

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO Y ECOTURISMO

Tema: “La Gestión Administrativa en los restaurantes de la Ciudad de Tulcán y la satisfacción en los clientes en el año 2017-2018”

Trabajo de titulación previa la obtención del título de Ingeniera en Turismo y Ecoturismo

AUTORA: Estefanía Maribel Estupiñan Igua

TUTOR: Ing. Eduardo Javier Pozo Burgos. Msc.

Tulcán, 2018

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Estefanía Maribel Estupiñan Igua con el número de cédula 0401753090 ha elaborado el trabajo de titulación: “La Gestión Administrativa en los restaurantes de la Ciudad de Tulcán y la satisfacción en los clientes en el año 2017-2018”

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

f.....

Ing. Eduardo Javier Pozo Burgos. Msc.

TUTOR

f.....

Ing. Jaime Iturralde. Msc.

LECTOR

Tulcán, diciembre de 2018

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniera de la Facultad de Industrias Agropecuarias y Ciencias Ambientales

Yo, Estefanía Maribel Estupiñan Igua con cédula de identidad número 0401753090 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f.....

Estefanía Maribel Estupiñan Igua

AUTOR(A)

Tulcán, diciembre de 2018

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Estefanía Maribel Estupiñan Igua declaro ser autora de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “La Gestión Administrativa en los restaurantes de la Ciudad de Tulcán y la satisfacción en los clientes en el año 2017-2018” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

f.....

Estefanía Maribel Estupiñan Igua

AUTORA

Tulcán, diciembre de 2018

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a mis padres que son el motor fundamental en mi vida, por la oportunidad que me dieron de ser una profesional y por el apoyo incondicional que siempre me han brindado.

A mi hermana que estuvo apoyándome en todo el proceso educativo de mi carrera. Agradecerle a mi enamorado por las palabras de aliento que siempre me brinda para seguir adelante y por estar siempre pendiente de mí.

Agradecerle a Dios porque me brinda sabiduría, vida y por acompañarme siempre en mi camino.

También quiero agradecerle a mi tutor y lector: Msc. Javier Pozo y Msc. Jaime Iturralde por sus enseñanzas en todo este proceso que fueron de mucha ayuda para poder culminar con esta investigación.

DEDICATORIA

A Dios por guiarme y por todas las bendiciones
recibidas a lo largo de mi carrera
A mi familia por sus motivaciones brindadas día a día
A mi enamorado que siempre estuvo presente en los
momentos más difíciles de mi profesión.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	13
I. PROBLEMA	14
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	15
1.3. JUSTIFICACIÓN	15
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	16
1.4.1. Objetivo General.....	16
1.4.2. Objetivos Específicos	16
1.4.3. Preguntas de Investigación	16
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	17
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	17
2.2. MARCO TEÓRICO	19
2.2.1 Satisfacción del cliente	19
2.2.2 Percepciones del cliente.....	20
2.2.3 Expectativas del cliente	20
2.2.4 Calidad en el servicio.....	20
2.2.5 Modelo SERVQUAL.....	20
2.2.6. Gestión.....	22
2.2.7 Administración Turística	23
2.2.8 Establecimientos de restauración.....	24
III. METODOLOGÍA	26
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO.....	26
3.1.1. Enfoque.....	26
3.1.2 Modalidad o diseño.....	26
3.1.3. Tipo de Investigación.....	27

3.2. HIPÓTESIS	27
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	28
3.3.1. Operacionalización de la variable independiente	28
3.3.2. Operacionalización de la variable dependiente	30
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	32
3.4.1. Técnicas e Instrumentos utilizados	33
3.4.2. Análisis Estadístico	34
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	36
4.1. RESULTADOS	36
4.1.1 Análisis de las encuestas realizadas a los administradores de los restaurantes ..	36
4.1.2 Análisis de la encuesta realizada a los clientes de los restaurantes	42
4.1.3 Interpretación de la prueba de signo y distribución binomial.....	64
4.2. DISCUSIÓN	66
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	70
5.1. CONCLUSIONES	70
5.2. RECOMENDACIONES	71
IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72
V. ANEXOS	75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Planificación	37
Figura 2: Organización	38
Figura 3: Comunicación	40
Figura 4: Control	41
<i>Figura 5:</i> Elementos Tangibles	43
Figura 6: Fiabilidad	44
Figura 7: Capacidad de respuesta	45
Figura 8: Seguridad	46
Figura 9: Empatía	47
Figura 10: Elementos Tangibles	48
Figura 11: Fiabilidad	51
Figura 12: Capacidad de respuesta	54
Figura 13: Seguridad	57
Figura 14: Empatía	59
Figura 15: Mapa de los restaurantes de la ciudad de Tulcán.....	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de la variable independiente	28
Tabla 2: Operacionalización de la variable dependiente	30
Tabla 3: Planificación	36
Tabla 4: Organización.....	38
Tabla 5: Comunicación.....	39
Tabla 6: Control.....	41
Tabla 7: Elementos Tangibles	42
Tabla 8: Fiabilidad.....	43
Tabla 9: Capacidad de respuesta.....	44
Tabla 10: Seguridad	45
Tabla 11: Empatía.....	46
Tabla 12: Elementos Tangibles	47
Tabla 13: Fiabilidad.....	50
Tabla 14: Capacidad de respuesta.....	53

Tabla 15: Seguridad	56
Tabla 16: Empatía.....	58
Tabla 17: Resumen Percepciones	61
Tabla 18: Resumen Expectativas.....	62
Tabla 19: Cálculo del método SERVQUAL	63
Tabla 20: Resumen Gestión Administrativa.....	68
Tabla 21: Resumen Satisfacción.....	69

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario de Percepciones	75
Anexo 2: Cuestionario de Expectativas.....	77
Anexo 3: Cuestionario Gestión Administrativa	78
Anexo 4: Tabla H- Chi2	81
Anexo 5: Informe final de cumplimiento	82
Anexo 6: Certificado abstract.....	83
Anexo 7: Acta predefensa	84

RESUMEN

Esta investigación consiste en el diagnóstico de la gestión administrativa en los restaurantes de la ciudad de Tulcán para determinar el grado de satisfacción en los clientes. El presente estudio permite conocer en qué elemento de la gestión administrativa están fallando los establecimientos de restauración y si esto influye en la satisfacción del cliente. La investigación tuvo un enfoque mixto, el método usado fue no experimental y como técnica la encuesta, para cumplir con esta finalidad se seleccionó a los 23 restaurantes de la ciudad de Tulcán que se encuentran registrados en el catastro del Ministerio de Turismo del Carchi como unidad de análisis, puesto que estos son categorizados por este ente regulador como establecimientos de restauración. A través de las encuestas realizadas tanto a los gerentes y clientes de los diferentes restaurantes se obtuvo como resultado que, de los 23 restaurantes analizados, 6 brindan satisfacción lo cual ayudó a relacionar las dos variables, ya que, según los cálculos realizados, los mismos 6 restaurantes son los que cumplen con los 4 elementos que forman parte de la gestión administrativa. De esta manera se concluyó que la gestión administrativa en los restaurantes de la ciudad de Tulcán incide en la satisfacción de los clientes en el año 2017-2018.

Palabras clave: satisfacción del cliente, gestión administrativa, calidad en el servicio y restaurantes.

ABSTRACT

This research consists in the diagnosis of the administrative management in restaurants of Tulcán City to determine the level of satisfaction in clients. The present study allows to know in which element of the administrative management the restoration establishments are failing and if this influences in the satisfaction of the client. The research had a mixed approach, the method used was non-experimental and as a technique, the survey. To accomplish with this purpose, 23 restaurants of Tulcán City that are registered in the cadastre in Ministry of Tourism in Carchi were selected as unit of analysis due these are categorized by this regulating entity as restoration establishments. Through surveys carried out to both managers and customers in different restaurants was obtained as a result that from 23 restaurants analyzed, 6 provide satisfaction which help to relate the two variables, according to studies 6 restaurants provide satisfaction which accomplishes with the 4 elements that are part of the administrative management in this way it was concluded that the administrative management in restaurants of Tulcán City affects the satisfaction of the clients in 2017-2018.

Keywords: customer satisfaction, administrative management, quality of service and restaurants.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación está enfocada en determinar el aporte de la gestión administrativa en el mejoramiento de la satisfacción de los clientes de los restaurantes de la ciudad de Tulcán, con el fin de conocer en que elemento de la gestión administrativa están fallando y como estos elementos inciden en la satisfacción del cliente.

La ciudad de Tulcán según el catastro del MINTUR tiene establecido 23 restaurantes los cuales serán el punto de partida para esta investigación, iniciando con un diagnóstico de la gestión administrativa que tienen actualmente los restaurantes, este diagnóstico permitirá conocer si los gerentes desarrollan una gestión adecuada y como incide en la satisfacción de los clientes para descubrir estas interrogantes se aplicó encuestas que posteriormente los resultados obtenidos fueron analizados e interpretados para poder llegar a las conclusiones.

A continuación, se presenta un resumen de los 5 capítulos en los que se desarrolló la presente investigación.

En el primer capítulo se plantea el problema la formulación del problema, justificación, objetivos y las preguntas de investigación

En el segundo capítulo se presenta los antecedentes y marco teórico los cuales ayudaron para poder fundamentar y sustentar bibliográficamente la investigación.

En el tercer capítulo se detalla la metodología utilizada en la presente investigación el enfoque, modalidad y tipo que tiene la investigación al igual que la idea a defender y operacionalización de variables

En el cuarto capítulo se da a conocer los resultados que se obtuvieron mediante la recolección de datos a través de las encuestas realizadas y se presenta una discusión en la que se establece los logros obtenidos en la investigación.

En el quinto capítulo se muestra las conclusiones y recomendaciones que se obtuvieron en la presente investigación.

I. PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el Ecuador pocas empresas turísticas consideran que mediante la aplicación de un sistema adecuado de gestión administrativa en el servicio lograrán incrementar el nivel de satisfacción de sus clientes y por ende sus utilidades. Según Naranjo (2015) “una adecuada gestión administrativa en los servicios es uno de los pilares que permitirá a la industria turística garantizar un buen servicio y lograr la satisfacción en el cliente” (p.4).

La poca intervención por los gerentes hace que en los restaurantes no exista una buena organización pues se preocupan más por cuidar el interés personal que por lograr la satisfacción del cliente. El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Provincial (PDOT) (2015) indica que: “En la provincia del Carchi existen varios establecimientos que ofrecen servicio de restauración, pero estos establecimientos no cuentan con una capacitación en los empleados y propietarios lo que incide a que no se brinde un servicio de calidad” (p.86).

En la ciudad de Tulcán existen 23 restaurantes registrados en el catastro del Ministerio de Turismo hasta la fecha en los cuales la mayor parte del personal que labora en estos restaurantes son personas que no cuentan con la preparación adecuada para los diferentes cargos. Herrera (2015) asegura que: En la ciudad de Tulcán la gran mayoría del personal que trabaja en los establecimientos de restauración tiene un conocimiento empírico y no existe el personal adecuado para realizar una administración apropiada.

Uno de los servicios fundamentales es el servicio de restauración que oferta la planta turística en la ciudad de Tulcán.

Según la página oficial del Ministerio de Turismo (2015):

La ciudad de Tulcán no cuenta con un servicio de restauración de calidad por que en los establecimientos no existe el personal apropiado para realizar una administración adecuada y en algunos casos los trabajadores son polivalentes y finalmente la función que tienen que cumplir no la realizan con eficacia y eficiencia. (p.2)

La formación de empleados y propietarios de los restaurantes de la ciudad de Tulcán es deficiente lo que ha provocado un retroceso en el campo turístico en la ciudad e insatisfacción a los clientes.

Esto contribuye a que en los establecimientos de restauración no se brinde una adecuada administración y no exista una buena atención al cliente que satisfaga por completo las expectativas del cliente al momento de adquirir este servicio.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La inadecuada gestión administrativa en los restaurantes de la ciudad de Tulcán genera deficiente calidad en el servicio lo que provoca insatisfacción en los clientes en el año 2017-2018.

1.3. JUSTIFICACIÓN

La ciudad de Tulcán tiene varios atractivos turísticos tanto naturales como culturales, pero tiene una gran deficiencia en su planta turística, la mayoría de los pobladores invierten en el comercio o en la agricultura lo que contribuye a que no se desarrolle el turismo en la ciudad.

La finalidad de la presente investigación es contribuir a mejorar la atención de los servicios de los restaurantes para poder brindar satisfacción al cliente y contribuir así con el desarrollo económico de la ciudad de Tulcán.

Los beneficiarios directos con la realización de la presente investigación son los clientes porque se oferta un mejor servicio que logre satisfacer las necesidades de los usuarios generando buenas expectativas, también se benefician los dueños de los restaurantes obteniendo un mayor ingreso económico ya que: “Un servicio de calidad aumenta la rentabilidad del negocio sin reducir la satisfacción del cliente, y por ende existirá más clientes generando así incrementar sus utilidades” (Delgado, Vargas, y López, 2010, p. 87).

Por lo tanto, diagnosticar como está la situación actual de los servicios que se ofrece a los usuarios es importante ya que el servicio de un restaurante que brinde un servicio de calidad genera afluencia de clientes lo que permite la estabilidad económica del mismo y

su posicionamiento en el mercado y lo más importante lograr la satisfacción del cliente para que decida regresar.

También se podrá mejorar los recursos del establecimiento, aprovechándolos de manera eficaz.

Es factible el proyecto porque se dispone de los recursos necesarios para la ejecución del mismo, principalmente se tiene acceso a información, además se cuenta con los recursos tecnológicos, fuentes bibliográficas, recursos económicos y el personal necesario.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Diagnosticar la gestión administrativa de los restaurantes de la ciudad de Tulcán para la determinación del grado de satisfacción en los clientes en el año 2017-2018

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente sobre la gestión administrativa en los restaurantes y la satisfacción de los clientes
- Analizar la gestión administrativa que tienen actualmente los restaurantes
- Determinar el grado de satisfacción en los clientes para tener conocimiento sobre el servicio que ofrecen los restaurantes.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cómo se conoce acerca de la gestión administrativa en los restaurantes conjuntamente con la satisfacción de los clientes?
- ¿Qué proceso se realiza para poder determinar la gestión administrativa del servicio en los restaurantes?
- ¿Cómo se mide la satisfacción de los clientes con respecto al servicio que ofrecen los restaurantes?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

A continuación, se explicará investigaciones similares que realizaron diferentes autores referentes al tema planteado que servirán en la presente investigación.

Para tener éxito en los restaurantes se necesita determinar los niveles de satisfacción y poder saber si se está brindando o no satisfacción al cliente.

Thompson (2015) indica que:

No cabe duda que el tener clientes complacidos o plenamente satisfechos es uno de los factores clave para alcanzar el éxito en los negocios. Para ello, una empresa necesita determinar los niveles de satisfacción de sus clientes realizando la siguiente operación: Rendimiento percibido - Expectativas = Nivel de satisfacción del cliente. (p.6)

El aporte de dicho antecedente a la investigación va ayudar a determinar la satisfacción de los clientes en los restaurantes de la ciudad de Tulcán.

Se recopiló información del artículo “Dimensiones de la satisfacción de clientes bancarios universitarios: una aproximación mediante el análisis de factores” realizado por Mejías y Manrique (2011):

El modelo de encuesta usado en esta investigación, presenta ítems en la escala graduada de Likert, en opciones que van desde el 1 al 5. El muestreo se realizó mediante la técnica de Muestreo Casual; por lo que resulta un muestro no probabilístico a conveniencia de la investigación (...). Una vez diseñada y aplicada la encuesta a los usuarios seleccionados, se procedió al análisis de los datos obtenidos; el cual se realizó con ayuda del software SPSS. (p.45)

En este artículo se utiliza un muestreo no probabilístico a conveniencia mismo que se utilizaran en la presente investigación ya que el investigador elegirá a los clientes de los diferentes restaurantes a investigarse. También, este artículo aporta a la presente investigación porque se aplicará una encuesta de escala Likert a los clientes que recibieron el servicio de restauración y se utilizara el SPSS para realizar el análisis de datos obtenidos en la presente investigación.

Se obtuvo información de la tesis “*El servicio de restauración turística en la parroquia urbana Huaca y la satisfacción al visitante*” realizada por Aguilar (2016) en esta investigación de tipo académica se utilizó el enfoque cuantitativo ya que esta investigación se orienta a la recolección de datos estadísticos y comprobación de una hipótesis para poder medir la variable dependiente la cual trata sobre la satisfacción de los clientes, y también utiliza el enfoque cualitativo ya que realiza un diagnóstico con la observación directa sobre el servicio de restauración que brinda la parroquia de Huaca.

El aporte de dicho antecedente hace referencia al enfoque mixto, mismo que es utilizado en la presente investigación porque se realizó un análisis basado en la recolección de información enfocada en la gestión administrativa de los restaurantes de la ciudad de Tulcán y se realiza un análisis medible en base a programas y fórmulas estadísticas que podrán determinar la satisfacción de los clientes que han utilizado el servicio de restauración.

En la presente investigación se utiliza el modelo SERVQUAL como base para determinar la satisfacción del cliente percibida en los restaurantes de la ciudad de Tulcán.

