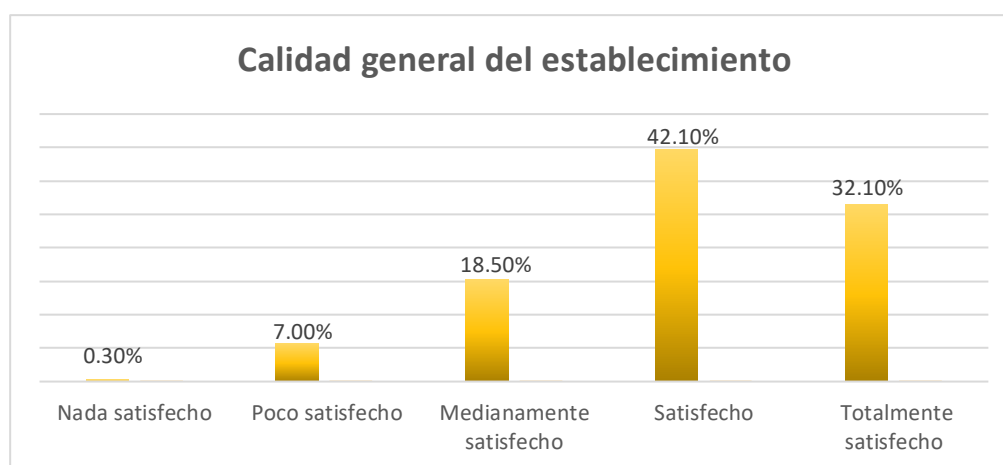
Un 64,80% de personas considera que "Si" recomendasen el establecimiento a personas desconocidas, mientras que un 13,60% dan a conocer que "Tal vez" lo podrían

hacer, mientras que el 21,50% de usuarios simplemente "No" lo harían, las personas que tal vez y no podrían recomendar se puede dar por algunas situaciones, sea que el establecimiento no les parece adecuado de recomendar o simplemente no les gusta tratar con personas desconocidas y peor dar recomendaciones de los lugares que visitan.

3.6.9 Preguntas de carácter general referidas al establecimiento

Figura 50

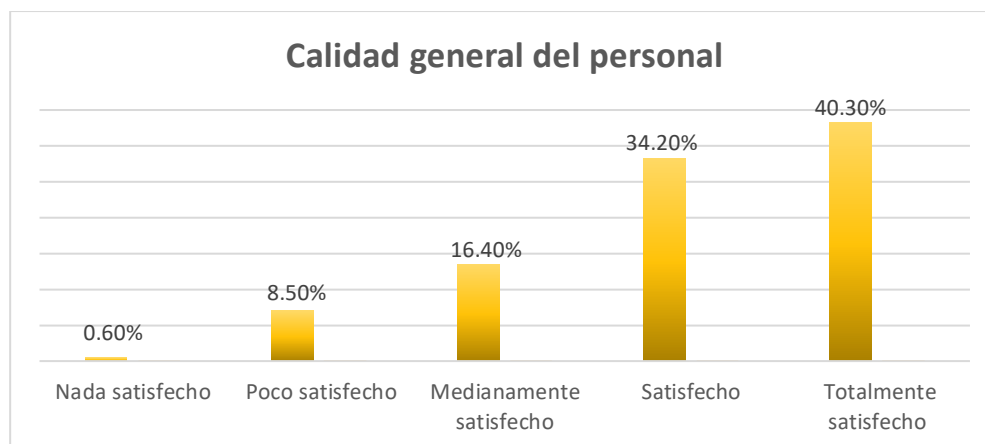
¿Cómo evaluaría la calidad general del establecimiento en cuanto a su nivel de satisfacción?



El porcentaje más pequeño corresponde al 0,30% de personas que no se encuentran nada satisfechas, lo que se considera un número mínimo o nulo de personas totalmente insatisfechas. Además, existe un 7% de personas que están poco satisfechas lo que significa que de cada 100 personas 7 están poco satisfechas, lo que quiere decir que si existe alguna falla de la calidad general del establecimiento es mínimo. Por otro lado, se obtiene un total de 92,7% de usuarios que cuentan con una opinión moderada, personas satisfechas y totalmente satisfechas, el porcentaje es alto por lo que en su mayoría los usuarios sienten que los establecimientos cumplen con sus expectativas sobre la calidad en general.

Figura 51

¿Qué tan satisfecho(a) está con la calidad general del personal y los servicios ofrecidos por el establecimiento?

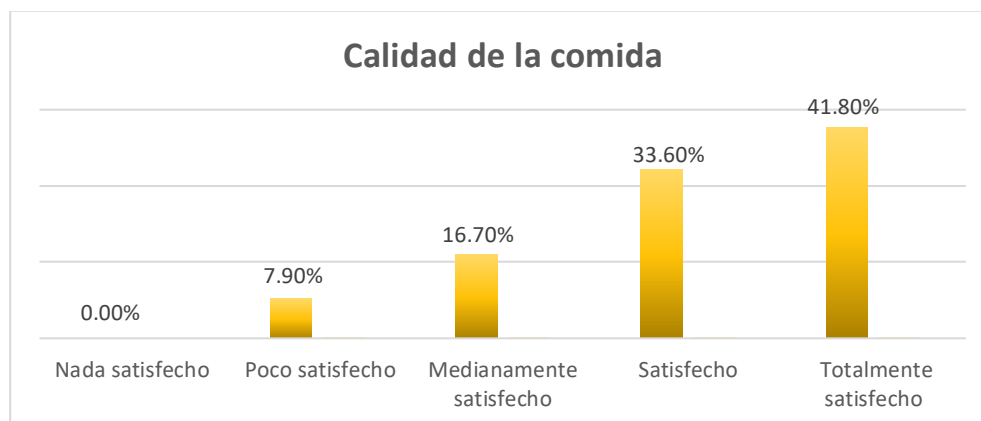


Se cuenta con un 0.60% de personas nada satisfechas en cuanto a la calidad general del personal y los servicios ofrecidos de los establecimientos de la ciudad, por otro lado, el 8.50% de personas están pocas satisfechas con respecto al mismo tema lo que se considera que no es un porcentaje muy alto del que se deba preocupar. En cuanto a las personas que consideran moderada la calidad de los establecimientos, su servicio y el personal es del 16.40% por lo que sí sería necesario realizar algún cambio para mejorar la perspectiva de este grupo de personas y de las que no tuvieron una buena experiencia. Finalmente se cuenta con un 74.50% sumando a los usuarios satisfechos y totalmente satisfechos, es una cantidad elevada de comensales que consideran que los establecimientos de 2 y 3 tenedores de la ciudad de Cotacachi cuentan con un servicio bueno y casi excelente en cuanto a la calidad general del personal y de los servicios que ofrecen.

