

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema: "Calidad del servicio y satisfacción del cliente en los restaurantes de comida rápida en la ciudad de Tulcán"

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del
título de Licenciados en Administración de Empresas

AUTORES: Cadena Quelal Joselyn Gabriela
Puetate Paguay Danny Orlando

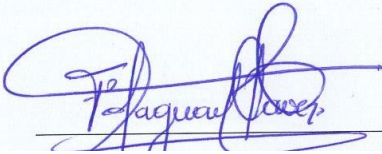
TUTOR: Msc. Paguay Chávez Félix Wilmer

Tulcán, 2022.

CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que los estudiante(s) Cadena Quelal Joselyn Gabriela y Puetate Paguay Danny Orlando con el número de cédula 0401968433 y 0402057855 respectivamente han desarrollado el Trabajo de Integración Curricular: "Calidad del servicio y satisfacción del cliente en los restaurantes de comida rápida en la ciudad de Tulcán".

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de la Unidad de Integración Curricular, Titulación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva



MSc. Paguay Chávez Félix Wilmer

TUTOR

Tulcán, noviembre de 2022

AUTORÍA DE TRABAJO


El presente Trabajo de Integración Curricular constituye un requisito previo para la obtención del título de Licenciados en la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Nosotros, Cadena Quelal Joselyn Gabriela y Puetate Paguay Danny Orlando con cédula de identidad número 0401968433 y 0402057855 respectivamente declaramos que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que hemos llegado son de nuestra absoluta responsabilidad.



Cadena Quelal Joselyn Gabriela

AUTORA




Puetate Paguay Danny Orlando

AUTOR

Tulcán, noviembre de 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Nosotros Cadena Quelal Joselyn Gabriela y Puetate Paguay Danny Orlando declaramos ser autor de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: "Calidad del servicio y satisfacción del cliente en los restaurantes de comida rápida en la ciudad de Tulcán" y se exime expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.



Cadena Quelal Joselyn Gabriela

AUTORA



Puetate Paguay Danny Orlando

AUTOR

Tulcán, noviembre de 2022

AGRADECIMIENTO

Queremos expresar nuestra gratitud a Dios, que con su bendición nos ayuda a ser mejores cada día, y a nuestras familias por siempre estar presentes.

Nuestro agradecimiento a todas las autoridades y personal que conforman la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, a toda la facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial, a nuestros profesores por su valiosa enseñanza en los conocimientos, para que podamos crecer día a día como profesionales, gracias a cada uno de ellos por su paciencia, apoyo incondicional y dedicación brindada.

Finalmente, queremos expresar nuestros más sinceros agradecimientos al Msc. Félix Paguay, principal colaborador durante todo este proceso, quien con su dirección, enseñanzas, conocimientos y colaboración permitió que este trabajo se desarrolle de la mejor manera.

DEDICATORIA

A Dios por todo su infinito amor que derrama sobre mí diariamente y por haberme permitido llegar hasta este día tan anhelado por mí y mi familia.

A mis padres y mi hija que son y serán las personas más importantes en mi vida, el mejor regalo que Dios me pudo haber dado, fuente de sabiduría que me supieron inculcar los valores más preciados como son el respeto y la humildad, su apoyo y cariño incondicional durante el largo camino que tuve que recorrer para alcanzar este triunfo fue mi fuente de energía diaria para no desmayar y nunca rendirme. Son tantas las palabras que quisiera dedicarles, pero ninguna de ellas demostraría lo maravilloso que es tenerles a mi lado.

A mis familiares en especial a mis hermanos, a mi querida abuela y a mi ángel que me cuida desde el cielo y a todos los que participaron de este logro directa o indirectamente. ¡Gracias a Uds.!

A mis maestros por haber compartido sus conocimientos y haberme brindado su apoyo y motivación para culminar mis estudios como profesional y la elaboración de esta tesis.

JOSELYN GABRIELA CADENA Q.

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a:

Principalmente a Dios quien me ha guiado y ha dado la fortaleza, por no soltarme la mano y acompañarme en este camino en todo momento para poder culminar con una de mis metas planteadas en mi vida.

A mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad, quienes con su apoyo y esfuerzo me han permitido llegar a culminar una meta más en mi vida, gracias por inculcarme el ejemplo de esfuerzo y perseverancia, de no darme por vencido ante las adversidades en todo este camino recorrido, por la motivación constante para alcanzar mis anhelos. ¡Gracias madre y padre.!

Finalmente a mis hermanos por su cariño incondicional en todo este largo proceso. A toda mi familia que con sus palabras de aliento me ayudaron a ser una mejor persona y de alguna manera me acompañaron en este proceso.

A mis maestros por todo el apoyo y conocimientos brindados en este proceso, gracias por la paciencia y tiempo que nos han dedicado en esta etapa.

DANNY ORLANDO PUETATE P.

ÍNDICE

RESUMEN.....	11
ABSTRACT	12
INTRODUCCIÓN	13
I. EL PROBLEMA.....	15
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	17
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	17
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	18
1.4.1. Objetivo General	18
1.4.2. Objetivos Específicos.....	18
1.4.3. Preguntas de Investigación	19
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	20
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	20
2.2. MARCO TEÓRICO	23
2.2.1. La trilogía de Juran	24
2.2.2. Calidad del servicio	26
2.2.3. Modelo EMCASER.....	27
2.2.4. Dimensiones del modelo EMCASER	28
2.2.5. Instalaciones	28
2.2.6. Accesibilidad	29
2.2.7. Capital humano	31
2.2.8. Atmósfera	32
2.2.9. Comida.....	32
2.2.10. La teoría de los dos factores en la satisfacción del cliente	33
2.2.11. Niveles de satisfacción.....	34
2.2.12. Sector de restaurantes de comida rápida	35

III. METODOLOGÍA.....	37
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	37
3.1.1. Enfoque	37
3.1.2. Modalidad	37
3.1.3. Tipo de Investigación	37
3.2. HIPÓTESIS	39
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	39
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS.....	40
3.4.1. Método deductivo	40
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO	40
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	45
4.1. RESULTADOS	45
4.1.1. Datos demográficos	45
4.1.2. Instalaciones	46
4.1.3. Accesibilidad	48
4.1.4. Capital humano	49
4.1.5. Atmósfera	51
4.1.6. Comida	52
4.1.7. Satisfacción del cliente	53
4.1.8. Calidad del servicio y satisfacción del cliente (instalaciones)	54
4.1.9. Calidad del servicio y satisfacción del cliente (accesibilidad)	55
4.1.10. Calidad del servicio y satisfacción del cliente (capital humano)	56
4.1.11. Calidad del servicio y satisfacción del cliente (atmósfera)	57
4.1.12. Calidad del servicio y satisfacción del cliente (comida)	58
4.1.13. Perspectiva de los propietarios o gerentes de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán.....	59
4.2. DISCUSIÓN.....	60

4.2.1. Calidad del servicio y satisfacción del cliente de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán.....	61
4.2.2. Calidad del servicio y satisfacción de cliente por restaurante de comida rápida de la ciudad de Tulcán.....	64
4.2.3. Relación existente entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán.....	66
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	72
5.1. CONCLUSIONES	72
5.2. RECOMENDACIONES	74
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	75
VII. ANEXOS.....	80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. La trilogía de Jurán	24
Figura 2. Cuadro de literatura de la calidad del servicio y satisfacción del cliente	35
Figura 3. Instalaciones	47
Figura 4. Accesibilidad	48
Figura 5. Capital humano.....	50
Figura 6. Atmósfera	51
Figura 7. Comida	52
Figura 8. Satisfacción del cliente	53
Figura 9. Calidad del servicio y satisfacción del cliente	61
Figura 10. Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente	67
Figura 11. Prueba de hipótesis	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables	39
Tabla 2. Muestra de clientes frecuentes por restaurante de comida rápida.....	42
Tabla 3. Datos sociodemográficos de los clientes frecuentes	45
Tabla 4. Calidad del servicio y satisfacción del cliente (instalaciones).....	55

Tabla 5. Calidad del servicio y satisfacción del cliente (accesibilidad).....	56
Tabla 6. Calidad del servicio y satisfacción del cliente (capital humano).....	56
Tabla 7. Calidad del servicio y satisfacción del cliente (atmósfera).....	57
Tabla 8. Calidad del servicio y satisfacción del cliente (comida).....	58
Tabla 9. Perspectiva de la oferta	59
Tabla 10. Calidad del servicio y satisfacción del cliente por restaurante de comida rápida	64
Tabla 11. Comparativa entre la opinión de los propietarios y las clientes frecuentes	69

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Certificado o Acta del Perfil de Investigación	80
Anexo 2: Certificado del abstract por parte de idiomas	82
Anexo 3: Formato de encuesta	84
Anexo 4: Formato de entrevista	86
Anexo 5: Prueba de hipótesis	88

RESUMEN

La investigación se desarrolló desde un enfoque cuantitativo, con el objetivo de determinar la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán por medio del modelo EMCASER, así como la relación existente entre estas variables; para ello, se implementaron diferentes tipos de investigación como la bibliográfica, exploratoria, descriptiva y correlacional, lo que permitió la recopilación de información tanto de fuentes primarias como secundarias por medio de un cuestionario adaptado del modelo EMCASER aplicado a 372 clientes frecuentes de los restaurantes de comida rápida, seleccionados mediante un muestreo probabilístico; los resultados encontrados fueron explicados mediante gráficos radiales conforme a los criterios de las dimensiones: instalaciones, accesibilidad, capital humano, atmósfera y comida; después del análisis de la información recopilada se pudieron obtener diferentes hallazgos como, por ejemplo, el criterio más puntuado es la opción de pago en efectivo con una media de 4,59; la dimensión más importante para los clientes frecuentes es la de comida con una media de 4,25 dentro de la calidad del servicio y de forma general, la calidad del servicio tuvo una media de 3,72 y la satisfacción del cliente una media de 3,98 indicando que el nivel de satisfacción se encuentra en la categoría de "satisfecho". Finalmente, se logró determinar la relación existente entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente se genera de forma directa positiva tal y como lo indica el estadístico R de Pearson con un 0,734 cercano a 1, por lo que, se puede afirmar que la calidad del servicio de los restaurantes de comida rápida influye en el nivel de satisfacción de los clientes frecuentes de estos establecimientos.

Palabras clave: Calidad del servicio, satisfacción del cliente, restaurantes de comida rápida, modelo EMCASER.

ABSTRACT

This research was carried out from a quantitative approach, it intended to determine the quality of service and customer satisfaction in fast food restaurants in the city of Tulcán through the EMCASER model, as well as the existing relation between these variables; for this reason, different types of such as bibliographical, exploratory, descriptive, and correlational research were implemented, which allowed the collection of information from both primary and secondary sources through a questionnaire adapted from the EMCASER model that was applied to 372 frequent customers of fast food restaurants, who were selected through a probabilistic sampling; the results found were explained using radial charts according to the dimension criteria: facilities, accessibility, human capital, atmosphere, and food; after analyzing the collected information, different findings were obtained, for example, the highest scoring criterion is the cash payment option with an average of 4.59; the most important dimension for frequent customers is food with an average of 4.25 within the quality of service , and in a general way, the quality of the service had an average of 3.72 and customer satisfaction an average of 3.98, indicating that the level of satisfaction is in the "satisfied" category. Finally, it was possible to determine that the relationship between the quality of service and customer satisfaction is generated in a direct, positive way as indicated by the Pearson R statistic with a 0.734 close to 1. Therefore, it can be stated that the quality of service in fast food restaurants influences the level of satisfaction of frequent customers of these establishments.

Keywords: quality of service, customer satisfaction, fast food restaurants, EMCASER model

INTRODUCCIÓN

El sector de los servicios de restaurantes de comida rápida en la actualidad tiene una participación muy importante dentro del mercado global; estos establecimientos son considerados una fuente de ingreso significativo para el Ecuador. El propósito de la presente investigación es determinar relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de los restaurantes de comida rápida de la ciudad Tulcán por medio de la aplicación del modelo EMCASER.

Este trabajo tiene una estructura dividida en 7 capítulos mostrando el siguiente orden:

En el capítulo I se describen las principales problemáticas encontradas en el tema de estudio, como el hecho de que los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán presentan una baja calidad en el servicio prestado a sus clientes; a partir de ello se dan las razones que justifican esta investigación, los objetivos y las preguntas de investigación que contribuyen al desarrollo de esta.

En el capítulo II se revelan los antecedentes en los que se basa la investigación y el marco teórico en el que se sustenta el desarrollo del trabajo. En este caso, se parte de la trilogía de Juran y la teoría de los dos factores en la satisfacción de cliente, además, se considera a las dimensiones propuestas en el modelo EMCASER propuesto por Vera y Trujillo (2017).

En el capítulo III se muestra la metodología aplicada en el presente trabajo, se utiliza un enfoque cuantitativo debido a que se manejan datos de esta índole para la medición de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, así como la relación existente entre estas variables; además, se utilizan los tipos de investigación bibliográfica, exploratoria, descriptiva y correlacional.

El capítulo IV muestra los resultados de las encuestas aplicadas a los clientes frecuentes de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán, lo cual permitió hacer un análisis con los principales hallazgos y desarrollar una discusión para determinar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán.

En el capítulo V se exponen las conclusiones a las que se llegó después del análisis de la información encontrada y se plantean las recomendaciones que se consideraron pertinentes para el desarrollo de estrategias enfocadas en la calidad del servicio y satisfacción del cliente en el sector de restaurantes, así como la aplicación del modelo EMCASER en futuras investigaciones.

El capítulo VI muestra la bibliografía en la que se basa la investigación y se presentan las referencias que sustentan el desarrollo de los diferentes capítulos del trabajo, tomando en cuenta a libros, revistas, artículos científicos y diferentes páginas web.

Finalmente, el capítulo VII presenta los diferentes anexos que fueron necesarios para sustentar el desarrollo de la información de este trabajo investigativo.

I. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad la calidad del servicio toma una gran importancia dentro de las empresas de servicios debido a las exigencias que tienen los clientes, tal como lo menciona Morocho (2019) cuando dice que “el mundo empresarial direcciona sus actividades hacia el desarrollo de la calidad de servicio ofrecida a su cliente, por la razón de que la calidad no solo es un atributo del producto, sino que es una herramienta estratégica administrativa” (p.13); en América Latina la calidad del servicio no es una prioridad para las empresas en comparación con otros países, la experiencia de compra se ve empeorada por una visión desactualizada de las empresas frente a esta importante área, pues consideran el buen servicio al cliente simplemente como diferenciador de su competencia y no cómo un requerimiento de subsistencia (Peñaloza, 2018).

En este aspecto se toma en consideración al sector de restaurantes como una de las áreas donde toma mayor responsabilidad la satisfacción del cliente, no obstante, “existe en el mercado una alta competencia gastronómica y con ello un aumento en la exigencia de la calidad de servicio; los clientes piden un trato individualizado y por esta razón las empresas no siempre pueden cumplir con sus expectativas” (López, 2018, p.4).

En América Latina es común mencionar que la calidad es uno de los principales aspectos de la mejora organizacional para poder ofrecer productos tangibles e intangibles a un mercado cada vez más demandante y debido a esta creciente exigencia de los consumidores las empresas pequeñas tienen dificultades para cumplir con las necesidades crecientes de los clientes, ocasionando que se perciba una baja calidad del servicio (Monroy y Urcádiz, 2018).

Dentro del Ecuador la situación no es diferente en cuanto a esta la percepción de calidad en el servicio por parte de los consumidores, además, se suma que la gestión

administrativa en las empresas que presentan falencias las cuales causan una baja calidad del servicio; entre las principales razones de esta problemática se encuentra: "no tener una buena cultura de servir al cliente, la falta de una enseñanza sobre la importancia de un usuario satisfecho, las condiciones de trabajo y la falta de incentivos" (Salazar, 2021, p.2); esto por supuesto tiene un efecto negativo para las relaciones entre la empresa y los clientes, según Rivera (2019) "el 96% de los clientes insatisfechos nunca se quejan simplemente se van y nunca vuelven" (p.6). Además, en los últimos años la calidad del servicio ha tomado relevancia dentro de los establecimientos gastronómicos ecuatorianos, aunque en el sector de comida rápida el aspecto de la calidad del servicio se considera dentro de un segundo plano, esto debido a que dichos establecimientos tienen la prioridad de la rapidez en la preparación (Armijos et al. 2019).

Los restaurantes de la provincia del Carchi presentan dificultades similares, según Gonzáles (2012) "uno de los principales inconvenientes que existe es que los propietarios de este sector no cuentan con la preparación y capacitación necesaria, además de ello, han optado por mantener el trabajo empírico lo cual no permite conocer la realidad del servicio que están brindando" (p.10); tomando en cuenta estos aspectos, los resultados son desfavorables en este sector, "hoy en día los clientes se han vuelto más exigentes al momento de adquirir un servicio y quizás la falta de conocimiento por parte de los propietarios sobre la calidad y servicio no permita llenar las expectativas del consumidor como este debería ser" (Imbaquingo, 2019, p.16).

En la ciudad de Tulcán el sector gastronómico especialmente los restaurantes de comida rápida presentan una baja calidad en el servicio prestado, esto se da debido a "no contar con información pertinente que les permitan tomar decisiones para mejorar la calidad del servicio les es imposible adaptarse a los cambios constantes y a sujetarse a las necesidades que el consumidor demanda" (Imbaquingo, 2019, p.17); esto a su vez dificulta la observancia de las falencias que tiene el sector de restaurantes en cuanto a la deficiente ejecución de los servicios prestados como el desinterés en desarrollar un servicio más personalizado basado en el crecimiento continuo del talento humano y la infraestructura adecuada; con la finalidad de cumplir con los estándares de calidad basándose en las instalaciones del restaurante,

la accesibilidad, el capital humano, la atmósfera y por supuesto la comida (Vera y Trujillo, 2017).

Por lo tanto, de no llevarse a cabo esta investigación los propietarios y trabajadores de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán no tendrán un diagnóstico en el cual sustentarse sobre los efectos negativos que tiene el desconocimiento de la distancia existente entre lo que los clientes desean y lo que se oferta, dentro del panorama de la calidad; provocando directamente que dichos establecimientos corran el riesgo de cerrar debido que no cumplen con las expectativas de los consumidores.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿La baja calidad del servicio de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán determina el nivel de satisfacción de sus clientes?

1.3. JUSTIFICACIÓN

El presente estudio sobre la calidad del servicio y satisfacción del cliente en los restaurantes de comida rápida en la ciudad de Tulcán constituye un tema de importancia en el ámbito empresarial que surge desde la necesidad de conocer la brecha existente entre la calidad del servicio ofertado, las expectativas y las percepciones de los clientes; según Imbaquingo (2019) "la calidad del servicio se ha convertido en una parte fundamental para el desempeño de los establecimientos el cual permite ser más competitivos, por ende, los recursos humanos deben estar motivados para que entiendan las necesidades de los consumidores" (p.17); además, la importancia de establecer como se encuentra actualmente la calidad del servicio radica en poder generar estrategias que permitan satisfacer las necesidades que tiene la demanda de este tipo de establecimientos.

Sobre esto, López (2018) menciona que "la calidad del servicio es uno de los aspectos principales que deben de tener en cuenta las organizaciones, dado que los clientes cada vez exigen un mejor trato al momento de adquirir un producto" (p.3); los clientes actualmente ya no solo buscan un buen precio, sino también se centran en aspectos como una buena atención, un ambiente agradable, un trato personalizado, efectividad en el servicio, comodidad y seguridad. Según Silva y Jhonson (2022) en un estudio de 580 restaurantes del Ecuador "la calidad del servicio resulta en un 75% colocándose en una categoría medianamente favorable y la percepción de la

satisfacción del cliente en un 58,6%; concluyendo que existe la necesidad de enfocar mayor atención en la excelencia del servicio al consumidor" (p.4); en el caso de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán, la calidad del servicio de estos establecimientos tiene un nivel del 36,8% encontrándose en la categoría de necesita mejorar (Imbaquingo, 2019); demostrando la necesidad de conocer las características que conllevan a estos niveles de calidad del servicio con la intención de generar posibles estrategias de mejora.

Por otro lado, el tema de estudio adquiere relevancia debido a que beneficia a los propietarios de los establecimientos de comida rápida de Tulcán, ya que se pretende mostrar un diagnóstico pertinente acerca de relación existente entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente con la intención de que se puedan tomar acciones correctivas en cuanto a las problemáticas encontradas.