Se obtuvo información sobre la tesis “*Medición del grado de satisfacción de los clientes bancarios de Puerto Montt basada en la escala SERVQUAL*” realizado por Benavente y Figueroa (2012), mencionan en su metodología que:

El modelo SERVQUAL está basado en el modelo clásico de evaluación al cliente, que considera que todo cliente que adquiere un servicio genera unas expectativas del servicio que va a recibir a través de distintos canales y una vez recibido hay una serie de factores, dimensiones, que le permite tener una percepción del servicio recibido (p.28).

Este antecedente sirve como base para la investigación de la variable satisfacción del cliente y poder determinar el grado de satisfacción que tienen los clientes en base a dimensiones ya establecidas por el modelo SERVQUAL mismo que será utilizado en esta investigación.

La gestión administrativa tiene cuatro elementos que están conectados y sin ellos no se podría hablar de una gestión administrativa. En el artículo la gestión administrativa de las empresas agropecuarias, en Venezuela, menciona:

Que ninguna organización puede alcanzar el éxito si no tiene una adecuada administración competente. Existen muchos autores que consideran cuatro funciones básicas dentro de la gestión administrativa: planear, organizar, controlar y comunicar, las cuales deben ser llevadas a cabo por el administrador sin importar el tipo de organización o nivel en que se trabaje y aun adoptando técnicas administrativas más modernas como calidad total. (Márquez, 2002, p. 13)

Este antecedente sirve como base para tomarlos como dimensiones que son utilizados en la operacionalización de variables ya que la gestión administrativa es una variable de la presente investigación.

2.2. MARCO TEÓRICO

Para tener una idea clara sobre las variables de la presente investigación y poder fundamentarlas se las investigará específicamente a cada una de ellas.

2.2.1 Satisfacción del cliente

Los autores González y Arciniegas (2016) definen la satisfacción del cliente como: “opinión del cliente acerca del grado en el cual la transacción ha satisfecho sus necesidades y expectativas” (p.16).

La satisfacción del cliente es “una evaluación post consumo que depende de la calidad percibida en el momento de la prestación del servicio” (González R. , 2014).

Para Kotler (2015) la satisfacción de cliente es “el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas” (p.110).

La satisfacción del cliente es un juicio de valor que los clientes tienen con respecto a las percepciones y expectativas antes y después de recibir el servicio, la cual se logra si se brinda un adecuado servicio en el que se pueda cumplir con todas las necesidades del cliente.

2.2.2 Percepciones del cliente

La percepción es cómo valoran las personas los servicios. Es decir, como las reciben y evalúan los servicios de una empresa. Las percepciones están enlazadas con las características o dimensiones de la calidad del servicio que son; confiabilidad, seguridad, sensibilidad, empatía, y elementos tangibles. (Matsumoto, 2014, p. 185)

Las percepciones son las opiniones directas por parte del cliente después de haber adquirido el servicio y en el cual la persona hace uso de dimensiones para emitir un juicio de valor.

2.2.3 Expectativas del cliente

Según Gutiérrez (2014) es una “prospectiva que hace un cliente sobre el nivel de calidad de los productos o servicios. Se hace a partir de experiencias previo consumo, publicidad y comentarios de otras personas” (p.52).

Las expectativas es lo que el cliente espera que va a obtener de un determinado servicio y pueden ser influenciados por experiencias de otros clientes que ya han adquirido el servicio.

2.2.4 Calidad en el servicio

Según González y Valero (2017):

La calidad en el servicio es el grado en que un conjunto de características inherentes o asignadas un producto, proceso o sistema cumple con los requisitos (necesidad o expectativa), asumiendo la característica como un rasgo diferenciador de carácter cualitativo o cuantitativo; una característica asignada a un producto turístico puede ser su precio, que no es un distintivo de su calidad. (p.103)

La calidad del servicio representa el grado de cumplimiento de las expectativas del cliente comparando como el mismo percibe el servicio, es decir como es realmente en todos sus procesos y como sería lo deseado en el servicio.

2.2.5 Modelo SERVQUAL

A continuación, se da a conocer el modelo SERVQUAL que ayuda en la investigación para poder medir la satisfacción del cliente.

El modelo SERVQUAL es una técnica de investigación comercial, que permite realizar la medición de la satisfacción del cliente, conocer las expectativas de los clientes, y cómo ellos aprecian el servicio. Este modelo permite analizar aspectos cuantitativos y cualitativos de los clientes. Permite conocer factores incontrolables e impredecibles de los clientes. (Matsumoto, 2014, p. 185)

Según Almeida, Barcos y Castilla (2006):

Este modelo se basa en la consideración de la calidad como una expectativa y su medición como el resultado de comparar lo que el cliente cree que la empresa debe ofrecer (expectativas), con la percepción del desempeño que se tiene del servicio recibido (percepciones). (p.280)

El modelo SERVQUAL es considerado uno de los más aptos para valorar la satisfacción del cliente y se basa en conocer tanto las expectativas como las percepciones que tiene el cliente al momento de adquirir un servicio en este caso el servicio de restauración. Es por esto que en esta investigación se lo ha tomado en cuenta para poder determinar el grado de satisfacción del cliente.

2.2.5.1 Dimensiones del modelo SERVQUAL

Es necesario conocer las dimensiones ya que ayuda en la investigación para hacer el cuestionario mismo que fue entregado a los clientes de los restaurantes a investigarse.

Según Almeida, Barcos y Castilla (2006) la evaluación mental del servicio lo realizan los clientes para cinco dimensiones o criterios relevantes del mismo: elementos tangibles, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta, y fiabilidad.

Elementos tangibles: apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal de contacto y material de comunicación.

Fiabilidad: habilidad para realizar el servicio prometido de forma cuidadosa. Esa habilidad debe darse de forma consistente en el tiempo.

Capacidad de respuesta: disposición para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido. Recoge el deseo de servir a los clientes eficazmente.

Seguridad: se refiere al conocimiento y la atención mostrados por los empleados y las habilidades de que disponen para inspirar confianza y credibilidad. En esta dimensión deben darse conjuntamente competencia y cortesía

Empatía: atención individualizada que ofrece la empresa a sus clientes. Ponerse en el lugar del cliente para tratar de identificar sus necesidades. (p. 281)

2.2.5.2 Calculo del modelo SERVQUAL

Según Molino 2010 citado en Aguilar (2016)

La escala SERVQUAL al pretender medir la satisfacción de los clientes en base a la calidad del servicio, considerando las expectativas y las percepciones de los clientes posee las siguientes características:

- Consta de 20 ítems ya definidos, agrupados en las cinco dimensiones.
- La valoración se realiza mediante una escala Likert de 5 puntos
- Se divide en dos secciones: expectativas y percepciones.

El objetivo es obtener la puntuación SERVQUAL:

- $SERVQUAL = \Sigma (PJ - EJ)$, donde PJ es la puntuación de las percepciones, y EJ es la de las expectativas.

Una variación es el SERVQUAL ponderado, en el que se utiliza una tercera sección para la evaluación de la importancia de las cinco dimensiones (100 puntos a distribuir entre las cinco dimensiones). (p.66)

El modelo SERVQUAL busca determinar si los clientes se encuentran satisfechos o insatisfechos respecto a un determinado servicio, con la que una vez obtenidas los resultados de las percepciones y expectativas se procede a restar; y se procede a sacar el resultado exacto que de ser negativo significaría que el servicio que está prestando la empresa no cumple las expectativas del cliente y de ser positivo representaría que el servicio si cumple las expectativas y por ende el cliente se encuentra satisfecho con el servicio del cual hace uso.

2.2.6. Gestión

Terry (2015) explica que “la gestión es un proceso distintivo, para determinar y lograr objetivos y metas manifestados mediante el uso de seres humanos y de otros recursos” (p.15).

En base a esta definición se cree importante contextualizar que la gestión permite cumplir los objetivos planteados en la empresa, procurando que todo el sistema funcione adecuadamente y ayudando al buen desarrollo de la organización.

2.2.7 Administración Turística

El manejo de un buen sistema administrativo constituye el elemento dinámico básico para alcanzar la calidad en el turismo. La administración como sistema debe preocuparse por proporcionar estrategias para mantener el liderazgo en calidad definir la función de los altos directivos para lograr objetivos de calidad y disponer los medios necesarios para lograr dicho cometido. Para ello resulta necesario planificar, organizar, comunicar y controlar las actividades turísticas. (Ramírez Cavassa C. , 2012, p. 61)

Con respecto a esta definición se puede asumir que la administración turística consiste en planear, organizar, comunicar y controlar diferentes actividades para poder alcanzar los objetivos que se ha propuesto la empresa permitiendo que la empresa turística alcance su máximo nivel de calidad y su correcto funcionamiento.

Ante los conceptos expuestos la gestión administrativa en empresas turísticas se basa en cumplir un proceso en el que intervienen cuatro elementos que son: planificar, organizar, comunicar y controlar las actividades de una empresa para su correcto funcionamiento y poder brindar calidad.

2.2.7.1 Elementos de la Gestión Administrativa

2.2.7.1.1 Planificación

Para Guzmán Campos y Motejo Quiroz (2013) “La planificación es la decisión sobre los objetivos, definición de planes para alcanzarlos y la programación de actividades” (§.12). Según Ramírez (2009) “En la planeación se seleccionan: objetivos, políticas, estrategias y programas” (p.56).

2.2.7.1.2. Organización

“Sistema complejo de hombre-máquina: interrelación de todas las actividades hacia el logro de los objetivos, descentralización de la toma de decisiones (niveles jerárquicos)” (Ramírez Cavassa C. , 2009, p. 56).

Según Weber (2000) “Los elementos de la organización son: División de Trabajo, Jerarquización, Descripción de funciones, actividades y responsabilidades, Coordinación” (p.18)

2.2.7.1.3 Comunicación

“Eslabón que conecta e integra. Asegura el control del sistema y asegura la retroalimentación” (Ramírez Cavassa C. , 2009, p. 56).

Según Ramírez (2012) “La comunicación facilita la integración, evita errores, agiliza la actividad e incrementa la facilidad de obtención de información útil, exacta, predictiva y oportuna para la toma de decisiones” (p. 62).

2.2.7.1.4 Control

“Sistema de mayor flexibilidad para ganar mayor flexibilidad en la operación. Engendra el mejor control del recurso más variable, el personal, a través de la medición de su desempeño y la identificación con sus logros” (Ramírez Cavassa, 2009, p. 57).

Según Chiavenato (2001) “las Etapas de Control son: Establecimiento de las normas, Medición de las actividades, Evaluación de la actividad, Tomar medidas correctivos, Retroalimentación” (p.5).

Según los autores ya mencionados una gestión administrativa debe tener en cada uno de los elementos subelementos que ayudan a una correcta gestión administrativa en las empresas turísticas.

2.2.8 Establecimientos de restauración

En su página oficial el Ministerio de Turismo (2013) define como restaurante:

Establecimiento que ofrece menús o cartas de platos en zona de comedor independiente del resto del establecimiento. También puede ofertar servicios de cafetería y, dependiendo de la categoría, puede disponer de auto servicio. En estos establecimientos se podrán comercializar bebidas alcohólicas y no alcohólicas. En esta tipología también se incluyen los establecimientos con especialidad de comida rápida. (¶.3)

“Aquel establecimiento que dispone de cocina debidamente equipada y zona destinada a comedor, con la finalidad de servir al público, mediante precio, comidas y bebidas para ser consumidas en el propio local o para llevar” (Castellano, 2012, p. 30).

Según González y Valero (2017) son “establecimientos de alimentos y bebidas con cocina y comedor en que se ofrecen servicios de comidas y /o cenas presentadas mediante cartas de platos y vinos con sus correspondientes precios de consumo” (p.193).

Un restaurante es aquel establecimiento que ofrece platos a la carta o comida rápida mediante un determinado precio, el cual debe tener una cocina adecuadamente equipada y una zona específica de comedor para los clientes.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

El presente proyecto de investigación se fundamenta en el enfoque mixto con un mayor porcentaje en el enfoque cuantitativo que en el cualitativo.

El enfoque cualitativo “Utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, págs. 7-8).

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo porque se realizó un análisis basado en la recolección de información enfocada más a conseguir cualidades de cada factor que interviene en el tema para interpretar mediante un informe los resultados del análisis realizado.

El enfoque cuantitativo “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” (Hernandez, Fernandez, y Baptista, 2014, p.4).

Es por esto que para esta investigación también se utilizó un enfoque cuantitativo ya que se realiza un análisis medible en base a las estadísticas de los clientes que han utilizado los servicios de los restaurantes para determinar la satisfacción, interpretando los datos obtenidos, que permitan de esta manera conseguir conclusiones del tema planteado, además el trabajo se basa en una hipótesis en la cual se utiliza métodos estadísticos para expresar los resultados de las variables investigadas.

3.1.2 Modalidad o diseño

3.1.2.1 Investigación de campo

Este estudio recolectará datos directos de la fuente del problema, tomando contacto directo el investigador con la realidad, con el fin de obtener información de acuerdo con los objetivos planteados, a través de las técnicas de recolección de datos (Herrera, Medina, y Naranjo, 2014).

Permite trabajar en el lugar de los hechos, ayudando a establecer la opinión de la sociedad y de los expertos frente a la problemática objeto del estudio. Esta investigación se realizó en la Ciudad de Tulcán, la misma que fue aplicada a los usuarios que visitan y hacen uso de los restaurantes, y al personal administrativo que ofrecen el servicio de restauración mediante el uso de encuestas aplicadas en el lugar.

3.1.2.2 Investigación Documental

“Tiene el propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada, basándose en documentos o en libros, revistas, periódicos y otras publicaciones”. (Herrera, Medina, & Naranjo, 2014, p. 70)

Las variables de la investigación independiente y dependiente y el problema planteado necesitan de un sustento científico, es así que la investigación se fundamentó en la necesidad de identificar la gestión administrativa y la satisfacción al cliente por lo cual se utilizó los conceptos necesarios para las dos variables, los mismo que fueron utilizados en realización del marco teórico.

3.1.3. Tipo de Investigación

3.1.3.1 Explicativo

Está dirigido a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Se enfoca en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables. (Hernandez, Fernandez, y Baptista, 2014, p. 95)

En esta investigación se utilizó el nivel explicativo ya que hay una prueba de hipótesis en donde existe las variables: dependiente e independiente, por lo cual se investigará el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto.

3.2. HIPÓTESIS

H₀. La gestión Administrativa en los restaurantes de la ciudad de Tulcán no incide en la satisfacción en los clientes en el año 2017-2018

H₁. La gestión Administrativa en los restaurantes de la ciudad de Tulcán incide en la satisfacción en los clientes en el año 2017-2018

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

3.3.1. Operacionalización de la variable independiente

Tabla 1:

Operacionalización de la variable independiente

Hipótesis	Variable	Definición Conceptual De La Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumento	Informante
La gestión Administrativa en los restaurantes de la ciudad de Tulcán incide en la satisfacción en los clientes en el año 2017	La gestión administrativa en los restaurantes	La gestión administrativa se debe encargar de Planear, Organizar direccionar y controlar a toda la empresa turística.	Planificación	Misión y visión	¿El restaurante tiene establecido una misión? ¿El restaurante tiene establecido una visión?	Encuesta	Cuestionario	Administrador del restaurante
				Objetivos y Estrategias	¿El restaurante tiene objetivos establecidos? ¿El restaurante tiene estrategias para alcanzar los objetivos establecidos?	Encuesta	Cuestionario	Administrador del restaurante
			Organización	División de Trabajo	¿El restaurante tiene diseñado un manual de funciones?	Encuesta	Cuestionario	Administrador del restaurante
				Jerarquización	¿El restaurante tiene diseñado un orgánico funcional?	Encuesta	Cuestionario	Administrador del restaurante

Hipótesis	Variable	Definición Conceptual De La Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumento	Informante
				Coordinación	¿El restaurante tiene establecido procesos de selección para contratación del personal?	Encuesta	Cuestionario	Empleados del restaurante
			Comunicación	Liderazgo y Toma de decisiones	¿Existe un líder en el restaurante?	Encuesta	Cuestionario	Empleados del restaurante
				Motivación	¿El restaurante invierte en capacitaciones para sus empleados?	Encuesta	Cuestionario	Empleados del restaurante
			Control	Toma de medidas correctivas	¿En el restaurante se toman medidas correctivas para dar una mejor satisfacción a los clientes?	Encuesta	Cuestionario	Empleados del restaurante
				Medición y evaluación de actividades	¿El restaurante cuenta con un proceso de evaluación interno?	Encuesta	Cuestionario	Empleados del restaurante

3.3.2. Operacionalización de la variable dependiente

Tabla 2:

Operacionalización de la variable dependiente

Hipótesis	Variable	Definición Conceptual De La Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumento	Informante
La gestión Administrativa en los restaurantes de la ciudad de Tulcán incide en la satisfacción en los clientes en el año 2017	La satisfacción en los clientes	El SERVQUAL toma en cuenta las opiniones de los clientes al definir la importancia de las cualidades del servicio. Este sugiere que la diferencia existente entre las expectativas del cliente y la percepción respecto al servicio recibido puede constituir una medida de calidad del servicio". (Parasuraman, Zeithaml, & Berry,	Tangibles	Infraestructura	El establecimiento tiene equipamiento moderno. Las instalaciones físicas (el menú, mesas, sillas, platos, vasos, cubiertos, manteles.) Son visualmente atractivos.	Encuesta	Cuestionario	Cientes de los restaurantes
				Limpieza	La presentación personal de los empleados es pulcra.	Encuesta	Cuestionario	Cientes de los restaurantes
			Capacidad de respuesta	Disposición	Los empleados dieron información exacta al momento de brindar el servicio. (descripción del pedido). Al momento que llegó, fue tomado de inmediato su pedido.	Encuesta	Cuestionario	Cliente de los restaurantes
				Prestación del servicio	Los empleados le brindaron un excelente servicio.	Encuesta	Cuestionario	Cliente de los restaurantes
				Cortesía	Los empleados estuvieron dispuestos a ayudarlo en todo momento.	Encuesta	Cuestionario	Cliente de los restaurantes

		2002)	Empatía	Amabilidad	El establecimiento se preocupó por las exigencias de sus clientes. Los empleados fueron amables.	Encuesta	Cuestionario	Cliente de los restaurantes
				Interés	El establecimiento le brindó atención personalizada. El establecimiento tiene horarios convenientes para sus clientes. Los empleados comprendieron sus necesidades específicas.	Encuesta	Cuestionario	Cliente de los restaurantes
			Seguridad	Confiabilidad	El comportamiento de los empleados transmitió confianza a los clientes. Usted se sintió seguro al estar en este establecimiento. Los empleados tuvieron conocimientos para responder sus consultas.	Encuesta	Cuestionario	Cliente de los restaurantes
			Fiabilidad	Eficiencia	Al realizar el pedido, el camarero le informó el tiempo aproximado de espera. Siente usted que tuvo que esperar mucho tiempo para recibir su pedido.	Encuesta	Cuestionario	Cliente de los restaurantes
				Eficacia	El establecimiento cumplió con lo prometido en relación con el servicio. En caso de haber tenido algún problema, el restaurante lo resolvió rápidamente.	Encuesta	Cuestionario	Cliente de los restaurantes

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. No experimental

“Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” (Hernández, Fernández, y Baptista, 2010, p. 149).