Dentro de esta sección se puede observar que la mayoría de los usuarios se encuentran satisfechos con la calidad general del personal pero que sí existe un porcentaje de personas que no están tan satisfechas, se puede considerar que son aquellas personas que tuvieron una mala experiencia con el personal de servicio, que por lo visto es necesario capacitar para cambiar la perspectiva de estos usuarios.

Figura 52

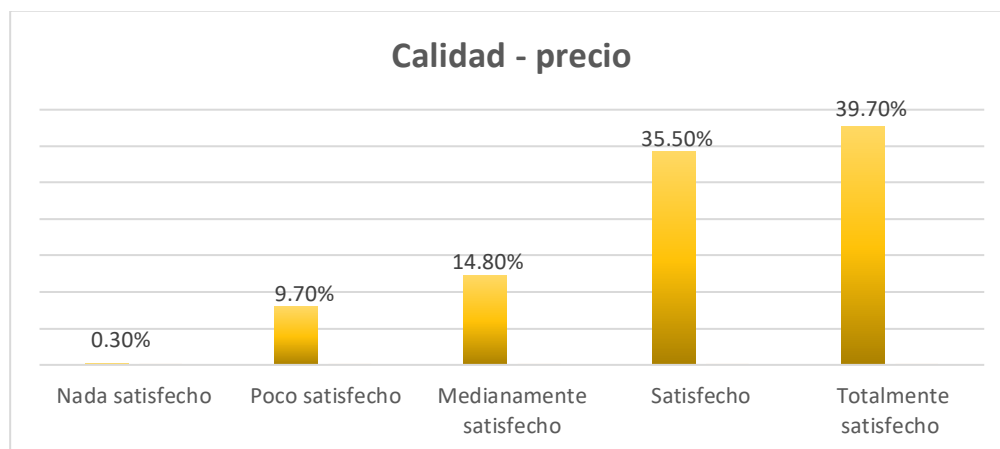
¿Qué nivel de satisfacción tiene con la calidad de la comida dentro del establecimiento?



En cuanto al nivel de satisfacción que tienen los usuarios con la calidad de la comida dentro de los establecimientos de la ciudad de Cotacachi el 0% de personas se encuentran nada satisfechas, por lo que se entiende que absolutamente ninguna persona considera que la comida de los establecimientos sea pésima, por otro lado, el 7.90% de usuarios se siente poco satisfecho, es un porcentaje mínimo pero que si se debería tomar en cuenta ya que existe una opinión de 16.70% de comensales que consideran que la comida es moderada por lo que sí sería necesario revisar qué tipo de menú incluyen los restaurantes de la ciudad y ver si es apto para todo tipo de personas tomando en cuenta diferentes situaciones desde alergias hasta personas vegetarianas o veganas, ya que para cumplir con las expectativas de todos tipo de usuarios los establecimientos deben contar con un menú variado. Por último, se cuenta con un total de 75.4% de personas entre satisfechos y totalmente satisfechos un porcentaje bastante significativo ya que en general la mayoría de los usuarios consideran que la calidad de la comida dentro de los establecimientos de la ciudad es casi excelente.

Figura 53

¿Cómo evaluaría la relación calidad-precio ofrecida por el establecimiento?



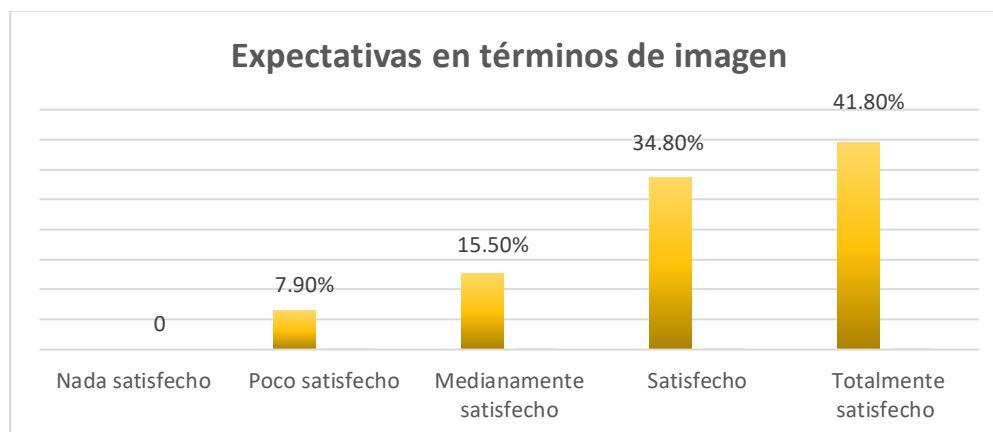
Con respecto a los resultados obtenidos mediante el estudio existe un 0.30% de personas nada satisfechas con la calidad y precio de los establecimientos, mientras que el 9.70% de personas están un poco satisfechos, es decir que un 10% de personas no están muy cómodas con la calidad y precio de los establecimientos en cuanto a su servicio. Por otro lado, el 14.80% de personas consideran moderado la calidad y precio de estos establecimientos por lo que, si fuese necesario realizar algunos ajustes para mejorar la calidad y que tenga concordancia con los precios, ya que una cuarta parte de los encuestados no se siente del todo a gusto en este aspecto. Por último, tenemos una suma de 75.2% de usuarios entre satisfechos y totalmente satisfechos que consideran que la calidad y precio que ofrecen los establecimientos de la ciudad de Cotacachi son adecuados. El número de personas satisfechas es bastante alto, pero es necesario revisar en qué se está fallando para lograr satisfacer el 24.8% de personas que no se logra satisfacer completamente.

Algunos usuarios comentaban que no estaban de acuerdo con la calidad - precio ofrecido por los establecimientos ya que el precio era elevado para la calidad de servicio y comida que ofrecían en el lugar y consideraban que los establecimientos deberían ser más conscientes con este aspecto.

