



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA HOTELERÍA Y TURISMO**  
**EXTENSION QUEVEDO**



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

**TEMA:**

**HOSPITALIDAD EN ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS, SU  
IMPORTANCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS RESTAURANTES  
DEL CANTÓN QUEVEDO.**

**AUTOR:**

**MORANTE BAÑOS KARINA VIVIANA**

**TUTOR:**

**Dr. PEÑAFIEL NIVELA GONZALO**

**QUEVEDO-LOS RÍOS -ECUADOR**

**2022**

## **Dedicatoria**

Me gustaría dedicar a Waleska y Renata, mis hijas lo más importante en mi vida. Hoy he dado un paso más para servir de inspiración a que ustedes logren cumplir sus metas. Por ellas y para ellas, todo mi esfuerzo y dedicación.

## **Agradecimiento**

Primero antes que todo, dar gracias a Dios por estar conmigo en cada paso que doy.

A mi madre Rosita Baños, por el apoyo incondicional que siempre me dio. Mi amiga

Viviana Gamarra por haberme motivado a culminar con el proceso de titulación.

A mis maestros de la universidad por sus enseñanzas para desarrollarme

profesionalmente y haberme brindado todos sus conocimientos.

Terminar este proyecto no hubiera sido posible sin el apoyo profesional de mi tutor el

Dr. Gonzalo Peñafiel Nivelá quien con su experiencia y conocimiento me orientó en la

investigación.

## **Resumen**

La investigación se focaliza en analizar la calidad de la hospitalidad que brindan la mayoría de restaurantes del cantón Quevedo en la provincia de los Ríos, de esta manera se analiza la dinámica relacional entre los prestadores de servicios y los clientes.

La calidad de servicio evalúa por las variadas apreciaciones y comentarios que generan los consumidores de un establecimiento, los propietarios además de proveer el servicio son responsables de evaluar la calidad del mismo. En esta investigación se midió las apreciaciones de clientes en cuanto a hospitalidad, trato, atención y calidad de servicio en distintos establecimientos de restaurantería en el cantón Quevedo.

En este trabajo, se identifica a quien está en contacto con los turistas (anfitrión) como parte fundamental para que la experiencia del visitante sea memorable, y ello radica en que su principal tarea es la hospitalidad -entendida como recibir, ayudar y cuidar al otro como a uno le gustaría que lo hicieran.

Se utilizó una metodología inductiva con modalidad no experimental, utilizando un instrumento para focalizar los principales problemas percibidos por los consumidores de este segmento o tipo de actividad turística del cantón Quevedo.

**Palabras claves:** Hospitalidad, calidad de servicio, restaurantes.

## **Abstract**

The research focuses on analyzing the quality of hospitality provided by most restaurants in the Quevedo canton in the province of Los Ríos, in this way the relational dynamics between service providers and customers are analyzed.

The quality of service is evaluated by the various appreciations and comments generated by consumers of an establishment, the owners, in addition to providing the service, are responsible for evaluating its quality. In this investigation, the appreciations of clients in terms of hospitality, treatment, attention and quality of service in different restaurant establishments in the Quevedo canton were measured.

In this work, whoever is in contact with tourists (host) is identified as a fundamental part for the visitor's experience to be memorable, and this lies in the fact that their main task is hospitality -understood as receiving, helping and caring for others. as one would like them to do.

An inductive methodology was used with a non-experimental modality, using an instrument to focus on the main problems perceived by consumers of this segment or type of tourist activity in the Quevedo.

**Key words:** Hospitality, quality of service, restaurants

# INDICE

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Resumen .....	iv
1. Introducción .....	1
2. Desarrollo.....	2
2.1 Justificación .....	2
2.2 Objetivo .....	3
2.3 Sustento teórico .....	4
2.3.1 Hospitalidad .....	4
2.3.2 Buen anfitrión.....	4
2.3.3 Comunicación asertiva .....	4
2.3.4 Valores y comportamientos.....	4
2.3.5 Calidad del servicio.....	5
2.3.6 Calidad teórica.....	5
2.3.7 Calidad funcional .....	5
2.3.8 Evaluación del servicio .....	5
2.3.9 Marco legal.....	6
2.4 Técnicas aplicadas para la recolección de la información.....	7
2.4.1 Tipo de investigación .....	7
2.4.2 Cuestionario .....	8
2.4.3 Método Analítico.....	8
2.5 Resultados obtenidos .....	9
3. Conclusiones y Recomendaciones .....	12
3.1 Conclusiones.....	12
3.2 Recomendaciones .....	12

Bibliografia.....	13
Anexos.....	15

## **INDICE DE TABLAS**

<b>Tabla 1: Resultados obtenidos</b> .....	9
<b>Tabla 2: Respuesta pregunta 5</b> .....	10
<b>Tabla 3: Respuesta pregunta 9</b> .....	10
<b>Tabla 4: Resultados pregunta 1</b> .....	16
<b>Tabla 5: Resultados pregunta 2</b> .....	17
<b>Tabla 6: Resultado pregunta 3</b> .....	18
<b>Tabla 7: Resultado pregunta 4</b> .....	19
<b>Tabla 8: Resultado pregunta 5</b> .....	19
<b>Tabla 9: Resultado pregunta 6</b> .....	21
<b>Tabla 10: Resultado pregunta 7</b> .....	22
<b>Tabla 11: Resultado pregunta 8</b> .....	23
<b>Tabla 12: Resultado pregunta 9</b> .....	24
<b>Tabla 13: Resultado pregunta 10</b> .....	24

## **INDICE DE ILUSTRACIONES**

<b>1 Ilustración encuesta 1</b> .....	16
<b>2 Ilustración encuesta 2</b> .....	17
<b>3 Ilustración encuesta 3</b> .....	18
<b>4 Ilustración encuesta 4</b> .....	19
<b>5 Ilustración encuesta 5</b> .....	20
<b>6 Ilustración encuesta 6</b> .....	21
<b>7 Ilustración encuesta 7</b> .....	22
<b>8 Ilustración encuesta 8</b> .....	23
<b>9 Ilustración encuesta 9</b> .....	24
<b>10 Ilustración encuesta 10</b> .....	25

## **1. Introducción**

La curva de llegada de turistas aumenta y la exigencia de contar con personal altamente calificado en materia de turismo es algo que se requiere de forma urgente. Las empresas requieren profesionales y trabajadores preparados según los requerimientos de un turismo cada vez más competitivo, tanto a nivel nacional como internacional.