Este método fue utilizado ya que no se realizó manipulación alguna con respecto a los resultados obtenidos de cada variable y se recolectó información en el lugar de los hechos.

3.4.2. Transversal.

“Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (Hernández, Fernández, y Baptista, 2010, p. 151)

Este estudio se lo tomó en cuenta ya que los datos que fueron recolectados se los hicieron todos conjuntamente en un tiempo determinado para que no se alteren los resultados.

Población

En esta investigación la población es infinita porque no se conoce el número exacto de clientes que llega a cada restaurante. Según Arias (2006) “la población infinita es aquella cuyos elementos es imposible tener un registro identificable” (p. 81).

“Las muestras no probabilísticas también llamadas muestra dirigidas suponen un procedimiento de selección informal se utiliza en muchas investigaciones y a partir de ellas se hace inferencia sobre la población” (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014, p. 45).

“Muestreo por conveniencia definen el muestreo por conveniencia como un método no probabilístico de seleccionar sujetos que están accesibles o disponibles” (McMillan & Schumacher, 2001, p. 3).

En la presente investigación se tiene una muestra no probabilística por conveniencia ya que el investigador elegirá directa y exclusivamente a los sujetos que se tiene fácil acceso con ciertas características específicas para ayudar en la investigación.

Cálculo de la muestra

Población infinita

n= tamaño de la muestra

Z=nivel de confiabilidad 95% =1,96

P= probabilidad de ocurrencia=0,50

Q=probabilidad de no ocurrencia=0,50

e= error de muestreo=0,05

$$n = \frac{Z^2 PQ}{e^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50}{0,05^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,50 * 0,50}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,96}{0,0025}$$

$$n = 384$$

3.4.1. Técnicas e Instrumentos utilizados

Encuesta

Según Malhotra (2004) las encuestas obtienen información sistemáticamente utilizando un cuestionario prediseñado. Según el mencionado autor, el método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica.

En esta investigación se utilizó la encuesta que fue dirigida a los clientes de los distintos restaurantes de la ciudad de Tulcán.

Cuestionario

“El instrumento básico utilizado en la investigación por encuesta es el cuestionario, que es un documento que recoge en forma organizada los indicadores de las variables implicadas en el objetivo de la encuesta” (Aparicio, Palacios, Martínez, Verduzco, y Retana, 2009, p.14).

El instrumento utilizado se tiene al cuestionario estructurado con preguntas cerradas que son escogidas de la operacionalización de variables.

3.4.2. Análisis Estadístico

Modelo estadístico Chi2

Experimentos con una variable

Se realizó chi2 a cada una de las preguntas para conocer si inciden en la satisfacción del cliente

Primero, se hizo el cálculo del X_{obt}^2 para esto se empleó la fórmula:

$$X_{obt}^2 = \sum \frac{(fo - fe)^2}{fe}$$

En donde:

fo =frecuencias observadas

fe = frecuencias esperadas

Segundo, se asignó un valor a fe que consistió en dividir las 384 encuestas realizadas para los 5 valores que tiene cada pregunta.

Tercero, para sacar el valor de fo se tomaron los datos que fueron arrojados por el programa SPSS

Cuarto, se hizo el cálculo pertinente como indica la formula

Quinto, se sacó el dato de X_{crit}^2 el cual se lo obtiene con la siguiente formula:

$$k - 1$$

En dónde.

k = al número de grupos o categorías

En la presente investigación son 5 indicadores por lo cual se le resta 1 quedando como resultado $gl= 4$ y $\alpha = 0.05$, luego de esto miramos la tabla propuesta en el libro de Pagano (2011) para conocer el valor de X_{crit}^2 que la podemos encontrar en los anexos como Tabla H. Por último, se realizó la decisión estadística que establece:

Si $X_{obt}^2 \geq X_{crit}^2$ rechazamos H_0

Prueba de signo y distribución binomial

Al analizar los datos por medio de la prueba de signos determinamos el número de signos positivos que existe en la muestra y evaluamos este estadístico mediante la distribución binomial.

Según (Pagano, 2011):

Esta distribución es la más apropiada para situaciones en las cuales: se tiene una serie de N ensayos, solo existen dos resultados posibles para cada ensayo, los ensayos son independientes entre sí, los resultados de cada ensayo son excluyentes.
(p. 471)

Primero, se calculó el número de signos positivos y negativos sacamos los números positivos y negativos de los resultados obtenidos; segundo, restamos los números positivos de los negativos para poder utilizar la fórmula de distribución binomial

Tercero, procedemos a realizar el cálculo que indica la fórmula ya establecida

Cuarto, se realiza la decisión estadística según el dato de error que se ha establecido en este caso es de 0,05 entonces sí: el número arrojado del cálculo según la distribución binomial es $< 0,05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

Una vez que se ha establecido la metodología de la investigación, se recolectó información específica para ser analizada.

Se aplicó encuestas a cada uno de los administradores de los restaurantes que se encuentran en el catastro del MINTUR que hasta la fecha existe un total de 23 restaurantes registrados, también, se realizó encuestas a los clientes de cada uno de los restaurantes investigados. Los instrumentos anteriormente mencionados fueron importantes para la investigación debido a que estos instrumentos ayudaron a diagnosticar la gestión administrativa y determinar la satisfacción del cliente en los restaurantes de la ciudad de Tulcán.

4.1.1 Análisis de las encuestas realizadas a los administradores de los restaurantes

Una vez obtenidas las encuestas se procedió a tabular la información en el programa estadístico SPSS para poder graficar y realizar la interpretación de los datos obtenidos. Estos datos sirvieron para poder sustentar la investigación.

Para poder analizar la gestión administrativa se realizó un cuestionario que indica cuatro elementos que son planificación, organización, comunicación y control mismos que serán analizados a continuación:

4.1.1.1 Planificación

Tabla 3:
Planificación

	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	39,1
No	14	60,9
Total	23	100

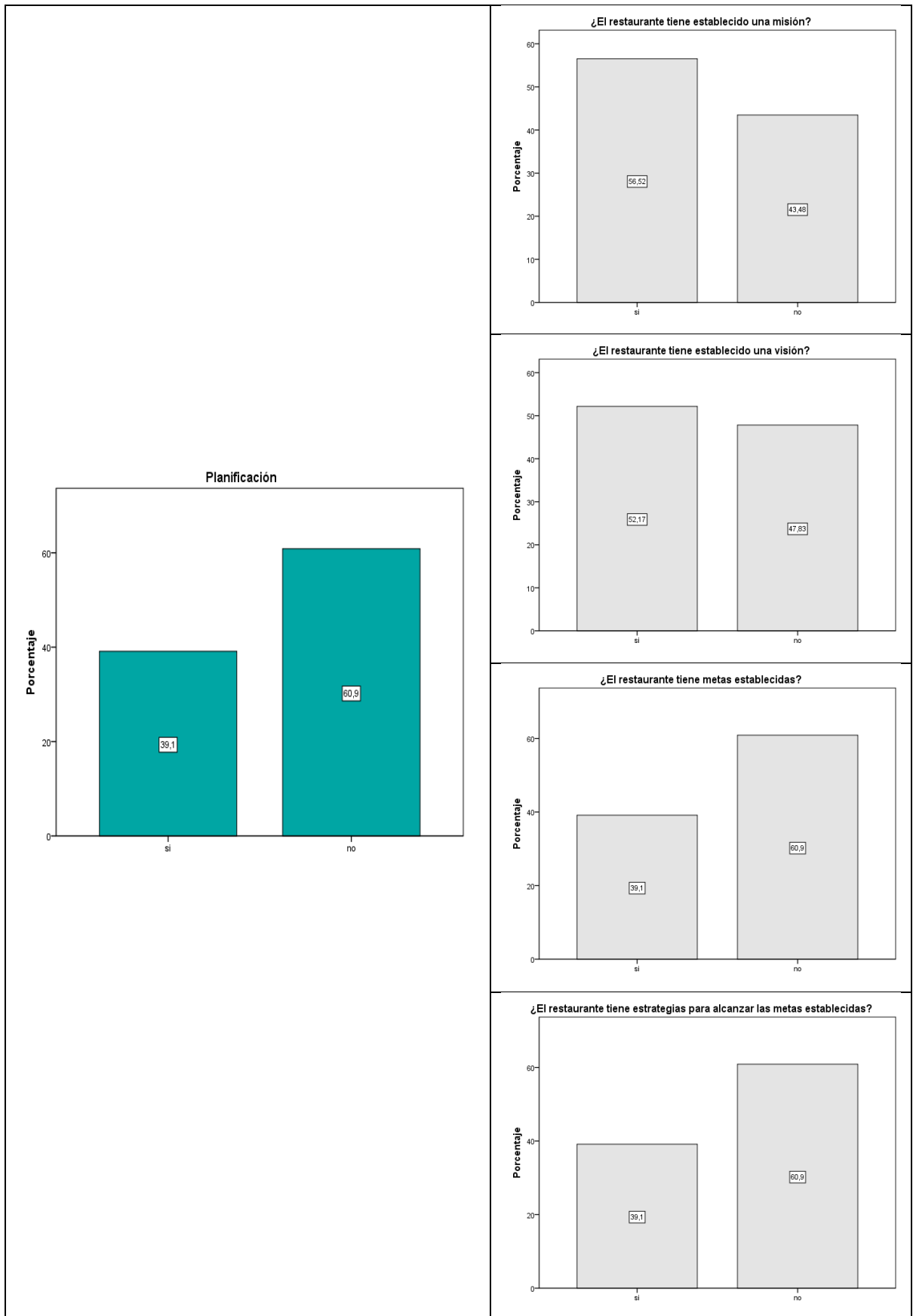


Figura 1: Planificación

Análisis Interpretativo

De acuerdo a la figura 1 los datos obtenidos de la encuesta realizada arrojaron que la mayoría de los restaurantes no cuentan con el proceso de planificación en sus restaurantes el cual implica que no tienen establecido: misión, visión, objetivos y estrategias por lo cual no existe una adecuada gestión administrativa ya que este proceso no está presente en la mayoría de los restaurantes.

4.1.1.2. Organización

Tabla 4:
Organización

	Frecuencia	Porcentaje
Si	11	47,8
No	12	52,2
Total	23	100

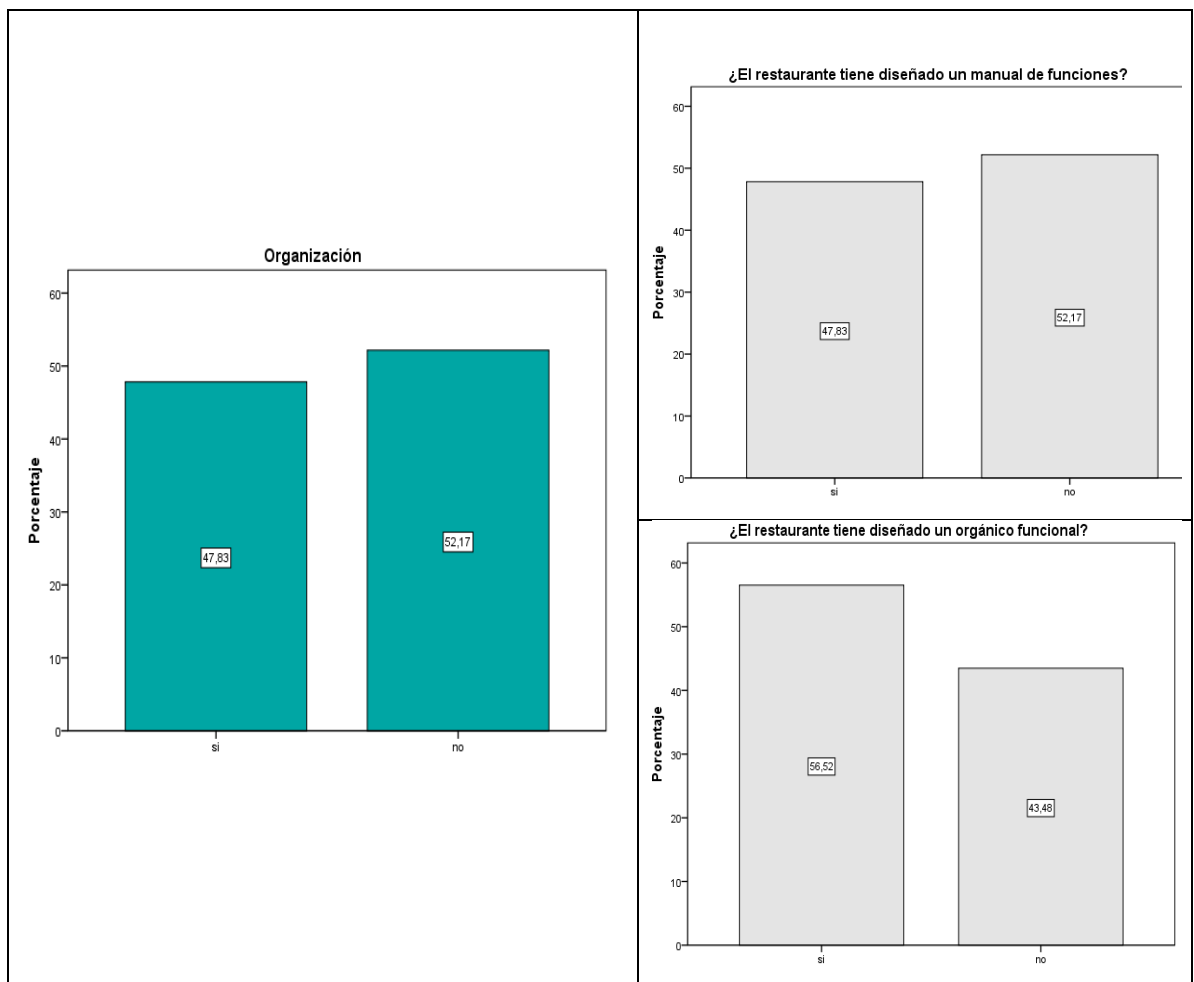


Figura 2: Organización

Análisis Interpretativo

Según la figura 2 sobre el elemento de la organización no hay mucha variación en los datos obtenidos por los cual se puede decir que los restaurantes deberían implementar este elemento ya que un 52% no tienen establecido un manual de funciones y un organigrama estructural y por esto en los restaurantes investigados los empleados no conocen la función que tienen que desempeñar.