3.6.10 Expectativas del cliente – Satisfacción

Figura 54

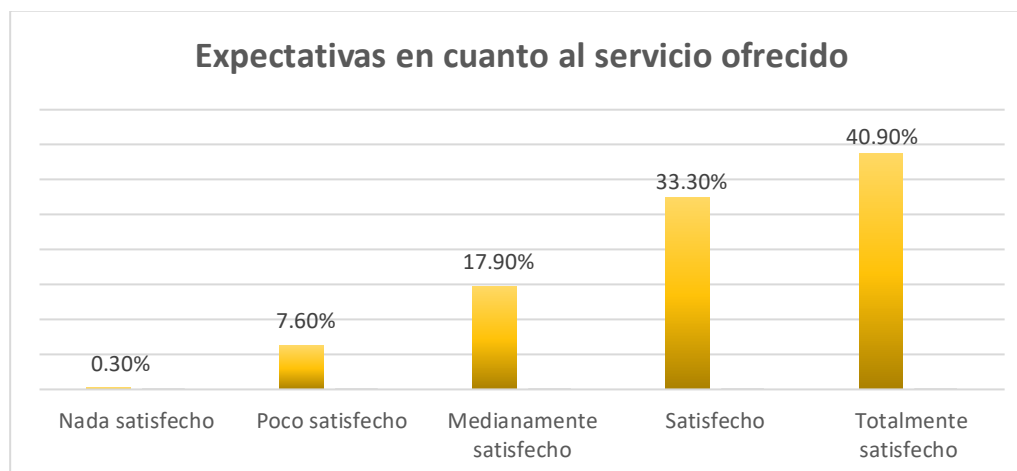
¿El establecimiento cumplió con sus expectativas en términos de imagen?



En cuanto a las expectativas en términos de imagen, el 0.00% de los usuarios consideran que no cumplen con sus expectativas, mientras que el 7.90% opinan que cumplen de forma mínima con sus expectativas, es un porcentaje bajo por lo que se podría trabajar para mejorar un poco más la imagen del establecimiento, por otro lado, también se cuenta con 15.50% de personas que tienen una opinión moderada acerca de si cumplen con sus expectativas, un porcentaje un poco alto por lo que se considera que hay ciertos establecimientos que sí deberían mejorar un poco más su imagen y lograr que este sea más llamativo y cómodo para sus visitantes. Por último, un 76.60% de los usuarios considerarán que en mayor parte los establecimientos de la ciudad de Cotacachi cumplen con sus expectativas en cuanto a la imagen, lo que corresponde a la tercera parte de los usuarios satisfechos y totalmente satisfechos en cuestión a sus expectativas.

Figura 55

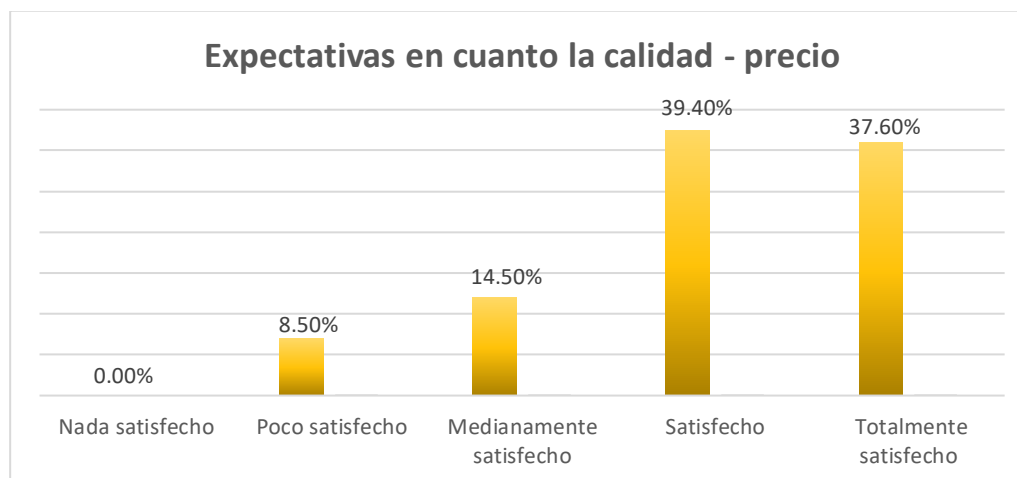
¿El establecimiento cumplió con sus expectativas en cuanto al servicio ofrecido?



Un 0.30% de usuarios consideran que los establecimientos no cumplen con sus expectativas mientras que el 7.60% opinan que cumplen un mínimo, además se obtienen resultados del 17.90% de personas que consideran que fue moderado el servicio que ofrecen los establecimientos de la ciudad, por lo que en cierto modo cumplieron medianamente con sus expectativas. Finalmente existe un grupo del 74.2% entre personas satisfechas y totalmente satisfechas en cuestión a sus expectativas lo que significa que en la gran mayoría de usuarios se cumplió con sus necesidades y logró superar sus expectativas en cuanto al servicio ofrecido. Aunque de cierto modo el porcentaje de personas satisfechos y con expectativas altas cumplidas es elevado, también es importante enfocarse por mejorar por las personas que no se logró cumplir totalmente sus expectativas y satisfacer.

Figura 56

¿El establecimiento cumplió con sus expectativas en cuanto a la relación calidad-precio?



El 0% de personas consideran que no se cumplió con su expectativa en cuestión a la calidad precio de los establecimientos de la ciudad, mientras que el 8.50% de personas opinan que de forma mínima se cumplió con sus expectativas, en cuestión a las personas que consideran moderado la calidad precio de los establecimientos se obtuvo un resultado del 14.50% por lo que se entiende que es necesario mejorar un poco más la calidad del establecimiento tanto imagen, servicio y comida para que sea acorde con el precio que ofrecen al público. Aunque existen algunos porcentajes de personas de las cuales no se cumplió totalmente sus expectativas ya que opinaron que los establecimientos si debiesen mejorar la calidad de sus servicios para que sea justo con el precio. También está un 77% de usuarios que consideran que la calidad precio de los establecimientos de la ciudad de Cotacachi son acorde a lo que ofrecen y por lo tanto son personas que están satisfechas y totalmente satisfechas con el servicio que ofrecieron estos establecimientos ya que se logró cumplir con todas sus expectativas.

Capítulo cuatro

Propuesta de un Plan de Mejora

Según los datos obtenidos a través de las encuestas aplicadas, denominada “Encuesta de percepción de la calidad de servicios en los restaurantes de categoría 2 y 3 tenedores de la ciudad de Cotacachi, provincia de Imbabura, año 2024” se logró identificar varias de las deficiencias que presentan los establecimientos, especialmente en el área de atención al cliente ya que según los análisis de datos realizados se logró conocer que existen usuarios que se encuentran insatisfechos con el servicio brindado por parte del personal, al igual que se identificó un gran descontento con el compromiso que cuentan los establecimientos con la sostenibilidad y el medio ambiente. Para dar solución a este problema es importante desarrollar un plan de mejoras y de esta manera implementar acciones específicas para optimizar la calidad del servicio y sostenibilidad que brindan los establecimientos a sus usuarios, asegurando que el personal esté capacitado, motivado y preparado para satisfacer las necesidades y cumplir con las expectativas de manera efectiva y eficiente.