Estos desafíos representan una oportunidad para los empresarios y emprendedores dispuestos a desarrollar una oferta turística atractiva y de calidad en nuestro país. En este marco, cobra especial relevancia la excelencia en el servicio y en el perfeccionamiento del recurso humano de todas las áreas relacionadas con el sector, y que son parte del encadenamiento que se produce al hacer turismo, desde las labores más conocidas como el del mesero, ayudante de cocina, mensajero y el administrador (a).

Las buenas prácticas de hospitalidad que se presentan en este trabajo son propuestas sencillas que centran su atención en los momentos de mayor cercanía con el turista, esto es, al recibirlos (el primer contacto); al brindar servicios y al despedirlos. También apuntan a asegurar oportunidades de cortesía y confiabilidad en la entrega del servicio, a través de prácticas que se traducen en clientes satisfechos, que desee regresar a revivir esa experiencia turística y a su vez recomendarla a sus conocidos. Por otro lado, son fáciles de aplicar y le muestran a los prestadores de servicios turísticos un camino y forma positiva sobre cómo relacionarse con los clientes.

Es importante considerar que las buenas prácticas son dinámicas y deben adecuarse a la capacidad de la empresa, el contexto y los cambios del mercado, por lo cual deben ser revisadas y actualizadas cada cierto tiempo. De esta manera, las personas de cualquier unidad del establecimiento, que tengan algún tipo de contacto con el turista, ya sea por correo, teléfono, a través de redes sociales o en forma presencial, se convierten en anfitriones de la hospitalidad.

## **2. Desarrollo**

### **2.1 Justificación**

El turismo es uno de los sectores estratégicos de la economía chilena. En 2016 generó el 3,4% del producto interno bruto (PIB) de manera directa y el 10,4% de este si a lo anterior se suman los aportes indirectos. El turismo es, además, responsable directo del 3,4% de los empleos del país, porcentaje que alcanza el 10,2% si se consideran también los empleos indirectos que genera.

Quevedo, es el cantón con mayor dinámica comercial en la ciudad de Quevedo, además del cantón con mayor cantidad de establecimientos turísticos en el catastro de la provincia de Los Ríos, esto indica la importancia de trabajar esta temática en los establecimientos de este cantón. Además, es importante señalar que del 100% de establecimientos el 45% lo comprende la actividad de alimentos y bebidas, en este caso los restaurantes, parrilladas, cevicherías, bares, comidas rápidas del cantón Quevedo.

Con esta investigación se pretende sostener los principios fundamentales al derecho del consumidor en obtener un buen servicio, Los clientes de restaurantes turísticos se encuentran en todo su derecho de exigir productos de calidad y entregados a través de un

servicio de alto nivel y consistencia, además de las obligaciones de los prestadores de servicios de alimentos que deben cumplir cuarenta y dos ítems de calidad establecidos en el reglamento de alimentos y bebidas del Ministerio de turismo del Ecuador.

Además, contribuye a los propietarios o administradores de los establecimientos a Se debe estar motivando constantemente al equipo de colaboradores, comunicándoles de forma clara los logros y avances; por otro lado, apoyar con firmeza al equipo para superar aquellos aspectos que deben ser mejorados.

## **2.2 Objetivo**

Determinar la importancia de la hospitalidad en la calidad de servicios de establecimientos turísticos categoría restaurantes en la ciudad de Quevedo.

## **2.3 Sustento teórico**

### **2.3.1 Hospitalidad**

Según (Vázquez, 2016) al referirse sobre la hospitalidad la define como “comportamiento con actitudes de cuidado y consideración que fomentan lazos emocionales en las relaciones entre huésped y anfitrión”. Esto quiere decir que la interacción entre el visitante y el anfitrión debe garantizar buen trato, y calidad de atención.

### **2.3.2 Buen anfitrión**

Según (Delicolect, 2018) el término anfitrión se define de la siguiente manera, como aquella persona que organiza, invita y preside un acto sea de la clase que sea, se considera importante que se le dé el lado derecho a aquel que se le otorgue el título de anfitrión.

### **2.3.3 Comunicación asertiva**

Este término hace alusión a mantener expresiones consecuentes, adecuadas, precisas y equitativas, con la finalidad de mantener de forma predominante las ideas y sentimientos de aquellos que tienen la intención de comunicar, fomentando argumentativos que defiendan nuestros ideales sin la intención de herir, o perjudicar, interactuando siempre a través de la confianza propia dejando a un lado las emociones. (Calderón, 2017)

### **2.3.4 Valores y comportamientos**

De acuerdo a lo que manifiesta (Hernández & Vidal, 2019), se considera que los valores que hacen énfasis a la percepción abstracta, que se encargan de regular el comportamiento, situando las futuras actuaciones y evaluaciones que se manifiestan en la conducta humana.

### **2.3.5 Calidad del servicio**

De acuerdo a lo antes mencionado, se puede decir que este término también hace alusión a mantener estándares elevados de la prestación de un buen servicio, esto es como aquello que mide el rendimiento de las organizaciones, diferenciándolas y permitiendo la competitividad de una con la otra. (Sánchez García & Sánchez Romero, 2016)

### **2.3.6 Calidad teórica**

La calidad teórica es aquella calidad total que dinamiza a través de lo textual el mejoramiento continuo que deben poseer las organizaciones plasmándolas en las metas que brinden beneficios a los usuarios, con políticas que se fijen en el empleado como en el usuario, respetando todos los entes que permiten el crecimiento de la misma (Chacón & Rugel, 2018)

### **2.3.7 Calidad funcional**

La calidad funcional se encarga de medir el desarrollo o proceso que experimenta el consumidor en el transcurso de producción o generación del bien o servicio ofertado. Conociéndose como la extensión del cómo se recibe el bien o servicio durante todas sus facetas; es decir de principio a fin, porque se considera indispensable cuidar la imagen corporativa porque es aquella que define a su totalidad la empresa como tal. (Cruz, Orduña, & Álvarez, 2018).