4.1.1.3. Comunicación

Tabla 5:
Comunicación

	Frecuencia	Porcentaje
Si	17	73,9
No	6	26,1
Total	23	100

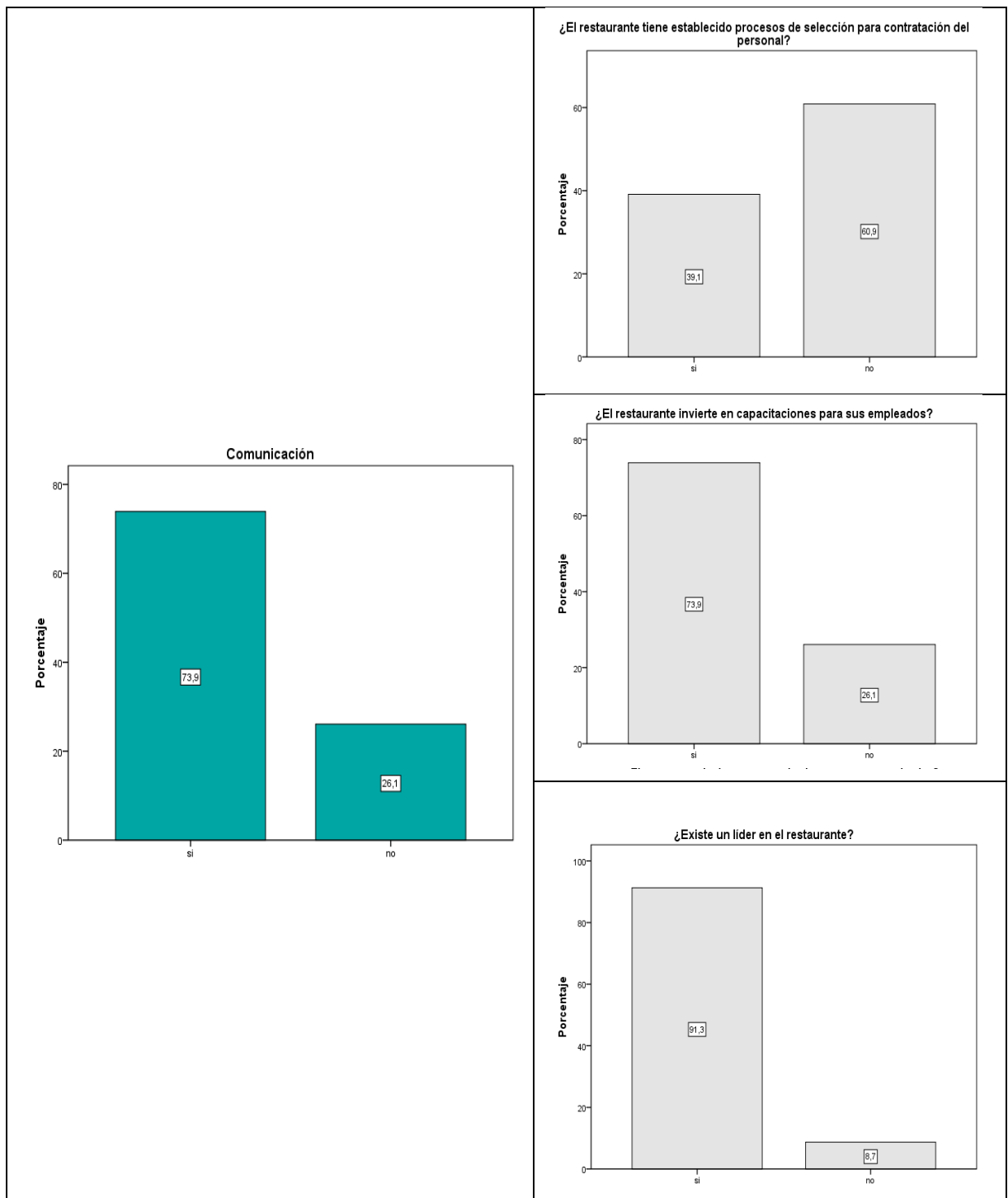


Figura 3: Comunicación

Análisis Interpretativo

De acuerdo con la figura 3 los resultados obtenidos sobre el elemento de comunicación la mayoría de los restaurantes encuestados invierten en capacitaciones para sus empleados y tienen un líder en el restaurante el cual facilita la comunicación entre todos los empleados. También tienen establecido procesos de selección para contratación del personal, aunque no todos lo cumplen al 100%.

4.1.1.4. Control

Tabla 6:
Control

	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	26,1
No	17	73,9
Total	23	100

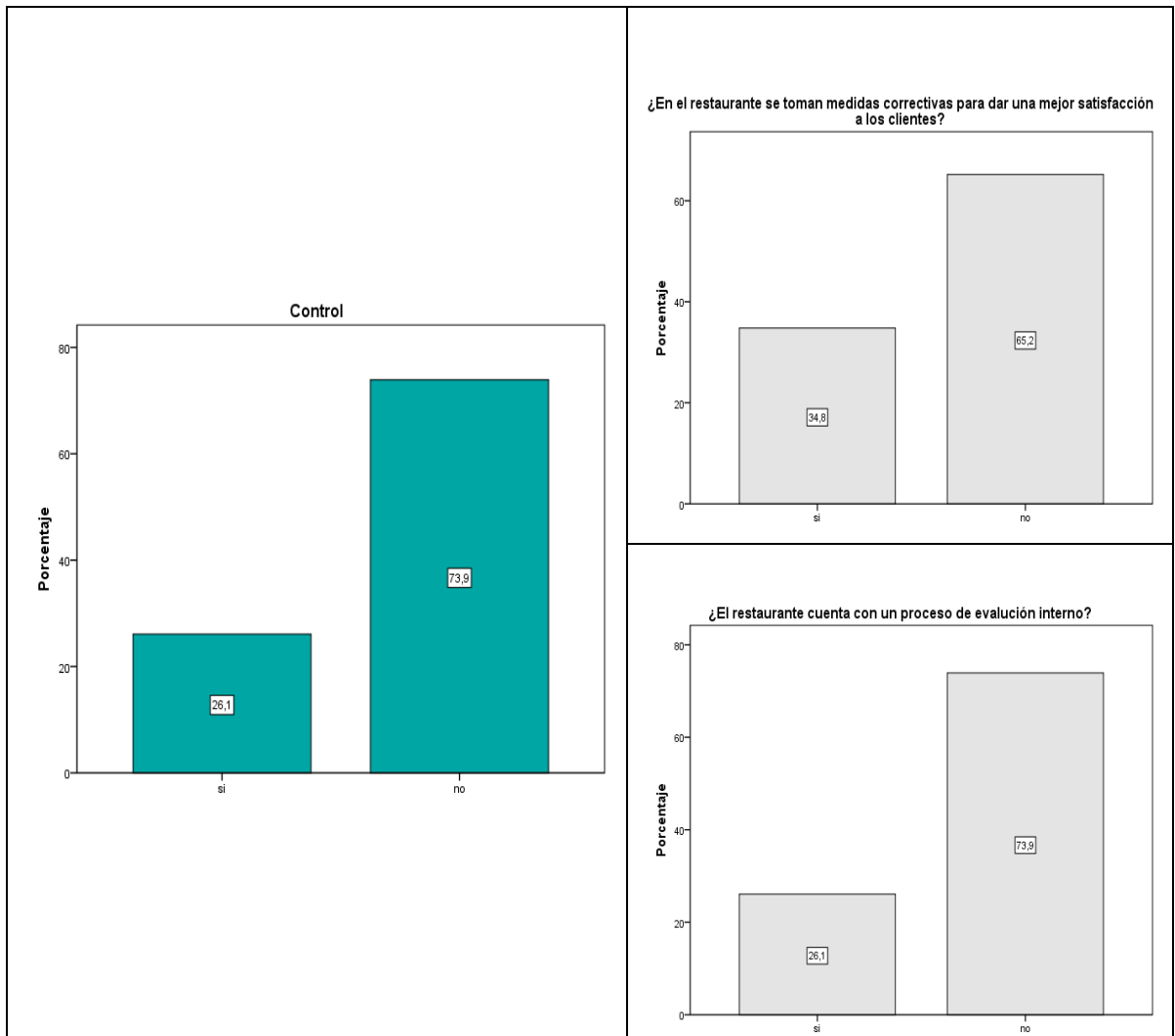


Figura 4: Control

Análisis Interpretativo

Según la figura 4 sobre el elemento de control los datos obtenidos indican que los restaurantes no cuentan con un proceso de evaluación interno ni tampoco toman medidas correctivas para dar una mejor satisfacción a los clientes. Por lo que este elemento que se encuentra dentro de la gestión administrativa en la mayoría de los restaurantes no está siendo tomado en cuenta haciendo que no exista una gestión administrativa adecuada.

4.1.2 Análisis de la encuesta realizada a los clientes de los restaurantes

Una vez obtenidas las encuestas se procedió a tabular la información en programas estadísticos como EXCEL y SPSS para graficar y analizar los datos. También, se realizó un análisis con un variable mediante la prueba estadística (Chi²). Estos datos servirán para poder sustentar la investigación.

Para poder determinar la satisfacción se realizaron dos cuestionarios uno de expectativas y otro de percepciones que a continuación se dan a conocer los resultados obtenidos.

4.1.2.1 Cuestionario de Expectativas

Tabla 7:
Elementos Tangibles

	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente nada importante	6	1,6
Nada importante	8	2,1
Parcialmente importante	51	13,3
Importante	226	58,9
Muy importante	93	24,2
Total	384	100

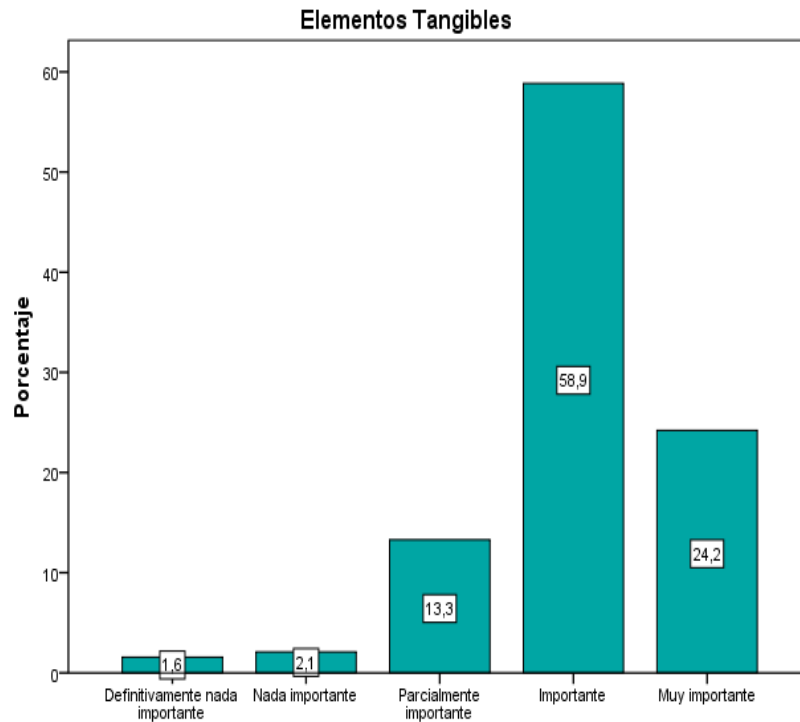


Figura 5: Elementos Tangibles

Análisis Interpretativo

Se observa en la figura 5 según los datos obtenidos en el cuestionario de expectativas se puede decir que la mayoría de clientes consideran muy importante que exista en un restaurante la dimensión de elementos tangibles, por lo cual se puede decir que al momento de ponderar los resultados en base al modelo SERVQUAL en cuanto a los resultados obtenidos en el cuestionario de percepciones no varían en gran medida.

Tabla 8:
Fiabilidad

	Frecuencia	Porcentaje
Parcialmente importante	26	6,8
Importante	160	41,7
Muy importante	198	51,6
Total	384	100

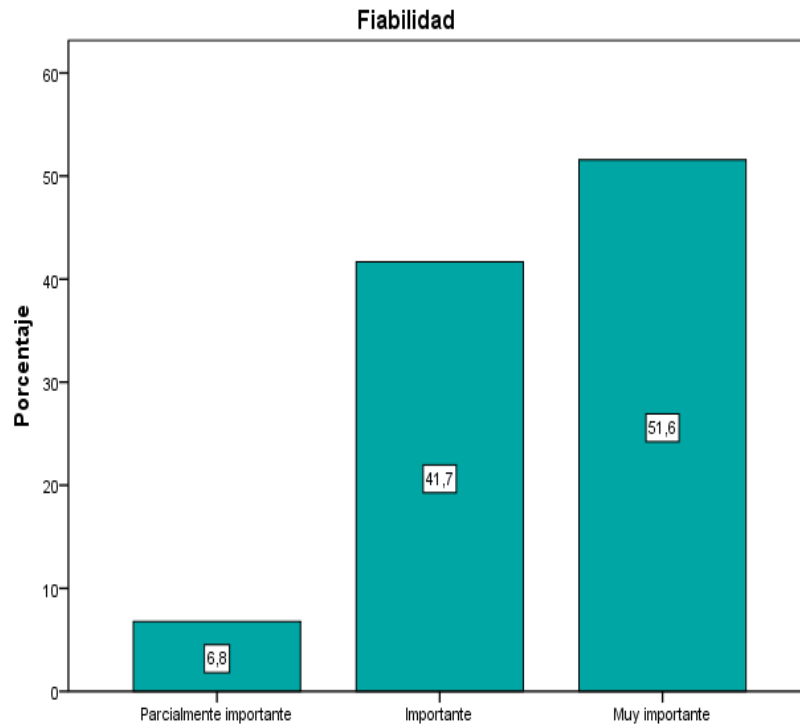


Figura 6: Fiabilidad

Análisis Interpretativo

Como se observa en la figura 6 según los datos obtenidos en el cuestionario de expectativas se puede decir que la mayoría de clientes consideran muy importante que exista en un restaurante la dimensión de Fiabilidad, por lo cual se puede decir que al momento de ponderar los resultados en base al modelo SERVQUAL en cuanto a los resultados obtenidos en el cuestionario de percepciones no varían en gran medida.

Tabla 9:
Capacidad de respuesta

	Frecuencia	Porcentaje
Nada importante	1	0,3
Parcialmente importante	17	4,4
Importante	177	46,1
Muy importante	189	49,2
Total	384	100

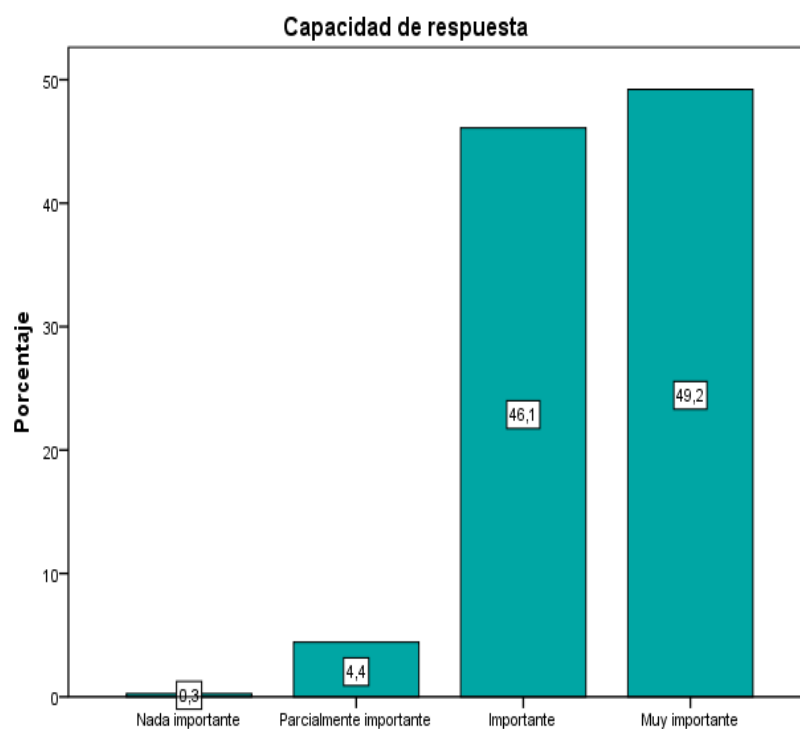


Figura 7: Capacidad de respuesta

Análisis Interpretativo

Como se observa en la figura 7 según los datos obtenidos en el cuestionario de expectativas se puede decir que la mayoría de clientes consideran muy importante que exista en un restaurante la dimensión capacidad de respuesta, por lo cual se puede decir que al momento de ponderar los resultados en base al modelo SERVQUAL en cuanto a los resultados obtenidos en el cuestionario de percepciones no varían en gran medida.

Tabla 10:
Seguridad

	Frecuencia	Porcentaje
Parcialmente importante	28	7,3
Importante	174	45,3
Muy importante	182	47,4
Total	384	100

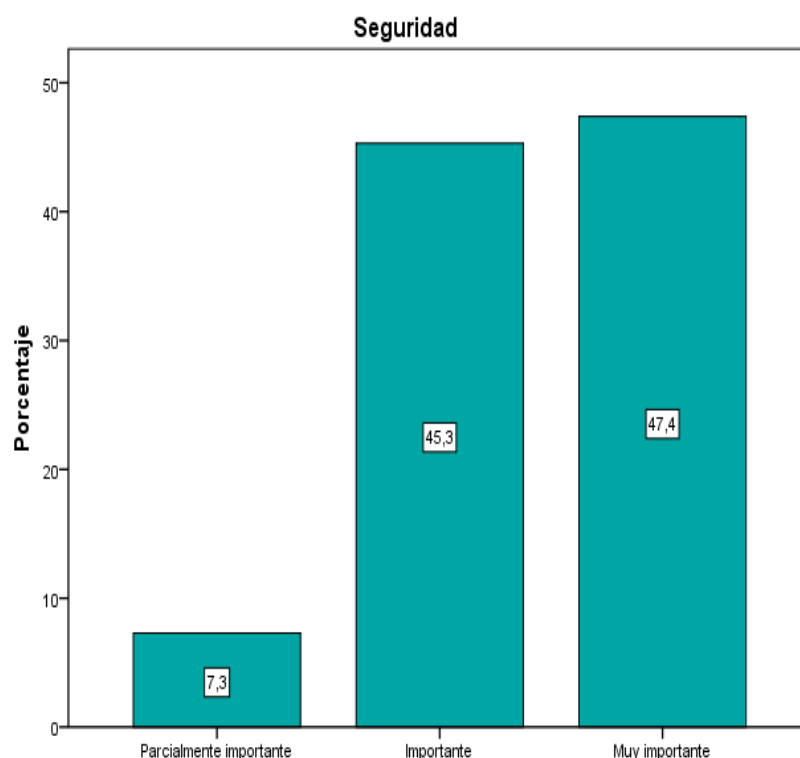


Figura 8: Seguridad

Análisis Interpretativo

Como se observa en la figura 8 según los datos obtenidos en el cuestionario de expectativas se puede decir que la mayoría de clientes consideran muy importante que exista en un restaurante la dimensión de seguridad, por lo cual se puede decir que al momento de ponderar los resultados en base al modelo SERVQUAL en cuanto a los resultados obtenidos en el cuestionario de percepciones no varían en gran medida.