Para que el siguiente plan de mejoras pueda ser aplicado en los establecimientos de alimentos y bebidas y sea eficiente para la mejora continua de la calidad de servicio por parte del personal y del establecimiento con el medio ambiente, se ha diseñado estrategias y acciones a seguir enfocadas en la capacitación, optimización de procesos y monitoreo constante, con el fin de garantizar una experiencia excepcional para los usuarios, no solo para optimizar el servicio en el corto plazo, sino también establecer una cultura de servicio al cliente de alta calidad dentro de los establecimientos.

4.1 Objetivo general

Mejorar la calidad del servicio al cliente en establecimientos de alimentos y bebidas de 2 y 3 tenedores de la ciudad de Cotacachi año 2024, con el fin de aumentar la precisión y rapidez en la atención, además de fortalecer la amabilidad y la confianza del personal, resolver problemas de manera adecuada, y crear un entorno de trabajo comprometido con la sostenibilidad ambiental.

4.1.1 Metas de mejora

Mejorar la precisión y rapidez del servicio reduciendo los errores en los pedidos a menos del 2% y disminuir los tiempos de espera en un 20% en los próximos 3 meses, además de aumentar la amabilidad, confianza y simpatía del personal, alcanzando un puntaje de satisfacción del 90% de usuarios con relación a la actitud, simpatía y confianza que brinda el personal en los próximos tres meses. De la misma forma, mejorar la capacidad del personal en resolver los conflictos o problemas de forma adecuada, asegurando que por lo mínimo el 95% de clientes logre resolver cualquier situación en el primer contacto con el personal, otro punto muy importante es el lograr fortalecer el compromiso de los establecimientos con el medio ambiente, implementando una estrategia de sostenibilidad que reduzca el uso de plásticos en un 50% y se recicle por lo menos un 70% de los residuos, además de que se utilicen productos locales y orgánicos, logrando que estos productos abarquen el 30% dentro de los menús.

4.2 Estrategias y acciones

Las estrategias son acciones que se llevan a cabo con el fin de alcanzar determinados objetivos, pero que presentan cierto grado de dificultad en su formulación y ejecución, es decir, son acciones que, al momento de formularlas, requieren de cierto análisis, y que, al momento de ejecutarlas, requieren de cierto esfuerzo.

4.2.1 Mejorar la precisión y rapidez del servicio

Implementar un sistema de pedidos más eficiente, como un sistema de pedidos digitales, puede ser a través de aplicaciones móviles o agilizarla por medio de códigos QR que le permitan al usuario enviar su orden directo al área de cocina, de esta forma se garantiza que los pedidos se tomen con mayor precisión y rapidez.

Por otro lado, es necesario rediseñar la distribución de tareas entre el personal para de esta forma asegurar que cada miembro del equipo cuente con responsabilidades claras, reduciendo la sobrecarga y mejorando la eficiencia.

Tabla 14*Sistema de pedidos y distribución de tareas*

Acción	Responsable	Duración de entrenamiento	Evaluación
Sistema de pedidos digitales.	Gerente del establecimiento	Un mes para implementar y capacitar al personal en este ámbito.	Monitorear los tiempos del servicio y la precisión en los pedidos mediante la observación directa, además de la relación del cliente con el sistema.
Distribución de tareas	Coordinador de operaciones	Un mes para la implementación	Medición de tiempos de espera y eficiencia en los turnos del personal en su área correspondiente.

4.2.2 Mejorar la amabilidad, confianza y simpatía del personal

Para mejorar la calidad de servicio por parte del personal es importante que se realicen capacitaciones continuas en servicio al cliente, por lo menos unas 3 veces al año en donde se les capacite sobre técnicas de comunicación, manejo de clientes difíciles y cómo transmitir amabilidad y confianza a los usuarios. Por otro lado, es necesario realizar la implementación de incentivos para mejorar la actitud del personal, se cree necesario que se deba establecer un sistema de recompensas como bonificaciones, reconocimientos o pequeños premios que incentiven al personal, todo esto basado en el rendimiento del servicio, en especial en áreas como la simpatía, amabilidad y resolución de problemas, para conocer el rendimiento del personal se implementará una pequeña encuesta a los usuarios en donde calificarán la calidad del servicio brindado y en esta encuesta colocarán el nombre de la persona que los atendió para así llevar un control de cuál es el empleado que más reconocimiento y buena puntuación tiene por parte de los usuarios.

Tabla 15*Capacitaciones y sistema de recompensas*

Acción	Responsable	Duración	Evaluación
Capacitaciones	Recursos Humanos	Capacitación Continua 3 veces al año	Encuestas de satisfacción y observación directa.
Sistema de recompensas	Recursos Humanos	Implementación Inmediata	Medición de la satisfacción de los clientes y desempeño del personal.

4.2.3 Mejorar la resolución de problemas

Importante capacitar al personal en técnicas de resolución de conflictos y cómo manejar las quejas de forma efectiva y amigable, asegurando la satisfacción del cliente en el primer contacto, además de establecer procedimientos claros para que el personal sepa cómo abordar las quejas y problemas, garantizando una respuesta rápida y adecuada para el cliente.

Tabla 16*Resolución de problemas*

Acción	Responsable	Duración	Evaluación
Capacitar al personal	Gerente y recursos humanos	Capacitación de un mes, con refrescos 2 veces al año.	Medición de la tasa de resolución en el primer contacto y retroalimentación por parte de los clientes.
Procedimientos claros	Gerente	Un mes para desarrollar el protocolo	Seguimiento de quejas y resolución efectiva

4.2.4 Compromiso con el medio ambiente

El cuidado del medio ambiente es necesario dentro de cualquier actividad que se realice, por lo que es importante la reducción del uso de plásticos de un solo uso, por medio de un sistema de reciclaje en el establecimiento y utilizar productos locales y orgánicos siempre que sea posible. Para cumplir con este objetivo es importante que se realicen talleres trimestrales para educar al personal sobre prácticas sostenibles, como el reciclaje y la reducción de desperdicios.

Tabla 17

Sostenibilidad y medio ambiente

Acción	Responsable	Duración	Evaluación
Reducir el uso del plástico	Gerente y Chef a cargo	Implementación en 3 meses	Monitoreo de reducción de plásticos y aumento de productos sostenibles en el menú
Talleres	Gerente	Talleres trimestrales continuos	Medición del nivel de cumplimiento con las prácticas sostenibles y observación del comportamiento del personal.