Finalmente, esta investigación contribuye con el objetivo 1 del eje económico del Plan de Creación de Oportunidades 2021 – 2025, con el que se pretende "Incrementar y fomentar, de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales"; pues con la toma de decisiones adecuada a través de la información presentada se puede impulsar el crecimiento del sector gastronómico de la ciudad de Tulcán.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Determinar la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de los restaurantes de comida rápida de la ciudad Tulcán por medio del modelo EMCASER.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Analizar los criterios de selección que utilizan los clientes de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán para la decisión de compra.
- Realizar un diagnóstico sobre la calidad del servicio de los restaurantes de comida rápida para conocer el nivel de satisfacción del cliente en base al servicio ofertado.
- Establecer la relación existente entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cuáles son los aspectos más relevantes que los clientes buscan en el servicio de los restaurantes de comida rápida?
- ¿Cuál es el nivel de calidad del servicio de los restaurantes de comida rápida en base a las percepciones de sus clientes?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los clientes de comida rápida de la ciudad de Tulcán?
- ¿Cuál es la relación existente entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

En este apartado se muestran algunas investigaciones que aportaron técnica y metodológicamente en el desarrollo del presente trabajo; dichos aportes se muestran a continuación:

La primera investigación tomada en consideración fue desarrollada por Monroy y Urcádiz (2018) y se titula: *Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México*; el propósito de este trabajo fue determinar la percepción promedio de la calidad en el servicio y su incidencia en las medias de la satisfacción del cliente; sobre el destino turístico de la Ciudad de La Paz, se consideraron a los restaurantes especializados en comida italiana, mexicana, japonesa, internacional y de mariscos, según la clasificación de la CANIRAC en Baja California Sur, la población de estudio corresponde a los comensales mayores de 18 años clasificados dentro de las especialidades anteriormente descritas; para ello, "se aplicaron encuestas a comensales valorando cinco dimensiones (instalaciones, accesibilidad, capital humano, atmósfera y la comida) y una serie de análisis de varianza donde los factores fueron los tipos de especialidades de restaurantes" (Monroy y Urcádiz, 2018, p.1). En esta investigación es posible concluir que, en la industria restaurantera del destino turístico de la ciudad de La Paz, la calidad en el servicio es bien evaluada, ya que, al momento de hacer un análisis inferencial de las percepciones generadas por los comensales, se encontró que la variable relacionada calidad en el servicio, la media global fue de 4,06, lo que representa una efectividad del 81,30% del servicio; mientras que, en la variable relacionada en la satisfacción del cliente, ésta fue del 81,90% (4,09 de 5). La principal contribución fue la presentación del modelo EMCASER para la medición de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente enfocado netamente en el sector restaurantes; esta investigación fue de utilidad debido a que se toma en consideración al modelo

EMCASER y sus dimensiones, mismas que sirvieron de bases para la medición de las variables de estudio.

El segundo trabajo que aporta al desarrollo de la presente investigación fue llevado a cabo por Nicholson (2021) de la Universidad de Panamá, denominado: *Análisis de la calidad del servicio y su relación con el nivel de satisfacción del cliente en el restaurante de comida rápida KFC*, en el cual se encontró que la calidad en el servicio al cliente dentro de un restaurante de comida rápida refleja una ventaja competitiva y el éxito en el desempeño de este, muestra el nivel de satisfacción de los consumidores respecto al servicio que le es entregado al cliente (Nicholson, 2021). La información de esta investigación proporcionó una visión más clara con respecto a las percepciones de los clientes dando como resultado un nivel de satisfacción alto en cuanto al servicio que ofrece el restaurante KFC; además, se presenta un análisis de las diferentes fortalezas que tiene este restaurante de comida rápida tan reconocido a nivel mundial, un ejemplo de esto es que más del 68% de sus clientes mencionan estar satisfechos con el servicio recibido.

La tercer investigación fue desarrollada por López (2018) de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, con su trabajo: *Calidad del servicio y satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*; esta investigación muestra que "existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente" (López, 2018, p.15) y que existió una insatisfacción con las dimensiones de respuesta inmediata y la empatía; se pudo evidenciar además, que la baja calidad del servicio percibida se debe en su mayoría a la falta de capacitación y motivación por parte de la empresa hacia el personal; para contrarrestar dicha situación se proponen programas de capacitación y de calidad dirigidas al personal y con esto crear una ventaja competitiva; la principal conclusión a la que se llegó es que existe correlación de Pearson significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente del 0,697, lo cual señala que a mayor calidad del servicio ofrecido por el restaurante va a haber una mayor satisfacción al cliente; este trabajo fue de utilidad debido a que se establece la importancia que tiene el talento humano para brindar un servicio de calidad mencionando que se debe capacitar y motivar tanto al personal administrativo como al personal de servicio, además, de esta investigación se obtuvo un análisis del entorno en cuanto a los restaurantes ecuatorianos.

El cuarto trabajo tomado en consideración fue desarrollado por Monroy (2019) y se titula: *Factores de la satisfacción del cliente: perspectivas en restaurantes de comida rápida*; el propósito de esta investigación fue proporcionar una revisión minuciosa de la bibliografía sobre los conceptos y perspectivas de autores sobre las dimensiones de la satisfacción de cliente y su incidencia en los restaurantes de comida rápida, para ello, se considera a temas como: qué impacto tiene y cómo se realiza la evaluación de la satisfacción del cliente y qué la determina en organizaciones pertenecientes al segmento de comida rápida (Monroy, 2019). El principal aporte de esta investigación se centra en dos aspectos: el primero en término de la academia, en donde investigadores pueden comprender y analizar diversas perspectivas a considerar al estudiar a los consumidores; y en segunda instancia, a nivel de gestión proporciona una herramienta para la resolución de problemas y su aplicación pragmática en un entorno cada vez más competitivo. Por supuesto, esta investigación fue de ayuda para el presente trabajo para sustentar teóricamente las variables calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

La quinta investigación tomada en consideración fue llevada a cabo por Huanes y Aguilar (2020) denominada: *La calidad del servicio y satisfacción de los clientes de un restaurante de comida rápida en la ciudad de Trujillo – La Libertad*; el objetivo general de este trabajo fue determinar la relación existente entre las variables de estudio; en cuanto a la metodología, “el tipo de investigación que se utilizó para esta investigación es de tipo correlacional, cuya utilidad y propósito principal son saber cómo se puede comportar una variable conociendo el comportamiento de otra” (Huanes y Aguilar, 2020, p.7), y la hipótesis planteada fue si “existe relación significativa entre calidad de servicio y grado de satisfacción de los clientes de un restaurante de comida rápida en la ciudad de Trujillo” (Huanes y Aguilar, 2020, p.7); después del desarrollo de la investigación se concluyó que el grado de satisfacción de los comensales del restaurante se encuentra en la categoría de satisfecho “ya que el 91% de los comensales lo considera de esa manera; finalmente, se concluyó que si existió relación significativa entre calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurante de comida rápida” (Huanes y Aguilar, 2020, p.7); este trabajo fue de ayuda en la parte metodológica, es decir, que se pudo establecer la relación existente entre las dimensiones de la calidad del servicio tomadas en consideración en la presente investigación y la satisfacción del cliente.

Finalmente, se tomó en consideración a la investigación de Imbaquingo (2019) de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, la cual se titula: *La oferta y la calidad del servicio en el sector restaurantes de la ciudad de Tulcán en el primer trimestre del 2019* y su objetivo principal fue determinar las brechas que existen en el momento de brindar el servicio; esto por supuesto llevado a cabo por medio de la propuesta de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) con el modelo Servqual y sus dimensiones que permiten medir la oferta y la calidad del servicio en el sector restaurantes de la ciudad de Tulcán; además, se muestran resultados importantes como que existen cuatro factores representativos según el criterio de los clientes para obtener calidad, como una atención personalizada, personal capacitado, servicio rápido y elementos tangibles; y con la información se determinaron brechas en la entrega del servicio, la comunicación y la brecha del conocimiento; como principal conclusión se obtuvo que los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán cuentan con un nivel del 36,8% encontrándose en la categoría de necesita mejorar. Esta investigación fue de utilidad debido a que presenta información directa del sector de estudio como son los restaurantes de la ciudad de Tulcán en referencia a la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

2.2. MARCO TEÓRICO

La calidad en el servicio al cliente es fundamental para garantizar la rentabilidad y el éxito de cualquier empresa. Además de contribuir con la lealtad del consumidor hacia un producto tangible o intangible, garantiza la viabilidad y éxito de la compañía dentro del mercado competitivo que existe en la actualidad.

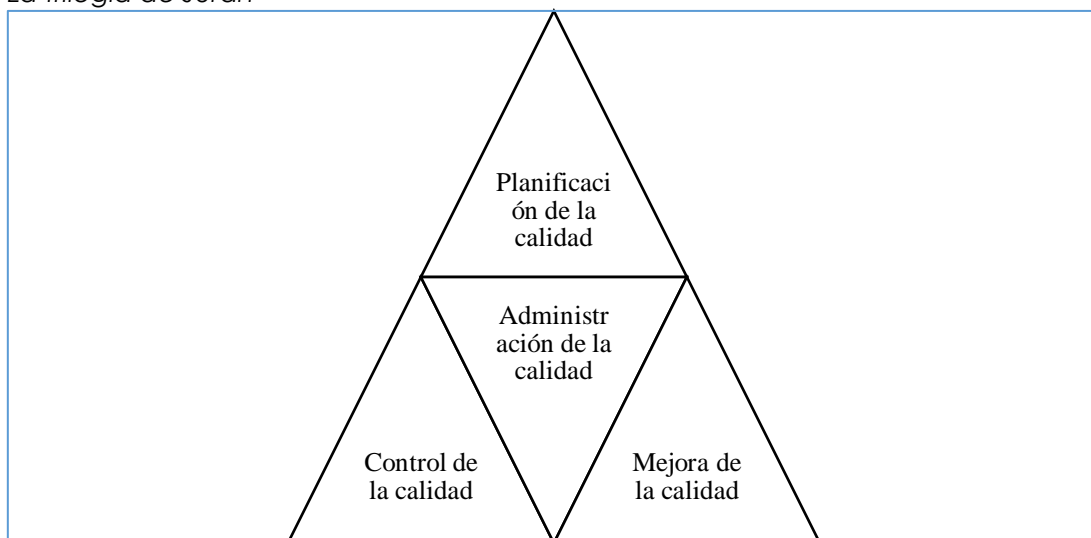
Existen muchas teorías que sustentan las implicaciones existentes sobre lo que es la calidad y de cómo conseguir implementarla en mayor medida en los diferentes tipos de productos; por ello, para fundamentar la variable independiente (calidad de servicio) se toma en consideración a la teoría "La trilogía de Juran" como base para el análisis de la calidad del servicio; en el caso de la variable dependiente (satisfacción del cliente) se ha tomado como referencia a "La teoría de los dos factores en la satisfacción del cliente" debido a que analiza de manera crítica a la insatisfacción y satisfacción del cliente; finalmente, se considera al modelo EMCASER para la estructura metodológica en cuanto a la medición de las variables de estudio.

2.2.1. La trilogía de Juran

Para empezar a hablar de la trilogía de Joseph Juran primero se debe tomar en consideración el concepto de la administración de la calidad total (Total Quality Management) el cual se refiere al énfasis que toda una organización pone en la calidad, desde el proveedor hasta el cliente; por consiguiente, enfatiza el compromiso de la gerencia de dirigir continuamente a toda la compañía hacia la excelencia en todos los aspectos de los productos tangibles e intangibles que son importantes para el cliente (Reyes, 2019). Se puede decir que es un marco de gestión basado en la creencia de que una empresa u organización puede alcanzar los objetivos a largo plazo si todos sus miembros colaboran entre sí para mejorar la calidad del servicio y por lo tanto la satisfacción del cliente; hay que resaltar que la organización tiene que otorgarle a cada miembro las herramientas necesarias para lograrlo, es decir, tiene que capacitar, adiestrar y desarrollar a su talento humano, buscando siempre la mejora continua.

La trilogía fue presentada por el Dr. Joseph M. Juran en 1986 con un objetivo claro, que es la gestión de la calidad; en la actualidad, se ha convertido en la base de la mayoría de las mejores prácticas de gestión de calidad del mundo (Reyes, 2019); cabe resaltar que Juran es uno de los principales representantes de la calidad total; la trilogía de la calidad explicada indica que cualquier organización que implemente una gestión de calidad total tendrá que tener tres procesos que son: planeación de la calidad, control de la calidad y mejora de la calidad (Juran, 1998).

Figura 1.
La trilogía de Jurán



Nota: Proceso de la trilogía de Juran (1998)

Bajo este contexto, la planificación de la calidad es “el proceso estructurado para desarrollar productos que aseguren que las necesidades del consumidor se satisfagan con el producto final” (Anzoise y Scaraffia, 2021, p.271); este proceso es necesario, no solo para los bienes y servicios requeridos por los clientes externos, sino que, además, para los clientes internos, entendiendo a estos como los miembros de la empresa, quienes forman parte del producto o proceso; es decir, que ayuda a que los involucrados dentro de la prestación del servicio puedan responder a las necesidades de los clientes.

Según Anzoise y Scaraffia, (2021) este proceso es capaz de lograr las metas de calidad bajo las condiciones de operación y consta de una serie de pasos que comprende:

- Fijar objetivos de calidad.
- Identificar a los clientes.
- Determinar las necesidades de los clientes.
- Desarrollar características del producto que respondan a las necesidades de los clientes.
- Desarrollar procesos que sean capaces de producir esas características; y
- Establecer controles de proceso, y transferir los planes resultantes a las fuerzas operativas.

Por otro lado, el control de calidad “es un proceso de gestión universal para conducir operaciones de modo de proveer estabilidad – para prevenir cambios adversos y mantener el “status quo”” (Juran y Godfrey, 1998, p. 95); este proceso incluye evaluar el comportamiento de calidad real donde el comportamiento real debe compararse con los objetivos establecidos y luego actuar sobre la diferencia; es decir una comparación entre las expectativas de los administradores y las percepciones que tienen los clientes.

Finalmente, la mejora en la calidad se entiende como creación organizada de un cambio beneficioso y se define como “elevar el comportamiento de la calidad hasta unos niveles sin precedentes” (Juran, 1998, p. 16); según Juran (1996) esta etapa conduce las operaciones a niveles de calidad marcadamente mejores de aquellos que se han planteado originalmente y requiere:

- Establecer infraestructura necesaria para asegurar la mejora anual de la calidad.
- Identificar las necesidades específicas para mejorar.
- Crear para cada proyecto, un equipo que tenga la responsabilidad de dirigir el proyecto hacia un fin satisfactorio.
- Proporcionar los recursos, la motivación y la formación necesaria para que los equipos diagnostiquen las causas, fomenten los remedios y establezcan controles para que perduren los logros.

2.2.2. Calidad del servicio

Actualmente los clientes o usuarios se desenvuelven en un mundo cambiante, que evoluciona y se vuelve cada vez más selectivo, por lo tanto, demanda servicios de mayor calidad. Es importante satisfacer las necesidades y las demandas del cliente, pero, ¿a qué se considera como un servicio de calidad?; para Salazar (2021) la calidad del servicio es:

Una herramienta estratégica que permite que un precio agregado no cuantificable, que es considerado por el cliente para la adquisición inmediata, representa un eje de confiabilidad que el personal de una organización ofrece a través de la comunicación parámetros informativos del producto, también refleja un valor agregado que involucra la preferencia del cliente para sustentar una necesidad con base a los servicios de calidad ofrecidos (p.11).

Por otro lado, la calidad del servicio no es un tema reciente para las empresas; los clientes siempre han exigido una mejor atención al adquirir un producto tangible o intangible, incluyendo por supuesto a aspectos como la confiabilidad, tiempos y precios razonables, así como una constante innovación (Solórzano y Nereida, 2014); por estas razones las empresas se han visto en la necesidad de tomar acciones con el fin de satisfacer tales exigencias. La calidad del servicio radica en la discordancia entre los deseos del cliente sobre un servicio y la percepción del servicio; la calidad básicamente es el sentido en que las necesidades de los consumidores son múltiples y diversas porque contienen varios aspectos para su análisis (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1998).

La calidad en el servicio se puntualiza como un efecto del proceso de evaluación entre las expectativas que generan los administradores de las empresas y las percepciones de los clientes; es decir, "lo que el cliente quiere y lo que realmente recibe, da como resultado la calidad de servicio; hoy en día es importante tratar de entender las necesidades del cliente lo cual permita que las percepciones que reciban sean más elevadas que las expectativas" (Imbaquingo, 2019, p.28); muchas veces la calidad del servicio es percibida por la capacidad en que los oferentes atienden al cliente por lo que se debe definir las expectativas que dichos clientes tienen sobre la oferta; para Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), las expectativas pueden ser definidas como "las predicciones hechas por los consumidores sobre lo que es probable que ocurra durante una transacción inminente" (p. 18).

En relación a la medición del constructo de la calidad en el servicio, el instrumento más utilizado es el SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988); no obstante, dentro de esta investigación para la medición de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente se hace uso del modelo EMCASER (Escala mexicana de calidad en el servicio en restaurantes) desarrollado por Vera y Trujillo (2017) la cual se desarrolló como una herramienta para medir la calidad del servicio en los restaurantes y la satisfacción de los comensales por medio de 26 ítems agrupados en 5 dimensiones como son: instalaciones, accesibilidad, capital humano, atmósfera y comida.

2.2.3. Modelo EMCASER

El modelo EMCASER fue creado para analizar la percepción del cliente sobre la calidad del servicio que recibe del restaurante en cuanto a la atención de los empleados y características de las instalaciones para satisfacer todas las necesidades que los clientes requieren (Vera y Trujillo, 2017).

La satisfacción del cliente se encuentra influida de una manera significativa por la evaluación que se hace del producto tangible e intangible; en el caso de los restaurantes "las características más relevantes podrían ser: la atención del personal, los horarios, las instalaciones, el mobiliario, la variedad de los platillos, la sazón de los platillos, el ambiente del restaurante, el tiempo en el que prestan el servicio" (De la Cruz, 2021, p.29); la industria gastronómica debe evaluar tanto la satisfacción del

cliente como la calidad del servicio para diferenciarse de la competencia y así definir una imagen de mercado que le permita desarrollar una ventaja competitiva.

Asimismo, sugiere que las estrategias enfocadas en la satisfacción del cliente, la generación de ingresos y la calidad del servicio pueden ser más rentables que las estrategias centradas en la reducción de costos, ya que un cliente satisfecho dejará atrás a la competencia y, en general, comprará servicios comunicando a otros clientes potenciales una percepción positiva sobre la experiencia en el proceso (Vera y Trujillo, 2017).

2.2.4. Dimensiones del modelo EMCASER

El modelo EMCASER se centra en la calidad del servicio en restaurantes y su medición; para ello, se llevó a cabo un estudio planteando diferentes dimensiones enfocadas en los restaurantes, así pues, al finalizar la investigación de Vera y Trujillo (2017) se obtuvieron a 5 componentes que se relacionan de forma directa con la satisfacción del cliente, estas dimensiones son: instalaciones, accesibilidad, capital humano, atmósfera y comida.

2.2.5. Instalaciones

La dimensión de instalaciones trata acerca de la organización de “un espacio o conjunto de objetos que servirán para la preparación de platos de un restaurante, es así que esta dimensión estará compuesta por la higiene del restaurante, el aspecto visual, la comodidad del mobiliario y la ubicación del restaurante” (De la Cruz, 2021, p.30); dentro de este aspecto Monroy y Urcádiz (2018) mencionan que los indicadores para el componente de instalaciones son: las características físicas del restaurante idóneas para la comodidad, el confort en el mobiliario y los muebles, por último, se toma en cuenta la limpieza de las instalaciones.

Por un lado, la importancia del atractivo arquitectónico de las instalaciones en los restaurantes se ve reflejada por la percepción de los clientes y su tendencia a considerar a factores que permitan la mayor comodidad al ingerir sus alimentos en base a gustos y preferencias (Monroy, 2019); Además, cuando se pretende emprender un negocio de restauración desde cero se debe contar con instalaciones adecuadas para la elaboración de productos de calidad (FRINUS, 2018). En muchas ocasiones para los clientes dentro de un restaurante las instalaciones son más

importantes que la comida, dicho aspecto es el cuarto de los motivos para ir a un restaurante; por delante están la bienvenida (trato y/o servicio), el ambiente y las instalaciones (IYCSA, 2019).

En base al modelo EMCASER el mobiliario es uno de los aspectos más importantes dentro de la dimensión de instalaciones, hoy en día, la decoración y el mobiliario es uno de los "ingredientes" clave para marcar la diferencia frente a la competencia; dentro del mercado, el nivel competitivo entre estos establecimientos con interiores e instalaciones modernas es muy elevado; tal es el caso, que cada vez son más los propietarios y gerentes de los restaurantes que requieren de la experiencia de profesionales en el diseño de interiores; todo esto con el fin de conformar un conjunto único y acorde con el estilo del local, la comida que sirve y los clientes que frecuentan el restaurante, para que estos sientan la mayor comodidad posible (Horeca Professional, 2019).

Por otro lado, dentro del mobiliario es importante la distribución misma que tiene algunos criterios mínimos que deben ser respetados con la intención de alcanzar la comodidad de los clientes (Rodríguez, 2022), como, por ejemplo:

- La disposición del espacio, respetando las distancias mínimas
- Las medidas de las mesas y sillas
- Los materiales a los que hay que dar prioridad
- La disposición de los muebles
- Los colores y otras especificidades
- Las instalaciones para acoger niños y personas con discapacidad.

2.2.6. Accesibilidad

La accesibilidad es imprescindible para la población, necesaria y cómoda; disponer de esa accesibilidad en restaurantes, bares y cafeterías permite que todas las personas puedan acceder a estos servicios en igualdad de condiciones, con seguridad y con autonomía. Monroy y Urcádiz (2018) indican que dentro del modelo EMCASER para el componente de la accesibilidad se plantean indicadores como la ubicación del restaurante, las opciones de pago y las facilidades de estacionamiento.

En general todos los comensales de un restaurante tienen igual importancia, por ello, todos estos clientes deben tener sus diferentes necesidades cubiertas; en el caso de la accesibilidad en los restaurantes conforma una forma de garantizar que todo el mundo pueda encontrar y acceder al establecimiento (Rodríguez, 2022). Además, dentro de los restaurantes las adaptaciones son esenciales para garantizar una accesibilidad adecuada, pero también son muy importantes para ir más allá y ofrecer un servicio cómodo y satisfactorio a todos los clientes (Rodríguez, 2022).

En el caso del indicador opciones de pago, en la actualidad existen nuevas tecnologías y sistemas utilizadas por varios establecimientos para mejorar la conveniencia de los pagos para el consumidor; cada vez es más importante para los restaurantes mejorar la experiencia del cliente y el proceso de gestión de las finanzas (Kaur, 2021).

La industria de los restaurantes invierte mucho tiempo y energía en ofrecer la mejor experiencia a los consumidores; la hospitalidad y el servicio son siempre de suma importancia, especialmente para las marcas que intentan establecerse. La forma en que los restaurantes manejan los pagos suele ser arcaica, ineficiente y requiere mucho tiempo; por ello, a medida que la industria ha evolucionado, la necesidad de una mejor tecnología de pago se ha vuelto cada vez más urgente; afortunadamente, hay una serie de soluciones de vanguardia que facilitan a los restauradores actualizar sus sistemas de pago, como, por ejemplo: pago con tarjeta, pago en efectivo, pago por transferencia, o pago por cheque. (Kaur, 2021).

La falta de puestos de estacionamiento afecta la calidad de vida y productividad de la población, es por eso que no contar con la capacidad del estacionamiento adecuada puede afectar de manera directa las ventas de un negocio. Grandes comercios como centros comerciales diseñan sus espacios analizando la cantidad y desplazamiento de la población, sin embargo, esta ya no es una característica que únicamente preocupe a grandes comercios, los negocios más pequeños también se ven afectados (Riders, 2022). El no contar con un estacionamiento permite mejorar la plantilla de servicios que son ofrecidos a los clientes, por lo que es importante cumplir con ello, además de evitar problemas con los vecinos (El Universal, 2015).

2.2.7. Capital humano

El capital humano hace referencia a la capacidad productiva de una empresa en base a la calidad de formación de sus colaboradores y a su experiencia de trabajo; en cuanto a su importancia, esta reside en reconocer el papel clave que juegan los trabajadores en la realización de las tareas imprescindibles para el éxito de la empresa; después de todo, a mayor capacidad del equipo humano, las tareas que se realicen en el seno empresarial serán más eficientes y se podrán cumplir los objetivos propuestos (APD, 2021). Para esta dimensión del modelo EMCASER, Vera y Trujillo (2017) concluyen que los indicadores para medir el capital humano en cuanto a la calidad del servicio de los restaurantes son: el trato cordial, el aspecto físico del personal, el conocimiento del personal, la eficiencia en las demandas del cliente, trato con familiaridad y entendimiento de las necesidades.

Según Sidharta y Affandi (2016) definen al capital humano como "la sangre vital del capital intelectual; es una fuente muy útil de conocimiento, habilidades y competencias en una empresa y la relación con el liderazgo efectivo" (p.1247). "El capital humano es donde se consideran aspectos como know how - conocimiento del personal por capacitación, formación profesional, experiencia, habilidades y destrezas" (Salazar y Osorio, 2016, p.347); básicamente el capital humano comprende la experticia que tiene el personal en las organizaciones, el cual una vez adquirida conforma una herramienta poderosa para cualquier empresa y una ventaja competitiva innegable.

Dentro de esta dimensión la importancia del capital humano radica en el crecimiento de los establecimientos como restaurantes, los gerentes de estos establecimientos se han dado cuenta que el impulso principal para alcanzar el éxito se encuentra en las habilidades de sus empleados; las tendencias de los mercados cada vez más competitivos hace que se requiera de un personal capacitado y con el talento para atender las necesidades de los clientes, "en la medida en que se ha ido avanzando en la transformación digital, la gestión de talento humano también ha ido evolucionando, ocasionando un desarrollo directo en la productividad, eficacia y crecimiento en las empresas" (CIMD, 2019). Por ello, en establecimientos como restaurantes de comida rápida es necesario reconocer la importancia del capital humano como uno de los ejes competitivos más importantes para el cliente.

2.2.8. Atmósfera

La atmósfera se encuentra definida como el aire o el ambiente de un determinado lugar, por lo que esta dimensión estará conformada por los indicadores como la iluminación agradable, aroma del lugar, música ambiental, presentación del personal, temperatura agradable, conocimiento del personal y la rapidez en la atención (Vera & Trujillo, 2017); una atmósfera en un negocio como los restaurantes se deben tomar en cuenta el conjunto de elementos sensoriales como: la vista, el olfato, el tacto, el oído y el gusto; los cuales juegan un papel importantísimo en la creación de un lugar que vaya acorde con la imagen que quiere transmitir hacia sus clientes (Mobydec, 2017); los indicadores propuestos para esta investigación y según Monroy y Urcádiz (2018) son: iluminación del restaurante adecuada y confortable, el ambiente acorde (música y/o monitores), la comodidad en base al tipo de clientes, la percepción de olores y el clima del establecimiento (aire acondicionado o calefacción).

Heung y Gu (2012) definen a la atmósfera como “el diseño consciente del espacio para producir una serie de efectos emocionales en el comprador con el objetivo de incrementar su probabilidad de compra” (p.1169); esta atmósfera descrita por Kotler (1973) puede ser captada por el consumidor a través de los cinco sentidos propios del ser humano: vista, oído, olfato, gusto y tacto; según Bitner (1992) la dimensión de atmósfera se divide en componentes como las condiciones ambientales, el diseño espacial y funcional, y las señales, símbolos y artefactos.

Por un lado, las condiciones ambientales involucran aquellos aspectos propios de la naturaleza del entorno: elementos como la temperatura, la iluminación, el ruido, la música y los olores. En cuanto al diseño espacial y funcionalidad, el diseño espacial hace referencia a la maquinaria, equipamientos y mobiliario, así como a su tamaño, forma y disposición entre ellos mientras que, por otra parte, la funcionalidad indica el grado con el que ese activo tangible facilita el desarrollo y cumplimiento de las metas (Bitner, 1992).

2.2.9. Comida

Esta dimensión trata acerca de la comida que se prepara de forma estandarizada para su consumo inmediato de los clientes, es así que esta dimensión se encuentra

estructura por los indicadores: sabor de la comida, el olor de la comida, la frescura de los alimentos, el tamaño del platillo, apariencia del platillo y otros aspectos (De la Cruz, 2021, p.30). Monroy y Urcádiz (2018) llegan a la conclusión de que los indicadores apropiados para medir este componente tan importante para la satisfacción del cliente en los restaurantes son: el sabor de los alimentos y bebidas, el aroma de la comida, la presentación atractiva de los alimentos, la asepsia de la comida y la temperatura adecuada para el consumo. Ladhari et al. (2008) sugieren que la satisfacción del consumidor con el servicio del restaurante viene determinada por la calidad de la comida, la relación calidad/precio de la comida y la manera con la cual el servicio es entregado; es así que, la comida puede ser considerada el aspecto más importante.

2.2.10. La teoría de los dos factores en la satisfacción del cliente

Para empezar a hablar de la teoría de los dos factores, primero se debe conceptualizar la satisfacción del cliente; sobre esto Bruni (2017) menciona que es "la clave para una mejora continua, se trata de una herramienta de gestión que puede ser un poderoso estímulo de aceleración y orientación para cambiar los aspectos organizativos, culturales y técnicos" (p.16); también puede considerarse a este aspecto como una respuesta positiva por parte del cliente al producto influenciando la lealtad. Por otro lado, Morocho (2019) opina que la satisfacción del cliente "es un factor que corresponde a todo tipo de empresas, sin embargo, se debe resaltar que generar esta satisfacción requiere de un servicio marcado por la calidad, es decir que se debe ofertar algo más que un simple producto" (p.16); la satisfacción del cliente está ligada a cada transacción específica, a diferencia de las actitudes hacia un producto tangible o intangible que es genérico y puede existir sin una experiencia personal específica de compra y consumo.

La teoría de los dos factores en la satisfacción del cliente fue planteada por Carmona y Leal (1998) la cual pretende explicar la asociación existente entre un producto y la satisfacción o insatisfacción del cliente; la teoría sostiene que "unas dimensiones de los productos o servicios están relacionadas con la satisfacción del cliente, y otras muy diferentes están relacionadas con la insatisfacción del cliente" (Carmona y Leal, 1998, p.55); es decir, que los factores a los que se refiere la teoría son específicamente la satisfacción y la insatisfacción, y como se miden estos conceptos; por ende, lo que

se plantea hacer dentro de esta investigación es considerar a la calidad del servicio y la satisfacción del cliente a través de los ítems que presenta el modelo EMCASER.

2.2.11. Niveles de satisfacción

Para Kotler y Armstrong (2003) luego de realizada la compra o adquisición de un producto tanto tangible como intangible, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

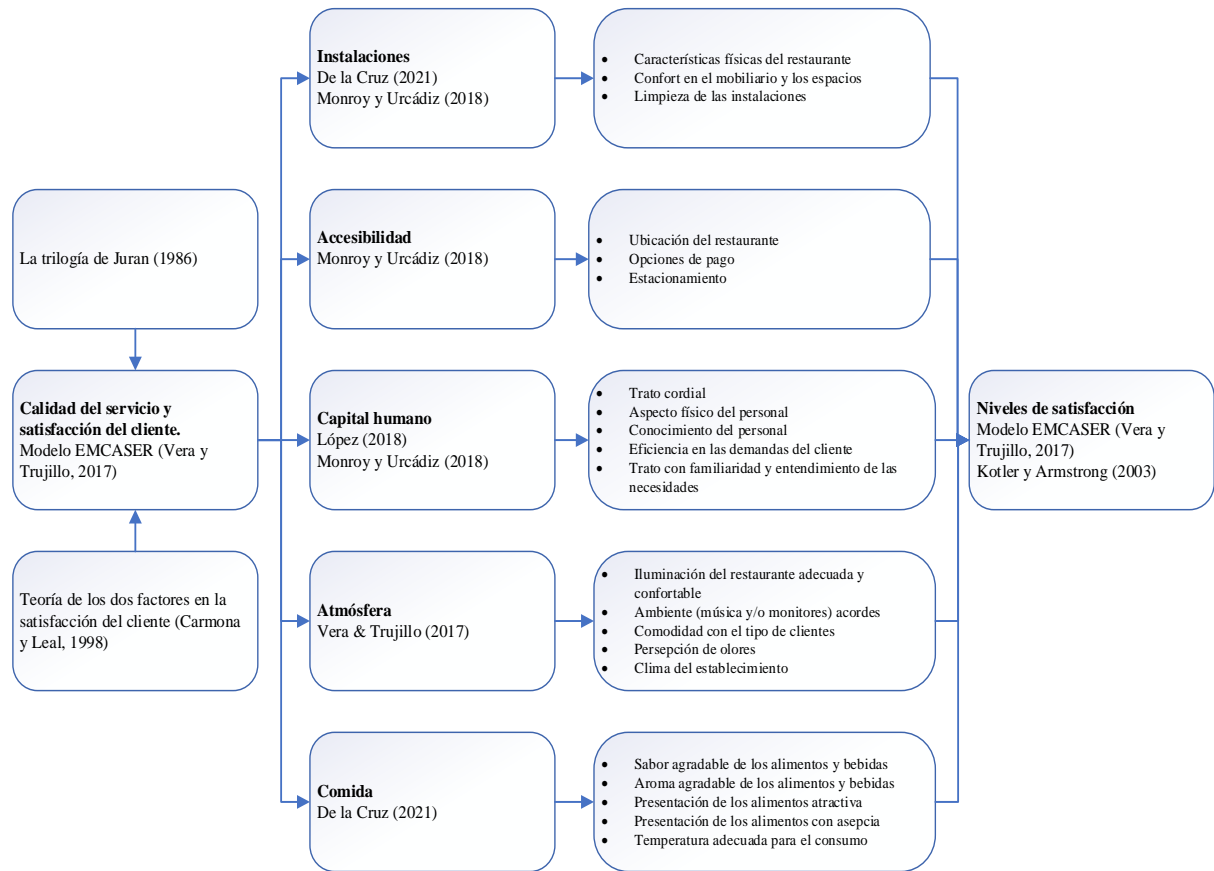
- Insatisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
- Satisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.
- Complacencia: Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Dependiendo el nivel de satisfacción del cliente, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa; por ejemplo, un cliente insatisfecho cambiará de marca o proveedor de forma inmediata (deslealtad condicionada por la misma empresa). Por su parte, el cliente satisfecho se mantendrá leal; pero "tan solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor (lealtad condicional). En cambio, el cliente complacido será leal a una marca o proveedor porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional (lealtad incondicional)" (Kotler y Armstrong, 2003, p.11).

En el caso de esta investigación se toma en consideración el modelo EMCASER en el cual Vera y Trujillo (2017) dividen el nivel de satisfacción en la escala de totalmente insatisfecho, insatisfecho, ni satisfecho/ni insatisfecho, satisfecho y totalmente satisfecho; para el reconocimiento de la satisfacción del cliente. Monroy y Urcádiz (2018) consideran aplicar una pregunta por cada dimensión dentro del modelo EMCASER debido a que en base a los ítems planteados el cliente puede valorar el nivel de satisfacción con respecto a las instalaciones, accesibilidad, capital humano, atmósfera y comida.

Figura 2.

Cuadro de literatura de la calidad del servicio y satisfacción del cliente



Nota: Elaboración propia

Como se puede apreciar en la gráfica las teorías base utilizadas para contextualizar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente son "La trilogía de Jurán" y la "Teoría de los dos factores en la satisfacción del cliente" respectivamente, así pues, se utiliza al modelo EMCASER para medir las variables de estudio propuestas y se sustenta sus dimensiones por medio de diferentes autores que apoyan los indicadores propuestos.

2.2.12. Sector de restaurantes de comida rápida

El sector de restaurantes actualmente tiene una participación muy importante dentro del mercado global, por un lado, "estos establecimientos son considerados una fuente de ingreso significativo para el país, sin embargo, se desconoce si estos sectores cuentan con los procesos o los conocimientos necesarios sobre dimensiones que permite determinar la calidad del servicio que se están brindando" (Imbaquingo, 2019, p.16).

Por otro lado, los restaurantes de comida rápida conforman una cultura gastronómica que proyecta una forma de vida que en la actualidad se ha vuelto muy popular; de hecho, los restaurantes de comida rápida representan más del 50% de las ventas en todo el sector gastronómico; el mundo contemporáneo se define por la velocidad, un estilo de vida agitado exige buscar soluciones rápidas para ahorrar tiempo, incluido el comedor, y aquí es donde prospera y prolifera la industria de la comida rápida (Lebreault, 2022). Además, la comida rápida en el periodo de 2020 y 2021 ha registrado un comportamiento del negocio más positivo que el del conjunto del sector de los restaurantes. Mientras que en 2019 su participación en el mercado total de la restauración era del 16,1%, en 2021 ha aumentado hasta el 22% (Restauración News, 2021), lo que indica que este sector es de gran importancia para el crecimiento económico y para la vida diaria de muchas personas.

Por estas razones, se considera la medición de la calidad del servicio que estos establecimientos brindan a los consumidores basándose en la satisfacción de los mismos; sobre esto, Monroy y Urcádiz (2018) mencionan que el modelo EMCASER desarrollado por Vera y Trujillo (2017) es el que más se apega a las necesidades metodológicas que tiene el sector de restaurantes en cuanto a la calidad del servicio.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

En este apartado se muestra la metodología que se utilizó para determinar la calidad del servicio de los restaurantes de comida rápida de la ciudad Tulcán y la satisfacción de los clientes.

3.1.1. Enfoque

La investigación se desarrolló desde un enfoque cuantitativo, el cual, según Hernández (2014) "utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías" (p.4); por ello, este trabajo adopta este enfoque debido a que se toma en consideración características de análisis cuantitativo como la medición de la calidad del servicio de restaurantes de comida rápida a través del modelo EMCASER con dimensiones como las instalaciones, accesibilidad, capital humano, atmósfera y comida; y los niveles de satisfacción del cliente.

3.1.2. Modalidad

Por otro lado, esta investigación se llevó a cabo bajo una modalidad no experimental, que, según Hernández (2014) "es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables y en la que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos" (p.152); en este caso, lo que se pretende es comprender y analizar las características de la calidad del servicio de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán y como se relacionan con la satisfacción de los comensales.

3.1.3. Tipo de Investigación

Para el desarrollo del presente trabajo se necesitó de los siguientes tipos de investigación:

- **Investigación exploratoria:** Según Hernández (2014) sirve para “familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, indagar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, sugerir afirmaciones y postulados” (p.91); se consideró este tipo de investigación debido a la necesidad de recopilar información sobre las características de las variables de estudio para tener un contexto claro sobre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.
- **Investigación descriptiva:** Según Hernández (2014) menciona que “con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p.92); este tipo de investigación fue de ayuda para referir las dimensiones de la calidad del servicio de los restaurantes de comida rápida de Tulcán y la satisfacción de sus comensales.
- **Investigación correlacional:** Según Cancela et al. (2010) los estudios correlacionales comprenden aquellos en los que “estamos interesados en describir las relaciones existentes entre las variables más significativas, mediante el uso de los coeficientes de correlación; estos coeficientes de correlación son indicadores matemáticos que aportan información sobre el grado, intensidad y dirección de la relación entre variables” (p.8); de esta manera este tipo de investigación ayudo a conocer el comportamiento de la variable independiente (calidad del servicio) en relación con la variable dependiente (satisfacción del cliente).
- **Investigación bibliográfica:** Este tipo de investigación depende fundamentalmente de la información que se recoge o consulta en documentos a los que se puede acudir como fuente o referencia en cualquier momento o lugar (Cázares, 2000); y fue de ayuda para fundamentar teóricamente las variables de estudio a través de información recopilada por medio de diferentes libros, revistas científicas, investigaciones y los aportes de distintos autores los cuales sustentaron el presente trabajo.

3.2. HIPÓTESIS

H0: La calidad del servicio de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán no se relaciona de forma positiva con la satisfacción del cliente.

H1: La calidad del servicio de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán si se relaciona de forma positiva con la satisfacción del cliente.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla 1.

Operacionalización de variables

Variables	Dimensión	Indicador	Técnica	Instrumento
VI: Calidad de servicio	Instalaciones	Características físicas del restaurante	Encuesta	Cuestionario
		Confort en el mobiliario y los espacios	Encuesta	Cuestionario
		Limpieza de las instalaciones	Encuesta	Cuestionario
	Accesibilidad	Ubicación del restaurante	Encuesta	Cuestionario
		Opciones de pago	Encuesta	Cuestionario
		Estacionamiento	Encuesta	Cuestionario
	Capital humano	Trato cordial	Encuesta	Cuestionario
		Aspecto físico del personal	Encuesta	Cuestionario
		Conocimiento del personal	Encuesta	Cuestionario
		Eficiencia en las demandas del cliente	Encuesta	Cuestionario
		Trato con familiaridad y entendimiento de las necesidades	Encuesta	Cuestionario
	Atmósfera	Iluminación del restaurante adecuada y confortable	Encuesta	Cuestionario
		Ambiente (música y/o monitores) acordes	Encuesta	Cuestionario
		Comodidad con el tipo de clientes	Encuesta	Cuestionario
		Percepción de olores	Encuesta	Cuestionario
Clima del establecimiento		Encuesta	Cuestionario	
Comida	Sabor agradable de los alimentos y bebidas	Encuesta	Cuestionario	
	Aroma agradable de los alimentos y bebidas	Encuesta	Cuestionario	
	Presentación de los alimentos atractiva	Encuesta	Cuestionario	
	Presentación de los alimentos con asepsia	Encuesta	Cuestionario	
	Temperatura adecuada para el consumo	Encuesta	Cuestionario	
VD: Satisfacción del cliente	Niveles de satisfacción	Nivel de satisfacción con respecto a las instalaciones	Encuesta	Cuestionario
		Nivel de satisfacción con respecto a la accesibilidad	Encuesta	Cuestionario
		Nivel de satisfacción con respecto al capital humano	Encuesta	Cuestionario
		Nivel de satisfacción con respecto a la atmósfera	Encuesta	Cuestionario
		Nivel de satisfacción con respecto a la comida	Encuesta	Cuestionario

Nota: Vera & Trujillo (2017) modelo EMCASER para la medición de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en restaurantes.

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

En este apartado se presentan los métodos utilizados para el desarrollo de la presente investigación, enfocándose en el análisis de la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán.

3.4.1. Método deductivo

Según Hernández (2014) "el método deductivo comienza con la teoría, y de ésta se derivan expresiones lógicas denominadas hipótesis que el investigador somete a prueba" (p.6); así pues, dentro de esta investigación se maneja este método debido a que se realiza un análisis que va de lo general a lo particular, es decir, se basa en fundamentos teórico metodológicos que sustentan la calidad del servicio y la satisfacción del cliente; con el propósito de recopilar datos tanto primarios como secundarios con los cuales se conocerá la relación existente entre las variables de estudio dentro del sector de restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán.

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

En esta sección se muestra el análisis estadístico que se llevó a cabo en la presente investigación considerando a la metodología del modelo EMCASER desarrollado por (Vera y Trujillo, 2017).

3.4.2.1. Población y muestra

Para el desarrollo del presente trabajo se utilizó a la población conformada por los clientes frecuentes a nivel semanal de los diferentes restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán; esto debido a que según el modelo EMCASER se toma en consideración netamente a las percepciones de los clientes, ya que este modelo se apega a la metodología que presenta el modelo SERVPERF, el cual, según Monroy y Urcádiz (2018):

Tiene la principal ventaja de que sólo se aplica una vez, a diferencia del modelo SERVQUAL, tomando como principal resultado, no la diferencia entre las expectativas y las percepciones; sino que, únicamente considera a las segundas, haciendo una operatividad mucho más sencilla (p.3).

Es así que, se considera como un método más práctico al considerar únicamente a las opiniones de los clientes frecuentes de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán, pues como se ha demostrado en el modelo EMCASER no es necesaria la intervención de la opinión de los oferentes puesto que la satisfacción de los clientes se mide en base a las perspectivas de los mismos, además, el objetivo final de un nivel alto de calidad del servicio es la satisfacción del cliente. No obstante, dentro de esta investigación se ha visto la necesidad de tomar en cuenta a la oferta para apoyar a la información obtenida de los clientes frecuentes de los establecimientos de estudio tal y como se consideró en primera instancia en el desarrollo del modelo EMCASER (Vera y Trujillo, 2017).

Por ello, se detalla a continuación el procedimiento utilizado para determinar la población de clientes frecuentes en los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán:

En primera instancia, se toma en cuenta al sector de restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán considerando a 42 establecimientos registrados en el catastro de la provincia del Carchi (2021) proporcionado por el Servicio de Rentas Internas (SRI); cabe recalcar que, de dichos establecimientos 23 restaurantes se mostraron colaborativos para brindar información y consideraron de forma positiva la importancia de llevar a cabo este estudio; por esta razón, se toma a este número de restaurantes de comida rápida para el desarrollo de esta investigación. En consecuencia, se llevó a cabo un sondeo dentro de dichos establecimientos para conocer la población de clientes frecuentes a nivel semanal, obteniendo un total de 12200 comensales como población total, la cual se consideró para el cálculo de la muestra.

Por otro lado, hubo la necesidad de obtener una muestra a través de un muestreo probabilístico, donde, todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos (Hernández, 2014); por lo que, las unidades que forman parte de la muestra fueron escogidos a por medio de una selección aleatoria con un nivel de confianza del 95%, un error muestral de 5% y una probabilidad de éxito del 50%.

Fórmula

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{(N - 1)e^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

- n = Tamaño de la muestra
- N = Población o universo
- z = Nivel de confianza
- p = Probabilidad a favor
- q = Probabilidad en contra
- e = Error muestral

Cálculo

$$n = \frac{12200 \cdot (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(12200 - 1) \cdot (0,05)^2 + (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}$$

$$n = \frac{11716,88}{31,4579} = 372,46 = 372$$

De esta manera, el tamaño de la muestra es de 372 comensales los cuales fueron distribuidos de la siguiente forma:

Tabla 2.

Muestra de clientes frecuentes por restaurante de comida rápida

Restaurantes de comida rápida	Clientes frecuentes	Porcentaje	N° encuestas
Rico Friend Chicken	650	5%	20
Pizza Express	700	6%	22
Bocatto's Pizzería	700	6%	22
Broster House	450	4%	14
Tutti Pizza	500	4%	15
Gutes	100	1%	3
Wimpy Burger	500	4%	15
Loco Lucas	900	7%	28
Pizzería Nápoles	600	5%	18
Hamburguesas de la Coral	900	7%	27
Papas el Kintalazo	450	4%	14
Kroky	1000	8%	30
Lasaña Romana	400	3%	12

Holy day	400	3%	12
Okey	500	4%	15
La estación	600	5%	18
Bogna Pizza	500	4%	15
Chicken Ale	450	4%	14
Dominos Burger	500	4%	15
La toscana	400	3%	12
El Bus	500	4%	15
Krusty	250	2%	8
Babinos pizza	250	2%	8
Total	12200	100%	372

Nota. La tabla muestra los clientes frecuentes por restaurante de comida rápida de la ciudad de Tulcán.

Como se puede observar, una vez contabilizado el total de clientes frecuentes de los diferentes restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán, se pudo calcular el porcentaje que representa cada restaurante y con el valor muestral de 372 unidades de análisis, se pudo obtener una proporción de clientes para cada establecimiento.

3.4.2.2. Técnicas e instrumentos

Encuesta:

La técnica utilizada para la recolección de la información primaria es la encuesta con su respectivo instrumento que es el cuestionario, dicho instrumento fue desarrollado en base a las variables de estudio; por ello, se consideraron a las dimensiones de las variables de estudio como la calidad del servicio y la satisfacción del cliente tomando en cuenta al modelo EMCASER, el cual evalúa elementos pertenecientes netamente al sector de restaurantes como son: las instalaciones, la accesibilidad, el capital humano, la atmósfera y por supuesto la comida; cabe recalcar que, para el desarrollo del presente trabajo de investigación se toma el instrumento planteado dentro del modelo el cual engloba a los factores antes mencionados por medio de 26 ítems tal y como lo indican Monroy y Urcádiz (2018).

Entrevista:

Además, se aplicaron entrevistas a los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán tomados en cuenta dentro de esta investigación en base también a las dimensiones del modelo EMCASER para apoyar a la información principal obtenida

de los clientes frecuentes; esto se llevó a cabo en base a la metodología presentada por Vera y Trujillo (2017) en el desarrollo del modelo EMCASER quienes en una fase de estudio consideraron la aplicación de entrevistas a profundidad a los gerentes o propietarios de los restaurantes objeto de estudio con la intención de obtener información que permita establecer las dimensiones e indicadores principales a tomar en cuenta en este tipo de establecimientos para la medición de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente; por esta razón, se ha optado por aplicar estos instrumentos a los 23 restaurantes considerados dentro de esta investigación; el cuestionario aplicado fue desarrollado en base a las dimensiones del modelo EMCASER con un total de 13 ítems cuyo propósito fue complementar la información obtenida desde la percepción de los clientes y de desarrollar una comparativa entre las perspectivas de la oferta y la demanda.

3.4.2.3. Procesamiento y análisis de datos

Se inició la investigación con el levantamiento de información por medio de los instrumentos aplicados a los clientes frecuentes y a los propietarios de los 23 restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán considerados en este estudio, los cuales prestaron apertura y acceso a la información sobre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

Una vez obtenida la información, se hizo un análisis en base a las dimensiones presentadas dentro del modelo EMCASER como son: las instalaciones, la accesibilidad, el capital humano, la atmósfera y la comida. En cuanto a las encuestas aplicadas se procedió a tabular los datos en el software estadístico SPSS con el cual se validó el instrumento de encuesta obteniendo un Alfa de Crombach de 0,854, considerado como bueno con tendencia a excelente bajo el criterio de George y Mallery (2003); además, se hizo uso del programa G*Power para la prueba de hipótesis y se utilizaron gráficos radiales para la presentación de información representativa de acuerdo a los hallazgos y al criterio de los investigadores; finalmente, se procedió a efectuar el análisis respectivo y la discusión de los resultados con la intención de obtener conclusiones relevantes sobre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

En este apartado se muestran los resultados encontrados a partir de la información recopilada de una muestra de 372 clientes frecuentes de los 23 restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán tomados en consideración para el análisis de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de dichos establecimientos. Los datos que se presentan están organizados en función de las dimensiones del modelo EMCASER las cuales orientan todo el proceso de investigación.

4.1.1. Datos demográficos

En primer lugar, se presentan los datos demográficos de los diferentes clientes frecuentes de los restaurantes de comida rápida objeto de estudio de esta investigación, donde las principales características tomadas en cuenta son: edad, sexo, nivel de instrucción, ocupación, ingresos y estado civil; mismas que se analizan a continuación:

Tabla 3.

Datos sociodemográficos de los clientes frecuentes

	Frecuencia	Porcentaje
Edad		
16 - 26	196	53%
27 - 37	116	31%
38 - 47	60	16%
Total	372	100%
Sexo		
Femenino	164	44%
Masculino	208	56%
Total	372	100%
Instrucción		
Primaria	25	7%
Secundaria	243	65%
Superior	104	28%
Total	372	100%
Ocupación		
Estudiante	110	30%

Trabajador por cuenta propia	62	17%
Empleado	200	54%
Total	372	100%
Ingresos		
Menos de 100\$	107	29%
Entre 100\$ y 300\$	98	26%
De 300\$ en adelante	167	45%
Total	372	100%
Estado civil		
Soltero	281	76%
Casado	91	24%
Total	372	100%

Nota. La tabla muestra los datos sociodemográficos de los clientes frecuentes de la ciudad de Tulcán.

Como se puede apreciar, la mayoría de clientes frecuentes tienen una edad joven comprendida entre los 16 a 26 años; en el caso del sexo, el sexo masculino supera al femenino por muy poco, es decir, que por lo general tanto hombres como mujeres utilizan los servicios prestados por los restaurantes de comida rápida; en cuanto al nivel de instrucción el 65% de los clientes frecuentes mencionan haber alcanzado la secundaria superando por mucho a las otras categorías dentro de esta característica demográfica. Por otro lado, la mayoría de clientes que frecuentan los establecimientos de comida rápida de la ciudad de Tulcán son empleados, esto debido a que se vuelve más fácil para ellos comer en restaurantes de comida rápida por razones de tiempo y cercanía a sus trabajos; es así que, los ingresos que perciben dichos clientes superan los 300 dólares; finalmente, se menciona que el 76% de los clientes frecuentes de los establecimientos en mención pertenecen a la categoría de solteros.

4.1.2. Instalaciones

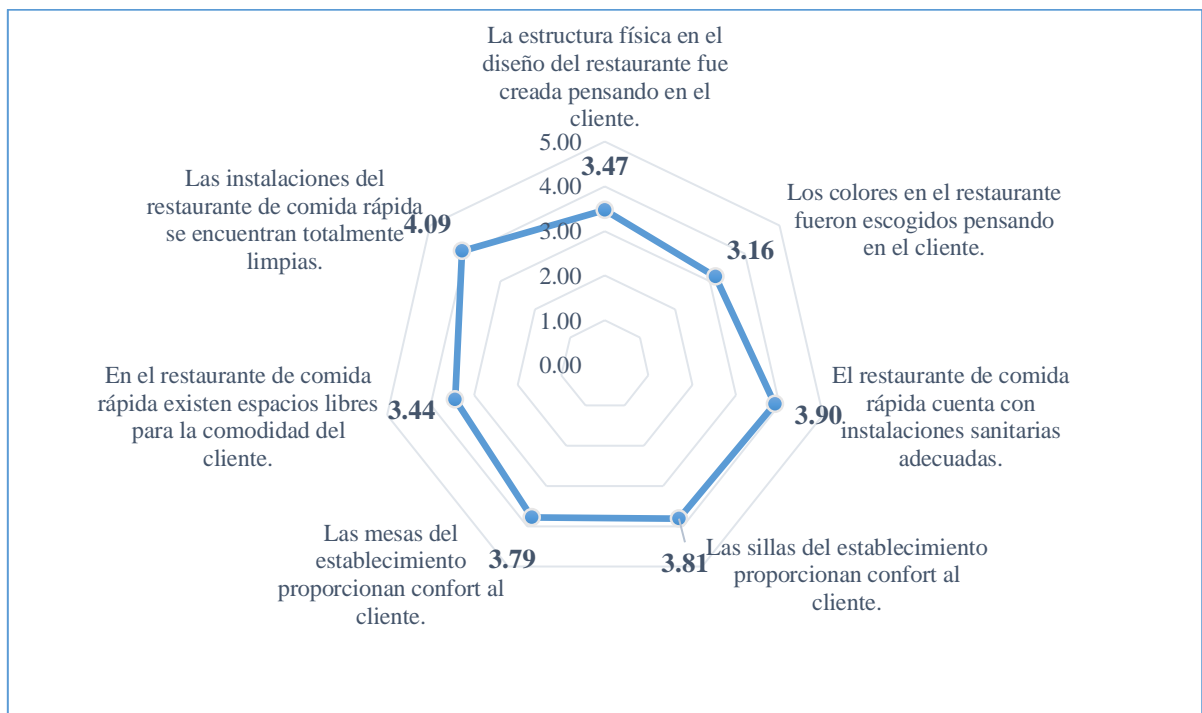
La preparación de alimentos en la actualidad es el resultado de acciones que se desarrollan con una planificación con un correcto diseño de instalaciones y de materiales; cualquier tipo de establecimiento ya sea de comida rápida o de alta cocina debe cumplir con requisitos que, además de facilitar el trabajo diario, permitan desarrollar unas correctas prácticas de manipulación de alimentos que garanticen su seguridad (SERAL, 2021). De la Cruz (2021) menciona que las instalaciones pueden ser consideradas como "un espacio o conjunto de objetos que servirán para la preparación de platos de un restaurante, es así que esta dimensión

estará compuesta por la higiene del restaurante, el aspecto visual, la comodidad del mobiliario y la ubicación del restaurante" (p.30).

En este caso, la dimensión de instalaciones de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán se compone por diferentes elementos como: la estructura física en el diseño y los colores del establecimiento pensados en el cliente, instalaciones sanitarias adecuadas, sillas y mesas que proporcionen confort, espacios libres para la comodidad del cliente e instalaciones totalmente limpias.

Figura 3.

Instalaciones



Nota. La figura muestra los diferentes indicadores tomados en cuenta para evaluar la dimensión de instalaciones.

Para empezar, es necesario mencionar que dentro de las características de la dimensión de instalaciones, en general todas superan la media y tienen una tendencia positiva, en especial la limpieza de las instalaciones en donde los clientes frecuentes están de acuerdo con la asepsia que tienen los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán debido a que este es un factor primordial y en la mayoría de casos la base para valorar a un local de comida; en un estudio realizado en España se encontró que el 76,2% de los clientes han dejado de ir a un bar o restaurante por la suciedad y por falta de higiene en sus instalaciones (Iglesias, 2017);

por ello, se menciona además que los restaurantes de la ciudad de Tulcán cuentan con adecuadas instalaciones sanitarias según lo indican los clientes frecuentes.

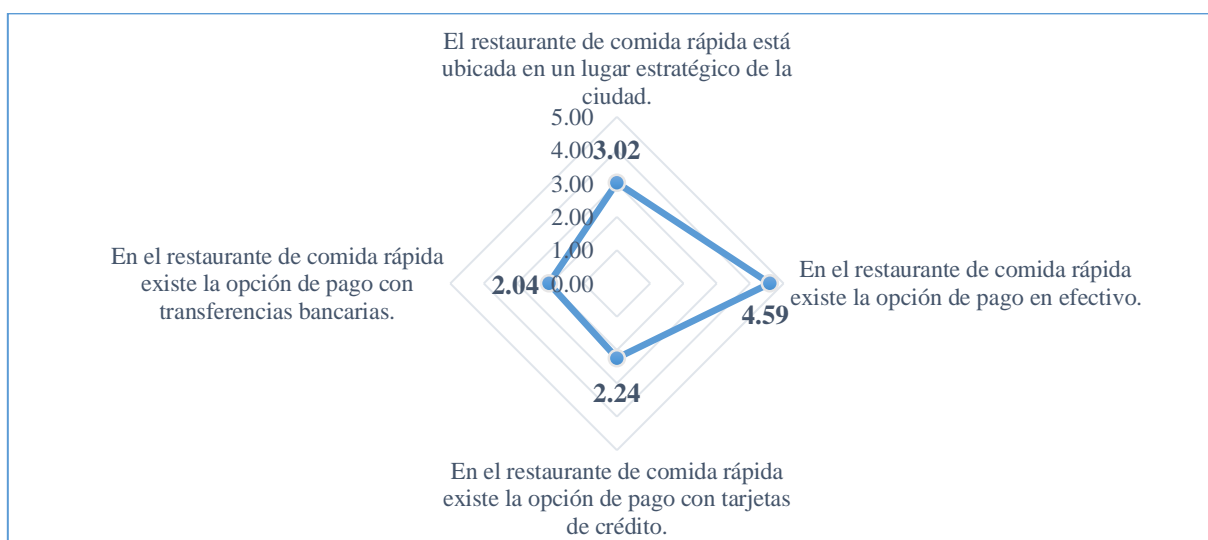
Cabe recalcar, que dentro de la dimensión de instalaciones existen otros factores que son de gran importancia como la decoración y el mobiliario; es así que, las mesas y sillas de los establecimientos de comida rápida muestran ser indicadores con tendencia a generar una calidad del servicio adecuada, aun así, los clientes frecuentes consideran que estos elementos pueden mejorar; dichos clientes se muestran un tanto indiferentes en cuanto los colores que utilizan los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán indicando en muchos casos que posiblemente este aspecto no fue necesariamente pensado en el cliente sino más bien fue puesto a consideración de los propietarios.

4.1.3. Accesibilidad

La accesibilidad es un aspecto que se ha vuelto imprescindible para una gran parte de la población, por ello, disponer de esa accesibilidad en restaurantes, bares y cafeterías permite que todas las personas puedan acceder a estos servicios en igualdad de condiciones, con seguridad y con autonomía (Monroy y Urcádiz, 2018); es así que se consideran características como: la ubicación estratégica y las opciones de pago (efectivo, tarjetas de crédito y transferencias bancarias).

Figura 4.

Accesibilidad



Nota. La figura muestra los diferentes indicadores tomados en cuenta para evaluar la dimensión de accesibilidad.

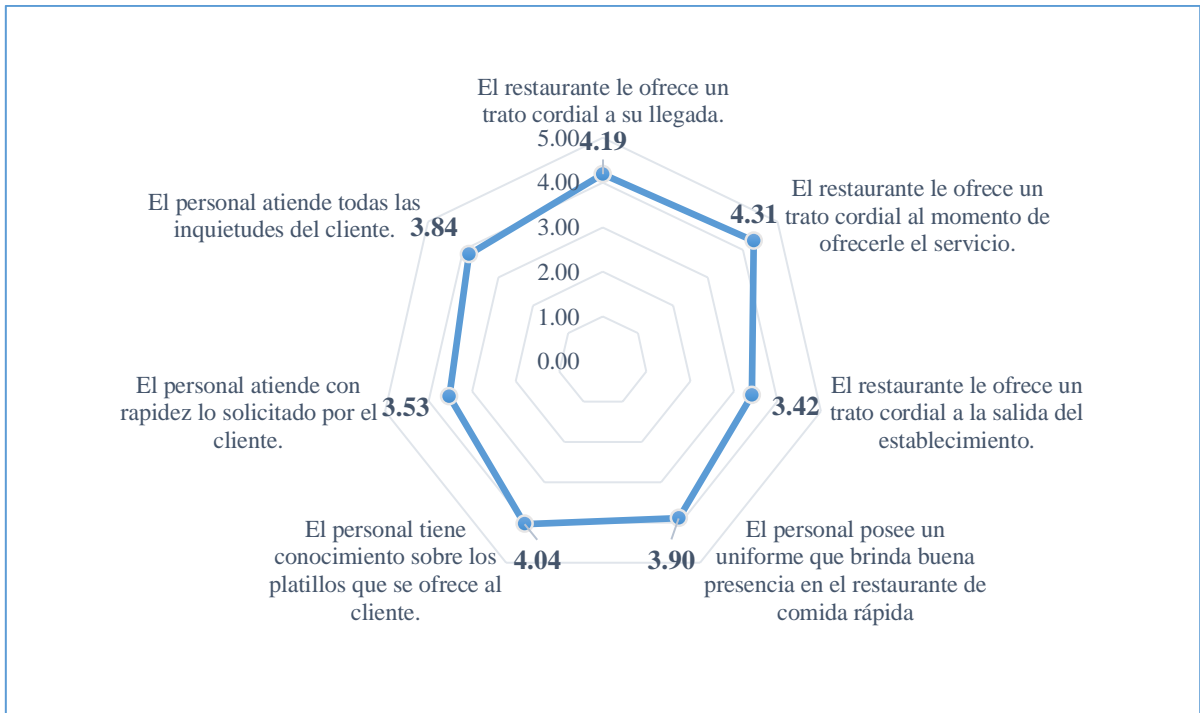
Dentro de estos aspectos se encontraron resultados que distan entre sí, en los indicadores planteados en la dimensión de accesibilidad, por ejemplo, la opción de pago en efectivo es la opción que se encuentra más cercana a la categoría de “totalmente de acuerdo”, es decir, que todos los restaurantes de comida rápida cuentan con esta característica; por el contrario, las opciones de pago con tarjetas de crédito y el pago a través de transferencias bancarias se encuentran en la categoría de en desacuerdo lo que quiere decir los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán no cuentan con estas particularidades; en la actualidad uno de los aspectos más importantes para los consumidores es la forma de pago, cada vez los negocios dependen más de estos factores, pero, usualmente solo existe el efectivo como medio de comercio en las empresas pequeñas, por lo que, es necesaria la implementación de cobro a través de medios como las tarjetas de débito o crédito, así como de aplicaciones que brindan las diferentes entidades bancarias (Rascon, 2021); siendo este un elemento que actualmente es tan importante, los establecimientos objeto de estudio pueden tomar en cuenta estas opciones de pago para mejorar su calidad de servicio; finalmente, la ubicación estratégica es un indicador en el cual los clientes frecuentes se muestran indiferentes, es decir, que algunos restaurantes de comida rápida cuentan con una ubicación estratégica dentro de la ciudad de Tulcán y otros no cuentan con esto.

4.1.4. Capital humano

El capital humano corresponde al conocimiento y habilidades de los trabajadores que incluyen en la productividad empresarial reflejándose en el aspecto económico (Olier, 2015); para esta dimensión del modelo EMCASER, Vera y Trujillo (2017) concluyen que los indicadores para medir el capital humano en cuanto a la calidad del servicio de los restaurantes son: el trato cordial, el aspecto físico del personal, el conocimiento del personal, la eficiencia en las demandas del cliente y atención de las inquietudes.

Figura 5.

Capital humano



Nota. La figura muestra los diferentes indicadores tomados en cuenta para evaluar la dimensión de capital humano.

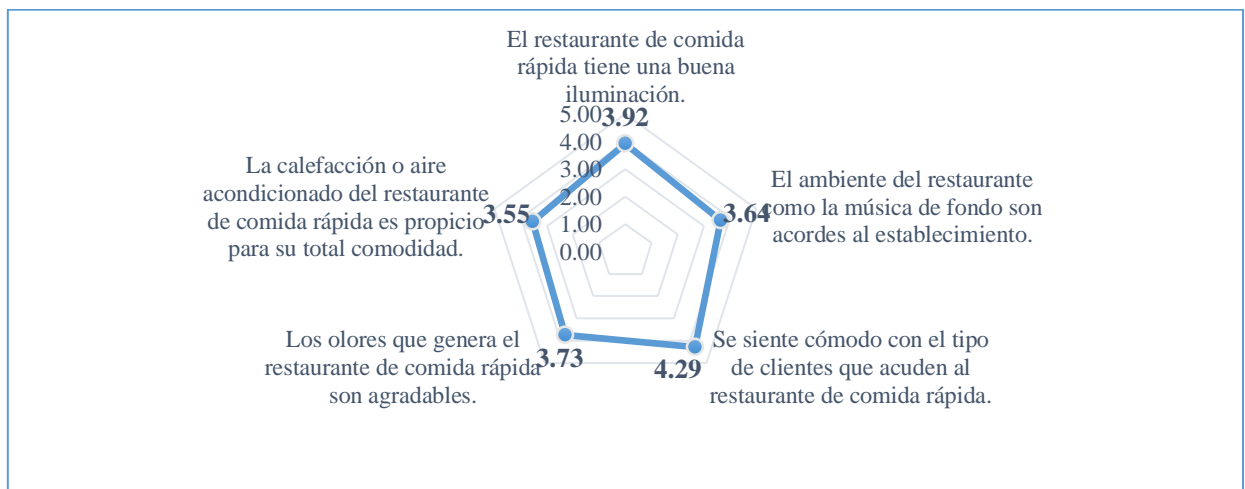
En este caso se puede mencionar que los indicadores planteados dentro de la dimensión de capital humano en general superan la media, es decir, que se encuentran en la categoría de estar "de acuerdo" en la calidad del servicio por parte de los clientes frecuentes con las afirmaciones presentadas; en primera instancia se considera al trato cordial del personal tanto a la llegada como al momento de ofrecer el servicio como un aspecto clave para generar un servicio de calidad; un trato cordial, amable, resolutivo, eficiente, rápido y personalizado, constituye un elemento clave para procurar un servicio de calidad, cuanto más profesional y excelente sea, mayor será la posibilidad de que los clientes terminen comprando nuestro producto con regularidad (Moya, 2020); por otro lado, el personal muestra tener conocimiento sobre los platillos que ofertan al cliente, lo cual, para muchos es de gran importancia; finalmente, se considera que el personal de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán atiende las inquietudes del cliente y realizan con rapidez los pedidos solicitados.

4.1.5. Atmósfera

La atmosfera es un aspecto muy importante para cualquier negocio, en el caso de los restaurantes se deben tomar en cuenta todo el conjunto de elementos sensoriales del ser humano como la vista, el olfato, el tacto, el oído y sobre todo el gusto; en este caso se consideran a indicadores como la iluminación agradable, aroma del lugar, música ambiental, presentación del personal, temperatura agradable, conocimiento del personal y la rapidez en la atención (Vera & Trujillo, 2017).

Figura 6.

Atmósfera



Nota. La figura muestra los diferentes indicadores tomados en cuenta para evaluar la dimensión de atmósfera.

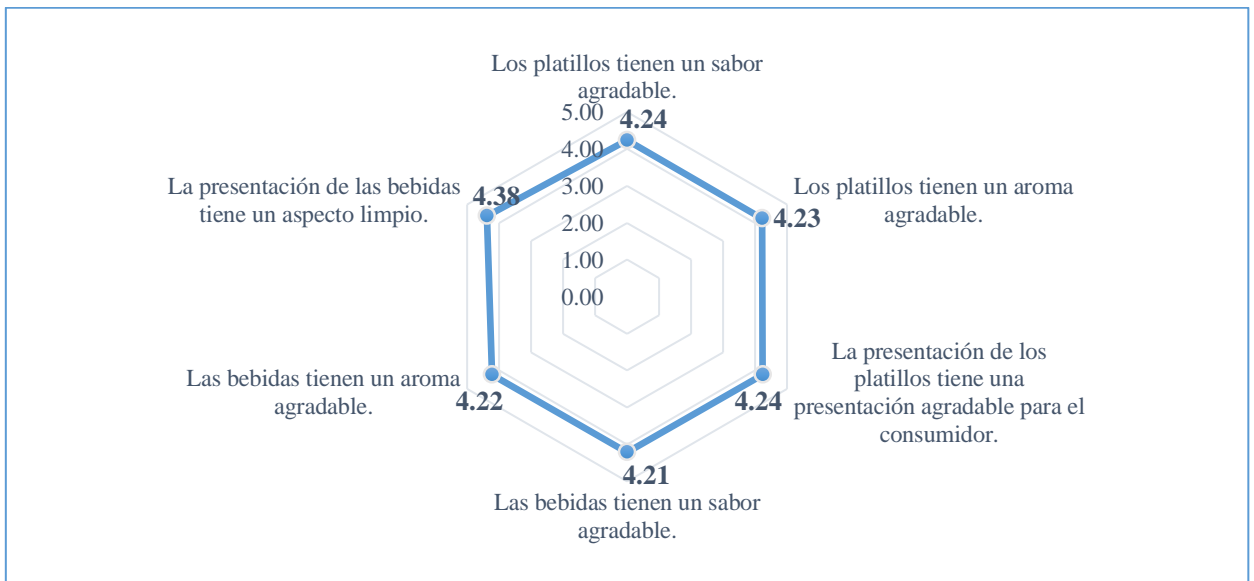
Dentro de los elementos de la dimensión atmósfera, el indicador más valuado es la comodidad con el tipo de clientes que acuden al restaurante de comida rápida, esto debido a la calidez que caracteriza al consumidor tulcanense; los demás aspectos de la atmósfera como la iluminación, la música, el olor y la calefacción o aire acondicionado también superan la media, pero bajo la consideración de los clientes frecuentes de los restaurantes de la ciudad de Tulcán; estas características son de vital importancia para el cliente y deben ser desarrollados con la intención de transmitir una imagen que recuerden los consumidores; el sector de los restaurantes se ha transformado en uno en el que el cliente además de buscar una oferta gastronómica exquisita, persigue una atmósfera ideal para deleitar el paladar (El Financiero, 2014).

4.1.6. Comida

Tal y como su nombre lo indica esta dimensión se refiere a la comida que los restaurantes ofertan a los consumidores (De la Cruz, 2021), en base a ello, dentro de esta investigación se consideran a indicadores tales como: el sabor, el aroma y la presentación de los diferentes platillos, así como el sabor, el aroma y la presentación de las bebidas.

Figura 7.

Comida



Nota. La figura muestra los diferentes indicadores tomados en cuenta para evaluar la dimensión de instalaciones.

En el caso de esta dimensión en general se puede apreciar que los indicadores tienen una tendencia a superar la categoría "de acuerdo" dando como resultado que la comida es la más importante para evaluar la calidad del servicio de un restaurante; los restaurantes de comida rápida utilizan un arma muy poderosa a la que muy poca gente puede decir que no, esta es el sabor de su comida, la cual realzan y potencian al máximo con la intención de llegar al cliente por medio de su paladar (La Cazuela, 2015), así pues, el sabor se convierte en uno de los factores más relevantes para escoger un establecimiento de comida rápida y en el caso de Tulcán sus restaurantes muestran contar con esta estrategia.

Por otro lado, el aroma y la presentación tanto de los platillos como de las bebidas son agradables para el consumidor; Tena (2020) menciona que tanto el aroma como

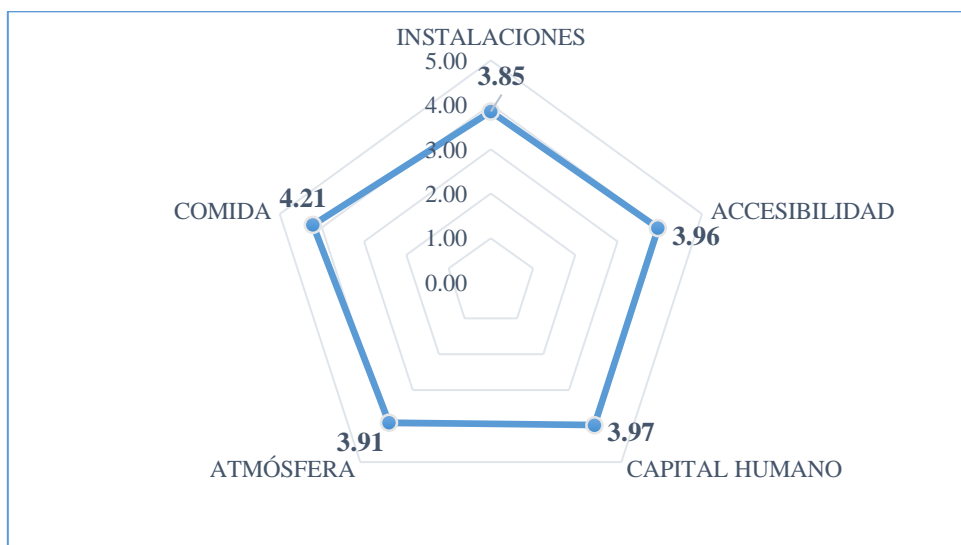
la presentación hacen que “se activen centros neuronales que estimulan la secreción de saliva y jugo gástrico, de esta manera se preparan la boca y el estómago para recibir alimentos; aunque esta es una respuesta normal al ver alimentos, la presentación ayuda muchísimo al estímulo” (p.2). Además, la comida rápida adquiere importancia debido a varios aspectos como la rapidez para elaborar y servir, de esta forma se pueden atender más clientes en menos tiempo, por ello, este tipo de comida es apetecible para un amplio público (Brito, 2019); es por estas razones que los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán tienen a la dimensión de comida con los indicadores más valorados en base al modelo EMCASER.

4.1.7. Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente es uno de los elementos básicos del éxito de cualquier tipo de negocio; de hecho, ningún negocio puede alcanzar un verdadero éxito limitándose a conseguir un buen número de clientes, el verdadero éxito solo se alcanza cuando es capaz de brindar satisfacción a sus clientes de forma tal que se crea relaciones duraderas con ellos (Quintana, 2022); por ello, se toma en consideración a este concepto tan importante para conocer los resultados que se obtienen al generar un servicio de calidad, en este caso se ha tomado en cuenta las dimensiones del modelo EMCASER tal y como se muestra a continuación:

Figura 8.

Satisfacción del cliente



Nota. La figura muestra las dimensiones de la satisfacción del cliente.

Para empezar, la dimensión de instalaciones cuenta con indicadores como las características físicas del restaurante idóneas para la comodidad, el confort en el mobiliario y los muebles y se toma en cuenta la limpieza de las instalaciones (Monroy y Urcádiz, 2018); en general el nivel de satisfacción de los clientes en cuanto a este componente supera la media teniendo una tendencia clara a estar satisfechos; por otro lado, en el caso de la dimensión de accesibilidad se tomó en consideración a la ubicación estratégica y las opciones de pago (efectivo, tarjetas de crédito y transferencias bancarias), obteniendo como resultados a una satisfacción del cliente en la categoría de "satisfechos".

En el caso del capital intelectual se han tomado en cuenta a indicadores tales como el trato cordial, el aspecto físico del personal, el conocimiento del personal, la eficiencia en las demandas del cliente y atención de las inquietudes; así pues, este componente también tiene una tendencia a la categoría de "satisfechos" indicando que los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán cumplen con las expectativas de sus clientes frecuentes; la atmósfera como dimensión por su parte cuenta con indicadores como la iluminación agradable, aroma del lugar, música ambiental, presentación del personal, temperatura agradable, conocimiento del personal y la rapidez en la atención, obteniendo una media con una tendencia clara a la satisfacción del cliente.

Finalmente, se toma en cuenta a la dimensión de comida la cual obtuvo mayor puntuación dentro de las dimensiones de satisfacción del cliente consideradas en esta investigación, con indicadores como el sabor, el aroma y la presentación de los diferentes platillos y bebidas; generando resultados que superan a la categoría de "satisfacción" mostrando que estos factores no solo son los más importantes sino que cumplen con las expectativas de los clientes frecuentes de los establecimientos de comida rápida de la ciudad de Tulcán.

4.1.8. Calidad del servicio y satisfacción del cliente (instalaciones)

Las instalaciones de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán cuentan con diferentes características como la estructura física, el mobiliario y la asepsia; en la siguiente tabla se muestra la relación existente entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente centrándose específicamente en los indicadores de la dimensión de instalaciones.

Tabla 4.*Calidad del servicio y satisfacción del cliente (instalaciones)*

		Satisfacción del cliente					
		Totalmente insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	Total
Calidad del servicio	Totalmente en desacuerdo	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	En desacuerdo	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0%	0%	11%	2%	0%	13%
	De acuerdo	0%	0%	9%	62%	1%	72%
	Totalmente en desacuerdo	0%	0%	0%	12%	4%	16%
	Total	0%	0%	20%	76%	5%	100%

Nota. La tabla muestra la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en base a la dimensión instalaciones de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán.

Como se puede observar, los clientes frecuentes de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán se encuentran satisfechos en su mayoría; el 62% de los encuestados concuerdan en estar satisfechos en cuanto a la calidad del servicio que presentan las instalaciones de los establecimientos de estudio; existe un 4% que mencionan estar completamente satisfechos con esta dimensión, es decir, que los restaurantes cuentan con características tanto mobiliarias como de infraestructura que permiten al comensal encontrarse en total comodidad; no obstante, existe un 11% que se encuentran indecisos para valorar la calidad del servicio en base a las instalaciones de los establecimientos antes mencionados.

4.1.9. Calidad del servicio y satisfacción del cliente (accesibilidad)

En el caso la calidad del servicio y la satisfacción del cliente netamente en base a las características de la accesibilidad tomadas en cuenta dentro de esta investigación como: la ubicación estratégica del restaurante de comida rápida y las diferentes opciones de pago con las que cuentan estos establecimientos, se muestra a continuación la relación entre dichas variables.

Tabla 5.*Calidad del servicio y satisfacción del cliente (accesibilidad)*

		Satisfacción del cliente					Total
		Totalmente insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
Calidad del servicio	Totalmente en desacuerdo	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	En desacuerdo	0%	0%	1%	6%	0%	8%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0%	0%	3%	52%	1%	56%
	De acuerdo	0%	0%	3%	30%	1%	34%
	Totalmente en desacuerdo	0%	0%	0%	1%	1%	2%
	Total	0%	0%	7%	90%	3%	100%

Nota. La tabla muestra la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en base a la dimensión accesibilidad de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán

En esta tabla se puede observar que la mayoría de los clientes encuestados se muestran indiferentes en cuanto a las características de la calidad del servicio, no obstante, estos clientes indican estar satisfechos con la ubicación estratégica de los restaurantes y las diferentes opciones de pago; por el contrario, apenas el 1% de los clientes frecuentes están totalmente de acuerdo con los indicadores de la accesibilidad y mencionan estar totalmente satisfechos con el servicio brindado en base a esta dimensión.

4.1.10. Calidad del servicio y satisfacción del cliente (capital humano)

En el caso del capital humano la calidad del servicio y la satisfacción del cliente se encuentran relacionadas de la siguiente forma:

Tabla 6.*Calidad del servicio y satisfacción del cliente (capital humano)*

		Satisfacción del cliente					Total
		Totalmente insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
Calidad del servicio	Totalmente en desacuerdo	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	En desacuerdo	0%	1%	1%	0%	0%	2%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0%	0%	2%	1%	0%	4%
	De acuerdo	0%	0%	0%	69%	1%	69%
	Totalmente en desacuerdo	0%	0%	0%	24%	1%	25%
	Total	0%	1%	3%	94%	2%	100%

Nota. La tabla muestra la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en base a la dimensión capital humano de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán

Las características tomadas en consideración para la dimensión del capital humano son: el trato cordial del personal para ofrecer el servicio, la presencia y el conocimiento de los empleados; es así que, un porcentaje elevado del 69% se encuentran de acuerdo con el desempeño que tienen los empleados de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán y se encuentran satisfechos con dichas características; no obstante, existe un porcentaje mínimo del 1% que ha mencionado no sentirse satisfecho con el servicio recibido en los establecimientos de estudio lo cual muestra que aún existe una brecha por mejorar en cuanto al talento humano.

4.1.11. Calidad del servicio y satisfacción del cliente (atmósfera)

La atmósfera de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán cuenta con diferentes características como la iluminación, la música, el tipo de clientes que frecuentan estos establecimientos, el olor y la calefacción o el aire acondicionado; en la siguiente tabla se muestra la relación existente entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente centrándose específicamente en los indicadores de la atmósfera como dimensión dentro del modelo EMCASER.

Tabla 7.

Calidad del servicio y satisfacción del cliente (atmósfera)

		Satisfacción del cliente					Total
		Totalmente insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
Calidad del servicio	Totalmente en desacuerdo	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	En desacuerdo	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0%	0%	2%	2%	0%	4%
	De acuerdo	0%	0%	9%	65%	0%	74%
	Totalmente en desacuerdo	0%	0%	1%	18%	3%	22%
	Total	0%	0%	13%	84%	3%	100%

Nota. La tabla muestra la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en base a la dimensión instalaciones de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán

Como se puede apreciar, el 65% de los clientes frecuentes de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán indican estar de acuerdo con las características que conforman la atmósfera de los establecimientos de estudio y muestran estar satisfechos con lo que ofertan los restaurantes de estudio; además, existe un 3% que indican encontrarse totalmente satisfechos con los aspectos tanto

visuales, olfativos y auditivos que conforman la atmósfera mencionando además regresar por estos elementos.

4.1.12. Calidad del servicio y satisfacción del cliente (comida)

En el caso de la comida que ofertan los establecimientos objeto de estudio, se utilizaron indicadores como el sabor, el olor y la presentación de los platillos y bebidas que se ofertan en los restaurantes de comida rápida, la relación existente entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en base a esta dimensión se presenta a continuación:

Tabla 8.

Calidad del servicio y satisfacción del cliente (comida)

		Satisfacción del cliente					Total
		Totalmente insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
Calidad del servicio	Totalmente en desacuerdo	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	En desacuerdo	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	De acuerdo	0%	0%	1%	49%	0%	50%
	Totalmente en desacuerdo	0%	0%	0%	28%	22%	50%
	Total	0%	0%	1%	78%	22%	100%

Nota. La tabla muestra la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en base a la dimensión instalaciones de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán

En este caso, un porcentaje elevado del 49% muestra que los clientes frecuentes de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán están de acuerdo con el aroma, el sabor y la presentación de los platillos adecuados para su degustación y se encuentran satisfechos con estos aspectos; además, un 22% se encuentran totalmente satisfechos con la calidad del servicio ofertada en base a esta dimensión, demostrando una vez más que la comida es el elemento más importante para los comensales de la ciudad de Tulcán.

4.1.13. Perspectiva de los propietarios o gerentes de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán.

Tabla 9.

Perspectiva de la oferta

INSTALACIONES
<p>Los gerentes o propietarios de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán mencionaron que las características físicas de estos establecimientos como la estructura fueron diseñados pensadas en los clientes con la intención de generar una buena imagen que llame la atención a los clientes potenciales.</p> <p>Las sillas y mesas con las que cuentan los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán son propicias para brindar la comodidad de sus clientes en base a la opinión de los gerentes o propietarios de estos establecimientos, esto debido a que es importante el confort de los comensales al ingerir los alimentos.</p> <p>En base a la opinión de los oferentes de comida rápida de la ciudad de Tulcán, las instalaciones de los restaurantes se encuentran limpias debido a que este es un tema de importancia para los clientes, es decir, la asepsia, por ejemplo, es una de los elementos clave para atraer a más clientes.</p>
ACCESIBILIDAD
<p>En base a las expectativas de los propietarios de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán, los establecimientos están en una buena ubicación, esto debido a que antes de establecer este tipo de negocios se piensa en un lugar estratégico, el cual debe contar con mucha afluencia de personas.</p> <p>En cuanto a las diferentes opciones de pago la mayoría mencionó que solo se acepta efectivo.</p>
CAPITAL HUMANO
<p>El personal de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán ofrece un trato cordial en todo momento con la intención de agradar al consumidor y se centra en brindar una atención adecuada.</p> <p>En base a consideración de los propietarios el personal de estos establecimientos, el restaurante tiene una buena y adecuada presencia para los clientes, esto debido a que dicho personal es seleccionado previamente en función de estándares que permitan garantizar una buena atención; además, la calidad de la selección se ve reflejada en el hecho de que no se presentan quejas.</p> <p>En cuanto a los platillos, el personal cuenta con conocimiento sobre lo ofertado debido a la experiencia adquirida en los restaurantes de comida rápida, por ello, también se considera que los trabajadores de estos establecimientos atienden con rapidez las solicitudes del cliente.</p>
ATMÓSFERA
<p>Según la opinión de los propietarios de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán los factores del ambiente como la iluminación, la música de fondo y los olores de los establecimientos son acordes y agradables para los clientes, esto debido a que la atmósfera es uno de los elementos clave para escoger un restaurante y por ello los propietarios se han preocupado en mejorar en estos aspectos.</p> <p>Por otro lado, en muchos establecimientos no se ha podido implementar el servicio de calefacción o aire acondicionado y sus propietarios mencionan que no ha habido la necesidad; no obstante, algunos de los restaurantes si se han preocupado por implementarlo y así contribuir con el confort de sus clientes.</p>
COMIDA
<p>Los propietarios de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán consideran que los platillos y bebidas tienen un sabor y olor agradable para el cliente, debido a que se cumple con las expectativas del del mismo y en muchos casos, los propietarios aceptan las</p>

sugerencias para mejorar; además, la presentación tanto de platos como de bebidas es llamativa para atraer a la clientela.

Finalmente, los propietarios de los establecimientos objetos de estudio supieron mencionar que sus clientes frecuentes se encuentran satisfechos con el servicio ofertado y esto se ve evidenciado en la frecuencia con la que visitan sus restaurantes y además en la lealtad de sus clientes.

Nota. La tabla muestra un resumen de las entrevistas dirigidas a los propietarios o gerentes de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán.

Como se puede corroborar, la calidad del servicio de los diferentes restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán en base a la perspectiva de los oferentes se muestra de forma positiva en base a las dimensiones del modelo EMCASER consideradas para el desarrollo de la presente investigación; además, la satisfacción de los clientes se puede evidenciar en la lealtad que tienen con estos establecimientos y debido a la frecuencia de consumo que los gerentes o propietarios han podido observar.

4.2. DISCUSIÓN

La calidad del servicio y la satisfacción del cliente son variables que deben ser consideradas por cualquier tipo de negocio para obtener resultados óptimos en cuanto a los objetivos planteados a largo plazo, esto debido a la importancia de crear relaciones duraderas con el cliente; en el caso del sector de comida rápida como una cultura gastronómica que se ha arraigado en la mayoría de la población, la calidad del servicio se ve considerada como un factor competitivo gracias al estilo de vida contemporáneo basado en el ahorro de tiempo y el acceso a alimentos a precios relativamente bajos.

En este estudio sobre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán se tomaron en cuenta a 23 de los 42 establecimientos registrados en el catastro de la provincia del Carchi (2021) proporcionado por el Servicio de Rentas Internas (SRI); cabe recalcar que, existieron limitaciones en cuanto a la población total de los restaurantes de comida rápida, esto debido a varios factores como el hecho de que muchos de los gerentes de estos establecimientos no mostraron la predisposición para colaborar con la investigación, es decir, que no existió la disponibilidad de información necesaria para el desarrollo investigativo; además, otros establecimientos mencionaron que se encontraban en proceso de cerrar por diferentes razones como las dificultades causadas por la

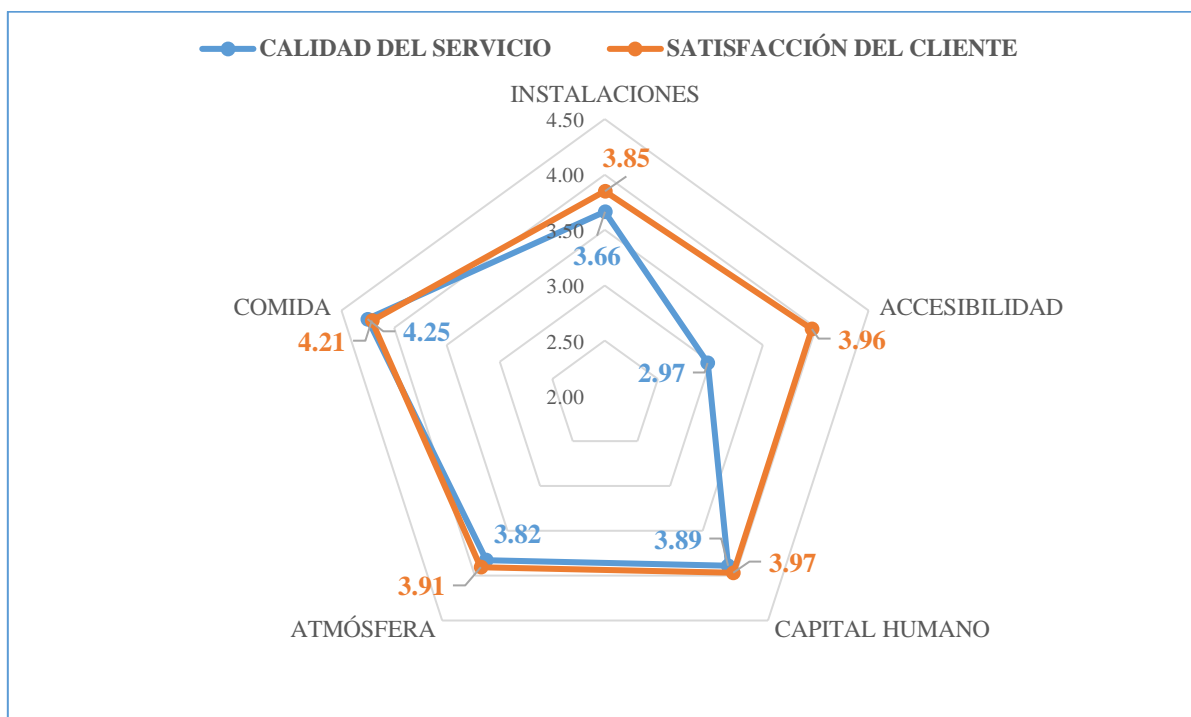
pandemia COVID – 19, condición que provocó la disminución drástica de la demanda ocasionando pérdidas progresivas para todo este sector.

4.2.1. Calidad del servicio y satisfacción del cliente de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán

En base a los resultados encontrados sobre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente se ha podido establecer una comparativa entre estas dos variables basándose en las dimensiones que presenta el modelo EMCASER para el sector de restaurantes.

Figura 9.

Calidad del servicio y satisfacción del cliente



Nota. La figura muestra las diferencias de las dimensiones de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán.

En primer lugar, se empieza analizando a la dimensión de instalaciones donde se puede notar una diferencia entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente siendo esta última la mayor puntuada, es decir, que las características que ofertan los restaurantes en cuanto a infraestructura y el mobiliario permiten la comodidad del cliente; esto concuerda con lo mencionado por Imbaquingo (2019) mencionando que “los restaurantes de la ciudad de Tulcán cuentan con infraestructura adecuada y la presencia en general es apropiada para la prestación del servicio” (p.47);

además, esto se corrobora con la información obtenida de la oferta que indica la que las características físicas de estos establecimientos como la estructura fueron diseñados pensadas en los clientes con la intención de generar una buena imagen que llame la atención a los clientes potenciales y el mobiliario (sillas y mesas) con el que cuentan los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán son propicias para brindar la comodidad de sus clientes.

La accesibilidad como otro componente tomado en cuenta muestra ser aquel que tiene mayor diferencia entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente indicando que este es el componente menos valorado por los clientes frecuentes de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán debido a que no cumple con las expectativas de estos, sobre este aspecto, Monroy y Urcádiz (2018) comentan que "la dimensión de accesibilidad, la buena ubicación del restaurante y las diversas opciones de pago fueron percibidas relativamente con valor bajo; esta información es muy importante, puesto que genera una oportunidad de mejora para los restaurantes de esta especialidad" (p.11); según las expectativas de los propietarios de los restaurantes los establecimientos están en una buena ubicación, esto debido a que antes de establecer este tipo de negocios se piensa en un lugar estratégico con mucha afluencia de personas.

En el caso del capital humano se puede apreciar que la calidad del servicio y la satisfacción del cliente concuerdan y no existe una diferencia significativa, además, en ambas ocasiones las medias tienen una tendencia a las categorías de "de acuerdo" y "satisfecho" respectivamente, indicando que las características que el sector de comida rápida de la ciudad de Tulcán cumple con las expectativas de su demanda; Imbaquingo (2019) menciona que "un servicio de calidad se hace a través de un trabajo en equipo, para que todo el personal se integre y establezca relaciones de trabajo y amistad. La satisfacción del cliente se mejora cuando los empleados trabajan en equipo" (p.64); Morocho (2019) indica que "esta dimensión distingue como el personal trata al cliente, para tomar medidas correspondientes en base a capacitaciones o premios al personal, pero todo direccionado a la satisfacción del cliente (p.29); sobre esta dimensión los propietarios de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán mencionan que el personal ofrece un trato cordial en todo momento con la intención de agradar al consumidor demostrando conocimiento y experiencia.

Por otro lado, se toma en cuenta a la atmósfera como otra de las dimensiones importantes para los clientes frecuentes de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán; como se puede notar, no existe una diferencia significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente lo cual indica que este aspecto tiene una tendencia a las categorías de "de acuerdo" y "satisfecho" respectivamente; en este caso cabe recalcar que se obtuvo un resultado diferente al encontrado por Monroy y Urcádiz (2018) quienes indican que encontraron una diferencia significativa a nivel general en esta dimensión en cuanto a la calidad del servicio y la satisfacción del cliente; por otra parte, Gutiérrez (2018) concluye que "para el cliente es fundamental que exista un ambiente agradable" (p.3), es así, que los establecimientos objetos de estudio deben tomar en consideración mejorar la atmósfera que tienen sus restaurantes; no obstante, según la opinión de los propietarios de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán los factores del ambiente como la iluminación, la música de fondo y los olores de los establecimientos son acordes y agradables a los clientes, esto debido a que la atmósfera es uno de los elementos clave para escoger un restaurante.

Finalmente, se considera a la comida como el factor más relevante de los restaurantes dentro del modelo EMCASER y en este caso se puede notar que no hay una diferencia significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente dentro de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán; además, cabe recalcar que dentro de este estudio la dimensión de comida es la mayor puntuada de los elementos tomados en consideración, la calidad de la comida es el factor clave para escoger un establecimiento, es decir, el olor, sabor y la presentación de los platillos pueden opacar a muchos otros factores de los restaurantes de comida rápida, tal y como lo indican Vera y Trujillo (2017); estos resultados concuerdan también con lo encontrado por Gutiérrez (2018) cuando menciona que "uno de los factores que se toman en cuenta para satisfacer las expectativas y necesidades de los clientes en los restaurantes es ofreciendo platos con alimentos frescos y consistentes en el aspecto de calidad, sabor y presentación de la comida" (p.69). Los propietarios de los restaurantes consideran que los platillos y bebidas tienen un sabor y olor agradable para el cliente, debido a que se cumple con las expectativas del cliente y en muchos casos se aceptan las sugerencias para mejorar.

4.2.2. Calidad del servicio y satisfacción de cliente por restaurante de comida rápida de la ciudad de Tulcán

En este apartado se muestran los resultados encontrados de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente por cada restaurante de comida rápida de la ciudad de Tulcán, analizadas por medio de las dimensiones de modelo EMCASER.

Tabla 10.

Calidad del servicio y satisfacción del cliente por restaurante de comida rápida

Restaurantes de comida rápida	Instalaciones		Accesibilidad		Capital Humano		Atmósfera		Comida		Nivel Total	
	CS	SC	CS	SC	CS	SC	CS	SC	CS	SC	CS	SC
Rico Friend Chicken	3,56	3,85	2,78	4,05	3,99	4,00	3,97	4,00	4,33	4,25	3,73	4,03
Pizza Express	3,41	3,82	2,82	4,00	3,83	3,95	3,94	3,95	4,23	4,14	3,64	3,97
Bocatto´s Pizzería	3,95	4,14	3,10	3,95	4,05	4,00	3,95	3,90	4,33	4,24	3,87	4,05
Broster House	3,92	4,00	2,62	3,87	3,95	3,87	3,53	3,87	4,30	4,20	3,67	3,96
Tutti Pizza	3,65	3,8	3,00	3,87	3,72	4,00	3,63	3,73	4,14	4,13	3,63	3,91
Gufes	3,90	4,00	3,42	4,00	3,95	4,00	4,13	4,00	4,44	4,33	3,97	4,07
Wimpy Burger	3,91	4,13	2,78	4,00	3,99	4,00	4,19	4,13	4,47	4,33	3,87	4,12
Loco Lucas	3,18	3,39	2,95	4,07	3,92	4,04	3,70	3,86	4,25	4,25	3,60	3,94
Pizzería Nápoles	3,59	3,78	3,43	3,72	3,81	3,83	3,74	3,72	3,99	4,00	3,71	3,81
Hamburguesas de la Coral	3,48	3,89	3,14	4,00	3,74	3,93	3,68	3,85	4,17	4,15	3,64	3,96
Papas el Kintalazo	3,22	3,36	2,21	4,00	3,91	4,00	3,80	4,00	3,95	4,00	3,42	3,87
Kroky	4,04	4,03	3,90	4,23	3,93	4,13	3,89	4,03	4,26	4,23	4,00	4,13
Lasaña Romana	3,87	4,00	3,13	3,58	3,70	3,92	3,92	3,58	4,25	4,33	3,77	3,88
Holy day	3,75	3,83	3,29	4,00	3,79	4,00	4,17	4,08	4,38	4,25	3,88	4,03
Okey	3,13	3,60	2,33	3,87	3,94	4,00	3,40	3,87	4,07	4,13	3,38	3,89
La Estación	4,09	4,11	3,43	3,94	3,81	3,94	3,93	4,17	4,53	4,44	3,96	4,12
Bogna Pizza	3,85	4,04	2,53	3,93	4,07	4,00	3,89	4,00	4,42	4,33	3,75	4,07
Chicken Ale	3,21	3,29	2,71	4,07	3,85	3,86	3,34	3,57	4,02	4,14	3,43	3,79
Dominos Burger	3,83	4,00	2,55	3,80	3,94	3,87	3,88	3,87	4,16	4,07	3,67	3,92
La Toscana	4,11	4,08	2,27	3,92	4,08	4,00	4,17	4,08	4,40	4,25	3,81	4,07
El Bus	3,76	3,93	3,15	3,93	3,66	3,80	3,80	3,73	4,29	4,33	3,73	3,95
Krusty	3,66	3,75	2,84	4,00	3,95	4,00	3,78	3,88	4,42	4,25	3,73	3,96
Babinos Pizza	3,59	3,75	3,09	3,88	3,93	4,00	3,95	3,88	4,33	4,25	3,78	3,95
Nivel Total	3,66	3,85	2,97	3,96	3,89	3,97	3,82	3,91	4,25	4,21	3,72	3,98

Nota. La tabla muestra las medias de las dimensiones de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente por restaurante de comida rápida de la ciudad de Tulcán.

En primera instancia se toma en cuenta a las instalaciones como dimensión del modelo EMCASER la cual dentro de la calidad del servicio su principal exponente es el restaurante de comida rápida "La Toscana" y en contra parte el establecimiento que muestra una menor puntuación es "Okey", en el caso de la satisfacción del

cliente, mientras que en las instalaciones quien cumple con las expectativas de los clientes frecuentes es el restaurante "Wimpy Burger" y el que no cumple con dichas expectativas es "Chicken Ale". Según Gutiérrez (2018) "las características físicas como el aspecto agradable tanto interno como externo, así como la comodidad en el mobiliario, el espacio y la higiene son elementos que permiten que el cliente alcance la satisfacción" (p.26); por ello, los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán que no cumplen con las expectativas de sus clientes frecuentes deben tomar medidas correctivas en cuanto a sus instalaciones.

En el caso de la accesibilidad, dentro de la calidad del servicio, el restaurante de comida rápida que sobresale de entre los demás es "Kroky" y el menos puntuado es "Papas el Kintalazo"; dentro de la satisfacción del cliente el que tiene una mayor calificación es una vez más es el restaurante "Kroky" y el que se destaca por su puntuación baja es el establecimiento llamado "Lasaña Romana". Cabe destacar que esta dimensión fue una de las menos valoradas por los clientes frecuentes, lo que concuerda con los resultados encontrados por Monroy y Urcádiz (2018) mencionando que "la accesibilidad, con indicadores como la buena ubicación del restaurante y las diversas opciones de pago fueron percibidas relativamente con valor bajo" (p.11).

El capital humano por su parte, dentro de la presente investigación se muestra a "La Toscana" como restaurante de comida rápida que muestra mayor calidad del servicio en este aspecto en relación con los demás establecimientos de la ciudad de Tulcán; en el caso de la satisfacción del cliente el principal representante es "Kroky" como aquel que muestra tener un personal capacitado para brindar un servicio acorde a las necesidades de sus clientes; este servicio de calidad solo se logra por medio de un trabajo en equipo coordinado e integrado enfocados en la satisfacción del cliente marcando una relación intrínseca con los clientes (Imbaquingo, 2019).

La atmósfera también está considerada como una de las dimensiones más importantes para los clientes frecuentes, en este caso el restaurante de comida rápida de la ciudad de Tulcán que cuenta con mayor calidad del servicio según sus clientes frecuentes es la "Wimpy Burger" y sobre la satisfacción de los clientes el establecimiento con mayor valoración es el establecimiento denominado "La Estación". Los consumidores de hoy buscan no sólo adquirir o consumir productos y servicios, sino también vivir experiencias agradables, por ende, este cambio en la lógica del consumidor "induce a las empresas de servicios a buscar nuevas formas

de atraer y mantener a los clientes. Los elementos sensoriales del ambiente como el olor, la temperatura, la música, entre otros, elementos que puede crear interacción con los clientes" (Imbaquingo, 2019, p.23).

La comida es el aspecto más relevante para los restaurantes de comida rápida, así como para sus clientes frecuentes, en este caso el restaurante de comida rápida de la ciudad de Tulcán que se convierte en un referente tanto en la calidad del servicio como en la satisfacción del cliente es "La Estación", es así que, "para un restaurante siempre es bueno que un cliente salga satisfecho para que así ellos puedan recomendar el lugar por su buena comida y servicio" (Salazar, 2021, p.9).

Finalmente, a nivel general dentro de las dimensiones del modelo EMCASER el establecimiento que cumple con las expectativas de sus clientes frecuentes tanto en la variable calidad del servicio como en la de satisfacción del cliente es el restaurante denominado "Kroky" debido a que cumple con muchas de las características que influyen al momento de elegir un restaurante, destacándose en elementos como la accesibilidad, la atmósfera, el capital humano y por supuesto por su comida.

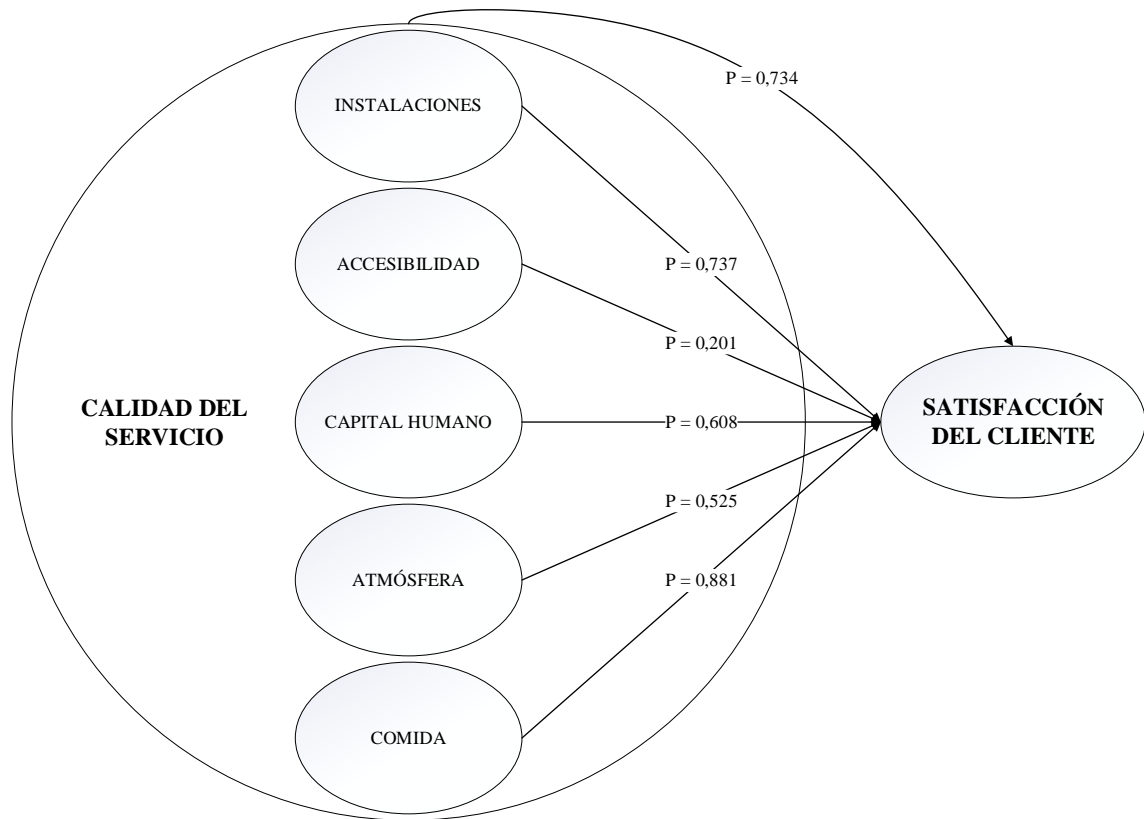
4.2.3. Relación existente entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán

Dentro de esta investigación se considera necesario conocer la relación existente entre las variables de estudio, para ello, se presenta el nivel de influencia que tiene cada una de las dimensiones del modelo EMCASER con el nivel de satisfacción general que tienen los clientes frecuentes de los diferentes restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán.

Para determinar dicha relación se hizo uso del coeficiente R de Pearson, el cual es una prueba que mide la relación estadística entre dos variables continuas; el coeficiente de correlación puede tomar un rango de valores de +1 a -1 y un valor de 0 indica que no hay asociación entre las dos variables (Villasante, 2019); es así que se muestra la siguiente información:

Figura 10.

Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente



Nota. La figura muestra la relación existente entre la calidad del servicio y sus dimensiones con la satisfacción del cliente de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán.

Para empezar este análisis se explica el nivel de significancia unilateral es la existencia o no de la correlación entre las variables de estudio; como lo indica Karl Pearson si este valor es mayor a 0,05 (nivel de significancia) quiere decir que no existe relación entre las variables; dentro de esta investigación se puede corroborar que ese valor es menor a 0,01, por lo que, se puede afirmar en primera instancia que si existe una relación muy significativa entre las variables propuestas.

Por otro lado, como se puede observar que la correlación de Pearson a nivel general es de 0,734 cercana a 1, por lo que, se puede afirmar que existe una relación directa o positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán.

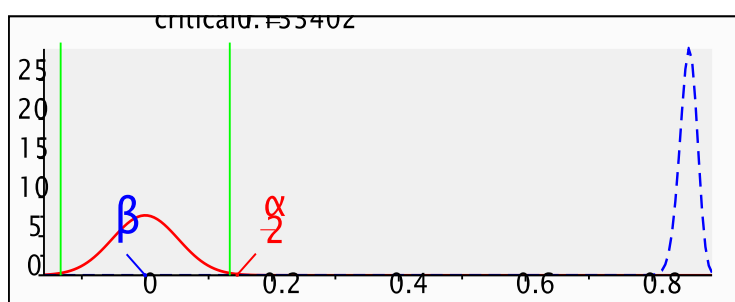
Cabe destacar que dentro del modelo EMCASER la dimensión que más se relaciona es la comida y la que menos se relaciona es la accesibilidad, dando a entender que

el servicio en sí de estos restaurantes debe centrarse en brindar un platillo que cumpla las expectativas de los comensales, por supuesto, rodeando este aspecto de la calidad de las demás dimensiones conformando una totalidad que satisfaga las necesidades y exigencias de los clientes.

Además, se muestra la prueba de hipótesis desarrollada por medio del programa estadístico G*Power el cual permitió corroborar la aceptación o rechazo de las hipótesis planteadas en esta investigación.

Figura 11.

Prueba de hipótesis



Nota. La figura muestra la prueba de hipótesis desarrollada por medio del cálculo de la potencia estadística.

Como se puede observar, se pudo calcular la potencia estadística la cual es la probabilidad de rechazar correctamente la hipótesis nula cuando es falsa, significa encontrar una relación que efectivamente existe (Hair et al., 2011); por ello, se generó un test de correlación bivariada para conocer la potencia de la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán y se aplicó una prueba de dos colas cuyo valor crítico se sitúa en -0,13 y +0,13.

Se obtuvo que, el tamaño del efecto es del 0,86 indicando que existe una influencia alta de la calidad del servicio en relación a la satisfacción del cliente; además, se estableció una potencia estadística del 100%, que según Hair et al., (2011) la potencia mínima aceptable en un estudio debe ser del 80%, por lo que, se puede afirmar que la magnitud de la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente es importante y relevante, lo cual permite, rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa.

Finalmente, se muestra una comparativa entre las opiniones que presentaron los propietarios o gerentes de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán y sus clientes frecuentes en base a las dimensiones del modelo EMCASER:

Tabla 11.

Comparativa entre la opinión de los propietarios y las clientes frecuentes

Instalaciones	
<p>Propietarios o gerentes</p> <p>Las características físicas de estos establecimientos como la estructura, fueron diseñados de acuerdo a las preferencias de los clientes con la intención de generar una buena imagen que llame la atención; las sillas y mesas con las que cuentan los restaurantes de comida rápida son propicias para brindar la comodidad de sus clientes, esto debido a que es importante el confort de los comensales al ingerir los alimentos y las instalaciones de los restaurantes se encuentran limpias debido a que este es un tema de importancia para los clientes, es decir, la asepsia es una de las claves para atraer a más clientes.</p>	<p>Clientes frecuentes</p> <p>Los clientes frecuentes están de acuerdo con la asepsia que tienen los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán debido a que este es un factor primordial y en la mayoría de casos la base para valorar a un local de comida; en el caso de la decoración y el mobiliario, las mesas y sillas de los establecimientos de comida rápida muestran ser indicadores con tendencia a generar una calidad del servicio adecuada; finalmente, los clientes se muestran un tanto indiferentes en cuanto los colores que utilizan los restaurantes de comida rápida, es decir no les interesa los colores utilizados en las instalaciones, se basan en otros aspectos para escoger un restaurante.</p>
Accesibilidad	
<p>Propietarios o gerentes</p> <p>Los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán se encuentran en una buena ubicación, esto debido a que antes de establecer este tipo de negocios se piensa en un lugar estratégico con mucha afluencia de personas; en cuanto a las diferentes opciones de pago la mayoría mencionó que solo se acepta efectivo.</p>	<p>Clientes frecuentes</p> <p>La ubicación estratégica es un indicador en el cual los clientes frecuentes se muestran indiferentes, es decir, que algunos restaurantes de comida rápida cuentan con una ubicación estratégica dentro de la ciudad de Tulcán y otros no cuentan con este elemento; en el caso de las opciones de pago todos los restaurantes cuentan con la opción de pago en efectivo y no cuentan con otras opciones de pago, cabe recalcar que es necesaria la implementación de cobro a través de medios como las tarjetas de débito o crédito, así como de aplicaciones que brindan las diferentes entidades bancarias.</p>
Capital humano	
<p>Propietarios o gerentes</p> <p>El personal de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán ofrece un trato cordial en todo momento con la intención de agradar al consumidor y se centran en brindar una atención adecuada; además el personal tiene una presencia adecuada para los clientes, este debido a que dicho personal es seleccionado previamente para brindar una buena atención; en cuanto a los platillos, el</p>	<p>Clientes frecuentes</p> <p>En primera instancia se considera al trato cordial del personal tanto a la llegada como al momento de ofrecer el servicio como un aspecto clave para generar un servicio de calidad y se considera que el personal cumple con las expectativas de los clientes frecuentes; por otro lado, el personal muestra tener conocimiento sobre los platillos que ofertan al cliente, lo cual, para muchos es de gran importancia.</p>

personal cuenta con conocimiento sobre lo ofertado debido a la experiencia adquirida en los restaurantes de comida rápida.

Atmósfera

Propietarios o gerentes

Los factores del ambiente como la iluminación, la música de fondo y los olores de los establecimientos son acordes y agradables a los clientes, esto debido a que la atmósfera es uno de los elementos clave para escoger un restaurante y por ello los propietarios se han preocupado en mejorar en estos aspectos; por otro lado, en muchos establecimientos no se han podido implementar el servicio de calefacción o aire acondicionado mencionando que no tienen la necesidad, no obstante, algunos de los restaurantes si se han preocupado por implementar este servicio para el confort de sus clientes.

Clientes frecuentes

El indicador más valuado es la comodidad con el tipo de clientes que acuden al restaurante de comida rápida, esto debido a la calidez que caracteriza al consumidor tulcanense; los demás aspectos de la atmósfera como la iluminación, la música, el olor y la calefacción o aire acondicionado también superan la media, por lo que, se considera que todos estos aspectos cuentan con una valoración alta por parte de los clientes frecuentes.

Comida

Propietarios o gerentes

Los propietarios de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán consideran que los platillos y bebidas tienen un sabor y olor agradable para el cliente, debido a que se cumple con las expectativas del cliente y en muchos casos se aceptan las sugerencias para mejorar; además, la presentación tanto de platos como de bebidas es llamativa para atraer a la clientela.

Clientes frecuentes

La comida es la característica o cualidad más importante para evaluar la calidad del servicio de un restaurante desde la percepción de los clientes frecuentes; el aroma y la presentación tanto de los platillos como de las bebidas son agradables para el consumidor; además, la comida rápida adquiere importancia debido a varios aspectos como la rapidez para elaborar y servir; de esta forma se pueden atender más clientes en menos tiempo, por ello, este tipo de comida es apetecible en un amplio público.

Nota. La tabla muestra un resumen de las dimensiones del modelo EMCASER y hace referencia a la comparativa entre la opinión de la oferta y la demanda de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán

Como se puede observar, las opiniones tanto de los propietarios o gerentes de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán concuerdan con las opiniones de sus clientes frecuentes en las dimensiones tomadas en cuenta en la investigación; por lo que, se puede corroborar que existe una relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en base a las expectativas tanto de la oferta como de la demanda; esto concuerda con la investigación desarrollada por Imbaquingo (2019) quien presenta un modelo de brechas para el desarrollo de la comparativa de la oferta y la demanda, en el que se encontró que con -2,55 la brecha de entrega es la más deficiente, lo cual significa que muchas veces los oferentes creen brindar un buen

servicio adecuado, sin embargo es necesario poner más atención a las necesidades de los clientes porque el comportamiento o la actitud del oferente juega un papel muy importante (Imbaquingo, 2019); por esta razón, se considera que al igual que en esta investigación la calidad del servicio de los restaurantes de comida rápida presenta resultados positivos existen aspectos por mejorar, un ejemplo de esto es la falta de opciones de pago existentes actualmente en estos restaurantes.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

En este apartado se presentan las conclusiones a las que se llegaron después del análisis de resultados obtenidos a partir de los clientes frecuentes de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán.

Mediante la aplicación del modelo EMCASER se pudo conocer los criterios de selección que utilizan los clientes de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán para la decisión de compra y se concluye que dentro de la dimensión de instalaciones el indicador que tiene mayor evaluación es la limpieza de las instalaciones con una media de 4,09; en el caso de la dimensión de accesibilidad el criterio más puntuado es la opción de pago en efectivo con una media de 4,59; por otro lado, el trato cordial al momento de recibir el servicio es el criterio que los clientes frecuentes consideran más importante del componente del capital humano dándole una puntuación general de 4,31; la atmósfera por su parte, tiene a la comodidad con el tipo de clientes que acuden a los establecimientos de comida rápida como el indicador mayor evaluado con una media de 4,29; finalmente, se toma en cuenta a la dimensión de comida la cual muestra a dos indicadores importantes como son el sabor y la presentación de los platillos que se ofertan con una media de 4,24.

A nivel general, dentro de la calidad del servicio de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán se encuentra a la dimensión de comida como la mayor puntuada con una media de 4,25; en el caso de la variable satisfacción del cliente la comida también es la dimensión más importante obteniendo una media de 4,21 siendo así la dimensión más relevante dentro del modelo EMCASER; por otro lado, la accesibilidad es la dimensión menos puntuada de la variable calidad del servicio con una media de 2,97 y dentro de la variable satisfacción del cliente las instalaciones es el componente menos evaluado con una media de 3,85. De forma general, la calidad del servicio tuvo una media de 3,72 y la satisfacción del cliente una media

de 3,98 indicando que el nivel de satisfacción se encuentra en la categoría de "satisfecho".

La comparativa entre la oferta y demanda de los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán arrojó que evidentemente se concuerda con la opinión de los propietarios o gerentes de los establecimientos, así como de sus clientes frecuentes debido que dentro de las dimensiones del modelo EMCASER se pudo constatar una evaluación positiva para las características de la calidad del servicio.

Finalmente, se concluye que la relación existente entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente se genera de forma directa positiva tal y como lo indica el estadístico R de Pearson con un 0,734 cercano a 1, por lo que, se puede afirmar que la calidad del servicio de los restaurantes de comida rápida influye en el nivel de satisfacción de los clientes frecuentes de estos establecimientos.

5.2. RECOMENDACIONES

Es recomendable que los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán se enfoquen en mejorar los criterios que se tomaron en cuenta para establecer la calidad del servicio y la satisfacción del cliente cuyas puntuaciones fueron bajas como por ejemplo el hecho de que en la mayoría de establecimientos no existen diversas formas de pago; además, se pueden aprovechar los aspectos fuertes que tienen los restaurantes objetos de estudio como su comida, potenciando su calidad y mostrando una mejor estrategia de mercado.

Por otro lado, se recomienda que los establecimientos de comida rápida se enfoquen en desarrollar una gestión que les permita tener un control sobre la calidad del servicio que ofertan con la intención de que se cumplan con las expectativas de los clientes, teniendo el propósito de que se pueda captar una mayor demanda; en cuanto a esto, se recomienda la aplicación del modelo EMCASER de forma periódica para mantener información actualizada para estos establecimientos.

Por último, esta investigación tiene la finalidad de ser de utilidad para futuras investigaciones enfocadas en la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el sector de restaurantes, por lo que, se recomienda tanto a la academia como a los diferentes establecimientos de esta índole tomar en cuenta la información aquí presentada para nuevos trabajos investigativos que permitan el desarrollo de estrategias pensadas en las instalaciones, accesibilidad, capital humano, atmósfera y la comida; ya que, queda demostrada la relación existente entre estas dimensiones con la satisfacción del cliente.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anzoise, E., & Scaraffia, C. (2021). *La Trilogía de Juran desde la perspectiva de la Lógica Transcursiva. Puntos de aprendizaje para la implementación de la Gestión Total de la Calidad*. Argentina : Universidad Tecnológica Nacional.
- APD. (05 de enero de 2021). *Importancia del capital humano en una empresa*. Obtenido de <https://www.apd.es/importancia-del-capital-humano-en-una-empresa/>
- Brito, G. (22 de noviembre de 2019). *Comida Rápida: Características y Ventajas para tu Negocio*. Obtenido de <https://www.metalboss.com.mx/blog/comida-rapida>
- Carmona, A., & Leal, A. (1998). *La teoría de los dos factores en la satisfacción del cliente*. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa.
- CIMD. (22 de enero de 2019). *Minuto de Dios/ Industrial*. Obtenido de <http://mdc.org.co/blog-formacion-tendencias-en-gestion-de-talento-humano-para-el-2019/>
- El Financiero. (18 de mayo de 2014). *La atmósfera de los restaurantes es importante a la hora de su elección*. Obtenido de <https://www.elfinancierocr.com/negocios/la-atmosfera-de-los-restaurantes-es-importante-a-la-hora-de-su-eleccion/2DIZXVN6TREBPABO4OQ4SAREZI/story/>
- El Universal. (05 de noviembre de 2015). *Estacionamiento, requisito para restaurantes: Canirac*. Obtenido de <https://www.eluniversalqueretaro.mx/metropoli/05-11-2015/estacionamiento-requisito-para-restaurantes-canirac#:~:text=Explic%C3%B3%20que%20el%20contar%20con%20un%20estacionamiento%20permite,ello%2C%20adem%C3%A1s%20de%20evitar%20problemas%20con%20los%20veci>
- FRINUS. (26 de marzo de 2018). *La importancia de unas buenas instalaciones en el restaurante*. Obtenido de <https://www.frinus.com/la-importancia-de-unas-buenas-instalaciones-en-el-restaurante/>

- García, M. (05 de abril de 2020). *Las 5 dimensiones de la escala Servqual y el modelo de las GAP'S*. Obtenido de <https://melissaturismo.blogspot.com/2020/04/las-5-dimensiones-de-la-escala-servqual.html>
- Gutiérrez, G. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (2011). *Análisis Multivariante*. Pearson .
- Hoffman, & Bateson. (2012). *Marketing de servicios-Conceptos, estrategias y casos*. México D.F. : Cengage Learning.
- Horeca Professional. (15 de noviembre de 2019). *Decoración y mobiliario para restaurantes | La importancia de la correcta elección*. Obtenido de <https://www.expohip.com/decoracion-y-mobiliario-para-restaurantes-la-importancia-de-la-correcta-eleccion/#:~:text=Elegir%20un%20mobiliario%20adecuado%20a%20tu%20restaurante%20supone,circunstancia%20para%20atraer%20a%20nuevos%20clientes.%20M%C3%A1s%20eleme>
- Huanes, J., & Aguilar, J. (2020). *La calidad del servicio y satisfacción de los clientes de un restaurante de comida rápida en la ciudad de Trujillo - La Libertad, año 2019*. Trujillo : Universidad Privada del Norte.
- Iglesias, I. (31 de enero de 2017). *La importancia del aseo en un restaurante*. Obtenido de <https://www.ehosa.es/la-importancia-del-aseo-en-un-restaurante/>
- Imbaquingo, I. (2019). *La oferta y la calidad del servicio en el sector restaurantes de la ciudad de Tulcán en el primer trimestre del 2019*. Tulcán: Universidad Politécnica Estatal del Carchi.
- IYCSA. (20 de febrero de 2019). *¿Qué tan importante es el diseño de un restaurante?* Obtenido de <https://iyca.es/que-tan-importante-es-el-diseno-de-un-restaurante/>
- Jurado, J. (2012). *La gestión del mix de marketing y el servicio al cliente en los restaurantes de comida china de la provincia del Carchi*. Visión Empresarial .
- Juran, J. (1986). *A Universal Approach to Managing for Quality Paper presented at the ASQC 40th Annual Quality Congress Anaheim*. California .
- Juran, J. (1996). *Juran y la calidad por el diseño*. Madrid: Díaz de Santos ed.
- Juran, J., & Godfrey, R. (1998). *The Quality Improvement Process*. New York: McGraw-Hill.

- Kaur, S. (07 de octubre de 2021). *Como la tecnología de pago de restaurantes esta revolucionando la industria*. Obtenido de <https://plumpos.com/es/restaurant-online-ordering-system/restaurant-payment-technology.html#:~:text=La%20tecnologia%20de%20pago%20de%20restaurantes%20es%20un,de%20gestion%20de%20las%20finanzas%20de%20los%20restaurantes>.
- La Cazuela . (07 de septiembre de 2015). *El éxito de la comida rápida* . Obtenido de <https://lacazuela.es/exito-comida-rapida/>
- Lebreault, J. (09 de febrero de 2022). *Ventajas y desventajas de la industria de la comida rápida*. Obtenido de <https://proyectovidaplena.com/20-ventajas-y-desventajas-principales-de-la-industria-de-la-comida-rapida/#:~:text=De%20hecho%2C%20los%20restaurantes%20de%20comida%20r%C3%A1pida%2C%20tambi%C3%A9n,de%20las%20ventas%20en%20todo%20el%20sector%20gastron%C3%B3mico>
- López, D. (2018). *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
- Mobydec . (10 de abril de 2017). *La importancia de la atmosfera en tu negocio* . Obtenido de <https://www.mobydecmuebles.com/la-importancia-de-la-atmosfera-en-tu-negocio/#:~:text=Aunque%20el%20t%C3%A9rmino%20se%20asocia%20con%20todos%20los,en%20que%20quieres%20que%20tus%20clientes%20te%20recuerden>.
- Monroy, M. (2019). Factores de la satisfacción del cliente: perspectivas en restaurantes de comida rápida. *Sinapsis*, 70 - 87.
- Monroy, M., & Urcádiz, F. (2018). *Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México*. Redalyc.
- Morocho, T. (2019). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa Alpecorp S.A.* Lima: Universidad Peruana Unión.
- Moya, D. (09 de julio de 2020). *¿Qué es la cordialidad en el servicio al cliente?* . Obtenido de <https://www.gestionar-facil.com/cordialidad-en-el-servicio-al-cliente/#:~:text=En%20fin%2C%20es%20evidente%20que%20un%20trato%20cordial%2C,terminen%20comprando%20nuestro%20producto%20o%20servicio%20con%20regularidad>.

- Olier, E. (31 de julio de 2015). *La importancia del capital humano*. Obtenido de <https://www.eleconomista.es/firmas/noticias/6908777/07/15/La-importancia-del-capital-humano.html>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1998). *Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*. American Marketing Association.
- Peñaloza, M. (12 de mayo de 2018). *LatinAmericanPost* . Obtenido de <https://latinamericanpost.com/es/21077-por-que-muchos-consideran-pesimo-el-servicioal-cliente-en-latino-america>
- Quintana, C. (14 de febrero de 2022). *SATISFACCIÓN DEL CLIENTE: QUÉ ES Y CÓMO SE MIDE*. Obtenido de <https://www.oberlo.com.mx/blog/satisfaccion-del-cliente>
- Rascon, J. (13 de abril de 2021). *Emprendices*. Obtenido de <https://www.emprendices.co/por-que-debes-aceptar-diferentes-metodos-de-pago-en-tu-negocio/>
- Restauración News. (05 de abril de 2022). *El sector de la comida rápida aumentó un 24% en 2021*. Obtenido de <https://restauracionnews.com/comida-rapida-aumento-2021/>
- Reyes, E. (12 de mayo de 2019). *Emprendedor Inteligente*. Obtenido de <https://www.emprendedorinteligente.com/trilogia-de-juran/>
- Riders, S. (07 de junio de 2022). *Impacto de la capacidad del estacionamiento del negocio en las ventas*. Obtenido de <https://ridersac.com/problematicas-con-los-espacios-de-estacionamiento/capacidad-del-estacionamiento/>
- Rivera, S. (2019). *La calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador* . Guayaquil: Universidad Católica Santiago de Guayaquil .
- Rodríguez. (11 de marzo de 2022). *Importancia de la Accesibilidad en Restaurantes*. Obtenido de <https://estudiarhosteleria.es/importancia-de-la-accesibilidad-en-restaurantes/>
- Salazar, D. (2021). *La calidad del servicio al cliente y su incidencia en la actividad comercial, cantón Pedro Carbo, periodo 2015 - 2020*. Jipijapa : Universidad Estatal del Sur de Manabí "UNESUM".
- Salazar, D., & Osorio, M. (2016). *La gestión del conocimiento organizacional y el capital intelectual*. Quito: Estudios y Perspectivas en Turismo.
- SERAL. (2021). *seralsat.com*. Obtenido de <http://www.seralsat.com/noticias/instalaciones-y-materiales-en-tu->

- restaurante.-consejos-practicos.-en-seral-disponemos-de-un-departamento-especializado-en-el-diseno-de-espacios-destinados-a-la-hosteleria
- Silva, E., & Jhonson, G. (2022). *Modelo teórico de gestión de la calidad del servicio para promover la competitividad de los restaurantes de cocina tradicional de la costa ecuatoriana*. SIEMBRA.
- Tena, M. (28 de febrero de 2020). *La importancia de la presentación de un platillo*. Obtenido de <https://gourmetdemexico.com.mx/comida-y-cultura/presentacion-de-platillos/>
- TheFork. (07 de agosto de 2018). *Medidas de seguridad en restaurantes*. Obtenido de <https://www.theforkmanager.com/es-es/blog/medidas-seguridad-restaurantes>
- Vera, J., & Trujillo, A. (2017). *Escala mexicana de calidad en el servicio en restaurantes (EMCASER)*. México : Innovar Journal.

VII. ANEXOS

Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR


ESTUDIANTE:	CADENA QUELAL JOSELYN GABRIELA	CÉDULA DE IDENTIDAD:	0401968433
PERIODO ACADÉMICO:	2022 B	DOCENTE TUTOR:	MSC. PAGUAY CHÁVEZ FÉLIX WILMER
PRESIDENTE TRIBUNAL:	MSC. CUADRADO BARRETO GABRIELA CARLA		
DOCENTE:	MSC. MALQUÍN VERA SONIA MARILÚ		
TEMA DEL TIC:	Calidad del servicio y satisfacción del cliente en los restaurantes de comida rápida en la ciudad de Tulcán		

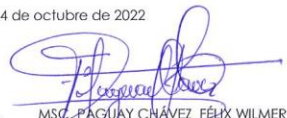
No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	7.67	Precisar el problema. Mejorar la justificación, añadiendo cifras estadísticas que apoyen la investigación del tema
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	8.00	Los antecedentes deben tener el objetivo principal, la metodología utilizada, y las principales conclusiones a las que se llegó
3	METODOLOGÍA	7.67	Definir correctamente la población y la muestra para el análisis estadístico. Identificar correctamente el muestreo
4	RESULTADOS	7.67	Se recomienda la utilización de entrevistas o fichas de observación (instrumento cualitativo) a los restaurantes por visitar
5	DISCUSIÓN	7.67	Se recomienda explicar la limitación de la investigación en torno a los restaurantes que no participaron.
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	7.67	Verificar que las conclusiones estén en concordancia con los objetivos, teniendo en cuenta las modificaciones realizadas
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	7.67	Mejorar la defensa, argumentación y vocabulario profesional
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	7.67	Mejorar el documento de acuerdo a la guía institucional

Obteniendo una nota de: 7.70 Por lo tanto, **APRUEBA** ; debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

Art. 36.- De los estudiantes que aprueban el informe final del TIC con observaciones.- Los estudiantes tendrán el plazo de 10 días para proceder a corregir su informe final del TIC de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros del Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el viernes, 14 de octubre de 2022


MSC. CUADRADO BARRETO GABRIELA CARLA
PRESIDENTE TRIBUNAL


MSC. PAGUAY CHÁVEZ FÉLIX WILMER
DOCENTE TUTOR


MSC. MALQUÍN VERA SONIA MARILÚ
DOCENTE



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

ESTUDIANTE:	PUETATE PAGUAY DANNY ORLANDO	CÉDULA DE IDENTIDAD:	0402057855
PERIODO ACADÉMICO:	2022 B		
PRESIDENTE TRIBUNAL	MSC. CUADRADO BARRETO GABRIELA CARLA	DOCENTE TUTOR:	MSC. PAGUAY CHÁVEZ FÉLIX WILMER
DOCENTE:	MSC. MALQUÍN VERA SONIA MARILÚ		
TEMA DEL TIC:	Calidad del servicio y satisfacción del cliente en los restaurantes de comida rápida en la ciudad de Tulcán		

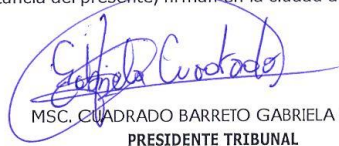
No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	7.67	Precisar el problema. Mejorar la justificación, añadiendo cifras estadísticas que apoyen la investigación del tema
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	8,00	Los antecedentes deben tener el objetivo principal, la metodología utilizada, y las principales conclusiones a las que
3	METODOLOGÍA	7.67	Definir correctamente la población y la muestra para el análisis estadístico. Identificar correctamente el muestreo
4	RESULTADOS	7.67	Se recomienda la utilización de entrevistas o fichas de observación (instrumento cualitativo) a los restaurantes par
5	DISCUSIÓN	7.67	Se recomienda explicar la limitación de la investigación en torno a los restaurantes que no participaron .
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	7.67	Verificar que las conclusiones estén en concordancia con los objetivos , teniendo en cuenta las modificaciones r
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	7.67	Mejorara la defensa, argumentación y vocabulario profesional
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	7.67	Mejorar el documento de acuerdo a la guía institucional

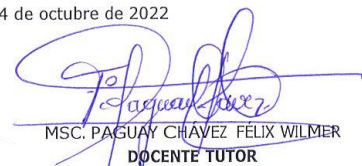
Obteniendo una nota de: 7.70

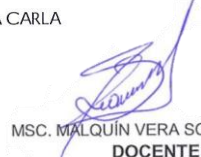
Por lo tanto, **APRUEBA** ; debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

Art. 36.- De los estudiantes que aprueban el informe final del TIC con observaciones.- Los estudiantes tendrán el plazo de 10 días para proceder a corregir su informe final del TIC de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros del Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el viernes, 14 de octubre de 2022


MSC. CUADRADO BARRETO GABRIELA CARLA
PRESIDENTE TRIBUNAL


MSC. PAGUAY CHÁVEZ FÉLIX WILMER
DOCENTE TUTOR


MSC. MALQUÍN VERA SONIA MARILÚ
DOCENTE

Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL
CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE
CENTER**

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: Cadena Quelal Joselyn Gabriela y Puetate Paguay Danny Orlando				
DATE: 25 de octubre de 2022				
TOPIC: "Calidad del servicio y satisfacción del cliente en los restaurantes de comida rápida en la ciudad de Tulcán"				
MARKS AWARDED		QUANTITATIVE AND QUALITATIVE		
0 - 4,9: LIMITED				
VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1 Vera Játiva Edwin Andrés, 5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED	TOTAL 9		



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Cadena Quelal Joselyn Gabriela y Puetate Paguay Danny Orlando

Fecha de recepción del abstract: 25 de octubre de 2022

Fecha de entrega del informe: 25 de octubre de 2022

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



Firmado electrónicamente por:
EDISON BOANERGES
PENAFIEL ARCOS

Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc
Coordinador del CIDEN

Anexo 3: Formato de encuesta



**Calidad del Servicio y Satisfacción del cliente en los
restaurantes de comida rápida en la ciudad de Tulcán**

Objetivo: Analizar la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de los restaurantes de comida rápida de la ciudad Tulcán

Confidencial: Los datos recolectados serán utilizados con fines académicos.

DATOS DEMOGRÁFICOS

Edad:				
Sexo:	Femenino		Masculino	
Instrucción:	Primaria		Secundaria	Superior
Ocupación:	Estudiante		Trabajador por cuenta propia	Empleado
Ingresos:	Menos de 100 \$		Entre 100 \$ y 300 \$	De 300\$ en adelante
Estado civil:	Soltero		Casado	Otros

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente cada uno de los enunciados y marque con una X, según su criterio.

Con base a su experiencia en los establecimientos de comida rápida valore del 1 al 5 las siguientes afirmaciones, considerando que 5 es la respuesta mejor valorada y 1 la respuesta peor valorada.

CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE						
INSTALACIONES						
		1	2	3	4	5
1.	La estructura física en el diseño del restaurante fue creada pensando en el cliente.	1	2	3	4	5
2.	Los colores en el restaurante fueron escogidos pensando en el cliente.	1	2	3	4	5
3.	El restaurante de comida rápida cuenta con instalaciones sanitarias adecuadas.	1	2	3	4	5
4.	Las sillas del establecimiento proporcionan confort al cliente.	1	2	3	4	5
5.	Las mesas del establecimiento proporcionan confort al cliente.	1	2	3	4	5
6.	En el restaurante de comida rápida existen espacios libres para la comodidad del cliente.	1	2	3	4	5
7.	Las instalaciones del restaurante de comida rápida se encuentran totalmente limpias.	1	2	3	4	5
8.	¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a las INSTALACIONES del restaurante de comida rápida?	1	2	3	4	5

ACCESIBILIDAD						
9.	El restaurante de comida rápida esta ubicada en un lugar estratégico de la ciudad.	1	2	3	4	5
10	En el restaurante de comida rápida existe la opción de pago en efectivo.	1	2	3	4	5
11	En el restaurante de comida rápida existe la opción de pago con tarjetas de crédito.	1	2	3	4	5
12	En el restaurante de comida rápida existe la opción de pago con transferencias bancarias.					
13	¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la ACCESIBILIDAD del restaurante de comida rápida?	1	2	3	4	5
CAPITAL HUMANO						
14	El restaurante le ofrece un trato cordial a su llegada.	1	2	3	4	5
15	El restaurante le ofrece un trato cordial al momento de ofrecerle el servicio.	1	2	3	4	5
16	El restaurante le ofrece un trato cordial a la salida del establecimiento.	1	2	3	4	5
17	El personal posee un uniforme que brinda buena presencia en el restaurante de comida rápida	1	2	3	4	5
18	El personal tiene conocimiento sobre los platillos que se ofrece al cliente.	1	2	3	4	5
19	El personal atiende con rapidez lo solicitado por el cliente.	1	2	3	4	5
20	El personal atiende todas las inquietudes del cliente.	1	2	3	4	5
21	¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto al CAPITAL HUMANO del restaurante de comida rápida?	1	2	3	4	5
ATMÓSFERA						
22	El restaurante de comida rápida tiene una buena iluminación.	1	2	3	4	5
23	El ambiente del restaurante como la música de fondo son acordes al establecimiento.	1	2	3	4	5
24	Se siente cómodo con el tipo de clientes que acuden al restaurante de comida rápida.	1	2	3	4	5
25	Los olores que genera el restaurante de comida rápida son agradables.	1	2	3	4	5
26	La calefacción o aire acondicionado del restaurante de comida rápida es propicio para su total comodidad.	1	2	3	4	5
27	¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la ATMÓSFERA del restaurante de comida rápida?	1	2	3	4	5
COMIDA						
28	Los platillos tienen un sabor agradable.	1	2	3	4	5
29	Los platillos tienen un aroma agradable.	1	2	3	4	5

30	La presentación de los platillos tienen una presentación agradable para el consumidor.	1	2	3	4	5
31	Las bebidas tienen un sabor agradable.	1	2	3	4	5
32	Las bebidas tienen un aroma agradable.	1	2	3	4	5
33	La presentación de las bebidas tiene un aspecto limpio.	1	2	3	4	5
34	¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la COMIDA del restaurante de comida rápida?	1	2	3	4	5

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 4: Formato de entrevista



Calidad del Servicio y Satisfacción del cliente en los restaurantes de comida rápida en la ciudad de Tulcán

Objetivo: Analizar la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de los restaurantes de comida rápida de la ciudad Tulcán

Confidencial: Los datos recolectados serán utilizados con fines académicos.

RESTAURANTE:

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente cada uno de los enunciados y responda según su criterio

CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

INSTALACIONES

1.	¿La estructura física en el diseño del restaurante fue creada pensando en la comodidad del cliente? ¿Por qué?
2.	¿Según usted el restaurante de comida rápida cuenta con mobiliario como sillas y mesas que propician el confort del cliente? ¿Por qué?
3.	¿Considera que las instalaciones del restaurante de comida rápida se encuentran totalmente limpias? ¿Por qué?

12.	¿En base a su criterio la presentación de los platillos y bebidas son agradables para el cliente? ¿Por qué?
13.	¿Considera que los clientes frecuentes del restaurante se encuentran satisfechos con el servicio ofertado? ¿Por qué?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 5: Prueba de hipótesis