Tabla 11:
Empatía

	Frecuencia	Porcentaje
Parcialmente importante	3	0,8
Importante	144	37,5
Muy importante	237	61,7
Total	384	100

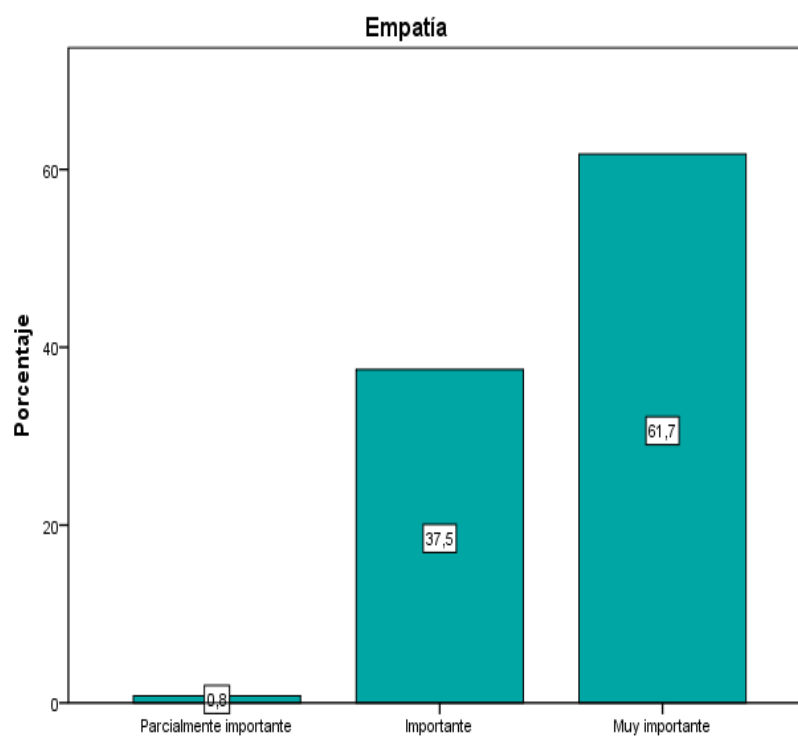


Figura 9: Empatía

Análisis Interpretativo

Como se observa la figura 9 según los datos obtenidos en el cuestionario de expectativas se puede decir que la mayoría de clientes consideran muy importante que exista en un restaurante la dimensión de empatía, por lo cual se puede decir que al momento de ponderar los resultados en base al modelo SERVQUAL en cuanto a los resultados obtenidos en el cuestionario de percepciones no varían en gran medida.

4.1.2.2. Cuestionario de Percepciones

Tabla 12:
Elementos Tangibles

	Frecuencia	Porcentaje
en total desacuerdo	5	1,3
en desacuerdo	70	18,2
parcialmente de acuerdo	48	12,5
de acuerdo	86	22,4
totalmente de acuerdo	175	45,6
Total	384	100

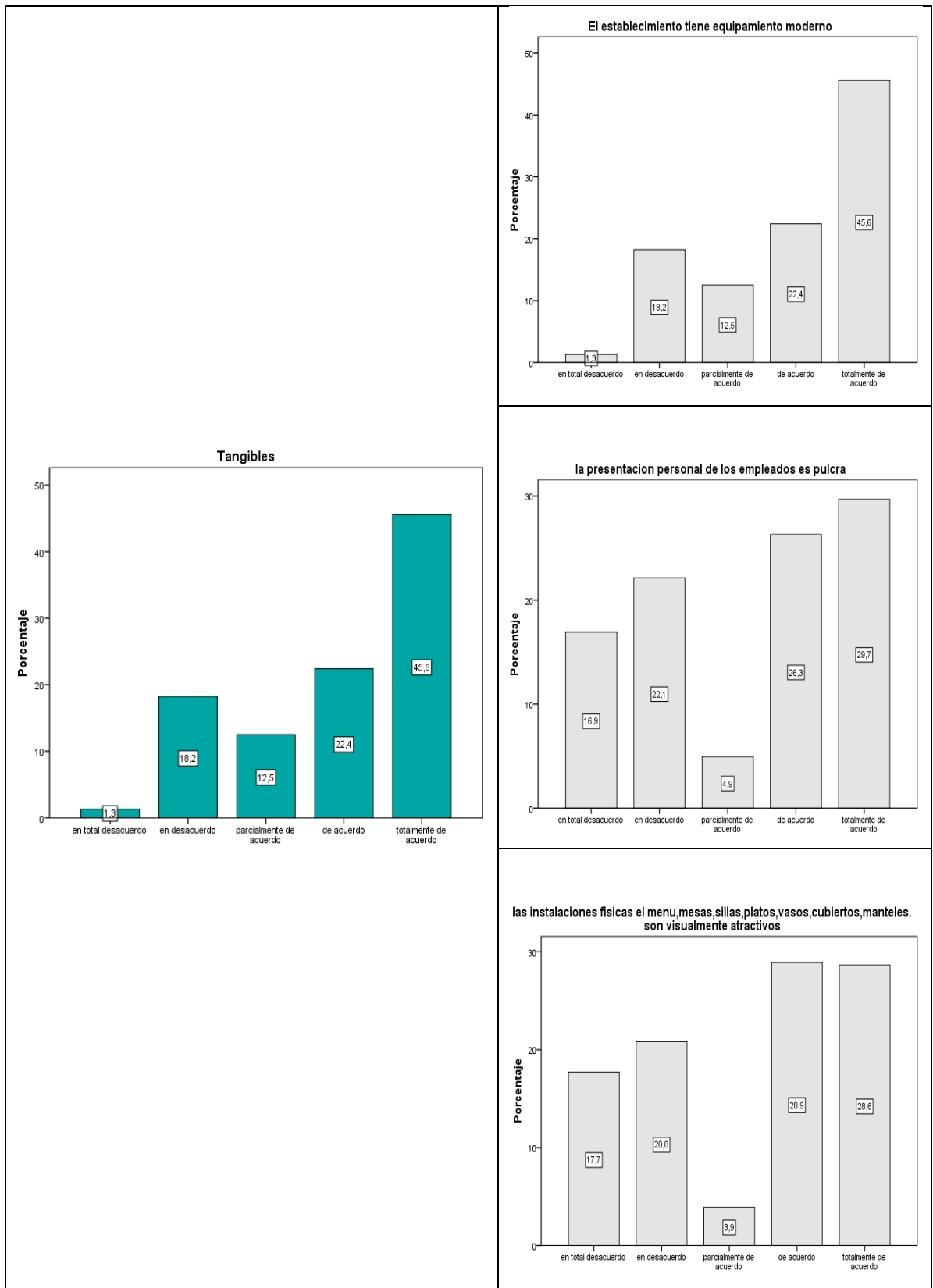


Figura 10: Elementos Tangibles

Análisis Interpretativo

De acuerdo con la figura 10 los resultados obtenidos sobre la dimensión de elementos tangibles la mayoría están totalmente de acuerdo que los restaurantes tienen un equipamiento moderno, que la presentación personal de los empleados es pulcra y las instalaciones físicas (el menú, mesas, sillas, platos, vasos, cubiertos, manteles.) son visualmente atractivos. Por lo cual el cliente se siente satisfecho en cuanto a esta dimensión.

CHI CUADRADO

Ho: Los elementos tangibles en los restaurantes no incide en la satisfacción del cliente.

H1: Los elementos tangibles en los restaurantes si incide en la satisfacción del cliente.

Cálculo

$$X_{obt}^2 = \sum \frac{(fo - fe)^2}{fe}$$
$$X_{obt}^2 = \frac{(5 - 77)^2}{77} + \frac{(70 - 77)^2}{77} + \frac{(48 - 77)^2}{77} + \frac{(86 - 77)^2}{77} + \frac{(175 - 77)^2}{77}$$

$$X_{obt}^2 = 204.66$$

$$X_{cri}^2 = 9.488$$

$$X_{obt}^2 \geq X_{cri}^2 \text{ por lo tanto se rechaza } Ho$$

Según la fórmula de Chi cuadrado se obtuvo que el Chi cuadrado obtenido es mayor al Chi cuadrado crítico, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa que dice que los elementos tangibles en los restaurantes si incide en la satisfacción del cliente.

Tabla 13:
Fiabilidad

	Frecuencia	Porcentaje
en total desacuerdo	35	9,1
en desacuerdo	60	15,6
parcialmente de acuerdo	101	26,3
de acuerdo	115	29,9
totalmente de acuerdo	73	19
Total	384	100

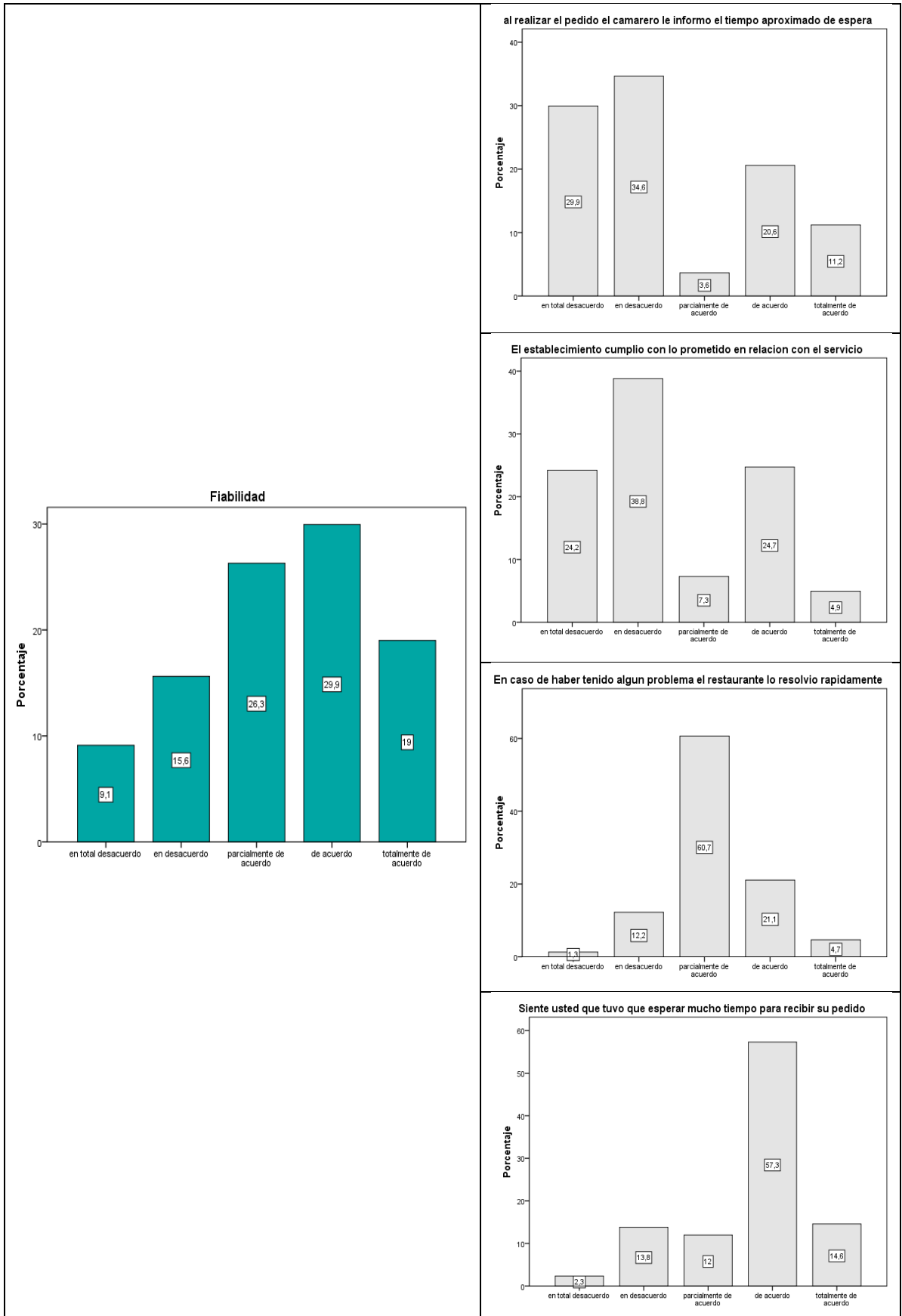


Figura 11: Fiabilidad

Análisis Interpretativo

Los datos de la figura 11 indica que con respecto a la dimensión fiabilidad la mayoría muestra que están parcialmente de acuerdo y de acuerdo en que en los establecimientos de restauración se cumpla con lo prometido en relación con el servicio, en cuanto el tiempo aproximado de espera y en caso de haber tenido algún problema el restaurante lo resolvió rápidamente, Sin embargo, deberían de mejorarse estos aspectos para que el cliente este completamente satisfecho.

CHI CUADRADO

Ho: La Fiabilidad en los restaurantes no incide en la satisfacción del cliente.

H1: La Fiabilidad en los restaurantes si incide en la satisfacción del cliente.

Cálculo

$$X_{obt}^2 = \sum \frac{(fo - fe)^2}{fe}$$
$$X_{obt}^2 = \frac{(35 - 77)^2}{77} + \frac{(60 - 77)^2}{77} + \frac{(101 - 77)^2}{77} + \frac{(115 - 77)^2}{77} + \frac{(73 - 77)^2}{77}$$
$$X_{obt}^2 = 53.103$$
$$X_{cri}^2 = 9.488$$

$$X_{obt}^2 \geq X_{cri}^2 \text{ por lo tanto se rechaza } Ho$$

Según la fórmula de Chi cuadrado se obtuvo que el Chi cuadrado obtenido es mayor al Chi cuadrado crítico, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa que dice que la fiabilidad en los restaurantes si incide en la satisfacción del cliente.

Tabla 14:
Capacidad de respuesta

	Frecuencia	Porcentaje
en total desacuerdo	85	22,1
en desacuerdo	165	43
parcialmente de acuerdo	30	7,8
de acuerdo	78	20,3
totalmente de acuerdo	26	6,8
Total	384	100

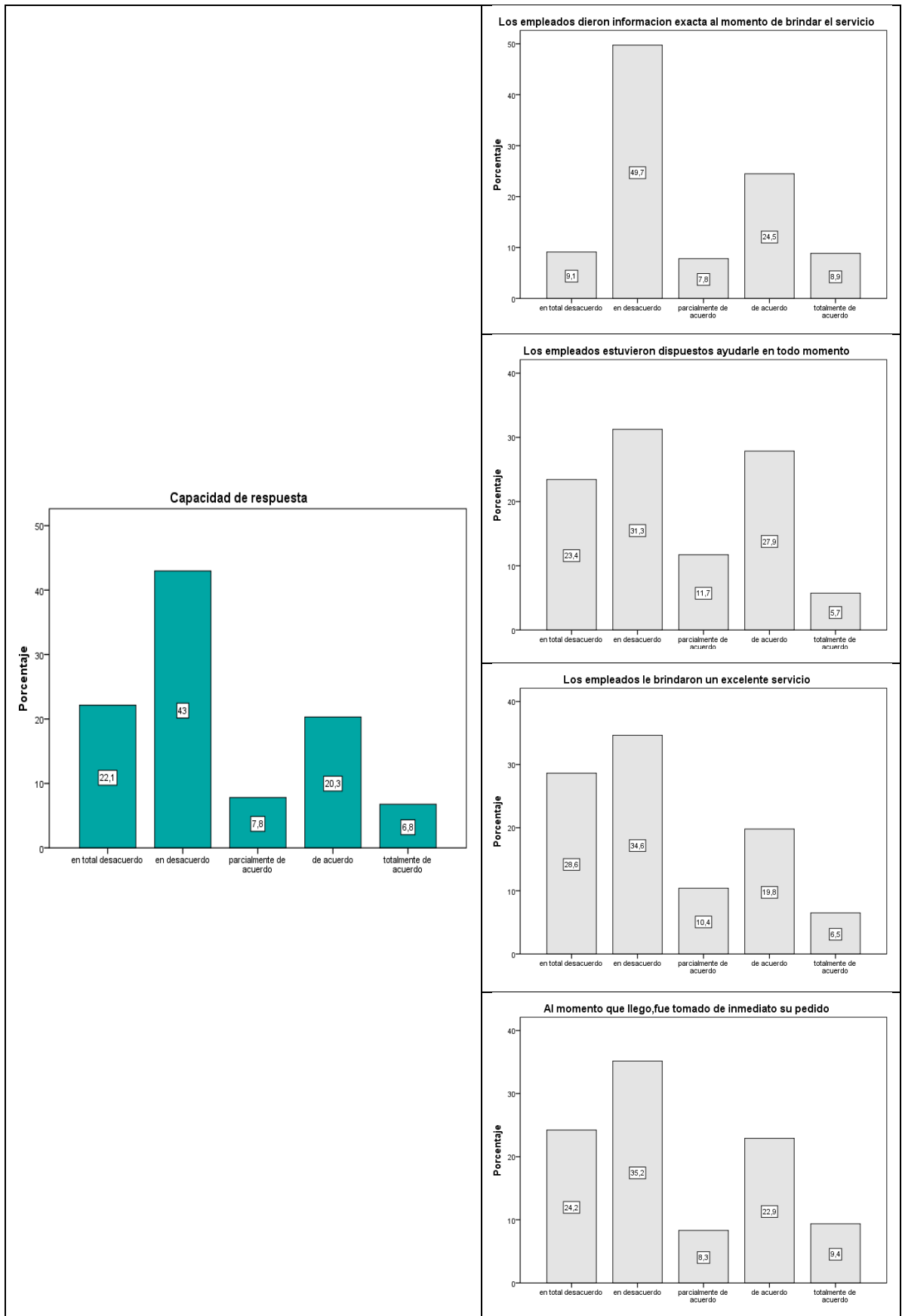


Figura 12: Capacidad de respuesta

Análisis Interpretativo

Según la figura 12 sobre la dimensión capacidad de respuesta los datos indican que un mayor porcentaje de la población está en desacuerdo en que: los empleados dieron información exacta al momento de brindar el servicio, los empleados estuvieron dispuestos a ayudar en todo momento, los empleados le brindaron un excelente servicio y al momento que llegó fue tomado de inmediato su pedido, por lo que la dimensión percibida por los clientes es negativa.