4.3 Recursos necesarios

Para cumplir con la propuesta de mejora planteada se considera necesarios los siguientes recursos:

- **Capacitaciones:** Materiales de formación como videos y manuales, además de la contratación de expertos en servicios al cliente y sostenibilidad.
- **Tecnología:** Sistema de pedidos digitales en QR, dispositivos móviles para el personal.

- **Materiales:** Recipientes específicos para el reciclaje, uso y aplicación de producto locales y orgánicos en el menú.
- **Presupuesto para incentivos:** Fondos que sean específicamente para el destino de recompensas al personal.

Conclusiones

El estudio tuvo como objetivo analizar la percepción de la calidad del servicio en los restaurantes de categoría 2 y 3 tenedores de la ciudad de Cotacachi, provincia de Imbabura, durante el año 2024. Para ello, se utilizó una metodología mixta que combinó enfoques cualitativos y cuantitativos, obteniendo resultados concretos mediante encuestas aplicadas a los usuarios de seis establecimientos seleccionados. Se evaluaron aspectos clave como tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, imagen empresarial, reputación, lealtad, y expectativas de los clientes, con el fin de identificar los factores que influyen en la decisión de utilizar estos servicios y medir el nivel de satisfacción de los comensales.

Los hallazgos revelan que el 16% de los clientes perciben la calidad del servicio como moderada, debido principalmente a deficiencias en atención al cliente, además el 19.4% de usuarios consideran que el manejo de sostenibilidad ambiental es deficiente. En particular, varias encuestas destacaron problemas como falta de comunicación, malentendidos y una atención inadecuada, lo que generó experiencias negativas para los usuarios. Además, se evidenció la necesidad de personal capacitado que sepa resolver problemas de manera efectiva y brinde una atención personalizada. Algunos comensales señalaron sentirse ignorados, lo cual afecta significativamente la percepción del servicio.

Otro punto crítico identificado es la ausencia de prácticas relacionadas con la sostenibilidad ambiental en los establecimientos. Este aspecto, además de ser una tendencia global, representa una oportunidad para reducir costos operativos, cumplir con regulaciones, atraer clientes conscientes y minimizar el impacto ambiental. La falta de iniciativas en esta área limita el potencial de los restaurantes para destacarse como negocios responsables e innovadores.

No obstante, el análisis destaca áreas clave con un alto potencial de mejora como lo es la precisión y rapidez del servicio que consiste en implementar tecnologías y plataformas móviles para agilizar la toma de pedidos con mayor eficiencia. Por otro lado, se encuentra la amabilidad y confianza del personal, con el fin de fortalecer la comunicación con los clientes,

capacitar en el manejo de situaciones difíciles e incentivar al personal en función de su desempeño. La resolución efectiva de problemas establece protocolos claros para gestionar quejas y garantizar la satisfacción del cliente en el primer contacto. Por último, el compromiso con la sostenibilidad ambiental el cual reduce el uso de plásticos implementa sistemas de reciclaje y apuesta por productos locales en los menús.

Para alcanzar estos objetivos, se requiere una inversión estratégica en capacitaciones dirigidas tanto al personal operativo como al área administrativa. La administración debe liderar el seguimiento y evaluación de las capacitaciones, asegurando su impacto positivo en la calidad del servicio. Asimismo, integrar la sostenibilidad en las operaciones no solo mejorará la percepción del cliente, sino que posicionará a los establecimientos como líderes en responsabilidad social y ambiental en la región.

En conclusión, los restaurantes de Cotacachi tienen la oportunidad de transformar su oferta mediante mejoras en el servicio al cliente, la adopción de prácticas sostenibles y la implementación de estrategias innovadoras que garanticen la satisfacción y fidelidad de sus usuarios.

Recomendaciones

Para los establecimientos de la ciudad se recomienda que inviertan en capacitar a su personal en los cuatro puntos clave encontrados dentro del estudio que son: precisión y rapidez, amabilidad, confianza y simpatía, la resolución de problemas, el capacitar al personal en estos puntos es de gran importancia ya que se mejorará el servicio y por lo tanto los usuarios se verán encantados con la calidad de servicio que brindan los establecimientos de la ciudad, por último también se cuenta con el compromiso que tienen los establecimiento de A&B con el medio ambiente, en este último es necesario que implemente un modelo de sostenibilidad ambiental dentro de las organizaciones como el uso de productos locales que se vean implementados en los menús, de esta manera los usuarios percibirán de manera positiva la calidad de servicio que brinden, además de que se verán atraídos por menús que ofrezcan productos locales ya que mantienen y dan a conocer lo que se da en el sector, de esta forma se garantizará la fidelización de los clientes, además de que por el mejoramiento del servicio se obtendrán comentarios y recomendaciones positivas dirigidas a otros clientes potenciales, garantizando el crecimiento y el éxito de los establecimientos de la ciudad de Cotacachi.

Se recomienda trabajar en los cuatro aspectos identificados, en donde tres de ellos van dirigidos especialmente al personal de los establecimientos ya que es necesario que se cuente con personas capacitadas, aptas y comprometidas con brindar un servicio de calidad a sus comensales, por ello los establecimientos en especial el área administrativa se debe encargar de brindar capacitaciones y charlas dirigidas por personal experto en atención al cliente, que los ayude a conocer las diferentes técnicas y métodos, con el objetivo de mejorar las habilidades, conocimientos y actitudes de los empleados que interactúan directamente con los clientes. Estas capacitaciones son esenciales para cualquier establecimiento de alimentos y bebidas que desee mejorar la calidad de su servicio y mejorar la satisfacción de sus clientes ya que los empleados aprenden a comprender las necesidades y expectativas de los usuarios y ayuda a que sepan manejar situaciones difíciles como quejas, conflictos y más con empatía, siempre manteniéndose profesionales ya que al mantener personal

capacitado siempre se proyectará en el establecimiento una imagen profesional y se identifica la oportunidad de ofrecer productos o servicios adicionales, a través de un personal más motivado y empoderado ya que se fomenta un sentido de compromiso y pertenencia hacia la empresa. Por último, se debe contar con charlas de profesionales que conozcan cómo llevar un modelo sostenible dentro de los restaurantes y mantenga un mejoramiento continuo en estos aspectos ya que este tipo de establecimientos cuentan con un impacto significativo en el medio ambiente, por este motivo es necesario que se lleven a cabo las charlas de sostenibilidad ambiental, con el fin de mitigar ese impacto y generar beneficios económicos, sociales y de reputación ya que el personal aprenderá a separar correctamente los desechos, reducir el consumo de agua, electricidad y gas mediante prácticas responsables, además de que planificarán menús con productos locales, utilizando porciones adecuadas para evitar el desperdicio de los alimentos, estas capacitaciones promueven una cultura de sostenibilidad, logrando que los empleados adopten prácticas responsables con el medio ambiente.

Referencias

- Alcaide, J. (2015). Fidelización de clientes (2ª Edición). ESIC EDITORIAL.
- Alias, S. (2019, julio 18). ¿Qué tipos de restaurantes existen? Categorías y clasificación. Pescanova Fish Solutions. <https://acortar.link/P6n0KL>
- Andrade Andrade, R. E. (2013-2014). ESTUDIO DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA PARA IMPULSAR EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD EN LA ZONA DE INTAG, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA. PERÍODO MARZO-AGOSTO DEL 2013 [Tesis de titulación, Universidad Internacional SEK]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.uisek.edu.ec/handle/123456789/2683>
- Administración. (s/f). Gob.ec. Recuperado el 24 de junio de 2024, de <https://cotacachi.gob.ec/el-municipio/administracion/>
- Cáceres Romero, H. A. (2018). LA AGRICULTURA FAMILIAR CAMPESINA Y LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA, EN RELACIÓN A LA REDISTRIBUCIÓN DE TIERRAS EN EL CANTÓN COTACACHI EN EL 2016 [Proyecto de titulación, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio Institucional. <http://repositoriointerculturalidad.ec/jspui/handle/123456789/3315>
- Calidad de servicio en las organizaciones de Latinoamérica. (2021). Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 5(1), 1184-1197. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i1.320
- Cevallos T., Bastidas M., Fierro A. & Ordóñez E. (2019). Indicadores para medir la calidad del servicio y normas de protocolo y etiqueta, aplicando el modelo SERVQUAL, en el restaurante TAPAS & TOPES, de la ciudad de Puyo, provincia de Pastaza. Revista electrónica Ciencia Digital 3(1), 75-91. Recuperado desde: <http://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/article/view/263/567>
- Cotacachi – ViajaEcuador. (s/f). Com.ec. Recuperado el 4 de junio de 2024, de <https://www.viajaecuador.com.ec/cotacachi/>
- Demografía. (s/f). Gob.ec. Recuperado el 18 de junio de 2024, de <https://cotacachi.gob.ec/demografia/>

- Durán se suma al programa Municipios Saludables – Ministerio de Salud Pública. (s/f).
Gob.ec. Recuperado el 21 de junio de 2024, de <https://www.salud.gob.ec/duran-se-suma-al-programa-municipios-saludables/>
- De, A. M. 53 R. O. E. E. 575. (s/f). REGLAMENTO TURISTICO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.
Gob.ec. Recuperado el 28 de abril de 2024, de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf
- FLORIÁN, N. J., GÁLVEZ, N.DELC., BARSALLO, R. Plan de mejora de atención al usuario interno para la satisfacción del usuario externo en Reque-Chiclayo 2019. Rev. Tzhoecoen. Octubre-diciembre 2020. Vol. 12 / Nº 4, pp. 525-535-ISSN: 1997-8731
- Fraenkel, J., Wallen, N., & Hyun, H. (1993). How to Design and Evaluate Research in Education 10th ed. McGraw-Hill Education.
- Gonzales Carachule, L. M., & Huanca Vilca, E. D. (2020). La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018. Universidad Tecnológica del Perú.
- Gestión de calidad del servicio y la satisfacción del cliente en los restaurantes de Sullana. (2021). Revista Tecnológica – ESPOL, 33(3), 230-241.
<https://doi.org/10.37815/rte.v33n3.773>
- La Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas es la segunda área protegida más visitada del Ecuador continental – Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. (s/f).
Gob.ec. Recuperado el 21 de junio de 2024, de <https://www.ambiente.gob.ec/la-reserva-ecologica-cotacachi-cayapas-es-la-segunda-area-protegida-mas-visitada-del-ecuador-continental/>
- León de la Cruz, L. M. (2020). PROPUESTA DE UN SISTEMA DE POTEABILIZACIÓN PARA LA COMUNIDAD UNIÓN Y PROGRESO, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA [Proyecto de titulación, Escuela Politécnica Nacional]. Repositorio Institucional. <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/20952>
- Metodología educativa I. Jornadas de Metodología de Investigación Educativa (A Coruña, 23-24 abril 1991), coordinadores Eduardo Abalde Paz, Jesús Miguel Muñoz Cantero. A

- Coruña: Universidade da Coruña, Servizo de Publicacions, 1992, p. 89-99. ISBN: 84-600-8006-4
- Miranda, M., Romero, M., Chiriboga, P., Tapia, L., y Fuentes, L. (2021). La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio's. Alausí. REVISTA CIENTÍFICA DOMINIO DE LAS CIENCIAS, volumen (7), número de página 1437 – 1437. DOI: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i4>
- Ministerio de Educación Ecuador. (2012). Documento de apoyo plan de mejora. <https://acortar.link/9ftOTB>
- Pino Laguatasig, M. P. (2011). Estudio Económico y sectorial de los Servicios Turísticos de la zona Andina Urbana del cantón Cotacachi, provincia de Imbabura (Bachelor's thesis, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo).
- Paz, R. (2005). La comunicación y la calidad del servicio al cliente (1.ª Edición). Ideaspropias Editorial.
- Pastrana Rivadeneira, K. A. (2023). Medios de promoción turística y el desarrollo turístico del cantón Cotacachi provincia de Imbabura [Proyecto de titulación, Universidad Politécnica Estatal del Carchi]. Repositorio Institucional. <http://181.198.77.137:8080/jspui/handle/123456789/1961>
- Palacios Palacios, D. (2014). Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó.
- Rodriguez, M. (2019, septiembre 30). Diseño de la investigación. Centro de Investigación de Empresas - CIE; Centro de Investigación de Empresas. <https://www.uprm.edu/ademinvestiga/disenode-la-investigacion/>
- (S/f). Gob.ec. Recuperado el 7 de junio de 2024, de https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2020/07/PLAN-DE-DESARROLLO-TUR%C3%8DSTICO-DE-COTACACHI-VERSI%C3%93N-FINAL-AME-2_compressed.pdf
- (S/f-b). Edu.ec. Recuperado el 28 de abril de 2024, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9867>

- (S/f). Gob.ec. Recuperado el 20 de junio de 2024, de <https://www.imbabura.gob.ec/phocadownloadpap/K-Planes-programas/PDOT/Cantonal/PDOT%20COTACACHI.pdf>
- (S/f). Repositoriointerculturalidad.ec. Recuperado el 13 de junio de 2024, de <https://repositoriointerculturalidad.ec/jspui/bitstream/123456789/3315/1/HENRY%20C%c3%81CERES%20-%20AFC%20-%20PUCE%20OCT%202018.pdf>
- (S/f-b). Gob.ec. Recuperado el 20 de junio de 2024, de <https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/CENTROS-DE-SALUD.pdf>
- (S/f). Gob.ec. Recuperado el 24 de junio de 2024, de <https://www.imbabura.gob.ec/phocadownloadpap/agenda-productiva/estrategias-fortalecimiento-cadenas-valor-priorizadas/cadena-turismo-geoparque/1-cadena-de-valor-turismo.pdf>
- Santomà Vicens, R., & Costa, G. (2007). Calidad de servicio en la industria hotelera: revisión de la literatura. <https://recercat.cat//handle/2072/358244>
- Sociocultural: ¿Qué es? ¿Cuál es su teoría y aporte educacional? (2020, agosto 21). Aicad Business School. <https://www.aicad.es/sociocultural>
- Wang, Y., Royo Vela, M. y Tyler, K. (2008). Perspectivas culturales: percepciones chinas sobre la calidad del servicio hotelero del Reino Unido. *Revista Internacional de Investigación en Turismo Cultural y Hotelería*, 2 (4), 312–329. <https://doi.org/10.1108/17506180810908970>
- Vargas Melgarejo, L. M. (2014). Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, (8), 47–53. Recuperado a partir de <https://alteridades.izt.uam.mx/index.php/Alte/article/view/588>
- Y2k. (2010, 20 mayo). Cantón Cotacachi - AME. AME. <https://ame.gob.ec/2010/05/20/canton-cotacachi/>
- Zárraga Cano, L., Molina Morejon, Victor y Corona, S. E. (marzo, 2018). La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: un estudio empírico de la industria restaurantera. *Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, volumen (18), 51-52.

(S/f-c). Edu.ec. Recuperado el 18 de junio de 2024, de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/536>

(S/f-b). Recuperado el 15 de junio de 2024, de <http://file:///C:/Users/HP/Downloads/PDOT%20COTACACHI.pdf>

(N.d.-c). Eaeprogramas.Es. Recuperado el 4 de mayo de 2024, de <https://acortar.link/Lj5AmP>
Pino LaguatasiG, M. P. (2011). Estudio Económico y sectorial de los Servicios Turísticos de la zona Andina Urbana del cantón Cotacachi, provincia de Imbabura (Bachelor's thesis, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo).

(S/f). Gob.ec. Recuperado el 20 de junio de 2024, de <https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/CENTROS-DE-SALUD.pdf>

Arce Burgoa, LG, (2010). COMO LOGRAR DEFINIR OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS EMPRESARIALES. PERSPECTIVAS, (25), 191-201.

Apéndice

Apéndice A. Estructura política administrativa de la institución pública

CARGO	MISIÓN
COORDINACIÓN GENERAL	Dirigir, organizar, coordinar, controlar y evaluar la gestión administrativa de la Municipalidad en todos los ámbitos de su competencia, a través de su representación legal, delineado con la misión y visión institucional, garantizando la legalidad, transparencia, eficacia y eficiencia de planes y proyectos, con el fin de brindar oportunidad de fomento y liderazgo en el desarrollo sustentable del cantón y sus habitantes.
COMISARÍA	Juzgar y sancionar a los infractores y contraventores de las normas jurídicas municipales, mediante la correcta administración de justicia, en procura de la paz y bienestar de la Comunidad; cumplir y hacer cumplir las leyes, ordenanzas, reglamentos y disposiciones de las autoridades Municipales.
DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA Y DESARROLLO TECNOLÓGICO	Gestionar y administrar eficazmente los bienes de propiedad Municipal con la finalidad de que se facilite el accionar de los procesos Municipales para cumplir con la misión y objetivos Municipales.
DIRECCIÓN ZONAL DE INTAG	Coordinar, ejecutar, supervisar y controlar los planes, programas y proyectos de infraestructura y de desarrollo productivo de la Zona, comprendiéndose como Zona de Intag el área geográfica conformada por las Parroquias rurales de Apuela, García Moreno, Peñaherrera, Cuellaje, Vacas Galindo, Plaza Gutiérrez y Golondrinas.
REGISTRO DE LA PROPIEDAD Y MERCANTIL	El Registro de la Propiedad del cantón Cotacachi, que a su vez cumple y ejerce Funciones Mercantiles, es una dependencia Administrativa del Gobierno Municipal de Santa Ana de Cotacachi, con Autonomía Registral, y a su vez guardando estrecha interrelación con diferentes áreas municipales, para así garantizar la seguridad jurídica Registral de manera legal, siendo ésta verás, auténtica, completa, accesible, no discriminatoria, verificable, pública y pertinente, enmarcadas en la Constitución y demás Leyes y Ordenanzas que regulan su funcionamiento, prestando una atención personalizada, preferencial, oportuna, respetuosa, acorde a sus competencias, con un compromiso honesto y responsable en beneficio de toda la ciudadanía y usuarios
DIRECCIÓN FINANCIERA	Administrar y controlar los recursos financieros para apoyar la gestión institucional, de conformidad a la normatividad vigente y proveer información para la toma oportuna de decisiones.
PROCURADURÍA SÍNDICA	Asesorar eficiente y oportunamente sobre los aspectos jurídicos concernientes a la Municipalidad, para que la entidad cumpla los objetivos y metas que con lleven a que la institución cumpla su rol.
SECRETARÍA DE DERECHOS HUMANOS Y CENTRO DE EQUIDAD Y JUSTICIA	El GAD Municipal de Santa Ana de Cotacachi coordina con otras instituciones, organizaciones y departamentos de la Municipalidad la creación de programas, proyectos y otras acciones que mejoren la vida de los grupos prioritarios y sus familias.

CONCEJO DE PROTECCIÓN DE DERECHOS	Velar por el bienestar integral de los niños, adolescentes, mujeres y adultos mayores
DIRECCIÓN DE DESARROLLO SOCIAL, CULTURAS Y PATRIMONIO	Impulsar programas y proyectos sociales, educativos, deportivos y de salud en base a la identidad multiétnica del cantón, articulando con los sectores público, privado y comunitarios para mejorar las condiciones de vida de las familias cotacacheñas y grupos prioritarios mediante procesos participativos y fomentando la cooperación nacional e internacional.
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN	Comunicar e informar en forma abierta, interactiva y de calidad, los alcances de la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Ana de Cotacachi, posicionando las políticas, planes, programas y proyectos ejecutados y por ejecutarse, que permita fortalecer la imagen institucional.
CONSEJO DE SEGURIDAD CIUDADANA Y GESTIÓN DE RIESGOS	Garantizar la seguridad ciudadana en la zona urbana y rural del cantón mediante la capacitación, planificación e implementación de herramientas técnicas que aseguren un ambiente seguro y armónico con la naturaleza, fundamentados en la prevención, monitoreo y control de áreas vulnerables.
SECRETARÍA DE PARTICIPACIÓN SOCIAL	El GAD Municipal de Santa Ana de Cotacachi planifica, regula y trabaja en la gestión del territorio y de la Institución de forma transparente y desconcentrada, basada en alianzas públicas y privadas para alcanzar el Vivir Bien – Ally Kawsai, con un equipo de directivos y personal en continuo mejoramiento, para prestar servicios óptimos con enfoque de derechos acordes con sus competencias y el buen trato a las y los usuarios.
DIRECCIÓN DE OBRAS Y SERVICIOS PÚBLICOS	Proyectar, desarrollar, supervisar y controlar la ejecución de la obra pública municipal, en función a los planes de desarrollo estratégico del Cantón y la Municipalidad, así como asegurar la dotación de la infraestructura pública, garantizar la prestación y la continuidad de los servicios públicos del cantón para mejorar el nivel de vida de sus pobladores.
DIRECCIÓN DE DESARROLLO ECONÓMICO Y TURISMO	Gestiona de manera responsable mediante políticas, normas, estrategias y participación ciudadana, la inversión pública y privada, como fuente generadora de empleo y autoempleo, desarrolla programas de fomento y mejoramiento de la calidad y productividad, industrial, comercial, turismo, artesanal, agro-alimentario y forestal, cuidando la preservación y restauración del ambiente, integrando procesos sociales, económicos y culturales, de forma tal que se logre la satisfacción de las necesidades de los habitantes del cantón Cotacachi y aumenten su nivel y calidad de vida.
DIRECCIÓN DE PLANIFICACIÓN ORGANIZACIÓN TERRITORIAL	Desarrollar acciones y liderar el proceso cantonal de planificación del desarrollo territorial en el marco de la normativa legal vigente. Coordinar la planificación estratégica institucional en función de la planificación cantonal.

DIRECCIÓN DE AMBIENTE	Dirigir, coordinar y supervisar las actividades técnicas y los procesos de formulación, ejecución, seguimiento, monitoreo y evaluación de políticas, planes, programas y proyectos para conseguir un ambiente de calidad.
-----------------------	---

Nota. Adaptado de la página web de Administración – GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi.

<https://n9.cl/n7h4s>

Apéndice B. Alojamiento

Nombre	Categoría	Habitaciones	Plazas
Hacienda San Isidro de Itaqui	4 estrellas	10	25
Flor del Valle	3 estrellas	3	15
Finca Orgánica San Antonio	Categoría única	5	17
Pacheco	Categoría única	3	13
Hostal el arbolito	1 estrella	12	21
Pradera Tropical	Categoría única	2	8
La estancia de Intag	Categoría única	5	20
Oro azul	3 estrellas	8	20
Hotel la cuadra	2 estrellas	18	40
Casa de huéspedes Kurmi Wasi	Categoría única	2	5
Valle verde	Categoría única	2	40
Royal Nature Intag	3 estrellas	4	12
Villa's Guzman	Categoría única	5	18
Hostal El Chagra	1 estrellas	5	17
Quinta Buganvillas Intag	3 estrellas	21	84
Watzara Wasi Hogar de relajación	Categoría única	3	15
Hostería la Isla	3 estrellas	11	35
Central	2 estrellas	10	28
Hostal Sami	1 estrellas	8	15
Apaiki Wasi Alojamiento	Categoría única	2	10
La mirage Garden Hotel & Spa	5 estrellas	23	45
Willka Eco Farm	4 estrellas	18	40

Hostería ecolodge Latorre	3 estrellas	7	20
Jora continental	2 estrellas	10	25
Colors apartments Ecuador	Categoría única	6	18
"Hostal Casal Sant Patricia"	2 estrellas	10	20
Campo Colibrí	Categoría única	0	0 Se dedican a realizar actividades de deporte extremo, pero no brindan ningún tipo de alojamiento actualmente.
Cozy house 1	Categoría única	4	6
Cozy house 2	Categoría única	4	6
El refugio de Intag	Categoría única	5	15
Garden Resort & Convention	5 estrellas	25	50
Cielo verde Lodge	3 estrellas	12	36

Nota. Adaptado de Catastro Turístico

Apéndice C. Alimentos y Bebidas

Nombre del establecimiento	Clasificación	Categoría	Capacidad de atención
El Leñador	Restaurante	3 tenedores	125
Restaurante la casa del turista	Restaurante	1 tenedor	250
Casa de Intag	Cafetería	1 taza	13
La tola	Restaurante	1 tenedor	80
La Marqueza	Restaurante	2 tenedores	180
Red Rabbit Coffee Lounge	Cafetería	1 taza	15
Cafetería 10 de Agosto	Cafetería	1 taza	12

Paradero el Coco	Restaurante	1 tenedor	80
Especiales carnes coloradas	Restaurante	1 tenedor	30
Restaurante Kimbala	Restaurante	1 tenedor	40
Incanto Gelato Artesanal	Cafetería	1 taza	14
Aliani	Restaurante	2 tenedores	18
Solid Rock Grill	Restaurante	1 tenedor	100
Vintage Garden	Cafetería	1 taza	20
Aroma Coffee & Gelato	Cafetería	1 taza	15
Lafayette Cotacachi	Cafetería	1 taza	20
La vaca gorda	Restaurante	1 tenedor	75
La vaca Gorda Sucursal	Restaurante	1 tenedor	75
Mesón de Pedro	Restaurante	2 tenedores	200
La Parrilla del Compadre	Restaurante	2 tenedores	60
Veraneante Restaurant	Restaurante	1 tenedor	30
Espresso Rio Intag	Cafetería	1 taza	45
Quinta María Jose	Restaurante	1 tenedor	125 – Cerrado temporalmente
Restaurante Cuicocha	Restaurante	3 tenedores	125
Ginebra	Bar	1 tenedor	125
El Rincón de la Abeja Maya	Restaurante	1 tenedor	150
Nazcaliment	Restaurante	1 tenedor	60
Casa de Frutas	Cafetería	1 taza	12 – Actualmente se encuentra cerrado
Chocolate house “YUMBOS”	Cafetería	1 taza	40

Nota. Adaptado de Catastro Turístico