### **2.3.8 Evaluación del servicio**

Las evaluaciones y mediciones suelen ser reacias a las generalizaciones y demandan un proceso de análisis particular en un área de estudio marcado por la diversidad de enfoques

y la presencia de múltiples factores y variables que inciden o determinan la valoración de la calidad del servicio. (Martinez, Ojeda, & Rodríguez , 2018)

### **2.3.9 Marco legal**

Para familiarizarnos con el tema vamos a recurrir a la ley que respalde los temas expuestos anteriormente, de acuerdo a la (Ministerio de turismo , 2014), se expone en capítulo 5 la protección al consumidor de servicios turísticos, los mismos que se mencionan en los artículos siguientes:

En el artículo 44 que el empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve.

El artículo 45 manifiesta que habrá lugar al resarcimiento de daños y perjuicios, en los siguientes casos: de acuerdo a lo que se indica en los siguientes literales:

- a. El empresario cuyo servicio tenga una calidad inferior a la que corresponda a su categoría a la oferta pública de los mismos;
- b. El empresario que, por acto propio o de sus empleados, delegados o agentes, cause al visitante por un daño material;
- c. En caso de discriminación a las personas; con excepción del derecho de reserva de admisión; y,

- d. Los demás determinados en otras leyes.

## **Reglamento de alimentos y bebidas según el Ministerio de turismo**

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

## **2.4 Técnicas aplicadas para la recolección de la información**

### **2.4.1 Tipo de investigación**

Para la realización del proyecto con el tema “hospitalidad en establecimientos turísticos y su importancia en la calidad del servicio de restaurantes del cantón Quevedo, se utilizaron los siguientes tipos de investigación:

- **Investigación deductiva cuantitativa**, con modalidad no experimental, debido a la aplicación directa de encuestas a consumidores de los establecimientos turísticos. Con un muestreo aleatorio estratificado en varios establecimientos se escogió un total de 50 clientes donde se abordó una encuesta que valoraba la calidad de servicio.

### **2.4.2 Cuestionario**

El cuestionario se utilizó como un instrumento con una serie de preguntas diseñadas para generar los datos respectivos; las mismas que se componen de 5 preguntas de conocimiento y 5 de interés, para identificar la situación actual y proponer mejoras en el lugar.

### **2.4.3 Método Analítico**

Se aplicó el método analítico con el fin de analizar cada una de las variables de estudio en el presente trabajo de investigación como los conceptos específicos relacionados al tema y los datos recolectados en las encuestas realizadas a los visitantes que ya han visitado los establecimientos, permitiendo conocer lo que piensa cada visitante acerca del lugar.

## 2.5 Resultados obtenidos

Tabla 1: Resultados obtenidos

1	Nunca	2	Casi Nunca	3	A veces	4	Casi Siempre	5	Siempre			
	<b>De conocimiento</b>							<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1.	¿Con qué frecuencia usted visita los restaurantes de la Ciudad de Quevedo?							7	4	7	2	10
2.	¿Considera usted, ¿qué la calidad de los servicios de los restaurantes de la Ciudad de Quevedo están enfocados en la satisfacción del cliente?							4	0	2	8	16
3.	¿Se controla la limpieza de forma externa e interna del establecimiento turístico por parte de los trabajadores del lugar?							3	0	4	10	13
4.	¿En base a su experiencia, considera que los restaurantes se encuentran en constate innovación?							3	1	4	11	11
5.	Según su criterio, ¿en el lugar se atiende a todos los visitantes con respeto y amabilidad sin excluir ni discriminar a ningún usuario?							2	2	4	11	11
	<b>De interés</b>											
6.	¿Le gustaría ser partícipe de talleres de capacitación en temas relacionados con la hospitalidad y buena calidad de los servicios en los establecimientos turísticos?							4	1	8	7	10
7.	¿Usted como cliente de los restaurantes de la Ciudad de Quevedo recomendaría el sitio por su excelente hospitalidad y seguridad que existe en la zona y en el establecimiento?							2	0	5	7	16
8.	¿Le agradecería liderar un proceso de reproducción de información y ejecución sobre cómo ser un buen anfitrión y lograr captación de clientes para los restaurantes de la Ciudad de Quevedo.							2	2	4	10	12
9.	¿Estaría dispuesto a esforzar su rendimiento operativo para favorecer la calidad de atención y servicio en los restaurantes de la Ciudad de Quevedo.							4	1	7	9	9
10.	¿Considera usted que la implementación de la hospitalidad y buen anfitrión mejoraría la calidad de atención los restaurantes de la Ciudad de Quevedo en la Ciudad de Quevedo?							2	2	3	10	13

Fuente: Elaboración propia

- **Según su criterio, ¿en el lugar se atiende a todos los visitantes con respeto y amabilidad sin excluir ni discriminar a ningún usuario?**

*Tabla 2: Respuesta pregunta 5*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	2	7%
Casi nunca	2	7%
A veces	4	13%
Casi siempre	11	36%
Siempre	11	37%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propio

- **¿Estaría dispuesto a esforzar su rendimiento operativo para favorecer la calidad de atención y servicio en restaurantes de Quevedo?**

*Tabla 3: Respuesta pregunta 9*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	4	14%
Casi nunca	1	3%
A veces	7	23%
Casi siempre	9	30%
Siempre	9	30%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

En la pregunta 6 empieza las preguntas de interés, las mismas que fueron contestadas de esta manera, el 34% de los encuestados siempre le gustaría ser partícipes de talleres de capacitación en temas relacionados con la hospitalidad y buena calidad de los servicios. En la séptima pregunta, el 53% mencionó que siempre recomienda el lugar turístico, porque existe una buena sazón en los platos ofertados, por esa razón la recomiendan y por el buen trato hacia el cliente.

En la pregunta 8 los encuestados contestaron el 40% siempre quisiera liderar un proceso de reproducción de información y ejecución sobre cómo ser un buen anfitrión y lograr captación de los clientes, para ser más organizados. En la pregunta 9 el 30% respondieron que casi siempre y siempre estarían dispuesto a mejorar su rendimiento operativo para favorecer la calidad de atención y servicio. Y en la pregunta 10, el 43% de los encuestados mencionaron que siempre se implementa la hospitalidad y la calidad de servicios hacia los visitantes. Ya que, de esta manera, se logra comprender que el lugar si tiene buena infraestructura en la calidad que se ofrecen en el establecimiento como es sus platos internacionales.

### **3. Conclusiones y Recomendaciones**

#### **3.1 Conclusiones**

Luego de haber analizado todas las etapas de investigación que se dieron en el proyecto se obtuvieron las siguientes conclusiones:

- De la población encuestada una gran parte (23%) manifiesta que se siente insatisfecha con el servicio que se brinda en los restaurantes del cantón Quevedo.
- Se considera que los establecimientos de alimentos necesitan procesos que mejoren la atención al cliente, utilizando buzones de servicios y de reclamos.
- Existen disponibilidades para que participen en los procesos de capacitación, en el mejoramiento de atención al cliente.

#### **3.2 Recomendaciones**

- Aplicar los procesos que mejoren la calidad de atención al cliente y la satisfacción al servicio.
- Incluir los compromisos en la limpieza para así mejorar una buena vista hacia los clientes.
- Ejecutar talleres de capacitación sobre atención al cliente y calidad de servicio para mejorar la satisfacción de visitantes teniendo una conexión directa entre los trabajadores del establecimiento.

## Bibliografía

- Calderón, L. (08 de 2017). *repositorio.ug.edu*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21331/1/proyecto%20de%20comunicacion%20asertiva%20tesis.pdf>
- Calle, V. (2017). *Análisis de la oferta de comida típica en la ciudad de Guayaquil y sus incidencia en la economía local*. Tesis de grado, Universidad de Guayaquil, Facultade de Ciencias Económicas , Guayaquil.
- Chacón, J., & Rugel, S. (2018). Teorías, Modelos y Sistemas de Gestión de Calidad. *Espacios*, <http://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p14.pdf>.
- Cruz, A., Orduña, M., & Álvarez, J. (23 de 07 de 2018). *Innovaciones de Negocios*. Obtenido de <file:///C:/Users/DELL/Desktop/mjaraiza18,+15.30+A7+Evolucion+del+concepto+de+calidad+y+modelos+de+medicion+de+calidad+en+el+servicio.pdf>
- Delicolect. (2018). *tajamar.es/*. Obtenido de <https://www.tajamar.es/wp-content/uploads/2019/02/Folleto.-Buenos-modales.-Comedor-Tajamar-2018.-2.0.pdf>
- Hernández, M., & Vidal, N. (2019). Los valores y el comportamiento humano. Una relación inevitable. *Dilemas Contemporáneos*, <https://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/1992/2050>.
- Martinez, K., Ojeda, M., & Rodríguez , C. (2018). *bdigital*. Obtenido de [https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/handle/001/1004/ANA-spa-2018-Evaluacion\\_de\\_la\\_calidad\\_del\\_servicio\\_de\\_Nutrimos\\_%26\\_Servimos\\_SAS\\_Estudio\\_piloto.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/handle/001/1004/ANA-spa-2018-Evaluacion_de_la_calidad_del_servicio_de_Nutrimos_%26_Servimos_SAS_Estudio_piloto.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ministerio de turismo . (29 de 12 de 2014). *tuismo.gob.ec*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Sánchez García, M., & Sánchez Romero, M. (08 de 10 de 2016). *uv.mx/*. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2017/03/11CA201602.pdf>

Vázquez, R. (2016). La hospitalidad en la prestación de sitios turísticos. *Revista de investigación de la ciencia turística*, 7.

# **Anexos**

- **Análisis de la encuesta.**

En este apartado se procederá a analizar la encuesta de los 30 visitantes del restaurante que ayuda a esclarecer y medir la calidad de los servicios que se brindan en dicho establecimiento. De las cuales se realizaron 10 preguntas, 5 que permiten medir los conocimientos y las otras 5 permiten evaluar el interés de los turistas en el lugar.

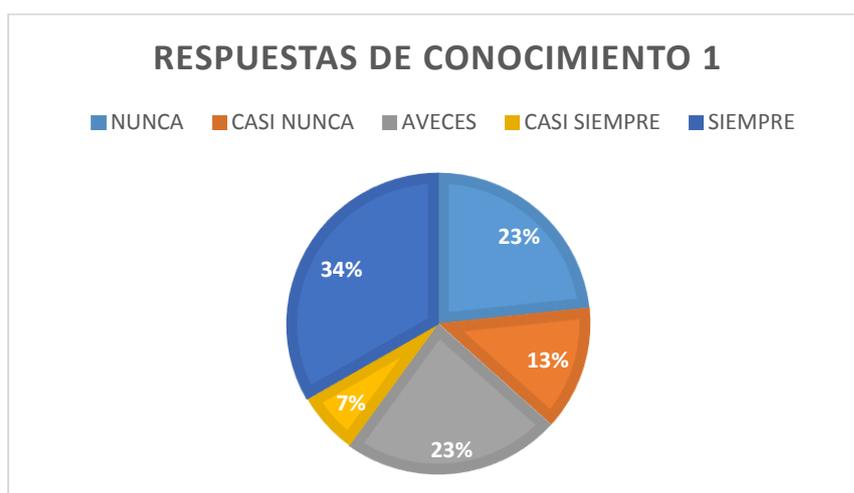
**1. ¿Con qué frecuencia usted visita el restaurante ciudad de Quevedo?**

*Tabla 4: Resultados pregunta 1*

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	7	23%
Casi nunca	4	13%
A veces	7	23%
Casi siempre	2	7%
Siempre	10	34%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia

*1 Ilustración encuesta 1*



**Fuente:** Elaboración propia

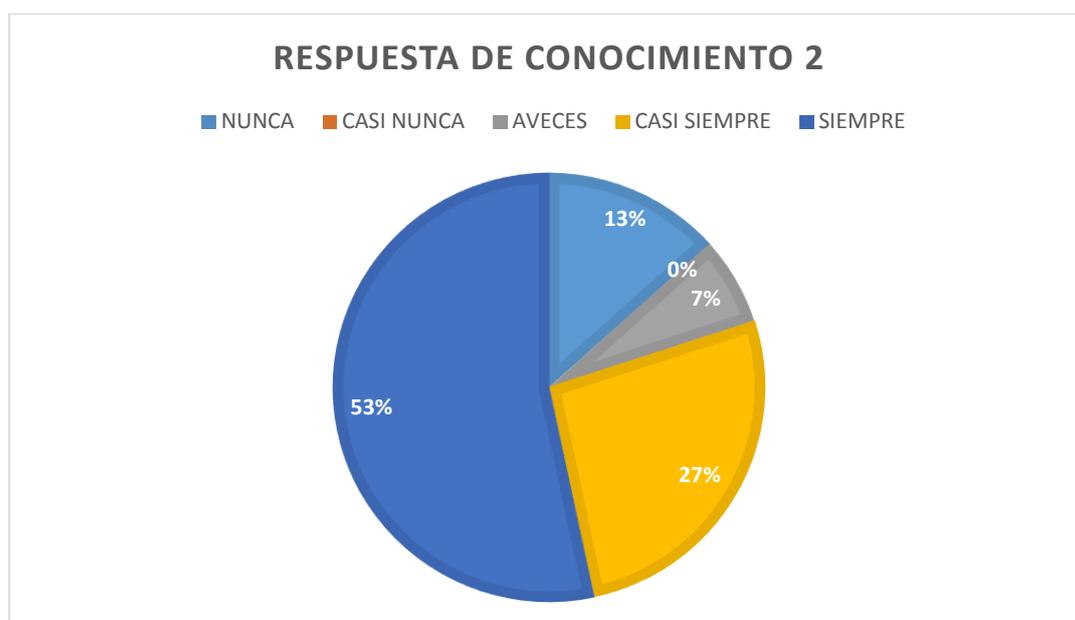
**2. Considera usted, ¿qué la calidad de los servicios del restaurante está enfocada en la satisfacción del cliente?**

*Tabla 5: Resultados pregunta 2*

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	4	13%
Casi nunca	0	0%
A veces	2	7%
Casi siempre	8	27%
Siempre	16	53%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

*2 Ilustración encuesta 2*



Fuente: Elaboración propia

**Análisis.**

En la primera pregunta se puede verificar que un 34% siempre asiste al lugar porque consideran que tiene una buena atención al cliente, pero el resto de los encuestados dicen que visitan de vez en cuando porque consideran que no es muy agradable entorno al servicio de comida que brindan. En la segunda pregunta se puede ver reflejado un 53%

de encuestados consideran que, si hay una buena calidad de atención, es decir que el 7% de los encuestados no se sienten satisfechos con la calidad de los servicios que se brindan en el lugar.

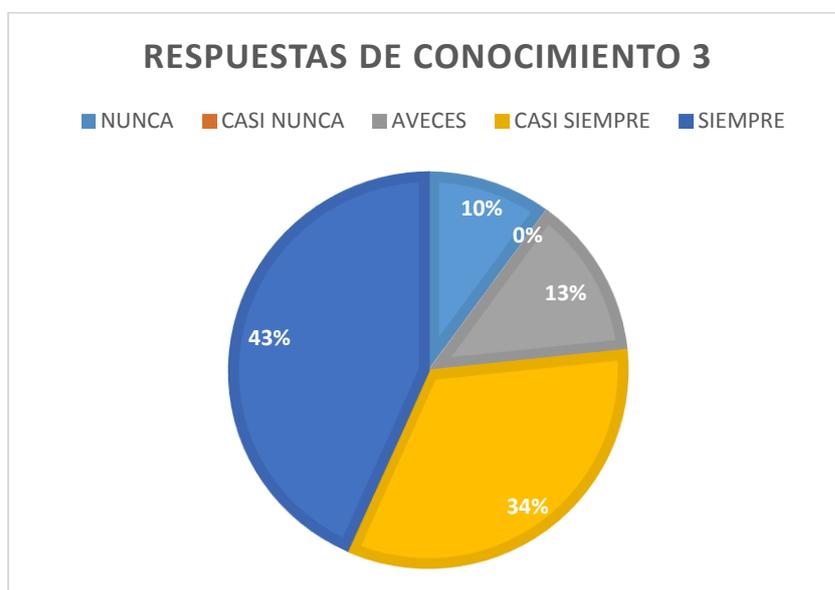
**3. ¿Se controla la limpieza de forma externa e interna del establecimiento por parte de los trabajadores del lugar?**

*Tabla 6: Resultado pregunta 3*

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	3	10%
Casi nunca	0	0%
A veces	4	13%
Casi siempre	10	34%
Siempre	13	43%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

*3 Ilustración encuesta 3*



Fuente: Elaboración propia

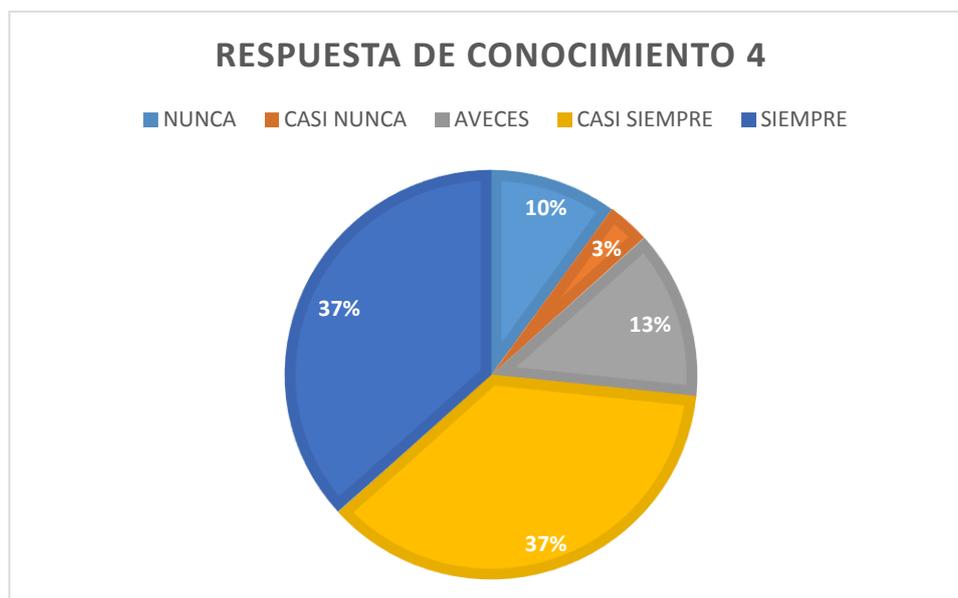
4. ¿En base a su experiencia, considera que el lugar se encuentra en constate innovación?

*Tabla 7: Resultado pregunta 4*

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	3	10%
Casi nunca	1	3%
A veces	4	13%
Casi siempre	11	37%
Siempre	11	37%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

*4 Ilustración encuesta 4*



Fuente: Elaboración propia

5. Según su criterio, ¿en el lugar se atiende a todos los visitantes con respeto y amabilidad sin excluir ni discriminar a ningún usuario?

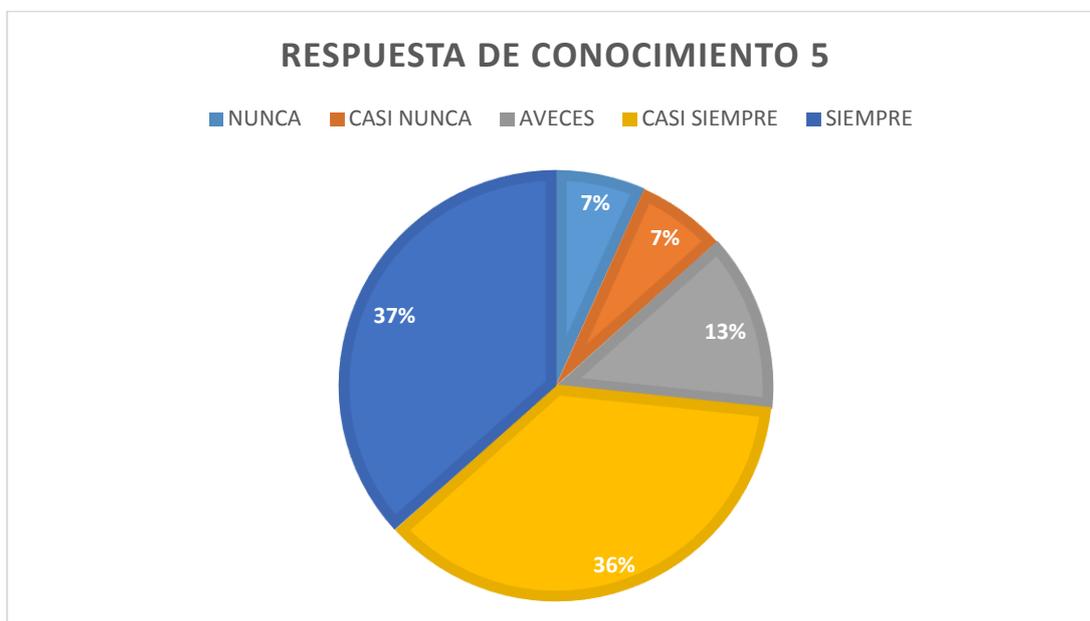
*Tabla 8: Resultado pregunta 5*

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	2	7%
Casi nunca	2	7%
A veces	4	13%

Casi siempre	11	36%
Siempre	11	37%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

### 5 Ilustración encuesta 5



Fuente: Elaboración propia

### Análisis.

En la pregunta 3 en los resultados de la encuesta el 43% de los encuestados dicen que este lugar se adapta a las normas de control de limpieza en forma externa e interna del lugar, Mientras en la 4ta pregunta se manifiesta un 37% de casi siempre y de siempre que este establecimiento casi siempre y siempre suele innovar, por lo que los visitantes siempre suelen ir con frecuencia porque hay una buena atención. En la 5ta pregunta de conocimiento, el 37% manifiesta que siempre se atiende a todos los visitantes con el mismo respeto y amabilidad.

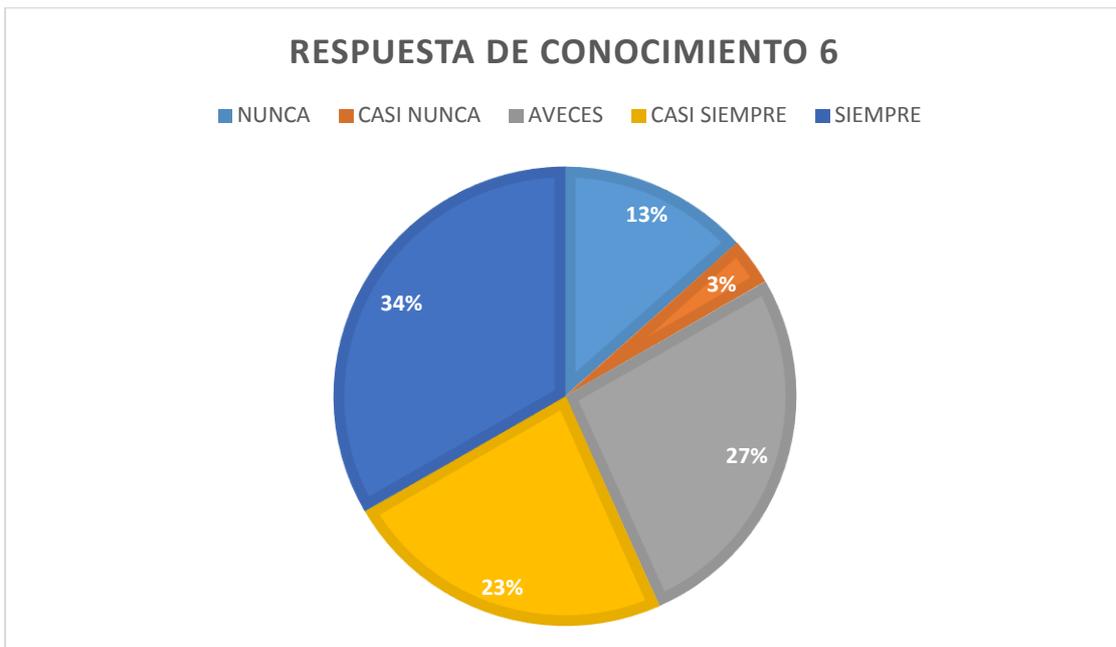
6. ¿Le gustaría ser partícipe de talleres de capacitación en temas relacionados con la hospitalidad y buena calidad de los servicios en los establecimientos turísticos?

*Tabla 9: Resultado pregunta 6*

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	4	13%
Casi nunca	1	3%
A veces	8	27%
Casi siempre	7	23%
Siempre	10	34%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

*6 Ilustración encuesta 6*



Fuente: Elaboración propia

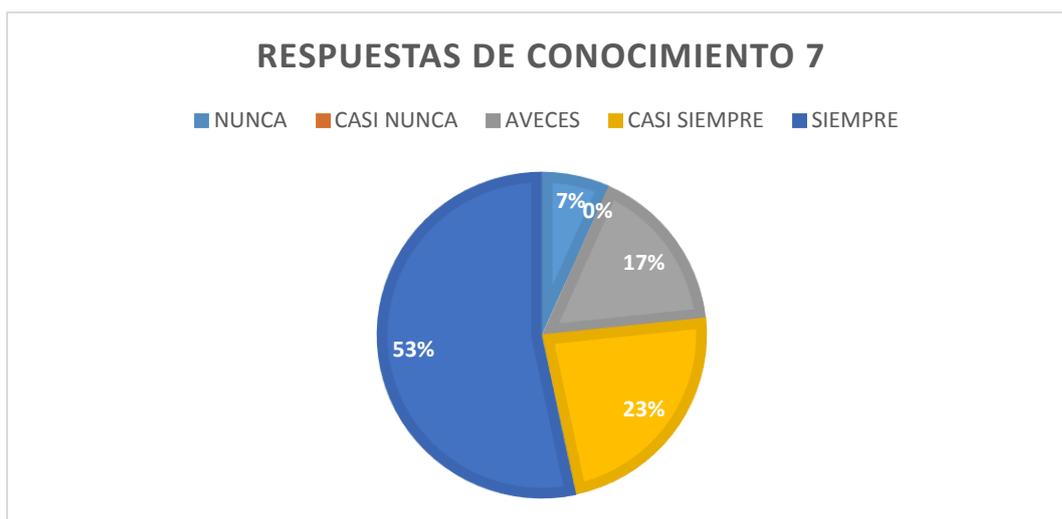
**7. ¿Usted cómo cliente restaurante recomendaría el sitio por su excelente hospitalidad y seguridad que existe en la zona y en el establecimiento?**

*Tabla 10: Resultado pregunta 7*

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	2	7%
Casi nunca	0	0%
A veces	5	17%
Casi siempre	7	23%
Siempre	16	53%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

*7 Ilustración encuesta 7*



Fuente: Elaboración propia

**Análisis**

En la pregunta 6 empieza las preguntas de interés, las mismas que fueron contestadas de esta manera, el 34% de los encuestados siempre le gustaría ser partícipes de talleres de capacitación en temas relacionados con la hospitalidad y buena calidad de los servicios. En la séptima pregunta, el 53% mencionó que siempre recomienda el lugar turístico, porque existe una buena sazón en los platos ofertados, por esa razón la recomiendan y por el buen trato hacia el cliente.

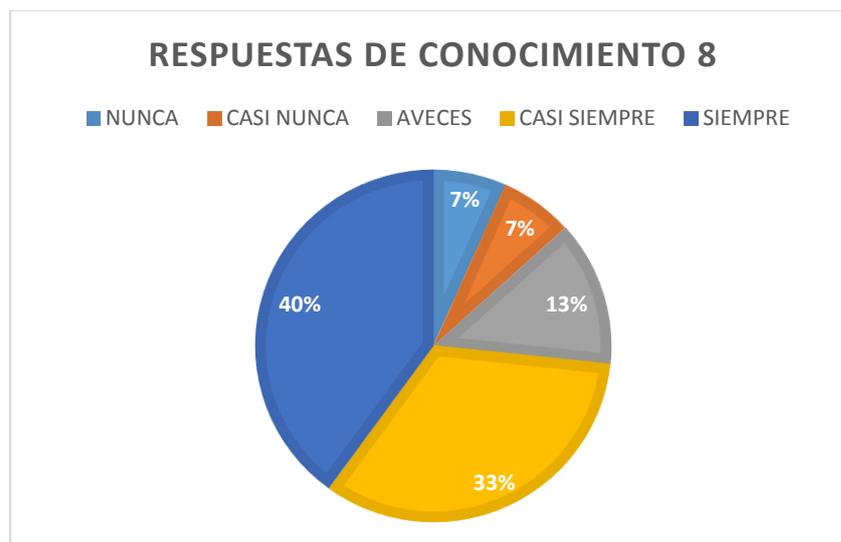
8. ¿Le agradecería liderar un proceso de reproducción de información y ejecución sobre cómo ser un buen anfitrión y lograr captación de clientes para el restaurante?

*Tabla 11: Resultado pregunta 8*

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	2	7%
Casi nunca	2	7%
A veces	4	13%
Casi siempre	10	33%
Siempre	12	40%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

*8 Ilustración encuesta 8*



Fuente: Elaboración propia

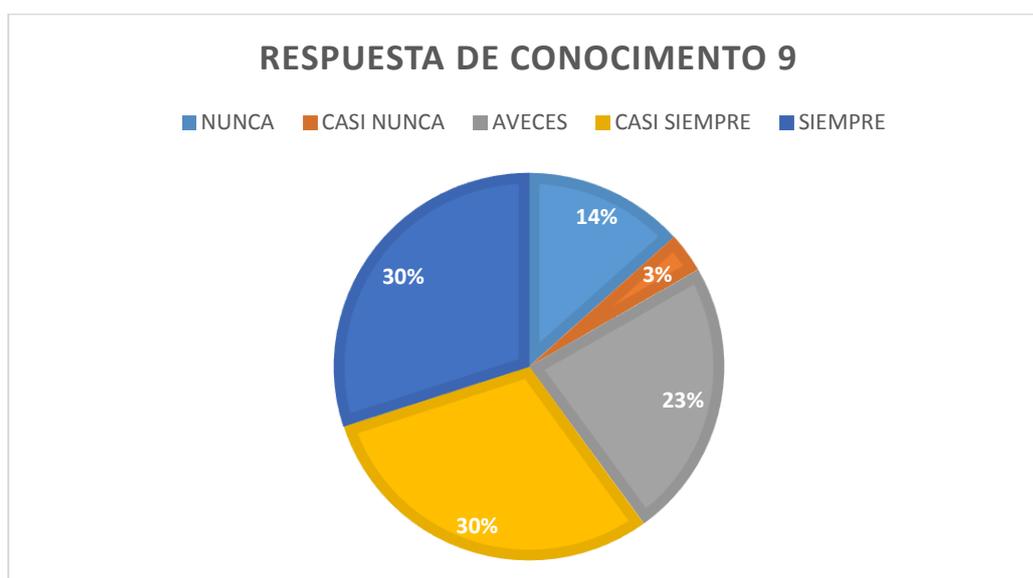
9. ¿Estaría dispuesto a esforzar su rendimiento operativo para favorecer la calidad de atención y servicio en el restaurante?

Tabla 12: Resultado pregunta 9

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	4	14%
Casi nunca	1	3%
A veces	7	23%
Casi siempre	9	30%
Siempre	9	30%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

9 Ilustración encuesta 9



Fuente: Elaboración propia

10. ¿Considera usted que la implementación de la hospitalidad y buen anfitrión mejoraría la calidad de atención en el restaurante en la Ciudad de Quevedo?

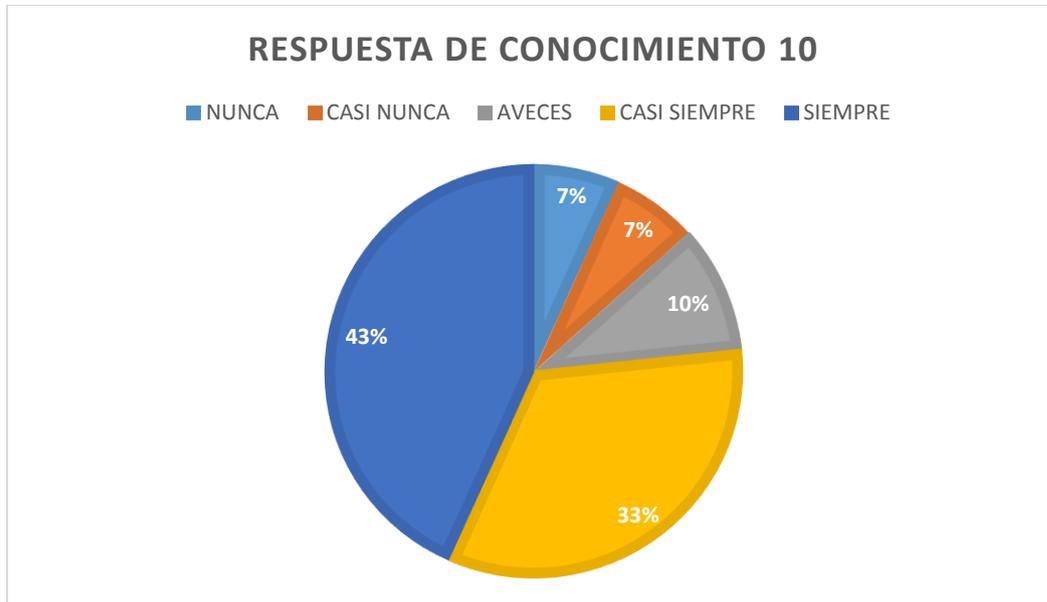
Tabla 13: Resultado pregunta 10

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	2	7%
Casi nunca	2	7%
A veces	3	10%
Casi siempre	10	33%

Siempre	13	43%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia

### 10 Ilustración encuesta 10



**Fuente:** Elaboración propia

### Análisis.

En la pregunta 8 los encuestados contestaron el 40% siempre quisiera liderar un proceso de reproducción de información y ejecución sobre cómo ser un buen anfitrión y lograr captación de los clientes, para ser más organizados. En la pregunta 9 el 30% respondieron que casi siempre y siempre estarían dispuestos a mejorar su rendimiento operativo para favorecer la calidad de atención y servicio. Y en la pregunta 10, el 43% de los encuestados mencionaron que siempre se implementa la hospitalidad y la calidad de servicios hacia los visitantes. Ya que, de esta manera, se logra comprender que el lugar sí tiene buena infraestructura en la calidad que se ofrecen en el establecimiento como es sus platos internacionales.