CHI CUADRADO

Ho: La capacidad de respuesta en los restaurantes no incide en la satisfacción del cliente.

H1: La capacidad de respuesta en los restaurantes si incide en la satisfacción del cliente.

Cálculo

$$X_{obt}^2 = \sum \frac{(fo - fe)^2}{fe}$$
$$X_{obt}^2 = \frac{(85 - 77)^2}{77} + \frac{(165 - 77)^2}{77} + \frac{(30 - 77)^2}{77} + \frac{(78 - 77)^2}{77} + \frac{(26 - 77)^2}{77}$$
$$X_{obt}^2 = 163.88$$
$$X_{cri}^2 = 9.488$$

$$X_{obt}^2 \geq X_{cri}^2 \text{ por lo tanto se rechaza } Ho$$

Según la fórmula de Chi cuadrado se obtuvo que el Chi cuadrado obtenido es mayor al Chi cuadrado crítico, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa que dice que la capacidad de respuesta en los restaurantes si incide en la satisfacción del cliente.

Tabla 15:
Seguridad

	Frecuencia	Porcentaje
en total desacuerdo	64	16,7
en desacuerdo	74	19,3
parcialmente de acuerdo	31	8,1
de acuerdo	136	35,4
totalmente de acuerdo	79	20,6
Total	384	100

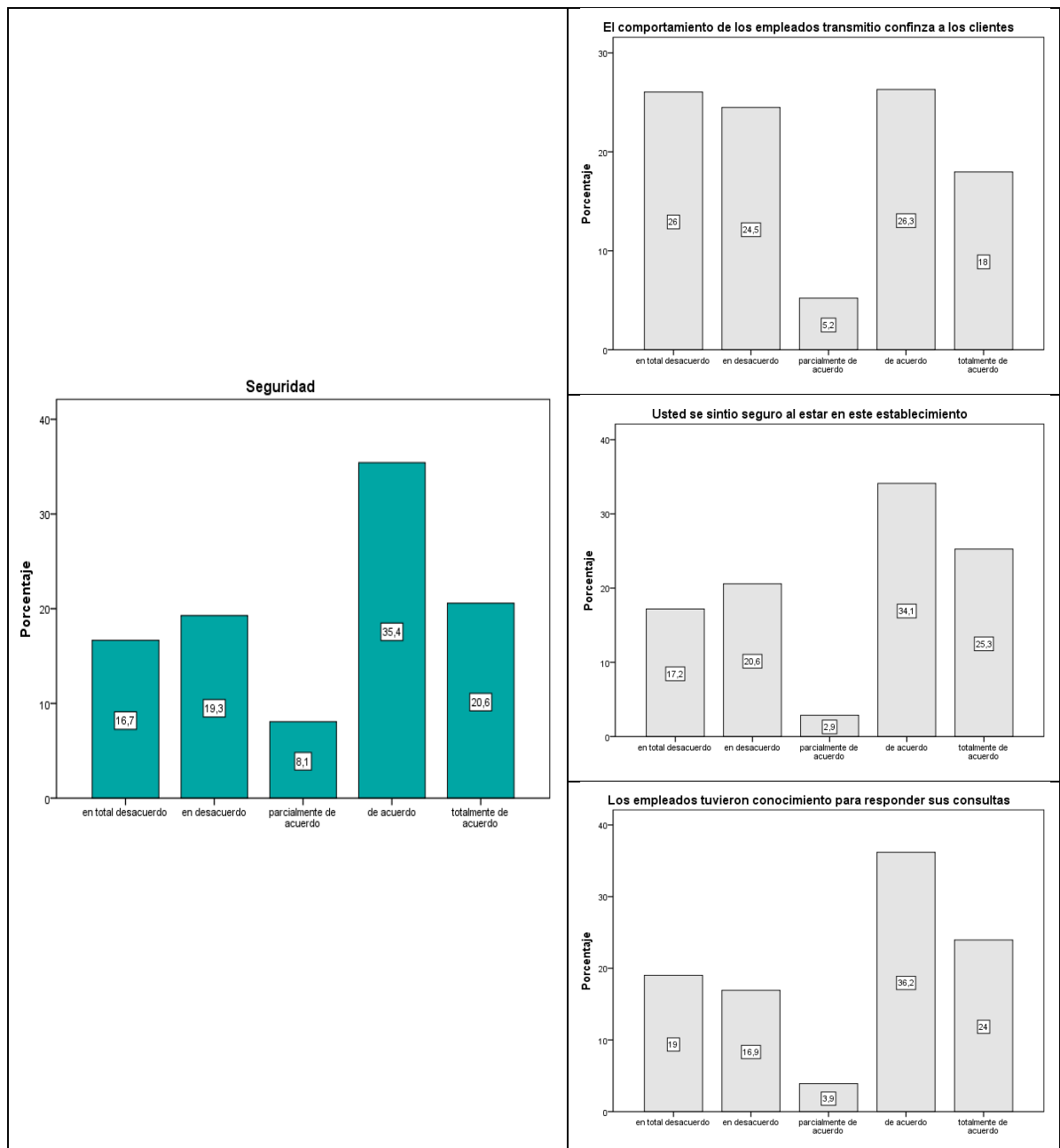


Figura 13: Seguridad

Análisis Interpretativo

Con respecto a la figura 13 sobre la dimensión seguridad los clientes encuestados indican que están de acuerdo con: la confianza transmitida a los clientes, seguridad al estar en el establecimiento y con el conocimiento que tienen los empleados para responder alguna inquietud por lo que esta dimensión percibida fue positiva para los clientes pues se sienten seguros al estar en los establecimientos de restauración.

CHI CUADRADO

Ho: La seguridad en los restaurantes no incide en la satisfacción del cliente.

H1: La seguridad en los restaurantes si incide en la satisfacción del cliente.

Cálculo

$$X_{obt}^2 = \sum \frac{(fo - fe)^2}{fe}$$
$$X_{obt}^2 = \frac{(64 - 77)^2}{77} + \frac{(74 - 77)^2}{77} + \frac{(31 - 77)^2}{77} + \frac{(136 - 77)^2}{77} + \frac{(79 - 77)^2}{77}$$

$$X_{obt}^2 = 75.05$$

$$X_{cri}^2 = 9.488$$

$$X_{obt}^2 \geq X_{cri}^2 \text{ por lo tanto se rechaza } Ho$$

Según la fórmula de Chi cuadrado se obtuvo que el Chi cuadrado obtenido es mayor al Chi cuadrado crítico, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa que dice que la seguridad en los restaurantes si incide en la satisfacción del cliente.

Tabla 16:

Empatía

	Frecuencia	Porcentaje
en total desacuerdo	116	30,2
en desacuerdo	113	29,4
parcialmente de acuerdo	67	17,4
de acuerdo	69	18
totalmente de acuerdo	19	4,9
Total	384	100

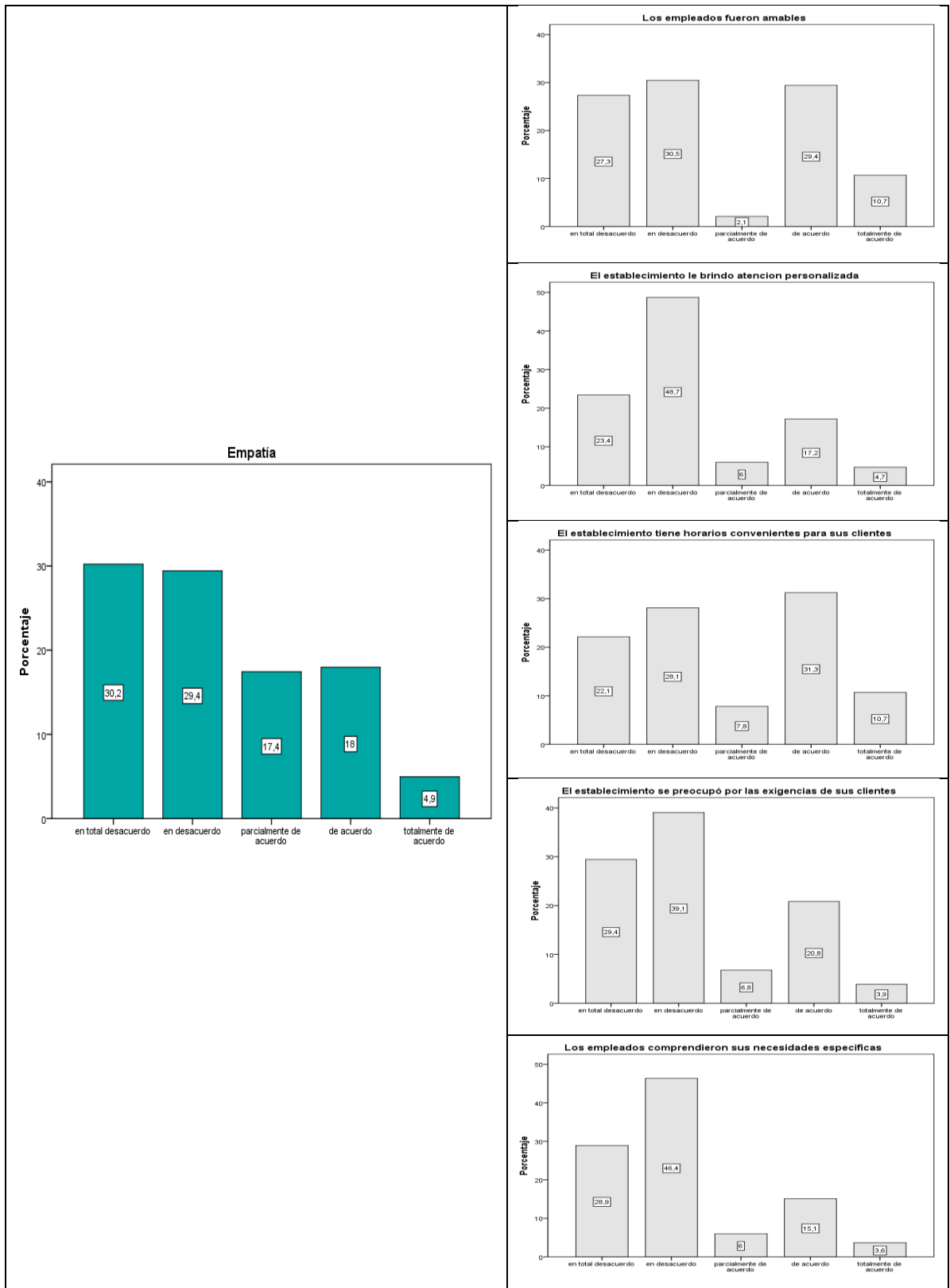


Figura 14: Empatía

Análisis Interpretativo

De acuerdo con la figura 14 sobre la dimensión empatía los datos arrojados indican que la gran mayoría de los clientes están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo en que: los empleados son amables, el establecimiento le brinda atención personalizada, el establecimiento tiene horarios convenientes para sus clientes, el establecimiento se preocupa por las exigencias de sus clientes y en que los empleados comprenden sus necesidades específicas. Por lo cual para la población investigada esta dimensión es negativa por lo que se debería mejorar estos aspectos para que exista una mayor preocupación en las necesidades que tienen los clientes.

CHI CUADRADO

Ho: La empatía en los restaurantes no incide en la satisfacción del cliente.

H1: La empatía en los restaurantes si incide en la satisfacción del cliente.

Cálculo

$$X_{obt}^2 = \sum \frac{(fo - fe)^2}{fe}$$
$$X_{obt}^2 = \frac{(116 - 77)^2}{77} + \frac{(113 - 77)^2}{77} + \frac{(67 - 77)^2}{77} + \frac{(69 - 77)^2}{77} + \frac{(19 - 77)^2}{77}$$

$$X_{obt}^2 = 82.40$$

$$X_{cri}^2 = 9.488$$

$$X_{obt}^2 \geq X_{cri}^2 \text{ por lo tanto se rechaza Ho}$$

Según la fórmula de Chi cuadrado se obtuvo que el Chi cuadrado obtenido es mayor al Chi cuadrado crítico, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa que dice que la dimensión de empatía en los restaurantes si incide en la satisfacción del cliente.

4.1.2.3. MODELO SERVQUAL

RESUMEN PERCEPCIONES

Tabla 17: Resumen Percepciones

Ponderación*		15%	23%	23%	20%	20%	TOTAL
Dimensiones		TANGIBLES	FIABILIDAD	CAP RESP	SEGURIDAD	EMPATÍA	
Nombre del restaurante	Uno	83	75	66	77	60	71,6%
	Dos	66	39	30	70	26	44,5%
	Tres	84	65	33	75	26	54,7%
	cuatro	49	32	30	71	27	40,9%
	Cinco	75	48	37	70	39	52,1%
	Seis	43	56	42	77	54	54,7%
	Siete	39	60	27	72	49	49,6%
	Ocho	40	46	33	74	30	44,6%
	nueve	79	80	71	82	68	75,9%
	Diez	83	81	68	79	63	74,4%
	Once	81	60	32	72	26	52,3%
	Doce	80	84	70	83	63	75,9%
	Trece	66	38	32	61	26	43,0%
	catorce	75	55	30	69	24	48,8%
	quince	83	58	27	80	36	54,6%
	dieciséis	84	77	73	73	72	75,4%
	diecisiete	85	82	74	75	73	77,5%
	dieciocho	72	42	23	70	21	43,5%
	diecinueve	41	30	31	62	23	36,9%
	veinte	36	39	30	59	22	37,2%
veintiuno	80	63	22	75	49	55,7%	
veintidós	53	42	34	67	41	46,6%	
veintitrés	31	38	31	58	24	36,6%	

* Dichas ponderación se las explica en la discusión, dato que fue proporcionado por los administradores de los restaurantes

RESUMEN EXPECTATIVAS

Tabla 18: Resumen Expectativas

Ponderación*		15%	23%	23%	20%	20%	TOTAL
Dimensiones		TANGIBLES	FIABILIDAD	CAP RESP	SEGURIDAD	EMPATÍA	
Nombre del restaurante	uno	55	70	73	73	78	70,79%
	dos	47	62	74	70	73	66,46%
	tres	52	72	56	79	79	68,25%
	cuatro	67	75	72	67	68	70,25%
	cinco	72	79	69	75	76	74,37%
	seis	63	69	78	74	73	72,10%
	siete	62	72	75	70	77	71,92%
	ocho	68	76	74	76	85	76,25%
	nueve	76	71	84	68	76	75,23%
	diez	66	74	77	64	80	72,81%
	once	71	80	81	80	85	80,01%
	doce	74	74	75	69	78	74,12%
	trece	70	85	69	72	84	76,41%
	catorce	83	77	68	67	80	74,48%
	quince	65	81	83	82	83	79,84%
	dieciséis	77	71	73	72	77	73,82%
	diecisiete	70	79	80	85	68	77,05%
	dieciocho	72	67	72	78	76	72,96%
	diecinueve	69	78	71	72	78	73,97%
	veinte	64	75	71	75	79	73,36%
veintiuno	74	82	84	85	74	80,42%	
veintidós	63	70	78	62	74	70,12%	
veintitrés	64	69	64	70	65	66,61%	

* Dichas ponderación se las explica en la discusión, dato que fue proporcionado por los administradores de los restaurantes

CÁLCULO DEL MÉTODO SERVQUAL

Tabla 19:

Cálculo del método SERVQUAL

RESTAURANTE	TOTAL PERCEPCIÓN	TOTAL EXPECTATIVA	SATISFACCIÓN	QUINTIL
Diecinueve	36,89%	73,97%	-37,08%	1
Veinte	37,16%	73,36%	-36,20%	1
Trece	42,96%	76,41%	-33,45%	1
Ocho	44,60%	76,25%	-31,65%	1
Veintitrés	36,64%	66,61%	-29,97%	1
Dieciocho	43,46%	72,96%	-29,50%	2
Cuatro	40,86%	70,25%	-29,39%	2
Once	52,31%	80,01%	-27,70%	2
Catorce	48,85%	74,48%	-25,63%	2
Quince	54,57%	79,84%	-25,27%	2
Veintiuno	55,67%	80,42%	-24,75%	3
Veintidós	46,60%	70,12%	-23,52%	3
Siete	49,58%	71,92%	-22,34%	3
Cinco	52,06%	74,37%	-22,31%	3
Dos	44,52%	66,46%	-21,94%	3
Seis	54,73%	72,10%	-17,36%	4
Tres	54,71%	68,25%	-13,54%	4
Diecisiete	77,51%	77,05%	0,46%	4
Nueve	75,90%	75,23%	0,67%	4
Uno	71,61%	70,79%	0,82%	5
Dieciséis	75,40%	73,82%	1,58%	5
Diez	74,42%	72,81%	1,60%	5
Doce	75,92%	74,12%	1,80%	5

Análisis Interpretativo

Según el cálculo que indica la tabla sobre la satisfacción del cliente en los restaurantes de la ciudad de Tulcán se obtiene que la mayoría de los restaurantes no brindan un servicio de calidad lo que genera que no exista satisfacción por parte de los clientes ya que los datos indican que de 23 restaurantes investigados solo 6 brindan satisfacción, por lo que la mayoría de los clientes se sienten insatisfechos con el servicio que reciben por parte de dichos restaurantes en cuanto a las características investigadas.

Los restaurantes de la ciudad deberían de mejorar en las dimensiones de empatía y capacidad de respuesta que es lo que están fallando en vista que se obtuvieron un menor puntaje en estas dimensiones.

RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE TULCÁN

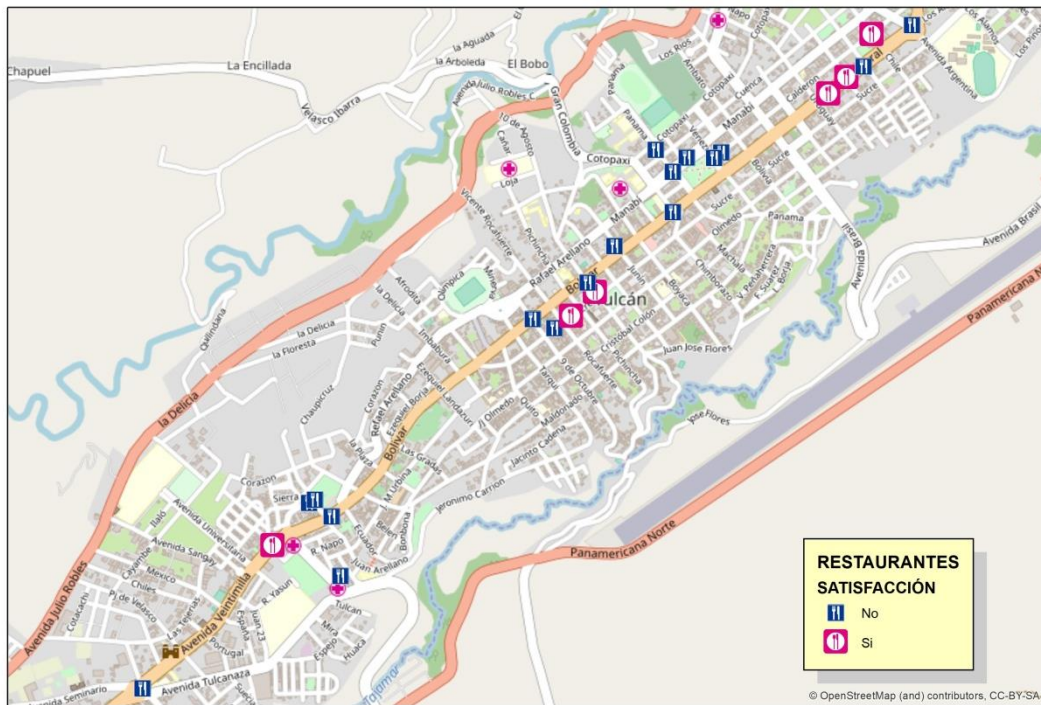


Figura 15: Mapa de los restaurantes de la ciudad de Tulcán

4.1.3 Interpretación de la prueba de signo y distribución binomial

Se tomaron los datos de los 23 restaurantes investigados y se consideró solo los signos positivos los cuales se puede observar en la tabla N° 19 la cual indica 6 datos positivos

Conociendo este dato se realizó la siguiente formula:

$$\binom{n}{x} p^x \cdot q^{n-x}$$

Cálculo

$$\binom{23}{18} (0,5)^{18} \cdot (0,5)^5$$

$$\binom{23}{19} (0,5)^{19} \cdot (0,5)^4$$

$$\binom{23}{20} (0,5)^{20} \cdot (0,5)^3$$

$$\binom{23}{21} (0,5)^{21} \cdot (0,5)^2$$

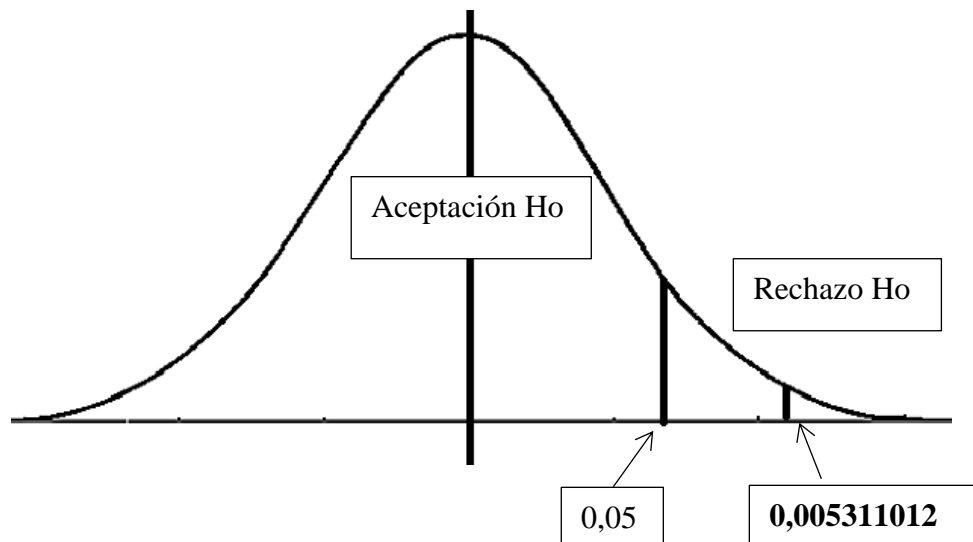
$$\binom{23}{22} (0,5)^{22} \cdot (0,5)^1$$

$$\binom{23}{23} (0,5)^{23} \cdot (0,5)^0$$

$$[33649 + 8855 + 1771 + 253 + 23 + 1]0,5^{23}$$

$$= [44552]1,19209\epsilon - 07$$

$$= 0,005311012$$



Dado que $0,005311012 < 0,05$ rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la alternativa y se concluye que “La gestión Administrativa en los restaurantes de la ciudad de Tulcán incide en la satisfacción en los clientes en el año 2017-2018”.

4.2. DISCUSIÓN

La presente investigación se basa en diagnosticar la gestión administrativa y la incidencia que tiene en la satisfacción del cliente, para lo cual se analizó la gestión administrativa que tienen actualmente los restaurantes de la ciudad de Tulcán y también se determinó el grado de satisfacción en los clientes para tener conocimiento sobre el servicio que ofrecen los restaurantes. Para poder cumplir con estos objetivos se utilizó la técnica de la encuesta con dos instrumentos para recolectar información primaria, la cual estuvo fundamentada en la gestión administrativa y la satisfacción del cliente

Una vez realizados los instrumentos necesarios se procedió a levantar la información a los establecimientos de restauración que se encuentran en el catastro del MINTUR.

La investigación identificó el cumplimiento de los elementos de la gestión administrativa en empresas turísticas que tienen actualmente los restaurantes para conocer en que elemento del proceso administrativo están fallando ya que en la actualidad existe una gestión administrativa inadecuada en los restaurantes de la ciudad de Tulcán.

En primer lugar, se identificó el elemento de planificación ya que este elemento es muy importante ya que directivos y empleados deben conocer y tener claro el propósito fundamental, la razón de ser de la organización los fines para los cuales fue creada la empresa y que otorgan valor y sentido a su actividad. La planificación es uno de los modelos clave para la competitividad (Gutiérrez, 2014).

En la mayoría de los restaurantes no se encuentra presente dicho elemento en algunos restaurantes les falta establecer misión, y objetivos como se muestra en la tabla N°20 del 100% el 60,9% no tienen establecido el elemento de planificación por lo cual se determina que el nivel de cumplimiento de este es del 39,1% lo cual genera que no exista una buena gestión. El buen manejo de un buen sistema administrativo constituye el elemento dinámico básico para alcanzar la calidad en el turismo (Ramírez, 2012).

En segundo lugar, se identificó la organización en los restaurantes este elemento es de gran ayuda para las empresas ya que se elige las personas idóneas para los puestos y permite establecer responsabilidades a cada empleado (Ramírez, 2012).

Como se muestra en la tabla N° 20 no existe una diferencia significativa en los datos ya que el 52,2% no tienen establecido una organización por lo que el porcentaje de cumplimiento es del 47.8% por lo cual la mitad de restaurantes les faltaría aplicar este elemento para poder facilitar las diferentes actividades que tiene cada empleado y poder brindar un servicio eficiente.

También se investigó acerca del elemento de comunicación que es indispensable para brindar una excelente atención al cliente cuando se habla de gestión administrativa. Como muestra la tabla N° 20 solamente el 26,1 % no tiene este elemento por lo que el porcentaje de cumplimiento es del 73,9 % un porcentaje alto gracias a la colaboración por parte del MINTUR ya que cada seis meses brindan capacitaciones a los empleados que están inmersos en el sector turístico. Tener este elemento en una empresa facilita la integración e intercambio de ideas, evitando errores y agilizando las funciones de cada empleado generando que la empresa tome decisiones que ayuden a la empresa en su desarrollo. (Ramírez, 2012)

Luego se obtuvo información del proceso de control que tienen los restaurantes obteniendo un porcentaje mínimo, del 100 % el 73.9% no tiene este elemento en su proceso administrativo por lo cual el nivel de cumplimiento solamente es del 26,1 % por lo que les faltaría a estos restaurantes realizar una evaluación interna para conocer los fallos que tiene la empresa y poder así tomar medidas correctivas para brindar calidad en el servicio ya que el control permite identificar los problemas mediante la inspección observación y autoevaluación para dar solución (Ramírez, 2012).

Por lo que se resume que en los restaurantes de la ciudad de Tulcán no se tienen establecido los elementos de planificación y control por lo cual no se brinda una adecuada gestión administrativa; estos elementos tienen que ser ejecutados en conjunto y no por separado, ya que la gestión administrativa tiene cuatro elementos que están conectados

entre sí y si no existiera uno de ellos no se podría hablar de una gestión administrativa adecuada (Márquez, 2002).

Tabla 20:
Resumen Gestión Administrativa

	Planificación	Organización	Comunicación	Control
Si	39,10%	47,80%	73,90%	26,10%
No	60,90%	52,20%	26,10%	73,90%
Total	100%	100%	100%	100%

Con respecto a la satisfacción se realizó encuestas a los clientes de los restaurantes, se utilizó el modelo SERVQUAL para medir la satisfacción ya que es una tarea primordial en cualquier organización por ello es importante desarrollar instrumentos apropiados para su medición en particular el cuestionario SERVQUAL o *service of quality* que es usado como una herramienta muy útil para medir la satisfacción (Gutiérrez , 2014).

Se elaboró dos cuestionarios uno de expectativas que fue encuestado primero para conocer la importancia que tienen las 5 dimensiones que el modelo establece, en este cuestionario se identificó que para todos los clientes es de gran importancia estas dimensiones al momento de elegir el servicio de restauración.

Luego se realizó el cuestionario de percepciones que establece 20 preguntas divididas convenientemente para las 5 dimensiones. De acuerdo con los datos obtenidos se determinó en cuanto a percepciones que la mayoría de clientes no se sienten conformes con las dimensiones: capacidad de respuesta, empatía por lo que genera desconformidad a los clientes.

Una vez obtenida los datos de expectativa y de percepciones se procede a realizar el cálculo para la satisfacción que de acuerdo al método planteado se debe ponderar los datos que consiste en multiplicar los resultados obtenidos de cada dimensión por parte de los clientes para el promedio del porcentaje obtenido por parte de los administradores de los restaurantes por lo cual los datos obtenidos como indica la tabla N° 21 las expectativas son mayores a sus percepciones lo cual indica que los clientes se encuentran insatisfechos con todas las dimensiones: Elementos Tangibles, Fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Tabla 21:
Resumen Satisfacción

	Elementos Tangibles	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía
Percepciones	15,08	12,09	9,46	16,51	9,42
Expectativas	15,44	17,08	17,01	16,85	17,66
Insatisfacción	-0,36	-4,99	-7,55	-0,34	-8,24

Por lo cual, el Método SERVQUAL aplicado para medir la satisfacción determinó que existe insatisfacción en los clientes que hacen uso del servicio de restauración en la ciudad de Tulcán, por lo que los restaurantes deberían mejorar el servicio que ofrecen ya que es deficiente y por tanto genera que el cliente no reciba un servicio de calidad

También se realizó el método SERVQUAL para cada restaurante que según la tabla N° 19 indica que 6 de los 23 restaurantes brindan satisfacción lo cual ayudó a relacionar las dos variables ya que según los cálculos realizados los mismos 6 restaurantes que brindan satisfacción son los que cumplen con los 4 elementos que forman parte de la gestión administrativa.

Finalmente se pudo rechazar la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alternativa planteada en esta investigación que dice que la gestión administrativa en los restaurantes de la ciudad de Tulcán incide en la satisfacción de los clientes en el año 2017-2018.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- La fundamentación bibliográfica fue muy factible en vista de que existen muchos libros y artículos que permiten sustentar bibliográficamente las variables investigadas principalmente se pudo encontrar más sobre la satisfacción del cliente, sin embargo, cabe mencionar que en la biblioteca de la UPEC la bibliografía principalmente en el tema de administración turística es escasa.
- En el análisis que se realizó a los establecimientos que ofrecen el servicio de restauración en la ciudad de Tulcán se pudo concluir que la mayoría de los restaurantes no cuentan con los indicadores de planificación y control por lo cual existe una inadecuada gestión administrativa.
- Al determinar el grado de satisfacción en los clientes se pudo constatar que existe una insatisfacción en la mayoría de los establecimientos, sin embargo, existe satisfacción en 6 restaurantes, dando como resultado una percepción negativa o insatisfacción sobre el servicio de restauración ofertado de manera general en la ciudad de Tulcán.
- En cuanto a la relación existente entre las dos variables investigadas se concluye que existe una relación ya que la variable gestión administrativa incide en la satisfacción del cliente en vista de que los 6 restaurantes que generan satisfacción son los mismos que cuentan con una adecuada gestión administrativa.

5.2. RECOMENDACIONES

- Implementar libros relacionados en administración turística en la biblioteca de la UPEC para incrementar la accesibilidad de conocimientos a los estudiantes sobre este tema.
- Capacitar a los administradores de cada restaurante de la ciudad de Tulcán para que de esta manera se logre obtener el conocimiento necesario para poder implementar indicadores que les permitan tener una adecuada gestión administrativa y de esta manera lograr un mayor interés en la mejora del servicio por parte de los propietarios.
- Implementar un plan de mejoras para cada establecimiento de restauración de la ciudad de Tulcán basado en la corrección de todas las falencias percibidas por los clientes para poder generar una mayor satisfacción.

IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar Granda, H. X. (2016). *El servicio de restauración turística en la parroquia urbana Huaca y la satisfacción al visitante*. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/495>
- Almeida, M. A., Barcos, L., & Castilla, J. (2006). *Gestión de la Calidad de los procesos turísticos*. Madrid: SÍNTESIS.
- Almeida, M. A., Barcos, L., & Castilla, J. (2012). *Gestión de la calidad de los procesos turísticos*. Madrid: Síntesis.
- Aparicio, A., Palacios, W., Martínez, A., Verduzco, C., & Retana, E. (2009). Métodos de investigación Avanzada. En *El cuestionario*. (pág. 14).
- Arias, F. (2006). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica. Caracas. (pág.81).
- Benavente, B., & Figueroa, T. (2012). *Medición del grado de satisfacción de los clientes bancarios de puerto Montt basada en la escala SERVQUAL*. Obtenido de <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2012/bpmfeb456m/doc/bpmfeb456m.pdf>
- Castellano, I. (2012). *Pocesos de servicio en restaurante*. Madrid: SÍNTESIS.
- Chiavenato, I. (2011). ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS. *Editorial Mc Graw Hill*, (pág.5).
- Delgado, I., Vargas, M., & López, J. (2010). Modelo de Administracion Estrategica para restaurantes. 87.
- González Ortiz, Ó. C., & Arciniegas Ortiz, J. A. (2016). *Sistemas de Gestión de Calidad*. Bogotá: ECOE.
- González, M., & Valero, A. M. (2017). *Empresas de servicios de viajes turísticos*. México: Trillas.
- González, R. (25 de 07 de 2014). Obtenido de La Calidad y la Satisfacción del Cliente en la hotelería low cost: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/6001/1/TFG-N.95.pdf>
- Gutiérrez Pulido, H. (2014). *Calidad y Productividad*. México D.F: McGraw Hill.
- Guzmán Campos, A., & Motejo Quiros, A. (21 de 10 de 2013). Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/el-proceso-administrativo-desde-varios-autores.htm>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México D.F: McGRAW-HILL,210 .

- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). En *Metodologia de la Investigacion* (pág. 5). McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). En *Metodologia de la Investigacion* (págs. 8-9). McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). En qué consisten los estudios de alcance explicativo. En *Metodologia de la Investigacion* (pág. 95). McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Enfoque cualitativo. En *Metodologia de la Investigacion* (págs. 7-8). McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. .
- Herrera, C. (04 de 10 de 2015). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 04 de 07 de 2017, de <http://www.turismo.gob.ec/se-socializo-plan-nacional-de-capacitacion-turistica-en-carchi-e-imbabura/>
- Herrera, L., Medina, A., & Naranjo, G. (2014). *Tutoría de la Investigación Científica*. Ambato-Ecuador: Gráficas Corona Quito.
- Kotler, P. (2015). *Fundamentos de Marketing*. Ecured.
- Malhotra, N. K. (2004). *Investigacion De Mercados: Un Enfoque Aplicado (4ª ED.)* . En *Tecnicas e Instrumentos*. PRENTICE HALL MEXICO.
- Márquez, M. (2002). La Gestión Administrativa De Las Empresas Agropecuarias. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 13.
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad ayuda Experto. *PERSPECTIVAS* (34), 185.
- McMillan, J. H., & Schumacher, S. (2001). *Metodología de la investigación para las ciencias sociales*. 3.
- Mejías-Acosta, A. A., & Manrique-Chirkova, S. (2011). Dimensiones de la satisfacción de clientes bancarios universitarios: una aproximación mediante el análisis de factores. *Redalyc*, 43-47.
- Mejías-Acosta, A. A., & Manrique-Chirkova, S. (2011). Dimensiones de la satisfacción de clientes bancarios universitarios: una aproximación mediante el análisis de factores. *Redalyc*, 45.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (13 de 05 de 2015). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/inicia-capacitacion-para-la-excelencia-turistica-en-imbabura-y-carchi/>

- Naranjo, J. (10 de 04 de 2015). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 04 de 07 de 2017, de <http://www.turismo.gob.ec/se-socializo-plan-nacional-de-capacitacion-turistica-en-carchi-e-imbabura/>
- Pagano, R. (2011). *Estadística para las ciencias del comportamiento*. 9a edición. México: Data color Impresores S.A,471.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2002). El Modelo Servqual. *Global*, 12.
- Ramírez Cavassa, C. (2009). Administración como sistema. En *Gestión administrativa para empresas turísticas* (pág. 56). Mexico D.F: Trillas S.A.
- Ramírez Cavassa, C. (2012). La actividad administrativa. En *Calidad total en las empresas turísticas* (pág. 61). Mexico D.F: Trillas.
- Terry, G. (2015). *Principios de Administración*. México: Continental.
- Thompson, I. (2015). La satisfaccion del cliente. *Rev Med*, 6.
- Weber, M. (2000). La division de trabajo. 18.

V. ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario de Percepciones



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES
ESCUELA DE TURISMO Y ECOTURISMO



Encuesta dirigida a los Clientes de los restaurantes

Objetivo: Determinar el grado de satisfacción en los clientes para tener conocimiento sobre el servicio que ofrecen los restaurantes

Nombre Del Establecimiento. –

Indicaciones: Califique las siguientes preguntas de acuerdo con sus percepciones (como fue el servicio en el establecimiento en el que se encuentra)

- 1 = en total desacuerdo
- 2 = en desacuerdo
- 3 = parcialmente de acuerdo
- 4 = de acuerdo
- 5 = totalmente de acuerdo

PREGUNTAS	Valoración				
	1	2	3	4	5
ELEMENTOS TANGIBLES					
El establecimiento tiene equipamiento moderno.					
La presentación personal de los empleados es pulcra					
Las instalaciones físicas (el menú, mesas, sillas, platos, vasos, cubiertos, manteles.) Son visualmente atractivos					
FIABILIDAD					
Al realizar el pedido, el camarero le informo el tiempo aproximado de espera.					
El establecimiento cumplió con lo prometido en relación con el servicio					
En caso de haber tenido algún problema, el restaurante lo resolvió rápidamente					
Siente usted que tuvo que esperar mucho tiempo para recibir su pedido					
CAPACIDAD DE RESPUESTA					
Los empleados dieron información exacta al momento de brindar el servicio.(descripción del pedido)					
Los empleados estuvieron dispuestos a ayudarlo en todo momento					
Los empleados le brindaron un excelente servicio					
Al momento que llegó, fue tomado de inmediato su pedido.					
SEGURIDAD					
El comportamiento de los empleados transmitió confianza a los clientes					

Usted se sintió seguro al estar en este establecimiento					
Los empleados tuvieron conocimientos para responder sus consultas					
EMPATÍA					
Los empleados fueron amables					
El establecimiento le brindo atención personalizada.					
El establecimiento tiene horarios convenientes para sus clientes.					
El establecimiento se preocupó por las exigencias de sus clientes					
Los empleados comprendieron sus necesidades específicas.					

Gracias por su colaboración

Anexo 2: Cuestionario de Expectativas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y
CIENCIAS AMBIENTALES
ESCUELA DE TURISMO Y ECOTURISMO



Encuesta dirigida a los Clientes de los restaurantes

Objetivo: Determinar el grado de satisfacción en los clientes para tener conocimiento sobre el servicio que ofrecen los restaurantes

Nombre Del Establecimiento. –

Indicaciones: Califique las siguientes preguntas del 1 al 5 de acuerdo con la importancia que tiene para usted cada dimensión en el establecimiento de restauración.

1 = Definitivamente nada importante

2 = nada importante

3 = parcialmente importante

4 = Importante

5 = Muy importante

Preguntas	Valoración				
	1	2	3	4	5
Elementos Tangibles					
Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal de contacto y material de comunicación.					
Fiabilidad					
Habilidad para realizar el servicio prometido de forma cuidadosa.					
Capacidad de respuesta					
Disposición para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido					
Seguridad					
Se refiere al conocimiento y la atención mostrados por los empleados y las habilidades de que disponen para inspirar confianza y credibilidad.					
Empatía					
Atención individualizada que ofrece la empresa a sus clientes. Ponerse en el lugar del cliente para tratar de identificar sus necesidades					

Gracias por su colaboración

Anexo 3: Cuestionario Gestión Administrativa



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y
CIENCIAS AMBIENTALES
ESCUELA DE TURISMO Y ECOTURISMO
Encuesta dirigida al Administrador del Restaurante



Objetivo. - Analizar la gestión administrativa que tienen actualmente los restaurantes

Nombre Del Establecimiento.

1. ¿El restaurante tiene establecido una misión?

SI _____ NO _____

2. ¿El restaurante tiene establecido una visión?

SI _____ NO _____

3. ¿El restaurante tiene objetivos establecidos?

SI _____ NO _____

4. ¿El restaurante tiene estrategias para alcanzar los objetivos establecidos?

SI _____ NO _____

5. ¿El restaurante tiene diseñado un organigrama estructural?

SI _____ NO _____

6. ¿El restaurante tiene diseñado un manual de funciones?

SI _____ NO _____

¿En qué porcentaje se cumple? _____

7. ¿El restaurante tiene establecido procesos de selección para contratación del personal?

SI_____ NO_____

¿En qué porcentaje se cumple? _____

8. ¿El restaurante invierte en capacitaciones para sus empleados?

SI_____ NO_____

¿En qué porcentaje se cumple? _____

9. ¿Existe un líder en el restaurante?

SI_____ NO_____

10. ¿En el restaurante se toman medidas correctivas para dar una mejor satisfacción a los clientes?

SI_____ NO_____

11. ¿El restaurante cuenta con un proceso de evaluación interno?

SI_____ NO_____

12. Se desea conocer que importante es cada una de las siguientes características para su restaurante. Por favor, distribuya un total de 100 puntos entre las cinco características entre más importante sea una característica, más puntos le asignará.

- La apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal de contacto y material de comunicación.

- La habilidad de los empleados para realiza el servicio de forma cuidadosa

- La disponibilidad del restaurante para ayudar a los clientes y proporcionar un servicio rápido

- El conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar confianza a los clientes

- El cuidado y la atención personalizada que el restaurante brinda a sus clientes

Anexo 4: Tabla H- Chi2



Tabla H Distribución ji cuadrada (χ^2)

Las primeras columnas (df) localiza cada distribución χ^2 . Las otras columnas dan la proporción del área bajo la distribución χ^2 que está sobre el valor de χ^2 registrado en la tabla. Los valores de χ^2 bajo las encabezaduras de las columnas de 0.05 y 0.01 son los valores críticos de χ^2 para $\alpha = 0.05$ y 0.01. Para ser significativo, $F_{calc} > F_{tab}$

Grados de Libertad χ^2	$P = 0.99$	0.98	0.95	0.90	0.80	0.70	0.50	0.30	0.20	0.10	0.05	0.01	
1	0.000157	0.000628	0.00393	0.0175	0.0642	0.148	0.455	1.074	1.642	2.706	3.841	6.635	
2	0.0201	0.0404	0.1013	0.211	0.446	0.715	1.386	2.408	3.219	4.605	5.991	9.210	
3	0.115	0.185	0.252	0.354	0.584	1.024	2.066	3.085	4.042	6.251	7.879	11.341	
4	0.297	0.429	0.571	0.694	1.064	1.649	2.367	3.357	4.298	6.379	7.879	11.141	
5	0.554	0.752	1.045	1.401	2.042	2.893	4.051	5.024	6.064	8.256	9.891	13.277	
6	0.872	1.134	1.625	2.204	3.070	4.353	5.488	6.778	8.154	10.645	12.592	15.086	
7	1.239	1.564	2.167	2.833	3.822	5.293	6.344	7.779	9.348	11.978	14.067	16.875	
8	1.646	2.032	2.733	3.450	4.594	5.971	7.172	8.591	10.215	13.362	15.508	18.475	
9	2.088	2.552	3.325	4.168	5.390	6.393	7.879	9.348	10.895	14.024	16.191	20.090	
10	2.558	3.059	3.940	4.805	6.179	7.207	8.791	10.318	11.916	15.013	17.153	21.666	
11	3.053	3.609	4.575	5.578	6.969	8.148	9.648	11.308	12.916	16.013	18.307	23.209	
12	3.571	4.178	5.226	6.304	7.879	9.234	10.591	12.401	13.816	17.275	19.678	24.725	
13	4.107	4.765	5.892	7.042	8.654	10.228	11.581	13.385	14.941	18.549	21.064	26.217	
14	4.660	5.368	6.571	7.790	9.467	11.021	12.591	14.451	16.151	19.802	22.464	27.688	
15	5.229	5.985	7.261	8.547	10.307	11.721	13.816	15.501	17.332	21.064	23.685	29.142	
16	5.812	6.614	7.962	9.312	11.152	12.474	15.038	16.618	18.418	22.307	24.996	30.578	
17	6.408	7.255	8.672	10.085	12.020	13.251	16.398	17.711	19.615	23.542	26.296	32.000	
18	7.015	7.906	9.390	10.865	12.857	14.040	17.238	19.001	20.812	24.769	27.587	33.409	
19	7.633	8.567	10.117	11.651	13.716	14.840	18.000	20.389	22.160	25.989	28.869	34.805	
20	8.260	9.237	10.853	12.443	14.578	15.656	18.837	21.775	23.588	27.204	30.144	36.191	
21	8.897	9.915	11.591	13.230	15.445	16.482	19.671	23.175	24.988	28.432	31.410	37.566	
22	9.542	10.600	12.338	14.041	16.314	17.301	20.507	24.589	26.391	29.635	32.671	38.932	
23	10.196	11.290	13.091	14.848	17.187	18.021	21.337	26.009	27.801	30.813	33.924	40.289	
24	10.856	11.992	13.848	15.659	18.062	18.743	22.167	26.818	28.829	32.007	35.172	41.638	
25	11.524	12.697	14.611	16.473	18.948	19.467	23.007	27.666	29.835	33.196	36.415	42.980	
26	12.198	13.409	15.379	17.292	19.628	20.192	23.857	28.522	30.825	34.382	37.652	44.314	
27	12.879	14.125	16.151	18.114	20.302	20.919	24.706	29.386	31.795	35.563	38.885	45.642	
28	13.565	14.847	16.928	18.939	21.005	21.647	25.556	30.346	32.741	36.740	40.113	46.963	
29	14.256	15.574	17.708	19.768	21.673	22.477	26.406	31.301	33.677	37.566	41.337	48.279	
30	14.953	16.306	18.495	20.599	22.344	23.308	27.256	32.251	34.591	38.381	42.557	49.588	
													50.892

Anexo 5: Informe final de cumplimiento



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

Ley No. 2006-36 · Publicada en el Segundo Suplemento del Registro Oficial No. 244 del 5 de abril del 2006

FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS
AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO Y ECOTURISMO

Informe final del cumplimiento de observaciones y recomendaciones

Estudiante:	Estefanía Maribel Estupiñan Igua
Nivel/paralelo:	Egresada
Cédula de identidad:	0401753090
Periodo académico:	Octubre 2018 – Marzo 2019
Tutor/Lector/Presidente:	Ing. Javier Pozo Burgos Msc.
Fecha de predefensa:	8 de noviembre de 2018
Tema de investigación:	“La Gestión Administrativa en los restaurantes de la Ciudad de Tulcán y la satisfacción en los clientes en el año 2017-2018”

De acuerdo a lo que establece el Art. 27 del Reglamento de Sustentación, Titulación, e Incorporación de la UPEC: El presidente del Tribunal de sustentación, de la predefensa, el tutor y el lector presentarán a la Unidad de Titulación Especial de respectiva Carrera, el informe final de cumplimiento de las observaciones y recomendaciones del Tribunal de sustentación de la predefensa del informe de investigación en el plazo de 5 días laborables contados a partir de la entrega del informe de investigación corregido por parte del estudiante. La UDTE de la Carrera, dispondrá la impresión definitiva y la presentación una vez verificadas las normas, técnicas y formatos previstos por la UPEC; en un empastado original, y tres copias (CD's).

No.	CATEGORÍA	CUMPLIMIENTO
1	Capítulo 1: Problema	10%
2	Capítulo 2: Marco teórico	10%
3	Capítulo 3: Marco metodológico	10%
4	Capítulo 4: Resultados y discusión	10%
5	Capítulo 5: Conclusiones, recomendaciones	10%
6	Capítulo 6: Referencias bibliográficas	10%
7	Capítulo 7: Anexos	10%
Cumplimiento de observaciones y sugerencias en el contenido		70%
8	Formato del informe de investigación	10%
9	Redacción, estilo, ortografía y formato APA	10%
10	Calidad y organización de la información	10%
Cumplimiento de observaciones y sugerencias en el documento físico		30%
% DE CUMPLIMIENTO		100%

Resolución: La estudiante, Estefanía Maribel Estupiñan Igua, con número de cédula 0401753090 cumple con las observaciones y sugerencias.

Atentamente,

MSC. Javier Pozo Burgos.
TUTOR

● Av. Universitaria y Antisana ● Telfs: (06) 2224-079 / 2224-080 Fax ext.: 1313
● www.upec.edu.ec ● e-mail: info@upec.edu.ec

UPEC

Anexo 6: Certificado abstract



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: **Estefanía Maribel Estupiñán Igua**

Fecha de recepción del abstract: 03 de diciembre de 2018

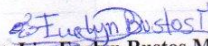
Fecha de entrega del informe: 12 de diciembre de 2018

El presente informe validará la traducción del texto presentado, 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 que se valida el presente trabajo.

Evaluador: 
Lic. Evelyn Bustos Molina
DOCENTE- CIDEN



Anexo 7: Acta predefensa



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES
CARRERA DE INGENIERIA EN TURISMO Y ECOTURISMO

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: ESTEFANÍA MARIBEL ESTUPIÑAN IGUA
NIVEL/PARALELO: EGRESADA

CÉDULA DE IDENTIDAD: 0401753090
PERIODO ACADÉMICO: ABRIL - AGOSTO 2018

TEMA DE INVESTIGACIÓN: "La Gestión Administrativa en los restaurantes de la Ciudad de Tulcán y la satisfacción en los clientes en el año 2017-2018"

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. CHRISTIAN ANDRÉS IBARRA ROSERO
LECTOR: MSC. JAIME ALEJANDRO ITURRALDE VALLEJOS
ASESOR: MSC. EDUARDO JAVIER POZO BURGOS

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 2 **AULA:** 4
FECHA: jueves, 8 de noviembre de 2018
HORA: 16H00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa:	6,83
2) Trabajo escrito	2,85
Nota final de PRE DEFENSA	9,68

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el jueves, 8 de noviembre de 2018


MSC. CHRISTIAN ANDRÉS IBARRA ROSERO
PRESIDENTE


MSC. EDUARDO JAVIER POZO BURGOS
TUTOR


MSC. JAIME ALEJANDRO ITURRALDE VALLEJOS
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones