



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE POSGRADO**

**MAESTRIA EN GESTIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS**

Gestión de la calidad en Establecimientos Turísticos de Alimentos y bebidas, de
la ciudad de Cotacachi.

Trabajo de investigación previo a la obtención del Título en Magister en Gestión
de Empresas Turística

AUTOR: Burbano Arévalo Alex Vinicio

TUTORA: MSc. Yoarnelis Vasallo Villalonga

ASESOR: MSc. Nelson Iván Bedón Suárez

Ecuador, Ibarra.

2023

APROBACION DEL TUTOR

Yo, Yoarnelys Vasallo Villalonga, certifico que el estudiante Burbano Arévalo Alex Vinicio con cédula de identidad N.º. 0401238985 ha elaborado bajo mi tutoría la sustentación de trabajo de grado titulado: Gestión de la calidad en establecimientos turísticos de alimentos y bebidas, de la ciudad de Cotacachi.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodologías dispuestas en el reglamento del título a obtener, por lo tanto, autorizo la presentación a la sustentación para la calificación respectiva.

Ibarra, 12 de junio de 2023



MSc. Yoarnelys Vasallo Villalonga

DEDICATORIA

A Dios que es mi fortaleza para haberme levantado una vez más.

A mis amados hijos Alex Zaid y Leonardo Francisco quienes son mi motivación, mis alegrías y la luz de mis días.

A mis padres por acompañarme y apoyarme en mi camino.

AGRADECIMIENTO

Lleno de alegría, regocijo , amor y esperanza agradezco a esas personas que me apoyaron, que fueron incondicionales y me fortalecieron en los momentos de debilidad, cuando después de la caída solo miraba las magulladuras y moretones, desenfocada mi visión del horizonte, fueron ellos quienes estuvieron allí para decirme levántate límpiate recoge tus pedazos, sana y vuelve a volar, fueron ellos conjuntamente con Dios que me enseñaron que la vida continua que debemos seguir el rumbo, el camino por quienes ahora vuelvo a creer en mi a quererme a valorarme y estar convencido de todo lo que puedo lograr.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	0401238985		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Burbano Arévalo Alex Vinicio		
DIRECCIÓN:	Tulcán Ciudadela Sociedad Obrera Calle Juan XXIII y Mexico		
EMAIL:	aburbano@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	S/N	TELÉFONO MÓVIL:	0997522510

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Gestión de la calidad en Establecimientos Turísticos de Alimentos y bebidas, de la ciudad de Cotacachi.
AUTOR (ES):	Burbano Arévalo Alex Vinicio
FECHA DE APROBACIÓN: DD/MM/AAAA	13 de abril de 2022,
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Magister en Gestión de Empresas Turística
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Yoarnelys Vasallo Villalonga

2. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 20 días del mes de julio de 2023

EL AUTOR:

Burbano Arévalo Alex Vinicio

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACION DEL TUTOR	1
DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO	3
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	5
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	7
ÍNDICE DE TABLAS	10
ÍNDICE DE FIGURAS	11
RESUMEN	13
ABSTRACT	14
CAPÍTULO I.....	15
EL PROBLEMA	15
1.1 Problema de investigación	15
1.1.1. Planteamiento del problema de investigación	16
1.2. Antecedentes.....	17
1.3. Objetivos de la investigación.....	18
1.3.1. Objetivo general	18
1.3.2. Objetivos específicos.....	18
1.4. Justificación de la investigación	19
CAPÍTULO II.....	21
MARCO REFERENCIAL	21
2.1. Gestión de calidad	21
2.1.1. Calidad.....	21
2.1.2. Calidad total.....	23
2.1.3. Calidad del servicio	23
2.1.4. Calidad en los servicios Turísticos	24
2.2. Factores que intervienen en el servicio de calidad	25
2.2.1. Expectativa	25
2.2.2. Percepción	26
2.2.3. Satisfacción.....	26
2.3. Establecimientos que ofertan alimentos y bebidas	27

2.4. Marco legal	28
CAPÍTULO III	30
MARCO METODOLÓGICO	30
3.1.- Descripción del área de estudio.....	30
3.2.- Enfoque y tipo de investigación	31
3.3. Métodos técnicas e instrumentos de investigación.....	33
3.4. Procedimientos	33
3.4.1. Fase 1.- Diagnóstico.	33
3.4.2. Fase 2.- Determinar la percepción de calidad	34
3.4.3. Fase 3.- Diseñar un sistema de gestión de calidad.	35
3.5. Consideraciones Bioéticas.	35
CAPÍTULO IV	36
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	36
4.4.1. Análisis del diagnóstico.....	36
Calidad de servicio	38
Mantenimiento de Infraestructura en los establecimientos turísticos que ofertan alimentos y bebidas en la ciudad de Cotacachi.	40
Buenas prácticas de manipulación de alimentos y bebidas durante el momento de servir.	42
4.4.2. Análisis de percepción de calidad.	45
4.4.3 Discusión	59
CAPÍTULO V	61
PROPUESTA	61
5. Sistema de gestión de calidad para los establecimientos turísticos de Alimentos y Bebidas en la ciudad de Cotacachi.....	61
5.1. Introducción.....	62
5.2.Objetivo	63
5.3. Ubicación de radio de acción de la propuesta	63
5.4. Áreas donde se hace la intervención de mejora.....	64
5.5. Estrategias.....	64
5.6. Personal de atención en los establecimientos.	66
5.7. Elementos de Competitividad.....	68
5.8 Plan de capacitación	69

5.9. Manual de buenas prácticas de manipulación	72
5.10. Plan de evaluación de gestión de calidad	77
Conclusiones y Recomendaciones	81
Conclusiones.....	81
Recomendaciones.....	81
Bibliografía.....	82
Anexos	86
Anexo A. Formato Ficha de Observación	86
Anexo B. Formato de encuesta.....	87
Anexo C. Fotografías.....	89
Anexo D.....	89

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Métodos técnicas e instrumentos de investigación.....	33
Tabla 2 Establecimientos de acuerdo con la categoría	36
Tabla 3. Variables de estudio.	48
Tabla 4 Tabulación cruzada de variables	49
Tabla 5 Resumen de procesamiento de casos.....	50
Tabla 6 Tabulación cruzada detallada	51
Tabla 7. Prueba de Chi Cuadrado.....	52
Tabla 8. Medidas Simétricas	53
Tabla 9. Frecuencias de datos demográficos.....	54
Tabla 10. Frecuencias sección dos gestión de calidad.....	55
Tabla 11. Frecuencias sección tres infraestructura.....	56
Tabla 12 Buenas prácticas de manipulación.	57
Tabla 13. Temáticas de capacitación.....	69
Tabla 14. Índice de temas	70
Tabla 15. Costos	71
Tabla 16. Hábitos higiénicos	74

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Categorías de turismo.....	27
Figura 2 Ubicación de la ciudad de Cotacachi	30
Figura 3. Resultado del muestreo en software G Power*	47
Figura 5 Frecuencia de visitas y etnia.	53
Figura 6 Diagrama de líneas	58
Figura 7. Santa Ana de Cotacachi	62
Figura 8. Iglesia con fondo volcán Cotacachi	63
Figura 9. Mapa Ciudad de Cotacachi	63
Figura 10. Clasificación de establecimientos turísticos.....	64
Figura 11. Organigrama medios de difusión.	65
Figura 12. Elementos del Marketing.	65
Figura 13. Personal de servicio.....	66
Figura 14. Chicha de Jora.....	66
Figura 15. Carnes coloradas de Cotacachi	67
Figura 16 Factores de competitividad	68
Figura 17. Vista satelital volcán Cotacachi	70
Figura 18. Volcán Cotacachi	72
Figura 19. Flujograma de proceso.	72
Figura 20. Cadena de alimentos del campo a la mesa.	73

Figura 21. Etapas de procesamiento de alimentos.....	75
Figura 22. Proceso de aplicación de encuestas o cuestionarios a clientes.....	77
Figura 23. Interfaz Google Forms	78

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS



Gestión de la calidad en Establecimientos Turísticos de Alimentos y bebidas, de la ciudad de Cotacachi.

Autor: Alex Vinicio Burbano Arévalo

Director: MSc. Yoarnelys Vasallo Villalonga

Año: 2023

RESUMEN

La gestión de calidad en los establecimientos que ofertan alimentos y bebidas de la ciudad de Cotacachi se estima como aceptable con una tendencia a excelente. Se generan servicios ofertados a turistas nacionales y extranjeros manteniendo estándares de calidad a fin de mejorar la satisfacción y cumplir con las expectativas del cliente. El desarrollo de la investigación se determina en tres fases: inician por diagnosticar cómo se desarrolla la gestión de calidad, luego analiza la percepción de los turistas sobre la calidad y finaliza con la construcción de un sistema de gestión de calidad. Durante el diagnóstico se realizó observación directa a 10 establecimientos turísticos durante 3 momentos, a los datos se aplicó un análisis de frecuencias que estiman resultados aceptables y excelentes sobre la calidad de servicio, mantenimiento de infraestructura y buenas prácticas de manipulación de alimentos. Adicional los resultados de la encuesta dirigida a 220 clientes fueron tratados en el software estadístico SPSS mediante la prueba Chi Cuadrado, se obtuvo un p valor mayor a 0.05 por lo que se acepta la hipótesis de independencia y se rechaza la hipótesis de relación y V de Cramer. En consecuencia, se evidencia que para los clientes es muy importante la calidad de servicio brindado, el mantenimiento y uso de la infraestructura como también las buenas prácticas de manipulación de los alimentos, demostrando que es menester realizar mejoras o implementar propuestas que generen planes continuos para mantener la gestión de calidad en los establecimientos turísticos.

Palabras clave: gestión, calidad, alimentos, bebidas.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS



Gestión de la calidad en Establecimientos Turísticos de Alimentos y bebidas, de la ciudad de Cotacachi.

Autor: Alex Vinicio Burbano Arévalo

Director: MSc. Yoarnelys Vasallo Villalonga

Año: 2023

ABSTRACT

Quality management in food and beverage establishments in the city of cotacachi is considered acceptable with a tendency to excellent. Services offered to domestic and foreign tourists are generated maintaining quality standards in order to improve satisfaction and meet customer expectations. The development of the research is determined in three phases: first by diagnosing how quality management is developed, then analyzes the perception of tourists about quality and ends with the construction of a quality management system. During the diagnosis was made direct observation to 10 tourist establishments for 3 times, to the data was applied an analysis of frequencies that estimate acceptable and excellent results on the quality of service, maintenance of infrastructure and good practices of food handling. Additional the results of the survey aimed at 220 customers were treated in the statistical software SPSS through the chi-square test, a p value greater than 0.05 was obtained so the independence hypothesis is accepted and the relationship hypothesis and cramer's v is rejected. Consequently, it is evident that the quality of service provided, the maintenance and use of the infrastructure as well as good food handling practices are very important for customers, demonstrating that it is necessary to make improvements or implement proposals that generate plans.

Keywords: management, quality, food, drinks.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Problema de investigación

La investigación aborda la problemática que se crea entorno a la incorrección de sistemas de gestión de calidad de los establecimientos turísticos que ofertan servicios de alimentos y bebidas en la ciudad de Cotacachi, que permita a los consumidores disfrutar de ambientes armónicos, ordenados y pulcros cumpliendo altas exigencias de satisfacción personal o grupal, puesto que el fortalecimiento del turismo en el sector se enmarca en la visita de clientes con la necesidad de cubrir expectativas planteadas tras recibir información por diferentes canales de marketing. Sumado a lo anterior se refleja el desconocimiento de muchos clientes sobre las categorías en las que los establecimientos se desenvuelven y excluyen componentes que integran el turismo en las observaciones cotidianas.

La temática investigada se constituye como relevante puesto que se plantea en el objetivo conocer cómo se realiza la gestión de calidad de los servicios para construir mejoras en base a datos reales, ya que los cambios constantes a los que se expone el ámbito turístico conducen a un estado de adaptación decidido a innovar, mejorar y transformar los servicios que se brinda. En este sentido de búsqueda hacia el cambio los factores que intervienen en las empresas turísticas se constituyen como fundamentales para aportar al desarrollo de sistemas de gestión de calidad modernos y sostenibles que se plantean a corto, mediano y largo plazo; por tanto, es inherente afianzar actitudes, comportamiento y capacidades sociales íntegras en los principales sujetos que atienden directamente a los clientes.

En este sentido la gestión de calidad se desarrolla en cada aspecto del turismo, por ello Vera, Rivera, & Reyes, (2021) en la investigación titulada gestión de talento humano para la mejora de servicios turísticos identifican al personal de las empresas como el eje fundamental del desarrollo turístico, a la par con la deficiente capacitación de la actualidad, por lo que se proponen mejorar la atención a los visitantes mediante vínculos estratégicos. Así lo citado nos da la pauta para desarrollar un sistema de gestión de calidad enfocado a establecer condiciones óptimas de servicio de calidad, infraestructura de los establecimientos de alimentos y bebidas acordes a su naturaleza, clasificación y categoría,

junto con buenas prácticas de manipulación de alimentos desde la recepción en el lugar hasta la preparación y consumo de estos.

La metodología de la investigación transcurre por tres fases: la primera realiza un análisis de frecuencias de las respuestas de la técnica de observación realizada por el investigador en tres momentos diferentes con el objetivo de diagnosticar la gestión de calidad que se brinda en los establecimientos turísticos, la segunda fase se enfoca en un análisis de las respuestas de una encuesta mediante pruebas estadísticas como Chi Cuadrado y V de Cramer a fin de establecer relación o dependencia entre las categorías analizadas, finalmente luego de analizar el conglomerado de respuestas se diseña el plan de mejora continua llamado sistema de gestión de calidad para los establecimientos turísticos de Alimentos y Bebidas en la ciudad de Cotacachi.

En este contexto se evidenció un enfoque mixto de investigación que responde a la pregunta: ¿Los sistemas de gestión de calidad para los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas en la ciudad de Cotacachi son fundamentales para la mejora del ámbito turístico en el sector?

1.1.1. Planteamiento del problema de investigación

La gestión de la calidad en las actividades turísticas es de vital importancia y es uno de los aspectos clave para el desarrollo empresarial, cada día toma un rol más predominante al momento de tomar una decisión al acceder a los servicios turísticos, mientras los parámetros de calidad que ofertan los establecimientos deben estar alineados a las necesidades que el turista moderno exige, por ello el desarrollo sustentable del turismo está enfocado a que todos los actores que intervienen en esta actividad tanto gubernamentales como privados tienen responsabilidad por establecer estrategias que permitan proveer productos y servicios de calidad.

Durante el proceso de investigación se identifica que la calidad turística de alimentos y bebidas de manera global se muestra como el recurso primordial para el desarrollo de las empresas y de vital importancia para lograr los objetivos de las gerencias modernas de turismo, así también las competencias del personal que asiste los establecimientos es una de las facultades que se vigila diariamente, puesto que a mayor demanda se requiere calidad en la atención de eficacia y eficiencia a todos los clientes.

En Ecuador el Ministerio de Turismo mantiene la normativa vigente centrada en servicios de calidad que se hacen evidentes de acuerdo con la calidad, orden y mantenimiento de infraestructura y buenas prácticas de manipulación de alimentos durante todo el proceso de conservación, preparación y consumo de estos; para ello se establecen estándares que se efectúan acordes a la clasificación y categorización de los establecimientos turísticos que ofertan alimentos y bebidas.

Por ello, un problema palpable en establecimientos turísticos y las actividades de prestación de servicios de alimentos y bebidas de la ciudad de Cotacachi es la deficiente aplicación de procesos de gestión de calidad, para así poder satisfacer las reales necesidades de los clientes que visitan la localidad y adicional patentar fidelización turismo local y cliente a fin de mejorar otros ámbitos de la sociedad como la economía, trabajo y producción.

1.2. Antecedentes

El amplio ámbito del turismo se extiende por grandes ramas que atraen a clientes propios y extranjeros, se identifican por proporcionar lugares exóticos, productos y servicios que no se encuentran en ámbitos comunes, por lo que gana la demanda de los mercados que se ven influenciados por adquirir experiencias y niveles de satisfacción elevados de acuerdo con metas propuestas de manera individual o grupal. Es así como el sector turístico logra ser uno de los motores que mueven la economía de países al rededor del mundo, mientras buscan un costo a cambio de beneficios de sus consumidores.

Con el antecedente de la dinámica de la gestión de calidad en el turismo se desarrolló en la investigación titulada gestión de calidad aplicada al turismo en España que centra su objetivo en el análisis de los requisitos necesarios para el desarrollo adecuado, el trabajo se desarrolló durante la pandemia por Covid-19 a fin de conocer los retos que se debieron superar por los cambios inesperados de los comportamientos de la sociedad, donde también se hizo visible la falta de dinámicas de restauración positivas (Calderón y Para, 2022).

En Ecuador el sector turístico es uno de los principales motores de la economía del país, posee expectativas de crecimiento a mediano y largo plazo por lo que el Ministerio de Turismo a través de la Dirección de Calidad busca la implementación del Sistema Nacional de Calidad Turística que por su abreviatura se conoce como SNCT,

el sistema vislumbra miras a promover una cultura de excelencia que permita que Ecuador se posicione como una Potencia Turística en el mercado nacional e internacional (Ministerio de Turismo, 2019).

En el Cantón Riobamba sector de Calapi se desarrolló la investigación que lleva el nombre de la calidad del servicio turístico comunitario, donde se hizo uso de un método analítico con un instrumento de encuesta, los resultados fueron analizados mediante la prueba de Spearman obteniendo la comprobación de la hipótesis general a fin de desarrollar una propuesta sobre procesos de gestión de la calidad que mejore de manera continua las expectativas de los servicios turísticos del sector (Pilco, Lascano , & Moreno , 2022).

En el ámbito local de la Ciudad de Cotacachi la gestión de la calidad en el turismo se pone de manifiesto en el trabajo de tesis titulado estrategias de gestión sostenible de turismo comunitario en la comunidad Chilcapamba, en él se concluye que existen falencias administrativas y se establece una propuesta basada en los ejes económicos, sociales y ambientales a fin de reforzar los ejes debilitados en el turismo del sector, se desarrolló bajo las premisas de la investigación cualitativa y propositiva, con un método descriptivo y de campo utilizando la entrevista y un diario de campo para registrar los datos de la población universal de dirigentes y participantes de la actividad del turismo en el sector (Vaca, 2020)

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Analizar la gestión de la calidad prestada en los servicios turísticos de alimentos y bebidas en la ciudad de Cotacachi.

1.3.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar la gestión de calidad aplicada actualmente en los servicios que ofertan los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Cotacachi.
- Determinar la percepción de calidad que es ofertada a los turistas por parte de los actores que intervienen en la prestación del servicio y productos de Alimentos y bebidas.

- Diseñar un sistema de gestión de calidad para los establecimientos turísticos de Alimentos y Bebidas en la ciudad de Cotacachi.

1.4. Justificación de la investigación

El cambio en el comportamiento y en los valores de los consumidores constituye un factor crítico en el turismo actual, se ha pasado de una tipología de turistas que consumían servicios estandarizados, basados en la búsqueda de sol y playa a precios competitivos sin otorgar importancia a la calidad, hacia otra tipología de turistas que consideran las vacaciones como elemento básico en sus vidas, desdeñando los paquetes turísticos estandarizados, y buscando un turismo a medida, individualizado, que muestra interés por la naturaleza, la cultura y la no masificación, considerando a la calidad como algo primordial (Santos & Álvarez, 2007).

Además, la gestión de la calidad es esencial a los fines de lograr una ventaja competitiva a través de productos, servicios y experiencias únicas e inolvidables en un destino, hecho que refleja la importancia de la institución que trabaja en el diseño de políticas tendientes a las mejoras en la calidad turística. La elección del caso de estudio se fundamenta en que la ciudad de Cotacachi es un referente turístico para propios y extraños ya que al conjugar su cultura, gastronomía y artesanía lo convierte en uno de los destinos preferidos por los turistas, es por esta razón que se debe prestar importancia a la adecuada gestión de la calidad en los servicios turísticos ofertados en esta localidad.

Por esta razón es importante analizar la situación contractual con la que se está operando y ofreciendo los servicios turísticos de Alimentos y Bebidas y así poder evidenciar posibles falencias en la gestión de la calidad que se práctica en los mismos, así mismo con esta información se podrán generar estrategias que permitan cubrir dichas equivocaciones al momento de recibir y atender a los clientes brindándoles una experiencia de viaje inolvidable acompañada de un servicio de alta calidad que vendría a significar el desarrollo sustentable de la actividad turística del sector.

Al realizar esta investigación se pretende recabar información valiosa sobre la realidad existente de cómo se ofertan los servicios y productos en los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Cotacachi, a través de un análisis y cruce de los datos

obtenidos de la parte que oferta, así como de la demanda y de esta manera establecer estrategias que permitan mejorar el servicio y por ende contribuyan al desarrollo turístico de Cotacachi. La calidad de los servicios es realmente importante y primordial en la competitividad turística, día tras día se tiene demanda diferente, más experimentada, con más información, nuevas perspectivas por lo tanto más exigente, en contraste se evidencia la carencia en políticas de mejoramiento de la calidad en los servicios turísticos en todos sus niveles (González & Talón, 2003).

Por lo mencionado, la investigación se instaura como una de las prácticas pertinentes de acuerdo con el desarrollo del tema propuesto gestión de la calidad en establecimientos turísticos de alimentos y bebidas, de la ciudad de Cotacachi, puesto que se apropia de la capacidad de mejorar actividades que innoven y generen sostenimiento local; integra en el desarrollo como parte activa a los miembros de empresas públicas y privadas en busca del bien común de la sociedad.

En consecuencia, la investigación es factible y significativa por establecer planes acordes a las necesidades de la oferta y demanda turística en el sector, planes que serán de utilidad para plasmar actividades cotidianas innovadoras que fortalecen la gestión de la calidad en la ciudad de Cotacachi y satisfacen la necesidad de los visitantes. Cumple los parámetros de acuerdo con la normativa del país y no se excede en factores que pueden afectar su desarrollo, por lo que la aplicación o ejecución se torna sencilla y adaptable a cualquiera de las categorías de establecimientos turísticos que en su menú presentan alimentos y bebidas.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

En este apartado se abordan los temas relacionados con la calidad y su implicación en el ámbito turístico específicamente con los establecimientos de alimentos y bebidas, para ello se estructura segmentos de información subdividido en partes primero se exponen temas secuenciales de autores que participaron previamente sobre temáticas similares a la que se está abordando en esta investigación como lo es la calidad en los establecimientos de alimentos y bebidas, mientras en lo posterior se expondrán temas específicos sobre la calidad en el contexto turístico y los servicios de alimentos y bebidas.

2.1. Gestión de calidad

En este contexto el trabajo de investigación de Catellucci, (2011) señala la importancia de tomar en cuenta procesos de implementación de sistemas de gestión de calidad, sistemas que en su desarrollo implican una serie de valores éticos, mismos que se vuelven indispensables para que un proceso de gestión de calidad sea exitoso, entre estos valores se encuentran: respeto, responsabilidad, colaboración, confianza que se puede generar entre los clientes internos y externos. Lo mencionado se puede relacionar a la ética empresarial que fundamenta los procesos de éxito mediante la gestión de calidad que se organiza internamente.

En este sentido, se hace necesario que exista la evaluación permanente de las necesidades de los clientes, así como también de la medición y análisis de los niveles de calidad. Adicional López (2021), analiza la calidad turística y la satisfacción del cliente determinando la eficiencia del personal de los hoteles del cantón Salinas versus la percepción de la calidad obtenida por los turistas. De esta manera propone un sistema de control de calidad para estos establecimientos, de lo cual se deduce la gran importancia de la percepción del cliente.

2.1.1. Calidad

En este apartado hay que dejar muy en claro la definición de calidad y es que esta tarea es muy compleja, ya que para muchas personas se trata de un concepto subjetivo y

depende de quien recibe un producto o servicio, por esta razón existen muchos enfoques y definiciones, ninguno completo, pero cada uno de ellos brinda características de lo que es la calidad, para Crosby, (1997) calidad significa conformidad con los requisitos “cumplir los requisitos si es que la vamos a administrar” (pág. 21). De igual manera el mismo autor menciona que la calidad existe o no existe, no hay puntos intermedios, solo que ante la existencia pueden diferenciarse niveles.

La calidad de atención es un tema de sumo interés al momento de hablar de servicios, la atención que se le ofrece al cliente es un aspecto que se maneja en todos los sectores empresariales, y es uno de los elementos determinantes para evaluar la satisfacción de los consumidores, por lo que deben de tener en cuenta todos estos eventos al tratar con los usuarios (Herrera & Fidel, 2017).

La calidad dentro de los servicios es fundamental para determinar y evaluar el servicio o si un producto está cumpliendo con las expectativas que tiene el cliente y conocer así se la satisfacción del consumidor es la adecuada. Como lo señala Cubillos & Rozo (2009) la calidad es, hacer las cosas bien independientemente del costo o esfuerzo necesario para ello, así también llegando a la etapa de la actualidad en donde existe una modificación en el concepto que se refiere a la calidad como la capacitación de líderes de calidad que potencialicen el proceso (Cubillos & Rozo, 2009).

La calidad actualmente se deslinda del costo, las nuevas tendencias se inclinan a optar o pagar por un servicio que tenga un costo un poco más elevado pero que garantice la calidad que se recibe por el mismo, esto incide en gran porcentaje por la capacitación que recibe el cliente interno de los establecimientos. Para tener más claro el término de calidad podemos citar la definición que nos aporta la RAE donde nos indica que la calidad es la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permiten apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie. (Real Academia Española, s.f)

Según la norma ISO 8402, (1995) la calidad es el conjunto de características de una entidad, que le confiere la aptitud para satisfacer las necesidades establecidas (AENOR Asociación Española de Normalización y Certificación, 1995) esta definición hace referencia a que la calidad permite que se diferencie una empresa, un servicio o un producto de otro. Igualmente, la calidad permite que el cliente o consumidor, al satisfacer sus expectativas, le genere confianza y por ende la fidelización y lealtad, a la vez que recomienda el servicio o producto generando un crecimiento y mayor demanda.

2.1.2. Calidad total

La calidad total (TQ) es un sistema administrativo enfocado hacia las personas que intentan lograr un incremento continuo en la satisfacción del cliente a un costo real cada vez más bajo. La TQ es un enfoque de sistema total (no un área o programa independiente) y parte integral de una estrategia de alto nivel; funciona de modo horizontal en todas las funciones y departamentos, comprende a todos los empleados, de arriba abajo y se extiende hacia atrás y hacia delante para incluir la cadena de proveedores y la cadena de clientes. La TQ destaca el aprendizaje y la adaptación al cambio continuo como las claves para el éxito de la organización.

La base de la calidad total es filosófica: el método científico. La TQ incluye sistemas, métodos y herramientas. Los sistemas permiten cambiar; la filosofía permanece igual. La QT se fundamenta en valores que resaltan la dignidad del individuo y el poder de acción de la comunidad. (Evans & Lindsay, 2008)

El sistema de QT Calidad Total es una inversión autosustentable que se encarga de estar pendiente de todos los procesos que se realizan en una empresa para satisfacer en sus clientes de forma paulatina y ascendente a contraste de los costos menores, controlando todos aquellos procesos ya evaluados y corregidos con sistemas, métodos y herramientas que se aplican mediante capacitación y cambio de paradigmas al operar comercialmente. Esta adaptación a los cambios se transforma en el éxito de las organizaciones.

2.1.3. Calidad del servicio

“Calidad es producir un bien o servicio bueno. Hacer las cosas de manera correcta. Es producir lo que el consumidor desea. Calidad se asemeja a la perfección. Si las empresas conocen lo que necesitan y desean los clientes, se logrará generar valor y se crearán productos y servicios de calidad. La calidad en el servicio se define como el resultado de un proceso de evaluación donde el consumidor compara sus expectativas frente a sus percepciones. Es decir, la medición de la calidad se realiza mediante la diferencia del servicio que espera el cliente, y el que recibe de la empresa” (Matsumoto, 2014)

La calidad de servicio se ha convertido en un parámetro medible fundamental para las empresas y este factor se lo puede evaluar después de que el servicio fue consumido, ya que es en ese momento donde el cliente confronta las expectativas esperadas con la percepción que tuvo al momento de recibir el servicio.

2.1.4. Calidad en los servicios turísticos

El término calidad tiene múltiples significados y definiciones según la evolución que se ha denotado a lo largo del tiempo el término en su todavía reciente historia, y en su abordaje por diferentes autores. Es por ello por lo que las definiciones presentan variaciones significativas de acuerdo con cada autor y sus diversos puntos de vista, denotando falta de autenticidad en la definición, así se hace evidente una amplia gama de definiciones que no presentan significados claros.

En este sentido se define que:

El abordaje de la problemática de la calidad en relación con el turismo implica no sólo el análisis de la satisfacción de los turistas con los distintos servicios, entendida como Calidad Total, sino también la contribución del turismo al desarrollo sostenible de los destinos turísticos (Alvarez, 2005).

Por lo citado, la calidad es una de las problemáticas relacionadas con los ámbitos en los que se desarrolla el ser humano, adicional influye mucho en la oferta de servicios como el turismo y depende de su cumplimiento la satisfacción de los clientes y la contribución a conseguir metas de desarrollo para las empresas y aún sostener las metas planteadas durante el servicio. Por tanto, la calidad en los aspectos turísticos mejora una amplia gama de ámbitos que son positivos para el desenvolvimiento del ser humano.

Por otra parte, la investigación de Vélez y Llerena, (2011) pretendía determinar el estado de la oferta propuesta en los servicios turísticos desarrollados y, en contraste, pretende fomentar la responsabilidad de los prestadores de servicios turísticos para ofertar un servicio de excelencia. Como punto sustancial, la investigación se enfoca en calidad, ya que los servicios deben cubrirse y con la mayor garantía posible; por ellos es importante para los prestadores de servicios y los ofertantes revisar la oferta, para comprobar si cumple con los estándares establecidos y evaluarlos para mejorar e ir en busca de la calidad total en todos sus procesos.

El artículo científico de González (2016) se centra en la calidad que los clientes perciben al adquirir los productos o servicios, lo que genera un amplio centro de necesidades y expectativas, por lo que se buscan resultados positivos mediante diseños de procedimientos operativos en los establecimientos turísticos, se pueden realizar estudios de análisis sobre las respuestas de percepción de los clientes, que pueden determinar calidad y valor adecuados.

“Para lograr la meta de satisfacer y exceder las expectativas del turista después de visitar el destino turístico y haber consumido los diversos servicios, es necesario que las empresas turísticas elaboren y ejecuten de manera sistemática programas de calidad, uno de los componentes productores y prestadores de servicios, así como de la totalidad del destino” (Páramo, Plazas, & Lozano, 2008)

2.2. Factores que intervienen en el servicio de calidad

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

2.2.1. Expectativa

De acuerdo con Navas (1990), el término expectativa se usó por primera vez en el análisis motivacional de la conducta hecho por teóricos tales como Edward Tolman y Kurt Lewin. Las expectativas son los credos sobre la entrega del servicio, que sirven como estándares o puntos de referencia para calificar el desempeño de la empresa. Según Reina Matsumoto “El nivel de expectativa puede variar con amplitud, dependiendo del punto de referencia que tenga el cliente. Además, las expectativas son dinámicas y pueden cambiar con rapidez en el mercado altamente competitivo y volátil” (pág. 185)

Gil, (2020) en el libro titulado: Fundamentos de Atención al Cliente determina que la expectativa es el objetivo de los procesos de gestión de la calidad en todas sus fases, son experiencias que obtienen los clientes al adquirir productos o servicios, son únicas e irrepetibles dependiendo de la calidad conseguida, por ello se analiza la

percepción de los clientes para comprobar calidad total o inexistentes que cubran las necesidades, deseos y motivaciones de los clientes.

2.2.2. Percepción

La percepción es cómo valoran los clientes a los servicios y productos ofertados. Es una retroalimentación directa de los clientes, que acaban de recibir un servicio o producto versus la idea o expectativa que ellos tenían previa a la obtención del servicio o producto.

La eficiencia del personal de servicio incide en la percepción de la calidad ofertada por las empresas turísticas, por eso es importante abastecer de un sistema de calidad que permita el adecuado desenvolvimiento al prestar un servicio u ofertar un producto.

2.2.3. Satisfacción

La satisfacción desencadena en los clientes buenas expectativas y nuevas actividades que impliquen visitar el lugar, se evidencia como uno de los ejes principales del turismo alrededor del mundo, puesto que las experiencias del cliente hacen posible el intercambio de sentimiento de satisfacción por existo de la empresa, en el mercado turístico se propone ofertar por diversos canales y mediante estrategias de marketing y publicidad basadas en estudios de mercado que hagan posible a los establecimientos cumplir las metas de servicio, económicas y productivas (Fernández & Ayaviri, 2016).

Otros autores afirman:

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

En este sentido se hacen presentes nuevas formas de pensamientos que se acercan al término satisfacción para definirlo como uno de los aspectos relevantes que permiten al cliente sentirse pleno y seguro de las actividades realizadas, facilitando en este sentido a las empresas implementar planes y proyectos en busca de satisfacción de acuerdo a los

servicios, mientras cumplen con el rol fundamental de cubrir las necesidades de los clientes, para estar seguro de las buenas prácticas en cuanto a niveles de satisfacción los establecimientos deben implementar también planes de evaluación constante que evidencien estudio de la satisfacción.

Por las razones mencionadas, según Vázquez (2019), facilita el análisis de las variables referidas en aspectos como los clientes distinguen los productos, adicionando trato cordial del personal y las formas de comunicación que deben desarrollarse de manera asertiva para el beneficio de los establecimientos, por lo que hay que menester salir de modelos estandarizados y ofertar un plus que cubra la demanda del mercado.

2.3. Establecimientos que ofertan alimentos y bebidas

A nivel nacional en Ecuador los servicios turísticos se encuentran reglamentados por el Ministerio de Turismo como el ente rector de supervisar el cumplimiento estricto de los productos que se crea y oferta en el país, lo mencionado tiene el objetivo de brindar servicios de calidad que inserten más números de turistas en todos los sectores, así se busca propiciar en los visitantes fidelidad y experiencias que influencien nuevas visitas.

Figura 1. Categorías de turismo



Las categorías presentadas en la figura constituyen los servicios que se ofertan en establecimientos de alimentos y bebidas, por lo que se define que la categoría de los restaurantes se conforma por establecimientos que ofertan servicios que preparan alimentos y bebidas. En este sentido también se establecen requerimientos de manera obligatoria que los establecimientos deben cumplir para obtener su categoría.

Por lo que se solicita la calidad que concuerde con las categorías establecidas, buscando adicional hacer la diferencia entre los establecimientos y cumplir con las necesidades y exigencias de las personas visitantes. Finalmente se mantiene como objetivo desencadenar una serie de actividades que muestren en el mercado competitividad con otras marcas u acciones, así se cumplen los estándares que generen nuevas actitudes y comportamientos positivos para atender a todo tipo de turistas de manera cordial.

2.4. Marco legal

La investigación se direcciona mediante los siguientes instrumentos legales:

Constitución de la República del Ecuador, (2008) específicamente en el título sobre los Derechos, capítulo segundo que enmarca los derechos del buen vivir y su sección novena referente a personas usuarias y consumidoras, menciona en el artículo 52 que las personas tienen derecho a disponer de servicios de óptima calidad, información adecuada, estableciendo mediante la ley organismos de control sobre la calidad y sanciones por la oferta de servicios de mala calidad. Perpetuando de este modo las garantías para que los clientes perciban servicio de calidad conforme lo establece la ley sin ningún tipo de arbitrariedad o bajo exigencia.

Adicional, el artículo 53 de la misma ley hace referencia a los sistemas que evalúen la satisfacción que los productos generan en los clientes a fin de mejorar, reparar o atender falencias, en este caso el estado garantizará el derecho de los consumidores a el cuidado y pago por negligencias (Constitución de la República del Ecuador, 2008). En este artículo la constitución aclara que todas las empresas que oferten o presten servicios deben gestionar la calidad mediante un sistema de medición y compensación.

También el Ministerio de Turismo, (2019) maneja directrices las cuales son oportunas mencionar, donde se establece como actividad turística el servicio de alimentos y bebidas en el literal b, estas actividades se rigen bajo la normativa legal vigente del Ministerio de Turismo del Ecuador, así en la misma ley hace referencia a la obtención de licencias que deben ser registradas para obtener el permiso de funcionamiento respectivo. Así los establecimientos turísticos de prestación de servicios de alimentos y bebidas deben estar regularmente registrados y calificados para ofertar los mismos, y estos se

deben someter a la normativa técnica y de calidad para obtener una categorización y ser reconocidos dentro del catastro turístico.

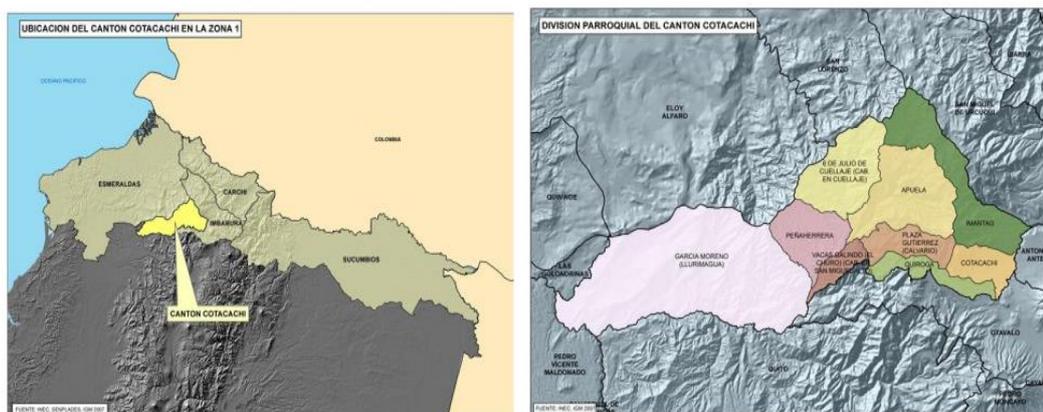
El derecho al consumidor también se encuentra estipulado en la sección novena de la Constitución de la República del Ecuador, (2008) en el artículo 52 donde menciona que las personas usuarias y consumidoras tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad, así como también a elegirlos con total libertad. Para el cumplimiento de lo establecido existen en la actualidad leyes, mecanismos de control y procedimientos de defensa a fin de garantizar a los ciudadanos, la posibilidad de recibir productos y servicios de toda índole, con los estándares de calidad establecidos.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1.- Descripción del área de estudio

Figura 2 Ubicación de la ciudad de Cotacachi



Nota: La figura fue tomada de <https://www.imbabura.gob.ec/>

El área de estudio investigada fue el sector turístico dedicado a la prestación de servicio de alimentos y bebidas de la ciudad de Cotacachi cabecera cantonal, Santa Ana de Cotacachi es una ciudad de Ecuador, ubicada a las faldas del volcán que lleva su mismo nombre en la provincia de Imbabura, ofrece Turismo Comunitario que ha sido fortalecido permitiendo la creación de emprendimientos distribuidos en cada una de sus parroquias: Apuela, Plaza Gutiérrez, Vacas Galindo, Peñaherrera, Cuellaje, García Moreno, Imantag y Quiroga, varios de ellos ofrecen hospedaje, caminatas, visitas a cascadas, lagunas y gastronomía local.

El Cantón está localizado a 26 Km de Ibarra y 102,8 Km del Noreste de Quito al noroeste del Ecuador, tiene una extensión de 1849,82 Km² y una altura promedio de 2418 msnm, limita al Norte con cantón Urcuquí, al Sur con el cantón Otavalo y la provincia de Pichincha, al Este con el cantón Antonio Ante; y al Oeste con la provincia de Esmeraldas. Según el INEC, la población del cantón al 2010 era de 40.036 y la proyección al 2023 es de 53.507.

Cotacachi, de acuerdo con la página web del GAD (Gobiernos Autónomos Descentralizados) Municipal Santa Ana de Cotacachi (2020) posee lugares naturales como la laguna de Cuicocha, Intag, la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, donde existe una alta biodiversidad y es considerada como área protegida. Además, en el sector urbano se encuentra productos elaborados en cuero, gastronomía como las carnes coloradas y la chicha de jora, el café de Intag. También, en sus comunidades existe una riqueza étnica con sus manifestaciones culturales como la música, danza, artesanías.

Las fuentes de ingreso económico radican en la producción agrícola, manufacturas en cuero, artesanías y el turismo comunitario. Durante todo el año, el cantón es visitado por turistas nacionales y extranjeros. Actualmente, existe una colonia de extranjeros retirados habitando en el sector urbano y rural; lo que ha generado mayor atracción de turistas y por ende generando polos de desarrollo económico y social. Según los registros de ingreso a la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas del GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi, en 2016 ingresaron 190.377 turistas entre nacionales y extranjeros. El proceso de participación ciudadana impulsado por los líderes locales ha permitido el apareamiento de nuevos productos y oferta turística rural comunitaria (GAD Cotacachi, 2020).

Dentro de las actividades turísticas que presenta aprovechando el impulso de ser catalogado un pueblo mágico es la venta de manufactura en cuero, artesanías que se complementan con la belleza paisajística y recursos naturales propios de la región, como la laguna de Cuicocha, el Valle del Amanecer o Valle Sagrado de Intag, reconocidos por su flora y fauna; a esto se suma una importante y destacada gastronomía reconocida a nivel nacional con su plato insignia “Las Carnes Coloradas”. En el cantón Cotacachi según datos de MINTUR (2022) a la fecha se registra un total de 30 establecimientos de Alimentos y bebidas en todas sus categorías.

3.2.- Enfoque y tipo de investigación

Se desarrolló una investigación con enfoque mixto por la integración sistémica de los diversos procesos, empíricos y críticos de la investigación, en el que confluyen datos numéricos, verbales, textuales, visuales, simbólicos, entre otros, que permiten comprender de mejor manera los diversos problemas, genera en el investigador una visión más integradora y profunda de los fenómenos y problemas de estudio, mediante el análisis

de datos, la producción de resultados y significados, gracias a la interacción de técnicas e instrumentos cualitativos y cuantitativos (Trujillo, Naranjo, Lomas, & Merlo, 2019).

Este método de investigación permitirá realizar y aplicar la observación y encuesta para analizar, diagnosticar y determinar la gestión de la calidad de los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas de Cotacachi versus la percepción y el grado de satisfacción de los clientes. En este contexto se emplea el paradigma del constructivismo para fundamentar la realidad construida por el observador, caracterizando al investigador como un sujeto activo del proceso mediante la práctica colaborativa de los actores involucrados en la investigación.

De acuerdo con la metodología se realizó una investigación de tipo descriptiva ya que se busca la realidad en base a los análisis de datos recolectados directamente de la población de estudio, los cuales fueron recolectados en los procesos estadísticos y tratados para obtener resultados reales de la situación actual sobre los servicios de gestión de la calidad basados en alimentos y bebidas de la ciudad de Cotacachi (Valle, 2022).

Se estableció para el proceso de la investigación la hipótesis a ser comprobada de acuerdo con los resultados de la investigación analítica por que busca mediante hipótesis a fin de medir la relación de un conjunto de variables (Ortega , 2020). En este caso los datos analizados se construyeron por fuentes demográficas de la población conformada por los clientes que visitan los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas de la ciudad de Cotacachi. También se constituye en una investigación documental por el análisis de documentación bibliográfica de gestores de libros, artículos o tesis (Reyes & Carmona, 2020).

La población de estudio se conforma 21 establecimientos en las categorías de Tenedores – Restaurantes, Tasas – Cafeterías, Copas – Bares y Discotecas, Categoría Única – establecimientos móviles, plazas de comida y catering a fin de diagnosticar la gestión de calidad aplicada actualmente en los servicios que ofertan los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Cotacachi. Adicional se realizó una encuesta a una población de 220 clientes que visitan los establecimientos turísticos que ofertan servicios de alimentación y bebidas en la ciudad de Cotacachi en un estado de posconsumo. Los resultados permitieron formular un sistema de gestión de calidad para los establecimientos turísticos en la ciudad de Cotacachi

3.3. Métodos técnicas e instrumentos de investigación

Tabla 1. *Métodos técnicas e instrumentos de investigación*

Metodología	Método	Técnica	Instrumento
Fase 1.- Diagnosticar la gestión de calidad aplicada actualmente en los servicios que ofertan los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Cotacachi	Inductivo- Deductivo	Observación	Ficha de observación
Fase 2.- Determinar la percepción de calidad que ofrece a los turistas los actores que intervienen en la prestación del servicio y productos de alimentos y bebidas.	Analítico – Sintético	Encuesta	Cuestionario
Fase 3.- Diseñar un sistema de gestión de calidad para los establecimientos turísticos de Alimentos y Bebidas en la ciudad de Cotacachi.	Analítico – Sintético	Análisis de contenidos	Matriz de análisis

3.4. Procedimientos

Para analizar la gestión de la calidad en los servicios turísticos de alimentos y bebidas en Cotacachi, se definen tres fases de investigación, inician por el diagnóstico de gestión de calidad, luego se determina la percepción de los actores involucrados para diseñar un sistema de gestión de la calidad para los establecimientos involucrados en el estudio.

3.4.1. Fase 1.- Diagnóstico.

Se realizó mediante la observación a fin de entender el comportamiento de la actividad turística sobre los servicios ofertados de alimentos y bebidas, para ello se

construyó una ficha de observación en la calidad de servicio, infraestructura y buenas prácticas de manipulación de alimentos y bebidas.

Se estableció mediante la investigación los establecimientos que se tomaran en cuenta para el proceso de diagnóstico según los requisitos del reglamento turístico de alimentos y bebidas del Ministerio de Turismo de Ecuador, se utilizó cadenas de palabras vinculadas a las categorías de los establecimientos para conseguir un mínimo de 10 locales, los cuales fueron sujetos de observación en el proceso de investigación para obtener el análisis de la labor cotidiana según el tema de estudio, finalmente se extrajo la información y se registraron los datos en una ficha de observación, previamente estructurada de acuerdo calidad de servicio, infraestructura y buenas prácticas de manipulación.

Los resultados se trataron en el software estadístico SPSS para medir la frecuencia de conducta y comportamiento usado para el turismo de alimentos y bebidas en la ciudad de Cotacachi, y se plasmó los resultados de la primera fase de investigación para situarlos en un contexto social y definir la relación de estos con la gestión de calidad prestada.

3.4.2. Fase 2.- Determinar la percepción de calidad

Se ejecutó la técnica de la encuesta con un cuestionario de 20 ítems , se aplicó a 220 actores de los establecimientos turísticos de la ciudad objeto de estudio basados en la calidad de servicio, infraestructura y buenas prácticas de manipulación, las respuestas se encuentran según el método de medición de la escala de Likert a fin de evaluar la opinión de los encuestados y sus actitudes ante la importancia de la gestión de calidad que es ofertada a los turistas en la ciudad de Cotacachi por los establecimientos que brindan servicios y productos de alimentos y bebidas.

Los resultados del estudio se trataron en el software estadístico SPSS donde se realizó la prueba Chi cuadrado a fin de comprobar la distribución de variables mediante la bondad de ajuste, determinar diferencias entre la distribución y las frecuencias observadas, conocer si las variables de la gestión de calidad, infraestructura y buenas prácticas de manipulación son independientes. Adicional se analiza la prueba de correlación estadística V de Cramer para medir la fuerza con la que se asocian los campos categóricos de la prueba estadística Chi cuadrado.

Para finalizar la fase dos de los procedimientos de la investigación se realiza un estudio de frecuencia de las respuestas de los 20 ítems y las preguntas de los datos

demográficos a fin de conocer características, actitudes sobre la importancia de la calidad de gestión ofertada por los actores que intervienen en la prestación del servicio de alimentos y bebidas de la ciudad de Cotacachi.

3.4.3. Fase 3.- Diseñar un sistema de gestión de calidad.

Con los resultados obtenidos en la observación y encuesta se determina la asociación de calidad de servicio, infraestructura y buenas prácticas de manipulación, diferencias entre ellas y la frecuencia con que se realizan, con lo cual se trabaja en un nuevo sistema de gestión de la calidad para los establecimientos turísticos de la ciudad de Cotacachi.

La propuesta posee teóricamente introducción, objetivos, ubicación del radio de acción de la propuesta, áreas donde se hace la intervención de mejora, estrategias, funcionarios y perfiles, elementos de competitividad, plan de capacitación, manual de buenas prácticas de manipulación y plan de evaluación de gestión de calidad.

3.5. Consideraciones Bioéticas.

La investigación toma como base los principios de autonomía, beneficencia, justicia, ya que se instaura principios de ética como uno de los ejes principales para generar respeto a los demás, propiciando también los derechos de la investigación que determina la toma de decisiones en el proceso, puesto que se hace necesario considerar valor que determinen respeto sobre el consentimiento para la toma de información.

Por lo mencionado la investigación recurre al análisis de los datos de manera prudente o discreta, mantienen estándares confiables de integridad con los involucrados, por lo que los trámites realizados presentan consentimiento para usarse, analizarse y exponerse en los diferentes apartados, por otra parte, los valores éticos se hacen visibles al tratar la información tomada para el desarrollo teórico.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.4.1. Análisis del diagnóstico.

El investigador realizó la búsqueda de los establecimientos en el catastro turístico de la zona 1 y en las páginas web actualizadas hasta el año 2023, obteniendo como resultado 10 establecimientos en la categoría de tenedores o restaurantes, 10 establecimientos de tasa o cafeterías y un establecimiento en la categoría de bares y discotecas, ubicados en la ciudad de Cotacachi (Tabla 2) que ofertan los servicios de alimentos y bebidas a turistas de diferentes nacionalidades y locales.

Previa la búsqueda, se establecieron cadenas de palabras vinculadas a las categorías de los establecimientos: tenedores, restaurantes, tasas, cafeterías, copas, bares, discotecas, plazas de comida y catering que dieron resultados positivos de 21 establecimientos mediante el navegador de internet.

Tabla 2 Establecimientos de acuerdo con la categoría

	Tenedores - Restaurantes	Tasas – Cafeterías	Copas – Bares y Discotecas
1	Yanay Shungo	Café Rio Intag	El Secreto de Jeanine
2	Cheers Restaurant & Bar	Aroma Coffe & Gelato	
3	La Marquesa	Red Rabbit Coffe Lounge	
4	Restaurante La Alpujarra	Pandala Bakery	
5	Vandanam Indian Restaurant Cotacachi	Red Rabbit Coffe Lounge	
6	Restaurant El Leñador	Café Catimor	
7	El Meson De Pedro	La Catrina	
8	La Casa del Turista	La Taza Bar - Cafetería	
9	La Mirage Garden Restaurant	Ananda Café	
10	La Vaca Gorda	Kahlua Coffe and Tea	

En el proceso el investigador visita 3 veces cada lugar con el objetivo de realizar la observación directa y de manera encubierta para no interrumpir la labor cotidiana de

los establecimientos sobre los protocolos de atención al cliente y así obtener datos reales en cada uno de los lugares. Procedió a llenar una ficha de observación por cada visita realizada obteniendo un total de 63 fichas de observación de los 21 establecimientos en 3 momentos diferentes, esto con el objetivo de comparar la conducta y comportamiento sobre gestión de calidad de cada lugar y diagnosticar cómo se llevan los procesos de calidad de servicios, infraestructura, composición, mantenimiento y buenas prácticas de manipulación de alimentos y utensilios durante el servicio al cliente y después de que el cliente finaliza su estancia en el lugar.

Con este antecedente los datos son ordenados en un documento de Microsoft Excel, para finalmente realizar el estudio de frecuencias de los estándares de gestión de calidad definidos para la investigación, tomando en cuenta las escalas de valoración de cada visita numeradas desde 0 a 7 considerando las siguientes estimaciones:

- 0 Deficiente
- 1 Tendencia deficiente
- 2 Regular
- 3 Buena
- 4 Tendencia aceptable
- 5 Aceptable
- 6 Tendencia excelente
- 7 Excelente

Al ingresar los datos al software estadístico SPSS se nombran y etiquetan las variables con el código que contiene primero el número de la pregunta y M1 para identificar la primera visita al lugar en cuanto a la primera pregunta, M2 para evidenciar el momento dos o segunda observación en el establecimiento y M3 la última observación realizada, ingresando de este modo un número total de $n=1008$ con valores mínimos de 0 y máximos de 7 correspondientes a las estimaciones de la ficha de observación. Luego se calcularon las frecuencias de cada momento para analizarse agrupadas y según cada ítem.

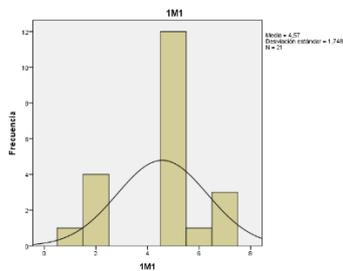
Durante el análisis no se encuentran datos perdidos y se realiza un análisis de frecuencia con un histograma para evidenciar los datos de las variables, adicionalmente se muestra la curva normal del histograma para simbolizar mejor la distribución de los datos. El análisis se distribuye en tres apartados que tratan los temas medulares de la

gestión de la calidad que prestan los establecimientos turísticos en cuanto al tema de servicios ofertados de alimentos y bebidas de la ciudad de Cotacachi.

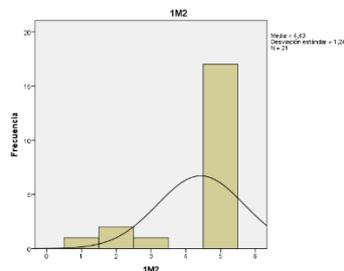
En este contexto, los resultados de la observación realizada a los establecimientos seleccionados muestran datos relevantes para desarrollar la propuesta de investigación, no obstante, se atestigua la herencia cultural heredada desde hace generaciones por los habitantes ancestrales de la ciudad, y también hace referencia a la adopción de nuevas costumbres que traen cambios y transformaciones en beneficio de los habitantes y turistas.

Calidad de servicio

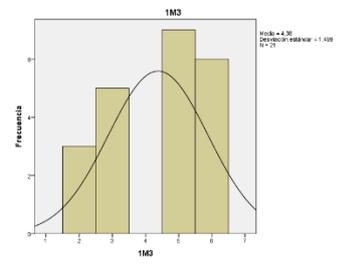
1. El servicio es acorde a la naturaleza



Momento 1



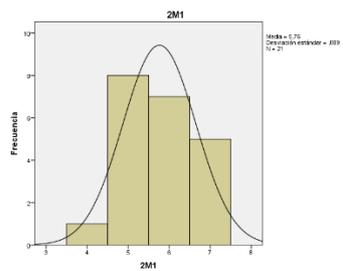
Momento 2



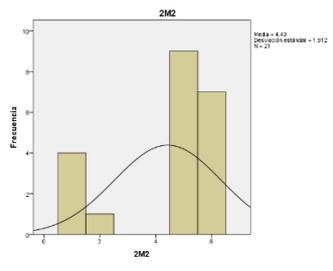
Momento 3

La naturaleza de los establecimientos turísticos es el conjunto de virtudes y propiedades de los servicios, puesto que la categoría de cada uno de estos mantiene relación directa con la calidad. En este contexto los resultados de observación evidencian que los servicios se encuentran acordes a su naturaleza, puesto que poseen una estimación con tendencia a excelente, ya que se brinda servicios acordes a las ofertas y de acuerdo con las necesidades del consumidor.

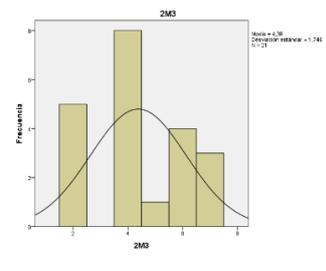
2. El servicio es acorde a la clasificación del establecimiento



Momento 1



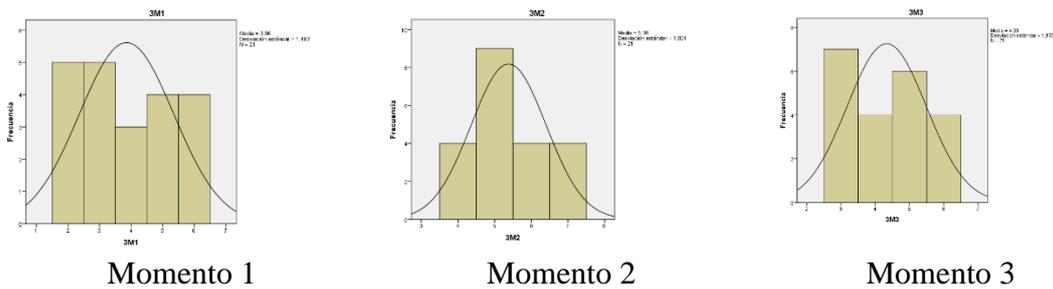
Momento 2



Momento 3

Los servicios ofertados por los establecimientos turísticos que ofertan alimentos y bebidas de la ciudad de Cotacachi se estiman según los resultados con valoraciones de 5 a 6 que se considera como una estimación aceptable con tendencia a excelente. Evidenciando que los restaurantes, cafeterías, bares y discotecas observados brindan generalmente servicios acordes a la clasificación emitida por el Ministerio del Turismo de Ecuador.

3. El servicio es acorde a la categoría del establecimiento



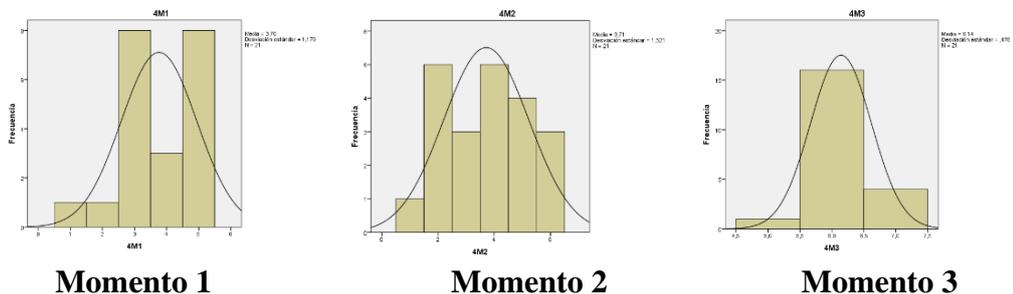
Momento 1

Momento 2

Momento 3

La categoría de establecimientos turísticos a la par que la calificación establece como restaurantes, cafeterías, bares y discotecas, establecimientos móviles, plaza de comida y catering. En los resultados se estiman valoraciones mayoritariamente de 4, 5 y 6 que evidencian tendencia aceptable a excelente. Por lo que, existen diferencias sobre los servicios del sector turístico que brinda al cliente.

4. El servicio es conforme a lo que oferta



Momento 1

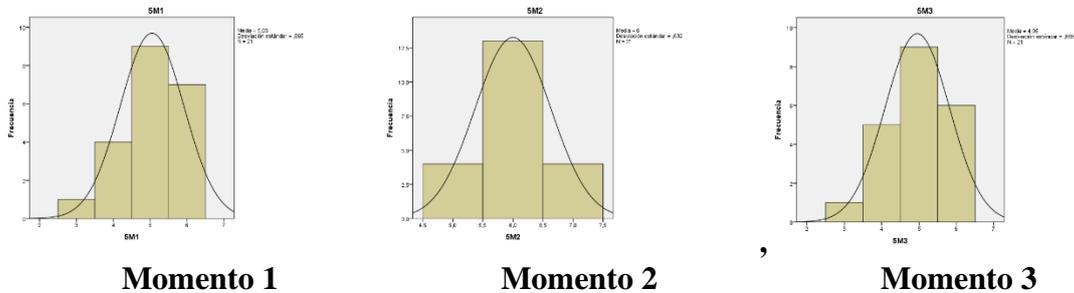
Momento 2

Momento 3

El análisis de la oferta en el sector turístico de acuerdo con los servicios que brinda se realiza a fin de determinar las características de calidad que se brindan en el mercado. En el estudio realizado se observan valoraciones de 2, 3, 4 y 5 que estiman servicios regulares y bueno con tendencia aceptable. En este contexto, la oferta de los

establecimientos turísticos y la relación con la calidad de estos son tangibles según sus servicios, buscan cumplir las expectativas de los clientes para mejorar la afluencia, frecuencias de visitas y lealtad que beneficie al turismo.

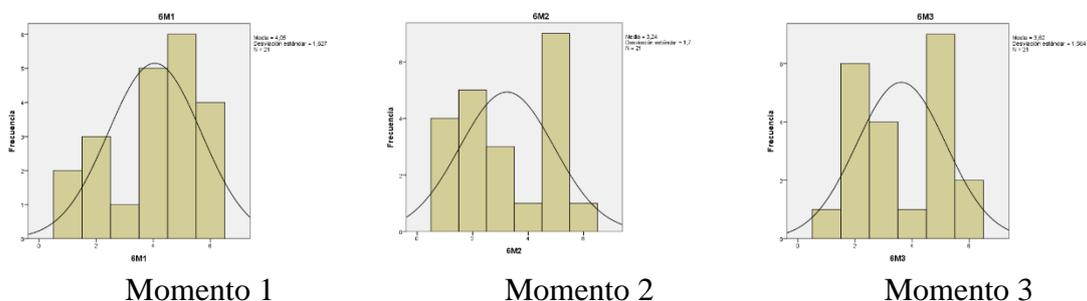
5. Cumple en brindar el servicio de calidad al consumidor



En el estudio de los servicios de calidad se centra una valoración de 5 y 6 que determina estimaciones de aceptable con tendencia a excelente, demostrando la eficacia al momento de brindar ofertas a los consumidores y el fiel cumplimiento de los requisitos de pulcritud al brindar servicios. Además, el comportamiento de los actores de los establecimientos turísticos de la ciudad de Cotacachi se relaciona con la oferta de los servicios, mediante modelos de gestión que buscan desarrollar productos acordes a objetivos que mejoren experiencias para desplegar servicios turísticos según las leyes y reglamentos nacionales.

Mantenimiento de Infraestructura en los establecimientos turísticos que ofertan alimentos y bebidas en la ciudad de Cotacachi.

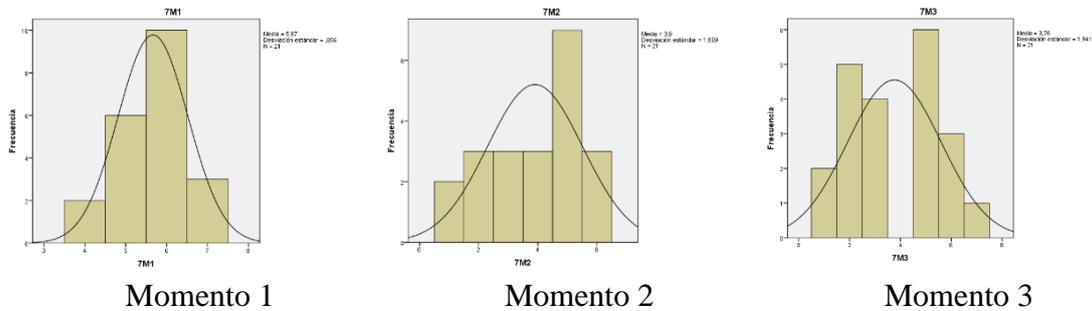
6. Realiza mantenimiento de infraestructura.



Según la observación del investigador, en el mantenimiento de la infraestructura se detectan valoraciones centradas de 3, 4, 5 y 6 que evidencian estimaciones de buena con tendencia aceptable y en dados momentos también una tendencia a excelente. Por lo

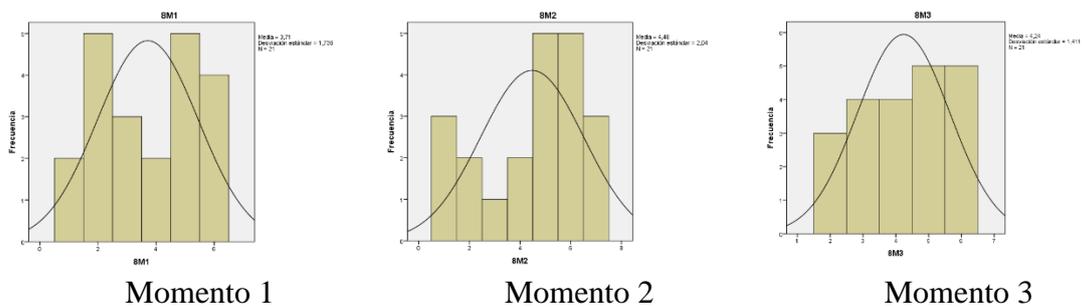
que existe la necesidad de cumplir las normas para mantener la infraestructura en los establecimientos dedicados a ofertar servicios de alimentos y bebidas en la ciudad de Cotacachi.

7. Mantiene condiciones de limpieza y funcionamiento.



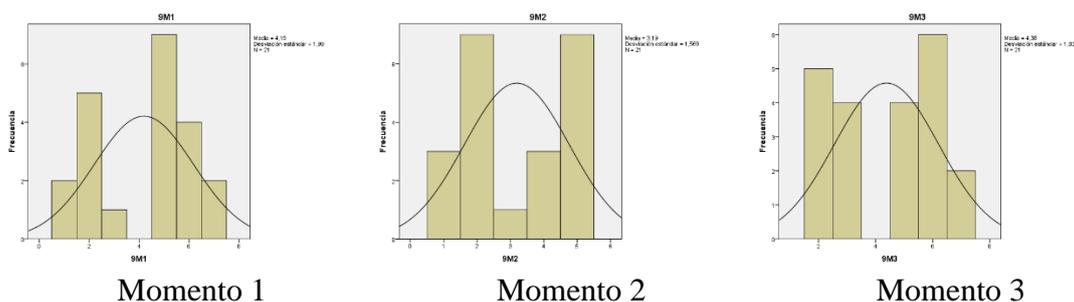
La limpieza y funcionamiento de los establecimientos se observa centrada en valoraciones de 6 en los 3 momentos observados, por lo que evidencia que se mantiene condiciones de limpieza adecuada con estimaciones de tendencia a excelente. Así, se evidencia el buen funcionamiento de las instalaciones y es conforme la oferta. En los establecimientos se observa un nivel lineal de buen funcionamiento comprobando que se cumple las normas y reglamentos establecidos.

8. La infraestructura es adecuada para conservar alimentos y bebidas.



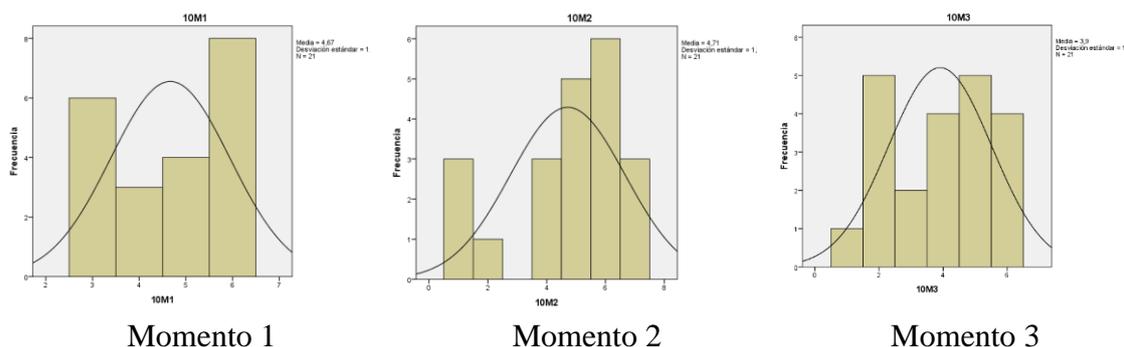
Las estimaciones de la observación se centran en valores de 4, 5 y 6 evidenciando que los establecimientos turísticos poseen infraestructura aceptable con tendencia a excelente, no obstante, la adecuación para conservar alimentos y bebidas requiere de planes de mejora en infraestructura que permitan mejorar el servicio y mantener un adecuado ambiente para el esparcimiento y disfrute de los clientes mientras consumen los servicios ofertados.

9. Infraestructura cuenta con baterías sanitarias en buen estado.



En las observaciones, los establecimientos tienen infraestructura de las baterías sanitarias en cada empresa de turismo, donde se usan adecuadamente y se garantizan servicios básicos obligatorios para todos los establecimientos, por ello los clientes pueden generar actividades de esparcimiento y diversión gozando de un servicio de calidad. Las valoraciones se centran en 5 y 6 que determinan una tendencia a excelente en la infraestructura de las baterías sanitarias y su estado.

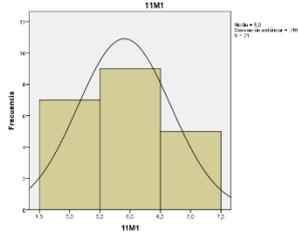
10. La infraestructura es acorde con la categoría del establecimiento.



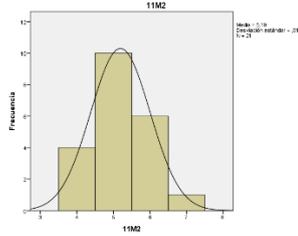
Las categorías de cada establecimiento turístico se evidencian en la calidad de los servicios que se realiza para beneficiar a los visitantes, por ello las estimaciones que se observa concuerdan con la categoría de los establecimientos turísticos. Así, los visitantes perciben buena organización y ambientes adecuados en las empresas de turismo de la ciudad de Cotacachi durante las visitas, propiciando que se facilite buena información a posibles visitantes, como uno de los modelos de agentes de difusión de la información en beneficio de la empresa.

Buenas prácticas de manipulación de alimentos y bebidas durante el momento de servir.

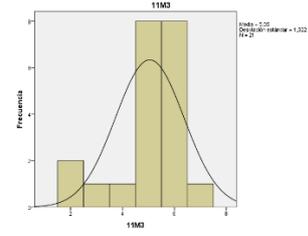
11. Se demuestra prácticas de higiene alimentaria.



Momento 1



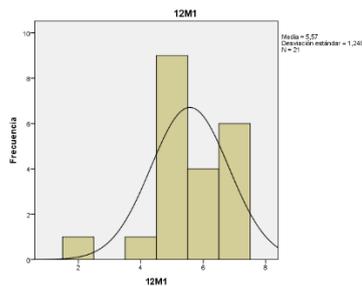
Momento 2



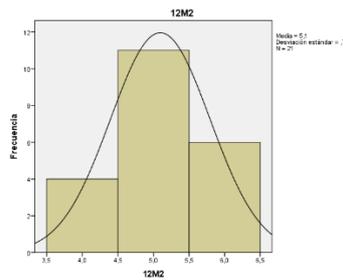
Momento 3

En las prácticas de manipulación de alimentos durante la estancia de los clientes en los establecimientos se observan estimaciones en valoraciones de 5 y 6 que determinan una tendencia a excelente. Por lo que se demuestran buenas prácticas de higiene alimentaria durante la producción, conservación, preparación y posconsumo de los alimentos por parte de los turistas, según los servicios receptados en cada establecimiento, muestra de confiabilidad para el consumo de los productos.

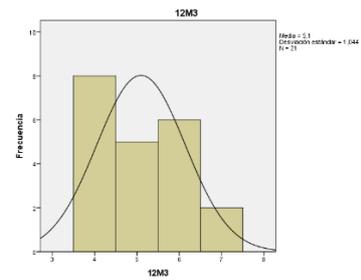
12. No se conserva alimentos preparados ni se los recalienta



Momento 1



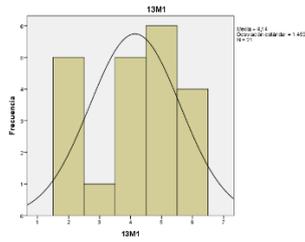
Momento 2



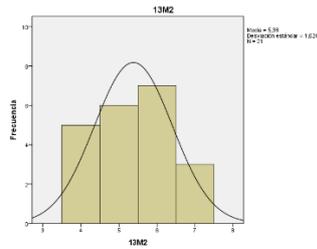
Momento 3

Los alimentos que se brindan en los establecimientos de turismo tienen protocolos antes y durante la preparación para avalar la calidad de los centros de turismo de la ciudad. Las observaciones presentan curvas de histogramas elevados en los momentos 5 y 6 estimadas con valores positivos aproximadamente de 6. Indicando que se ejerce actividades con estimación de tendencia excelente que exprese una visión de mejora en los servicios ofertados y benefician a la sociedad o en la empresa.

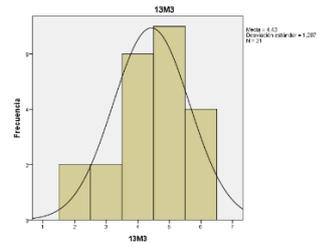
13. Uso de utensilios adecuado



Momento 1



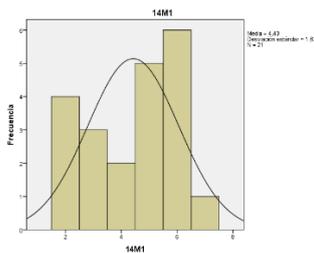
Momento 2



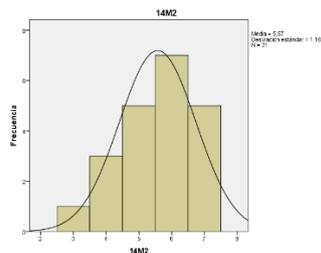
Momento 3

El uso de herramientas de trabajo que permiten la preparación de alimentos y la producción de servicios se conforman por utensilios de fáciles accesos por lo que se hace primordial tener en cuenta su uso, las observaciones demuestran valoraciones centradas en 5 y 6 que favorecen los resultados de demanda para las empresas turísticas. Por lo que la curva del histograma muestra actitudes asertivas en cuanto al uso de utensilios.

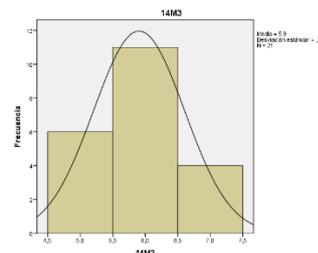
14. No se utiliza materiales como madera en los utensilios de cocina.



Momento 1



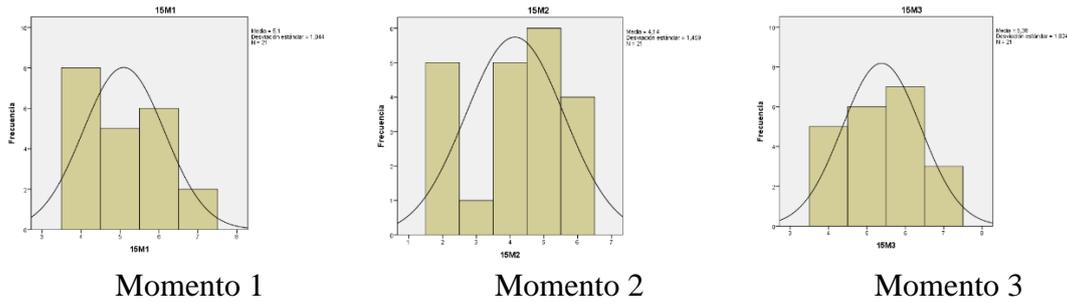
Momento 2



Momento 3

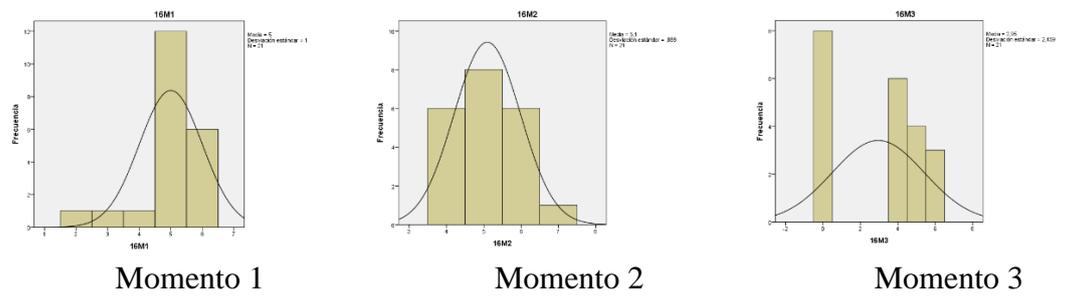
Los materiales de los utensilios, mesas y demás herramientas de cocina deben adquirirse para eliminar fuentes de contaminación, por lo que se debe poner cuidado en este sentido. Así que los establecimientos turísticos de la ciudad evitan el uso de utensilios de plástico que pueden contaminar los alimentos, y no se reutiliza herramientas desechables. Los resultados de la observación se centran en estimaciones adecuadas que dan fe del uso de utensilios.

15. Uso de ropa e implementos adecuados para manipular alimentos.



En las empresas turísticas de alimentos y bebidas hay protocolos para usar ropa adecuada que permitan demostrar pulcritud en el área de cocina como anexos, ya que depende mucho de la organización y la mitigación de factores contaminantes, así que en su mayoría los establecimientos tienen uniformes claros. Los resultados adicionan su punto de vista en cuanto a la temática e indican estimaciones positivas en un rango de distribución normal centrada en 5 y 6 que se desarrolla en cuanto los establecimientos permanecen en sus funciones, demostrando una tendencia de excelente.

16. Se exhibe en el establecimiento el registro de Turismo y la Licencia Anual de Funcionamiento



La tendencia de la curva del histograma se centra en valores de 5 demuestra que los establecimientos en mayoría publican o mantienen en un lugar indicado la licencia anual de funcionamiento de acuerdo con su categoría y para hacer conocer la gestión de calidad que se debe desarrollar en cada establecimiento. Por lo que se determina que muchos de los establecimientos adecúan una zona de información relevante de la empresa.

4.4.2. Análisis de percepción de calidad.

A fin de determinar la percepción de calidad que es ofertada a los turistas por parte de los actores que intervienen en la prestación del servicio y productos de alimentos y bebidas, se construyó una encuesta con 20 ítems de preguntas que se dividen en 4

secciones, la primera resume los resultados de datos demográficos de los clientes de los establecimientos que ofertan alimentos y bebidas con el objetivo de conocer las características comunes de la población como: rango de edad, etnia, género, procedencia del turista, quintil que representan a la población ordenada por ingresos económicos que perciben de manera mensual, acompañantes de viaje, ocupación, nivel educativo y frecuencia de visitas.

La sección 2 se enfoca en conocer la calidad de servicio de los establecimientos turísticos con 6 preguntas que buscan datos reales sobre la naturaleza, categoría, tarifas de servicio, opciones para sugerencias, capacidad y mantenimiento de vajilla para alimentos y bebidas. La sección 3 busca datos sobre las condiciones en las que se encuentra la infraestructura, el mantenimiento, la limpieza, adecuaciones, servicios indispensables como baterías sanitarias y subestructura organizativa que evite la contaminación de alimentos y bebidas durante la manipulación, esto en una etapa de observación directa del cliente durante su presencia en el establecimiento y después de finalizar su participación en él.

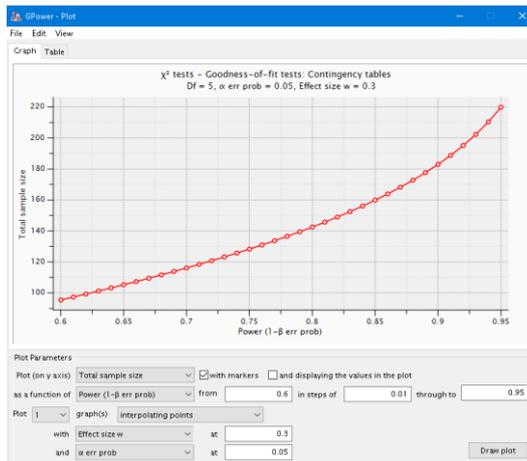
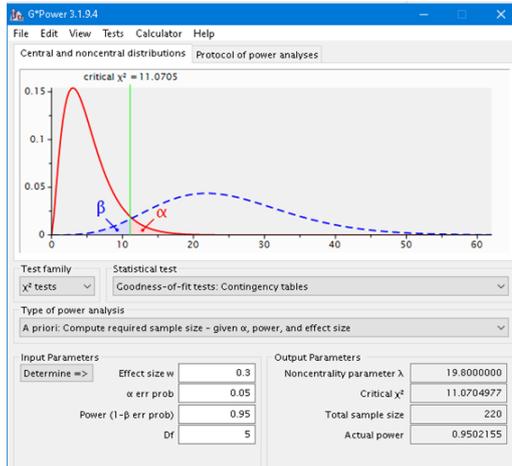
Finalmente en la sección cuatro se concretan las preguntas referentes a buenas prácticas de manipulación de alimentos y bebidas, se cuestiona si el personal que brinda servicios realiza lavado de manos, cuidado de la higiene, uso de mascarilla, uso de ropa adecuada para el establecimiento según su categoría, clasificación de alimentos mientras estos se conservan en el local con el objetivo de evitar contaminación, cocción de alimentos y la manera de cómo se manejan los alimentos en temperatura adecuadas con el uso de refrigeración.

Los ítems propuestos poseen respuestas según la escala de estimación para determinar la importancia de la calidad de servicio, infraestructura y buenas prácticas de manipulación de alimentos y bebidas como elementos fundamentales de la gestión de calidad de los establecimientos turísticos. Las escalas de estimación son: sin importancia, de poca importancia, moderadamente importante, importante y muy importante.

Para la ejecución de la encuesta se realiza el cálculo de la muestra mediante el Software G Power versión 3.1 con el objetivo de obtener la potencia variada y amplia de las pruebas realizadas en la encuesta dirigida a los clientes consumidores de los establecimientos involucrados en la investigación, el efecto es de 0.03, con un error

probabilístico alfa 0.05 y una potencia de la prueba de 0.95. El resultado obtenido refleja un valor de $n = 220$, adicional se calcula la prueba Chi cuadrado.

Figura 3. Resultado del muestreo en software G Power*



En consecuencia, se realiza la encuesta dirigida a los clientes de manera personal fuera de los establecimientos observados de la ciudad de Cotacachi en la fase 1 de los procedimientos de la investigación, los resultados se registran en un formulario en línea de Google Forms, para luego generar un documento de Excel que permitió codificar las variables y resultados que fueron tratados en el software estadístico SPSS.

Con este antecedente se integran 29 variables y $n = 220$ casos válidos para el análisis en el software estadístico SPSS que tuvieron características de tipo cadena y numéricas, la medida se identifica como escala y nominal. Previo al inicio del estudio de la prueba Chi Cuadrado para describir las cualidades de las variables se establece 5 pares

de variables, de las que se generan hipótesis a comprobar mediante el análisis de tablas cruzadas y las pruebas estadísticas de Chi Cuadrado entre variables (Tabla 3).

Tabla 3. Variables de estudio.

Variables	
Edad	Capacidad
Etnia	Frecuencia de visitas
Quintil	Higiene
Ocupación	Manipulación de alimentos
Género	Cocción

Antes de iniciar el procedimiento estadístico, se recuentan los datos para detectar frecuencias menores de 5 entre los pares de variables analizadas como requisito antes de iniciar el análisis estadístico, ya que la muestra debe ser numerosa para evitar el rechazo de la hipótesis nula. Por tanto, las tabulaciones cruzadas que en su recuento presenten valores de frecuencias menores de 5 no presentan los valores suficientes y no se procede a realizar la prueba estadística.

Así, el recuento de las variables se resume en la tabla 4 que presenta los valores de las frecuencias encontradas en cada estudio realizado, se exhibe en las variables de edad y capacidad el 52% de casillas con valores menores de 5 mientras el recuento mínimo es de 0,19, adicional la tabulación cruzada de las variables etnia y frecuencia de visitas presenta en su totalidad casillas con valores acordes para realizar la prueba estadística y evitar errores al rechazar la hipótesis nula.

En conjunto con lo anterior la variable de quintil referente a los ingresos económicos e higiene presenta el 56% de casillas de frecuencia con valores menores, también las variables de ocupación y manipulación evidencia el 53,3% de frecuencias no acordes a los valores esperados y finalmente el género y la cocción de los alimentos presenta valores de 46,7% menores a lo estipulado.

En consecuencia, se encuentran valores no acordes al mínimo esperado de frecuencias en 4 de los estudios realizados. Por tanto, la prueba estadística Chi Cuadrado se ejecutó en las categorías de etnia y frecuencia de visitas por mostrar valores mínimos adecuados y acordes para un estudio estadístico que reduce el nivel de errores en la

aceptación o anulación de las hipótesis que se generen para el caso y así no perder la potencia estadística de la prueba.

Tabla 4 Tabulación cruzada de variables

		Capacidad					Total	
		1,0	2,0	3,0	4,0	5,0		
Edad*Capacidad	Edad	20 a 30	2	3	3	11	26	45
		30 a 40	0	5	9	31	27	72
		40 a 50	1	3	5	16	29	54
		50 a 60	0	0	1	15	23	39
		60 a 70	0	0	1	5	4	10
	Total	3	11	19	78	109	220	
		Frecuencia de visitas					Total	
		Anual	Men sual	Sem anal	Sem estr al	Tri mest ral		
Etnia * frecuencia de visitas	Etnia	Afroecuatoriano	12	5	10	43	18	88
		Indígena	16	4	2	19	9	50
		Mestizo	16	14	12	24	16	82
	Total	44	23	24	86	43	220	
		Higiene					Total	
		1,0	2,0	3,0	4,0	5,0		
Quintil *higiene	Quintil	1,0	3	1	3	1	3	11
		2,0	1	0	1	5	15	22
		3,0	1	1	7	26	26	61
		4,0	0	0	2	39	43	84
		5,0	0	0	1	8	33	42
	Total	5	2	14	79	120	220	

		Manipulación					Total
		1,0	2,0	3,0	4,0	5,0	
Ocupación: *Manipulación	Estudiante	0	0	3	5	15	23
	Independiente	0	0	2	20	34	56
	Ninguna	2	5	3	11	13	34
	Quehaceres domésticos	0	0	0	13	13	26
	Servidor privado	0	1	1	15	14	31
	Servidor público	3	1	9	16	21	50
	Total	5	7	18	80	110	220

		Cocción					Total
		1,0	2,0	3,0	4,0	5,0	
Género *Cocción	Hombre	2	3	8	37	54	104
	Mujer	2	1	3	38	49	93
	Otros	0	0	3	8	12	23
	Total	4	4	14	83	115	220

En este contexto, se realiza el resumen de procesamiento de los casos de los 5 pares de variables estudiadas en la tabla 4, encontrando 258 casos válidos para cada análisis, siendo en este caso analizado el total de los casos que corresponde al 100%, adicional el procesamiento hace evidente que en ninguna de las variables se encuentran casos perdidos y se prosiguió al análisis de la prueba estadística.

Tabla 5 Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Edad * Capacidad	220	100,0%	0	0,0%	220	100,0%
Etnia * Frecuencia de visitas	220	100,0%	0	0,0%	220	100,0%
Quintil * Higiene	220	100,0%	0	0,0%	220	100,0%
Ocupación: * Manipulación	220	100,0%	0	0,0%	220	100,0%
Género * Cocción	220	100,0%	0	0,0%	220	100,0%

Se realizó la prueba estadística Chi Cuadrada en los datos de las variables etnia y frecuencia de visitas al establecimiento turístico que oferta alimentos y bebidas en la ciudad de Cotacachi, donde 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5 con un recuento mínimo esperado de 5,86 (Tabla 4). Para ello se establecieron las siguientes variables:

- Ho: La etnia con la que se identifica el cliente y la frecuencia con que los turistas consumidores visitan los establecimientos turísticos que ofertan alimentos y bebidas en la ciudad de Cotacachi son independientes.
- H1: La etnia con la que se identifica el cliente está relacionada con la frecuencia con que los turistas consumidores visitan los establecimientos turísticos que ofertan alimentos y bebidas en la ciudad de Cotacachi son independientes.

Al cumplir con los dos parámetros para efectuar la prueba Chi Cuadrada como tener grupos independientes que pertenecen a diferentes categorías y poseer grupos de frecuencias mayor de 5, se obtiene la tabulación cruzada detallada por porcentajes de fila y columna a fin de establecer la relación entre las categorías, donde se observa que la mayor frecuencia de visitas de la etnia Afro ecuatoriana a los establecimientos es de 40% total de la población encuestada, definiéndose como las personas que más visitan los lugares turísticos del sector (Tabla 6).

Tabla 6 Tabulación cruzada detallada

		Frecuencia de visitas					Total	
		Anual	Mensual	Semanal	Semestral	Trimestral		
Etnia	Afroecuatoriano	Recuento	12	5	10	43	18	88
		Recuento esperado	17,6	9,2	9,6	34,4	17,2	88,0
		% dentro de Etnia	13,6%	5,7%	11,4%	48,9%	20,5%	100,0%
		% dentro de Frecuencia de visitas	27,3%	21,7%	41,7%	50,0%	41,9%	40,0%
		% del total	5,5%	2,3%	4,5%	19,5%	8,2%	40,0%
	Indígena	Recuento	16	4	2	19	9	50
		Recuento esperado	10,0	5,2	5,5	19,5	9,8	50,0
		% dentro de Etnia	32,0%	8,0%	4,0%	38,0%	18,0%	100,0%
		% dentro de Frecuencia de visitas	36,4%	17,4%	8,3%	22,1%	20,9%	22,7%
		% del total	7,3%	1,8%	0,9%	8,6%	4,1%	22,7%
	M	es	Recuento	16	14	12	24	16

	Recuento esperado	16,4	8,6	8,9	32,1	16,0	82,0
	% dentro de Etnia	19,5%	17,1%	14,6%	29,3%	19,5%	100,0%
	% dentro de Frecuencia de visitas	36,4%	60,9%	50,0%	27,9%	37,2%	37,3%
	% del total	7,3%	6,4%	5,5%	10,9%	7,3%	37,3%
Total	Recuento	44	23	24	86	43	220
	Recuento esperado	44,0	23,0	24,0	86,0	43,0	220,0
	% dentro de Etnia	20,0%	10,5%	10,9%	39,1%	19,5%	100,0%
	% dentro de Frecuencia de visitas	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	20,0%	10,5%	10,9%	39,1%	19,5%	100,0%

Adicional, quienes con menor medida visitan los establecimientos son las personas que se autodefinen como mestizos y las personas indígenas visitan poco los establecimientos que ofertan alimentos y bebidas en la ciudad de Cotacachi, añadido a lo anterior se hace evidente que los turistas realizan visitas de manera semestral y en menor medida semanal, mensual y trimestral comprobando que no existe una continua visita (Tabla 6).

Así, los resultados de la prueba Chi Cuadrado mantiene un p valor mayor a 0.05 por lo que se acepta la hipótesis de independencia y se rechaza la hipótesis de relación donde, la etnia con la que se identifica el cliente y la frecuencia con que los turistas consumidores visitan los establecimientos turísticos que ofertan alimentos y bebidas en la ciudad de Cotacachi son independientes (Tabla 7).

Tabla 7. Prueba de Chi Cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	18,568 ^a	8	,017
Razón de verosimilitud	18,730	8	,016
N de casos válidos	220		

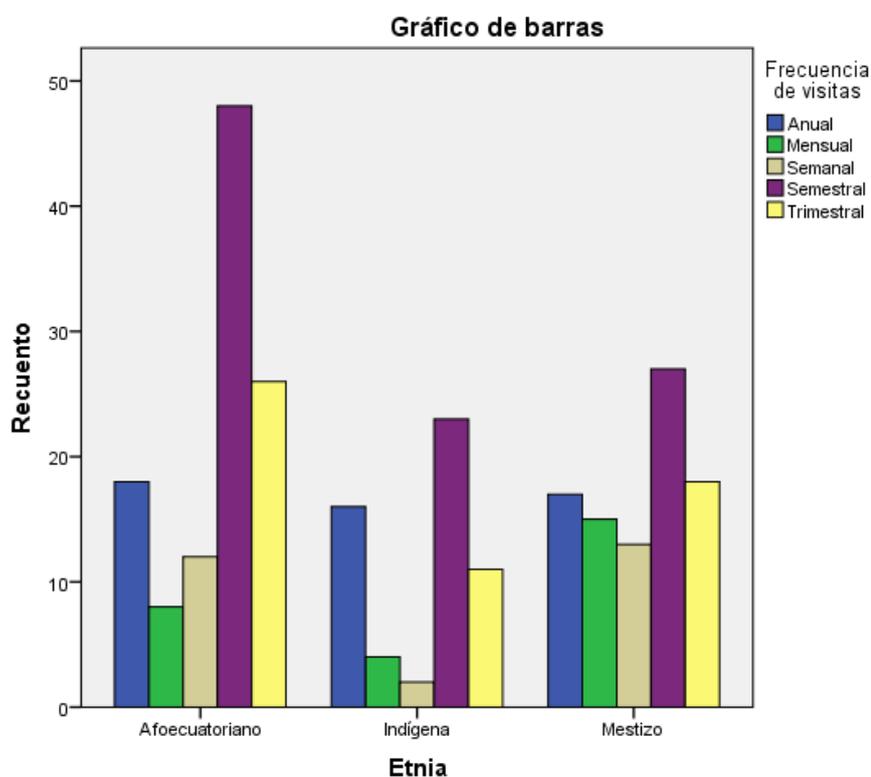
En la tabla 8 se detallan las medidas asimétricas de la prueba V de Cramer donde se observan valores cercanos a 1 por lo que no hay mayor relación entre variable, se concluye que la etnia con la que se identifican los visitantes no influye en las visitas a los establecimientos de servicios de alimentos y bebidas de la ciudad de Cotacachi.

Tabla 8. Medidas Simétricas

		Valor	Aprox. Sig.
Nominal por	Phi	,239	,066
Nominal	V de Cramer	,169	,066
N de casos válidos		220	

Para finalizar la figura 4 exhibe el gráfico de barras de los resultados antes descritos, se detalla la frecuencia de visitas de cada grupo étnico como: anual, mensual, semanal, semestral y trimestral.

Figura 4 Frecuencia de visitas y etnia.



Para conocer características, actitudes sobre la importancia de la calidad de gestión ofertada por los actores que intervienen en la prestación del servicio de alimentos

y bebidas de la ciudad de Cotacachi se realiza un estudio de frecuencia de los ítems de la encuesta agrupados por cada sección, se inició por el conjunto de datos demográficos recabados, identificando que quienes pertenecen a un rango de edad de 30 a 40 años son quienes más frecuentan los establecimientos, seguido se observa que las etnias afroecuatoriana y mestiza integran el grupo de clientes de manera mayoritaria.

De acuerdo con el género son hombres quien más asisten como consumidores de los locales, así la procedencia es mayoritariamente extranjeros y turistas nacionales, dejando en menor número a los clientes locales. Las personas que se identifican en un quintil económico 4 y 3 según sus ingresos económicos mensuales son quienes más visitan los establecimientos turísticos que ofertan alimentos y bebidas. Los acompañantes son en la mayoría amigos, de ocupación independiente con estudios académicos de cuarto nivel y visitas frecuentemente mensuales (Tabla 9).

Tabla 9. Frecuencias de datos demográficos.

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Edad	20 a 30	45	20,5	20,5	20,5
	30 a 40	72	32,7	32,7	53,2
	40 a 50	54	24,5	24,5	77,7
	50 a 60	39	17,7	17,7	95,5
	60 a 70	10	4,5	4,5	100,0
Etnia	Afroecuatoriano	88	40,0	40,0	40,0
	Indígena	50	22,7	22,7	62,7
	Mestizo	82	37,3	37,3	100,0
Género	Hombre	104	47,3	47,3	47,3
	Mujer	93	42,3	42,3	89,5
	Otros	23	10,5	10,5	100,0
Procedencia	Extranjero	78	35,5	35,5	35,5
	Nacional	99	45,0	45,0	80,5
	Persona del sector	43	19,5	19,5	100,0
Quintil	1	11	5,0	5,0	5,0
	2	22	10,0	10,0	15,0
	3	61	27,7	27,7	42,7
	4	84	38,2	38,2	80,9
	5	42	19,1	19,1	100,0
Acompañantes	Amigos	68	30,9	30,9	30,9
	Familia	54	24,5	24,5	55,5
	Pareja	36	16,4	16,4	71,8
	Solo	62	28,2	28,2	100,0
Ocupación	Estudiante	23	10,5	10,5	10,5
	Independiente	56	25,5	25,5	35,9
	Ninguna	34	15,5	15,5	51,4
	Quehaceres domésticos	26	11,8	11,8	63,2

	Servidor privado	31	14,1	14,1	77,3
	Servidor público	50	22,7	22,7	100,0
Estudios académicos	Bachillerato	39	17,7	17,7	17,7
	Cuarto Nivel	71	32,3	32,3	50,0
	Primaria	49	22,3	22,3	72,3
	Tercer Nivel	61	27,7	27,7	100,0
Frecuencia de visitas	Anual	44	20,0	20,0	20,0
	Mensual	23	10,5	10,5	30,5
	Semanal	24	10,9	10,9	41,4
	Semestral	86	39,1	39,1	80,5
	Trimestral	43	19,5	19,5	100,0
	Total	220	100,0	100,0	

La sección 2 de ítems se enfoca en conocer la calidad de servicio de los establecimientos turísticos con 6 preguntas que buscan datos reales sobre la naturaleza, categoría, tarifas de servicio, opciones para sugerencias, capacidad y mantenimiento de vajilla para alimentos y bebidas.

Tabla 10. Frecuencias sección dos gestiones de calidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Calidad	Sin importancia	7	3,2	3,2	3,2
	De poca importancia	10	4,5	4,5	7,7
	Moderadamente importante	31	14,1	14,1	21,8
	Importante	76	34,5	34,5	56,4
	Muy importante	96	43,6	43,6	100,0
Categoría	Sin importancia	8	3,6	3,6	3,6
	De poca importancia	5	2,3	2,3	5,9
	Moderadamente importante	25	11,4	11,4	17,3
	Importante	71	32,3	32,3	49,5
	Muy importante	111	50,5	50,5	100,0
Tarifas	Sin importancia	6	2,7	2,7	2,7
	De poca importancia	9	4,1	4,1	6,8
	Moderadamente importante	16	7,3	7,3	14,1
	Importante	80	36,4	36,4	50,5
	Muy importante	109	49,5	49,5	100,0
Reclamos	Sin importancia	7	3,2	3,2	3,2
	De poca importancia	6	2,7	2,7	5,9
	Moderadamente importante	28	12,7	12,7	18,6
	Importante	81	36,8	36,8	55,5
	Muy importante	98	44,5	44,5	100,0
Capacidad	Sin importancia	3	1,4	1,4	1,4
	De poca importancia	11	5,0	5,0	6,4
	Moderadamente importante	19	8,6	8,6	15,0
	Importante	78	35,5	35,5	50,5

	Muy importante	109	49,5	49,5	100,0
	Sin importancia	5	2,3	2,3	2,3
	De poca importancia	5	2,3	2,3	4,5
Utensilios	Moderadamente importante	18	8,2	8,2	12,7
	Importante	84	38,2	38,2	50,9
	Muy importante	108	49,1	49,1	100,0

La sección 3 busca datos sobre las condiciones en los que se encuentra la infraestructura, el mantenimiento, la limpieza, adecuaciones, servicios indispensables como baterías sanitarias y subestructura organizativa que evite la contaminación de alimentos y bebidas durante la manipulación, esto en una etapa de observación directa del cliente durante su presencia en el establecimiento y después de finalizar su participación en él.

Tabla 11. Frecuencias sección tres infraestructuras.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mantenimiento	Sin importancia	3	1,4	1,4	1,4
	De poca importancia	9	4,1	4,1	5,5
	Moderadamente importante	20	9,1	9,1	14,5
	Importante	67	30,5	30,5	45,0
	Muy importante	121	55,0	55,0	100,0
Utensilios	Sin importancia	5	2,3	2,3	2,3
	De poca importancia	5	2,3	2,3	4,5
	Moderadamente importante	18	8,2	8,2	12,7
	Importante	84	38,2	38,2	50,9
	Muy importante	108	49,1	49,1	100,0
Funcionamiento	Sin importancia	4	1,8	1,8	1,8
	De poca importancia	7	3,2	3,2	5,0
	Moderadamente importante	19	8,6	8,6	13,6
	Importante	78	35,5	35,5	49,1
	Muy importante	112	50,9	50,9	100,0
Conservar	Sin importancia	4	1,8	1,8	1,8
	De poca importancia	6	2,7	2,7	4,5
	Moderadamente importante	16	7,3	7,3	11,8
	Importante	73	33,2	33,2	45,0
	Muy importante	121	55,0	55,0	100,0
Baterías Sanitarias	Sin importancia	4	1,8	1,8	1,8
	De poca importancia	3	1,4	1,4	3,2
	Moderadamente importante	17	7,7	7,7	10,9
	Importante	80	36,4	36,4	47,3
	Muy importante	116	52,7	52,7	100,0
Categorías	Sin importancia	6	2,7	2,7	2,7
	De poca importancia	5	2,3	2,3	5,0
	Moderadamente importante	18	8,2	8,2	13,2
	Importante	79	35,9	35,9	49,1
	Muy importante	112	50,9	50,9	100,0
Contaminación	Sin importancia	5	2,3	2,3	2,3

De poca importancia	4	1,8	1,8	4,1
Moderadamente importante	21	9,5	9,5	13,6
Importante	85	38,6	38,6	52,3
Muy importante	105	47,7	47,7	100,0

Finalmente en la sección cuatro se concreta las preguntas referentes a buenas prácticas de manipulación de alimentos y bebidas, se cuestiona si el personal que brinda servicios realiza lavado de manos, cuidado de la higiene, uso de mascarilla, uso de ropa adecuada para el establecimiento según su categoría, clasificación mientras estos se conservan en el local con el objetivo de evitar contaminación, cocción y la manera de cómo se conservan en temperatura adecuadas con el uso de refrigeración.

Tabla 12 Buenas prácticas de manipulación.

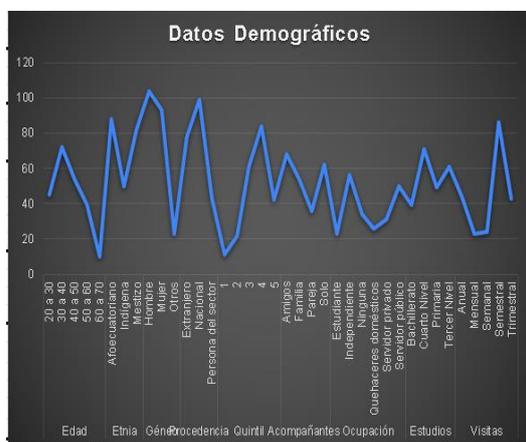
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Manipulación	Sin importancia	5	2,3	2,3	2,3
	De poca importancia	7	3,2	3,2	5,5
	Moderadamente importante	18	8,2	8,2	13,6
	Importante	80	36,4	36,4	50,0
	Muy importante	110	50,0	50,0	100,0
Higiene	Sin importancia	5	2,3	2,3	2,3
	De poca importancia	2	,9	,9	3,2
	Moderadamente importante	14	6,4	6,4	9,5
	Importante	79	35,9	35,9	45,5
	Muy importante	120	54,5	54,5	100,0
Uso de Mascarilla	Sin importancia	4	1,8	1,8	1,8
	De poca importancia	2	,9	,9	2,7
	Moderadamente importante	12	5,5	5,5	8,2
	Importante	83	37,7	37,7	45,9
	Muy importante	119	54,1	54,1	100,0
Ropa	Sin importancia	5	2,3	2,3	2,3
	De poca importancia	8	3,6	3,6	5,9
	Moderadamente importante	8	3,6	3,6	9,5
	Importante	85	38,6	38,6	48,2
	Muy importante	114	51,8	51,8	100,0
Gorro de cabello	Sin importancia	2	,9	,9	,9
	De poca importancia	6	2,7	2,7	3,6
	Moderadamente importante	13	5,9	5,9	9,5
	Importante	87	39,5	39,5	49,1
	Muy importante	112	50,9	50,9	100,0
Clasificación de desechos	Sin importancia	4	1,8	1,8	1,8
	De poca importancia	2	,9	,9	2,7
	Moderadamente importante	16	7,3	7,3	10,0
	Importante	72	32,7	32,7	42,7
	Muy importante	126	57,3	57,3	100,0

Cocción	Sin importancia	4	1,8	1,8	1,8
	De poca importancia	4	1,8	1,8	3,6
	Moderadamente importante	14	6,4	6,4	10,0
	Importante	83	37,7	37,7	47,7
	Muy importante	115	52,3	52,3	100,0
Temperatura	Sin importancia	4	1,8	1,8	1,8
	De poca importancia	6	2,7	2,7	4,5
	Moderadamente importante	16	7,3	7,3	11,8
	Importante	90	40,9	40,9	52,7
	Muy importante	104	47,3	47,3	100,0

Los resultados de las tablas de frecuencia organizados en las tablas 9, 10, 11 y 12 demuestran la situación real de los establecimientos turísticos que ofertan alimentos y bebidas de la Ciudad de Cotacachi. Entre los datos más relevantes se evidencia en la tabla 10 que para los clientes es muy importante la calidad de servicio brindado, el mantenimiento y uso de la infraestructura como también las buenas prácticas de manipulación de los alimentos, evidenciando que es menester realizar mejoras o aplicar propuestas que generen planes continuos para mantener la gestión de calidad en los establecimientos turísticos.

Figura 5 Diagrama de líneas

a)

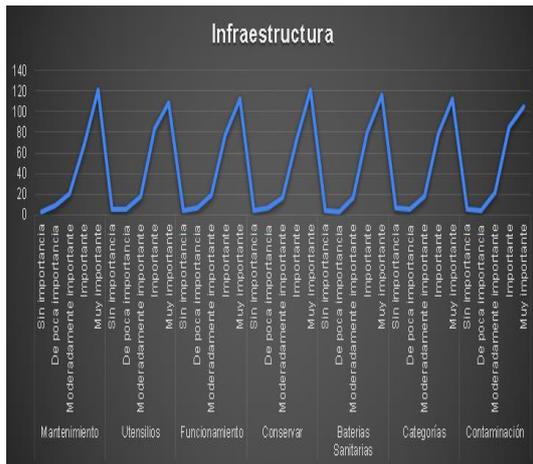


c)

b)



d)



Finalmente, el diagrama de líneas presenta circuitos de los estándares de gestión de calidad analizados de los ítems de la encuesta, donde se pueden observar 4 elementos que son valorados significativamente por los clientes, haciendo evidente un crecimiento en las estimaciones de la escala sobre importancia de la gestión de calidad en los establecimientos que oferta alimentos y bebidas, así también exhiben la buena percepción que el cliente tiene en cuanto a las temáticas investigadas. Por lo que se hace necesario como sector turístico mantener y mejorar cada una de las metas que se propone en el ámbito turístico a fin de impregnar a los turistas de nuevas expectativas para retornar.

4.4.3 Discusión

La amalgama de servicios que se oferta en el sector turístico genera muchas actividades que se promueven para el beneficio económico de las empresas tanto públicas como privadas. En la ciudad de Cotacachi existen muchos emprendimientos asociados al turismo, entre ellos se destacan los que ofertan: gastronomía, artesanías, viajes a lugares exóticos como las Termas de Nangulví, Laguna de Cuicocha o Laguna de Piñan ubicadas en zonas con paisajes de hermosa naturaleza.

Así, cada establecimiento cuida su índice de gestión de calidad con los mejores estándares y bajo las normativas legales para propiciar la mejora de la calidad de servicio, no obstante los resultados analizados plantearon necesidades latentes de seguir planes de mejora que permitan enriquecer la labor de los servidores del turismo, basados en la extensa cantidad de productos que se oferta en la ciudad de Cotacachi, a la par del desarrollo de la gestión de calidad en cada uno de los ámbitos propuestos.

En este sentido las observaciones realizadas son diversas puesto que el observador plantea un punto de vista que se puede ver influenciado por el tecnicismo de la investigación y por otra parte los clientes en su mayoría definen buenas prácticas de servicio, mantenimiento de la infraestructura y buenas técnicas de manipulación de alimentos, resultados que dejaron nuevas incógnitas que resolver. Estas se plantean en la propuesta de investigación a desarrollar para que se genere en los visitantes curiosidad por experimentar y a la vez cumplir nuevas expectativas.

Por ello, de acuerdo con la calidad muchas de las actitudes y comportamientos demuestran servicios que se pueden visualizar con tendencia de estimación bajas según la percepción del cliente, por lo que hacen necesario la mejora de la calidad conjuntamente relacionada también con la seguridad de brindar servicio turístico en ambientes adecuados que mitiguen las falencias que se pueden considerar malas para la valoración de los clientes.

En conclusión, existe de parte de los consumidores fortalezas al brindar servicios que mantienen producción activa de los establecimientos y como eje estructural presentan la buena gestión de la calidad, estimaciones que como valor agregado hacen también necesario garantizar a los clientes mejores prácticas y protocolos que no dejen en tela de duda la articulación de buenas actitudes que posibiliten el crecimiento del sector turístico en la ciudad de Cotacachi.

CAPÍTULO V
PROPUESTA

**5. Sistema de gestión de calidad para los
establecimientos turísticos de Alimentos y Bebidas en
la ciudad de Cotacachi.**

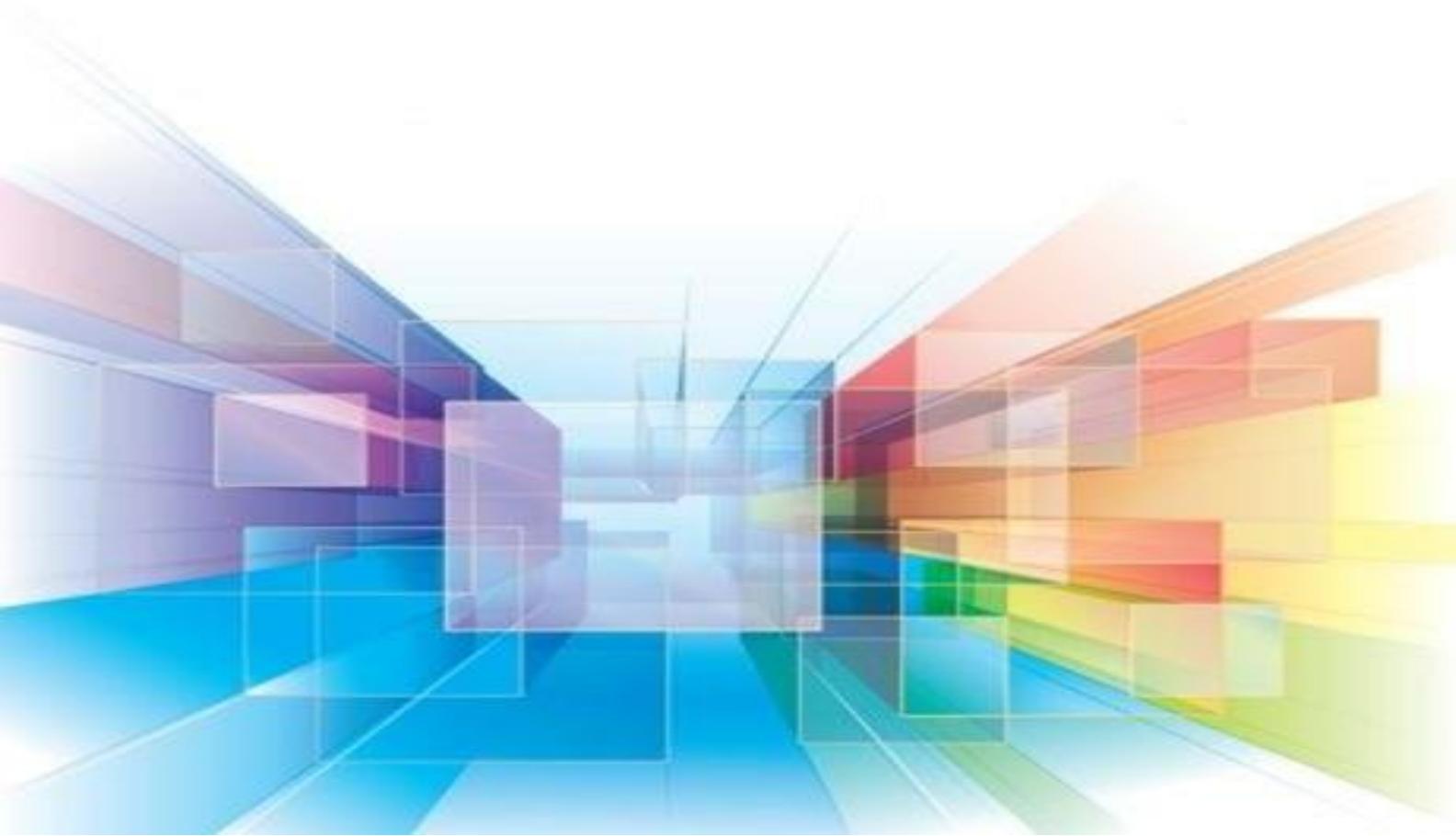


Figura 6. Santa Ana de Cotacachi



Nota: la figura fue tomada de www.goraymi.com

5.1. Introducción

Los establecimientos de Cotacachi que ofrecen alimentos y bebidas están en el área rural y urbana para ofrecer a los turistas servicios que complementen el conjunto de actividades y utilidades de la ciudad como destino turístico, adicional buscan satisfacer la demanda de los visitantes, que pueden ser locales, nacionales o extranjeros. La presente propuesta se basa en mejorar la gestión de calidad en áreas de servicio, infraestructura y buenas prácticas de manipulación de alimentos y bebidas, por lo que se realiza la intervención de mejora prestando atención a actividades que prevengan actitudes negativas por parte de los prestadores o propietarios de establecimientos turísticos.

Uno de los ejes fundamentales es la actuación principal del personal de atención al cliente como funcionarios o personal de servicio para que se haga realidad las estrategias que se plantea de manera general, adicional se realiza una evaluación de la gestión de calidad de los establecimientos a fin de enfocar la planificación de actividades futuras en busca de la prosperidad y éxito de la empresa. Se incluye en el sistema de gestión el plan de competitividad que traza objetivos a mediano y largo plazo en el sector del turismo de la ciudad de Cotacachi, con el objetivo de incrementar el número de visitantes o clientes que generaran mayor productividad, aprovechando la experiencia y habilidades de las personas de servicio para procurar incentivar en el turista lealtad y optimismo por hacer una próxima visita. Se plantea también un plan de capacitación para los profesionales de las empresas de la ciudad y finalmente un manual de buenas prácticas de manipulación de alimentos y bebidas.

Figura 7. Iglesia con fondo volcán Cotacachi



Nota: la figura fue tomada de www.goraymi.com

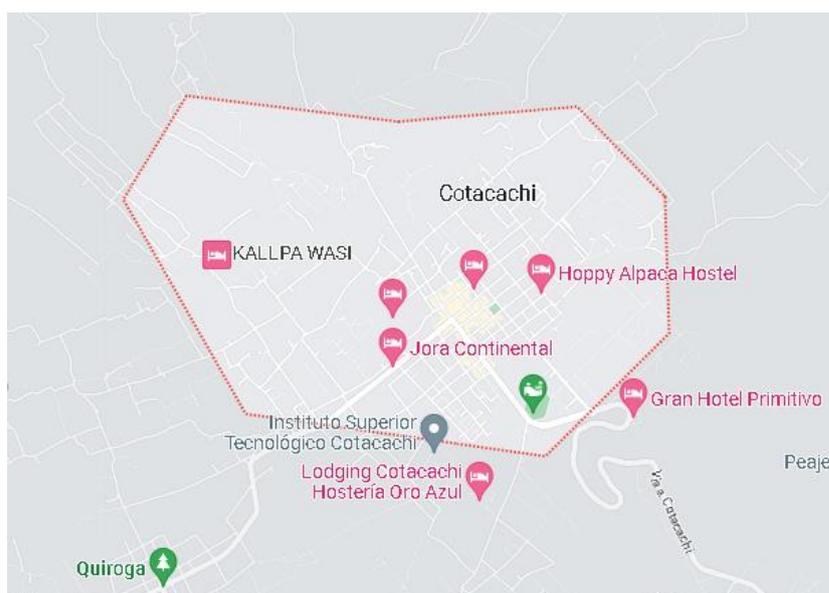
5.2. Objetivo

Mejorar el sistema de gestión de calidad para los establecimientos turísticos de Alimentos y Bebidas en la ciudad de Cotacachi.

5.3. Ubicación de radio de acción de la propuesta

El radio de acción de la propuesta abarca la ciudad de Cotacachi y los establecimientos en ella ubicados que ofertan los servicios de alimentos y bebidas.

Figura 8. Mapa Ciudad de Cotacachi

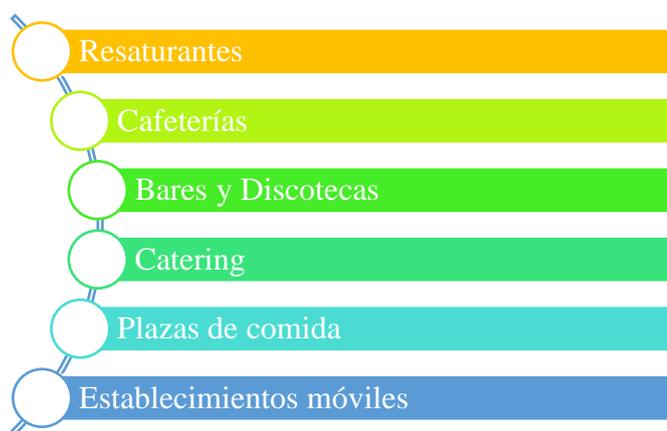


Nota: Figura tomada de Google Maps.

5.4. Áreas donde se hace la intervención de mejora

Las áreas en las que se organiza la mejora continua son establecimientos que se integran por locales turísticos categorizados de acuerdo con sus servicios, que tienen como objetivo atraer a todo tipo de clientes como una respuesta a las necesidades económicas de la población del sector.

Figura 9. Clasificación de establecimientos turísticos.



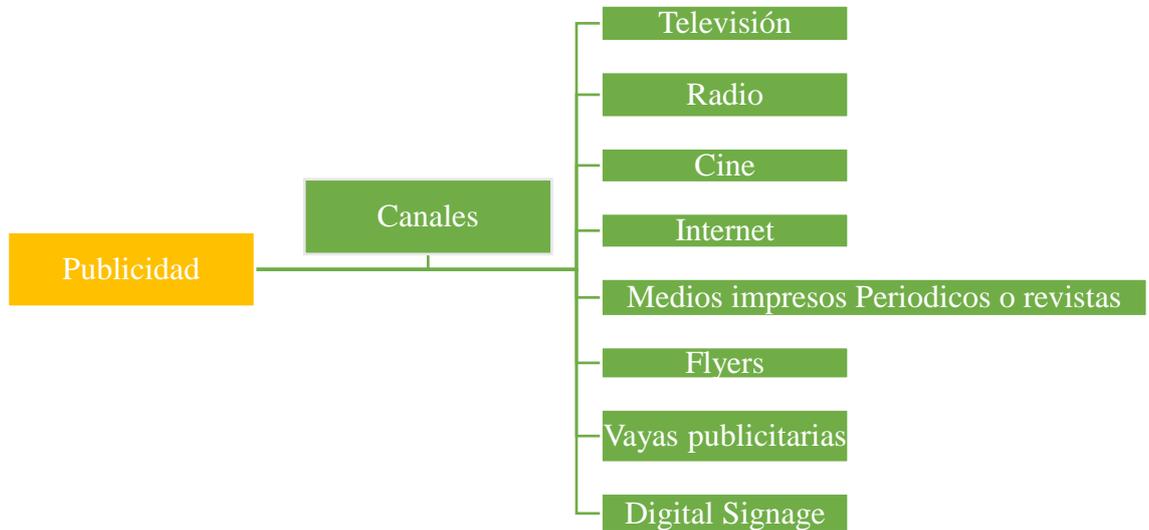
5.5. Estrategias

- **Publicidad**

La información que se difunde de persona a persona posee un rango más rápido de propagación y hace que cada vez más turista conozcan de las ofertas del sector, es por la escasez de información que turistas nacionales y extranjeros no conozcan sobre la gestión de calidad que se brinda en los establecimientos turísticos de la ciudad de Cotacachi, es así que la primera estrategia a ejecutar la publicidad desarrollada haciendo uso de medios de comunicación, digitales o campañas en redes sociales que tomen fuerza y difundan cada servicio que se brinda junto con las promociones de cada empresa.

En este sentido es posible difundir información de manera más rápida mediante los canales que en la actualidad la sociedad hace más uso, sin dejar de lado canales clásicos que pueden enfocarse en otro grupo de la población de turistas. En este sentido toma la importancia también los canales digitales o medios en redes sociales que pueden ser clave para el desarrollo de promociones que lleguen a los turistas.

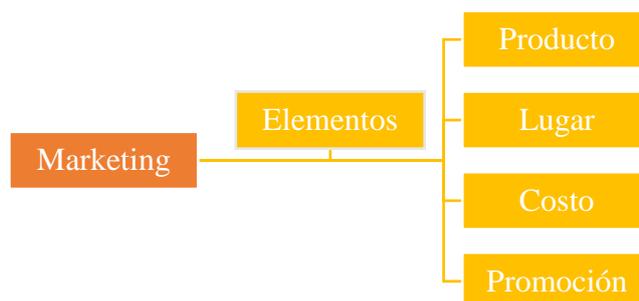
Figura 10. Organigramas medios de difusión.



- **Marketing**

También el marketing mediante un estudio de comportamiento del mercado a fin de satisfacer a los clientes conociendo las necesidades y expectativas planteadas para visitar los establecimientos del mercado, para que como consecuencia se obtenga las metas planteadas en el ámbito del turismo.

Figura 11. Elementos del Marketing.



En la actualidad redes de neuromarketing realizan también estudios de campo que le permiten conocer el desarrollo económico y optimizar estrategias que perfeccionen los servicios de las empresas turísticas, por ello que ahora se realizan impactos de la publicidad de mercado y sus efectos en los consumidores, con el objetivo de determinar de manera exacta cada necesidad para su satisfacción.

- Servicio de calidad

La oferta de servicios en los establecimientos turísticos se genera de acuerdo con los productos, estos se clasifican y dan lugar a las categorías, así en cada establecimiento se ejecutan planes internos de mejoras sobre la gestión de calidad que buscan generar satisfacción y buenas experiencias al cliente, para sembrar en ellos la intención de una nueva visita. A lo mencionado se desarrolla en la actualidad modelos de turismo sostenible que se anclan a la naturaleza y su diversidad para obtener más beneficios empresariales.

5.6. Personal de atención en los establecimientos.

Los integrantes de una empresa poseen jerarquías a fin de organizar la labor y presentar planes continuos de trabajo, sobre ello existen las funciones que se designan de acuerdo con perfil de cada persona. En la figura se presenta el organigrama de personal de servicio de las empresas turísticas.

Figura 12. Personal de servicio.

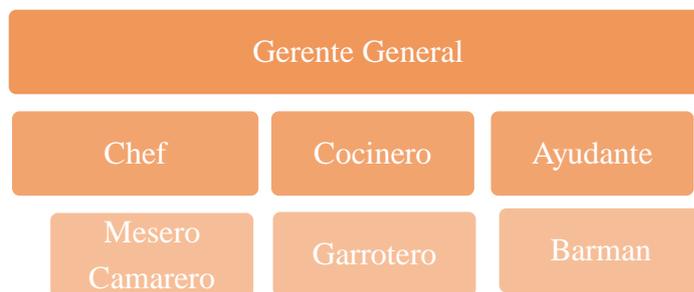


Figura 13. Chicha de Jora



Nota: La figura fue tomada de www.goraymi.com

Figura 14. Carnes coloradas de Cotacachi



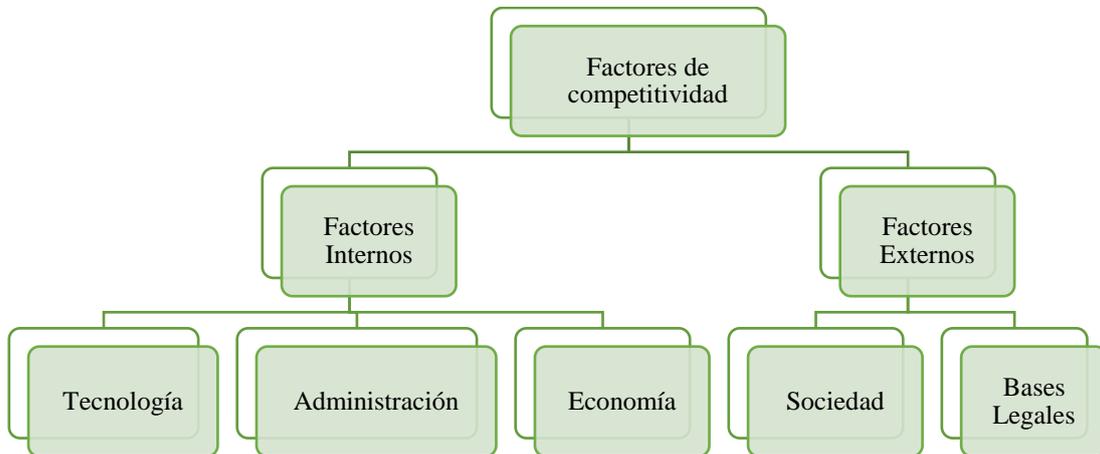
Nota: Figura tomada de Gastronomía y tradición Imbabureña.

5.7. Elementos de Competitividad



La capacidad de propiciar la satisfacción de los clientes que frecuentan los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Cotacachi dependen de factores externos e internos entre los que se destaca la economía, uso de la tecnología, la sociedad en la que se desarrolla el sector turístico, las bases legales también son parte integral del ámbito turístico y finalmente la buena administración de los mismo atrae como resultado mayor competitividad.

Figura 15 Factores de competitividad



Los componentes internos de las empresas turísticas se establecen como tecnología y administración, es por ello la vital importancia de estudiar la demanda del servicio que se requiere para los turistas de la ciudad de Cotacachi. Así, la tecnología y su infraestructura en la sociedad en la que nos desarrollamos confluye con el avance y a transformación, es por ello por lo que se hace necesario que todos los establecimientos integren en sus inversiones equipos y herramientas tecnológicas y digitales que agilicen el tratamiento de los dato o mejora de servicios.

Por otra parte, los factores identificados como externos se basan en el desarrollo de la sociedad, a lo cual los establecimientos turísticos se deben anteponer y garantizar calidad acorde a cada época, mientras las bases legales del sector de turismo se enfocan en los Reglamentos de Turismo Nacionales.

5.8 Plan de capacitación

Con el objetivo de generar en las personas que administran y diariamente laboran en las empresas turísticas de la ciudad de Cotacachi que ofertan alimentos y bebidas buenas actitudes y comportamientos que benefician a los clientes, se desarrolla el plan de capacitación que debe desarrollarse de manera permanente, por ello se propone de manera anual capacitaciones en un rango de tiempo trimestral, llegando a sumar 4 capacitaciones.

Tabla 13. Temáticas de capacitación.

Temáticas	Descripción
Gestión de calidad	Modalidad: Presencial Duración: 6 horas Facilitador: Departamento de Turismo Ciudad de Cotacachi.
Servicio al cliente	Modalidad: Presencial Duración: 6 horas Facilitador: Departamento de Turismo Ciudad de Cotacachi.
Mantenimiento de la infraestructura	Modalidad: Presencial Duración: 4 horas Facilitador: Departamento de Turismo Ciudad de Cotacachi.
Buenas prácticas de manipulación de alimentos	Modalidad: Presencial Duración: 5 horas Facilitador: Departamento de Turismo Ciudad de Cotacachi.

Las temáticas que se plantean hacen referencia a los estándares de calidad que se requiere fortalecer y mejorar en los establecimientos turísticos.

Figura 16. Vista satelital volcán Cotacachi



Nota: Figura tomada de www.goraymi.com

La gestión de la calidad enfoca las temáticas abordando, definiciones de conceptos como gestión, calidad, relacionados a la calidad de servicios turístico, calidad de organización y aspectos clave que van a ser validados por los clientes. Adicional la planificación de actividades, dirección de establecimientos turísticos para mejorar la aceptación de los clientes.

Tabla 14. Índice de temas

Gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none">• Definiciones de calidad en turismo• Planificación• Control y Mejora• Satisfacción del cliente• Costos de calidad
Servicio al cliente	<ul style="list-style-type: none">• Excelencia• Conocer las necesidades del cliente• Profesionalismo• Confiabilidad
Mantenimiento de la infraestructura	<ul style="list-style-type: none">• Normativa y Requisitos• Nuevos proyectos
Buenas prácticas de manipulación de alimentos	<ul style="list-style-type: none">• Cuidados de alimentos• Contaminación de alimentos• Claves para el cuidado de alimentos• Instrumentos para el cuidado de alimentos• Procesos de conservación de alimentos• Alimentación segura

Presupuestos para ejecutar el Plan de Capacitación

Tabla 15. Costos

Actividad	Cantidad	Herramientas	costo
Capacitación trimestre uno	6	Computador	150 dólares
Capacitación trimestre dos	6	Infocus	150 dólares
Capacitación trimestre tres	3	Instrucciones	75 dólares
Capacitación trimestre cuatro	5	impresas	125 dólares
Imprevistos	1	Papelotes	50 dólares
		Marcadores	
		Esferos	
Costo total anual			550 dólares

Se sugiere que la capacitación sea dictada por profesionales especializados en el área de estudio específica en ese caso:

Profesional en Administración y Gestión de Establecimientos Turísticos, para abordar las temáticas de atención al cliente y calidad en el servicio.

Profesional en Gastronomía, quien será el responsable de capacitar en los ejes temáticos de: recepción de materia prima, manejo, almacenamiento y preparación de alimentos bajo criterios de calidad.

Profesional en marketing quien orientara a seguir las estrategias necesarias para gestar un producto y servicio de calidad que sea reconocido y se perpetue en el mercado.

Figura 17. Volcán Cotacachi

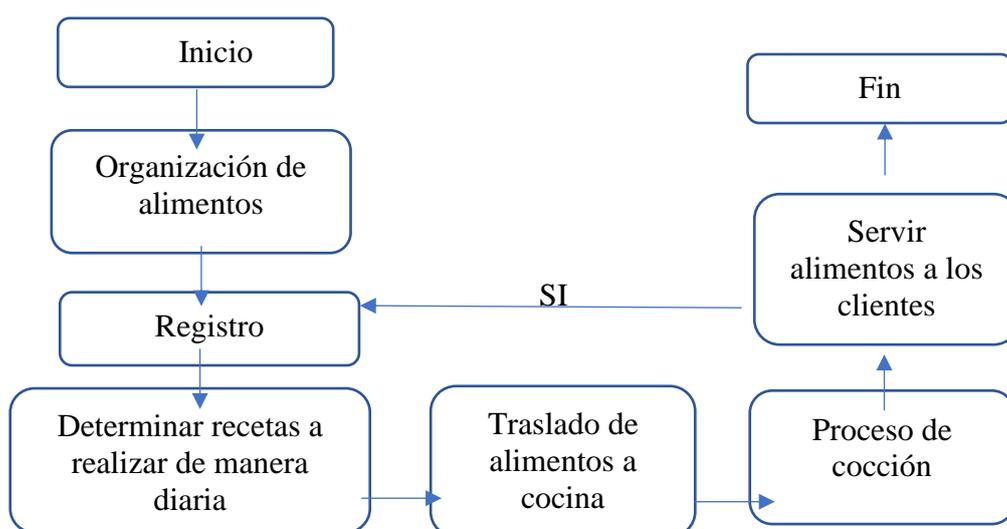


Nota: Figura tomada de www.goraymi.com

5.9. Manual de buenas prácticas de manipulación

El manual se presenta con la finalidad de mejorar las actividades y fortalecer las funciones en todos los cargos de los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Cotacachi, identificando la dificultad para ejercer los servicios de atención al cliente mientras se aclaran también la complejidad de cada persona que labora en los lugares turísticos. El objetivo se enmarca en establecer buenas prácticas de manipulación de alimentos para mejorar la calidad de servicio en los establecimientos que ofertan alimentos y bebidas de la ciudad de Cotacachi.

Figura 18. Flujograma de proceso.



- **Peligros en alimentos**

Figura 19. Cadena de alimentos del campo a la mesa.



Nota: La figura fue tomada de prácticas agrícolas 3

Las cadenas de productos alimentos someten a diferentes procesos de preparación que genera condiciones susceptibles de contaminación, que hace necesario mejorar el cuidado de la cadena para garantizar a los clientes adecuado servicio. Para prevenir las contaminaciones se puede evitar tres peligros constantes de los alimentos que son físicos por asociarse a materiales extraños a ellos como plásticos, papel, vidrios u otros como fragmentos que inician la contaminación.

También los químicos generan causas de peligros para los seres humanos muchas de las veces cuando se inicia procesos de control de plagas dentro de los establecimientos que ofertan alimentos y bebidas, lo mencionado se puede dar en pesticidas, medicamentos, detergentes o desinfectantes y finalmente lo contaminación por seres biológicos integran bacterias, parásitos o virus.

Finalmente, los ambientes con microorganismos se presentan en utensilios contaminados, residuos, agua o en las personas que manipulan los alimentos sus ropas, cabello, uñas o saliva. Por ello se genera contaminación primaria que ocurre en el proceso de producción, contaminación directa en la preparación de los alimentos o contaminación cruzada de se inicia con el uso de utensilios contaminados; las vías de contaminación generalmente son insectos o basura que no es tratada de manera adecuada.

- **Programa de control de plagas**

1. Asegurar óptimas condiciones en los establecimientos.
2. Áreas externas limpias.
3. Limpieza y desinfección permanente de los lugares de trabajo.
4. Conservar alimentos correctamente.
5. Eliminar residuos de manera adecuada.
6. Prevenir plagas mediante desinfección.
7. No admitir el ingreso de insectos ni animales a la zona de la cocina

- **Medidas de Higiene para la manipulación de alimentos**

Condiciones relativas

1. Buen estado de salud.
2. Cuidado de la higiene personal
 - Lavado de manos
 - Baño total de cuerpo
 - Uñas cortas y limpias
3. Uso de uniforme adecuado
 - Cubrir el cabello con gorro
 - Color de uniforme claro para demostrar pulcritud
 - Mascarilla
 - Delantal
 - Guantes
 - Calzado cerrado y limpio

Tabla 16. Hábitos higiénicos

Deseables	Indeseables
Lavar utensilios antes de preparar alimentos	Limpiar rostro con las manos
Lavar utensilios donde se sirven los alimentos	No usar joyas o relojes
Uso de agua limpia	Manipulación de alimentos sin guantes
Evitar la contaminación	No lavar bien los paños de cocina

Manipulación higiénica de utensilios de cocina

- Eliminar residuos
- Lavar con agua y jabón
- Enjuagar con agua potable
- Desinfección de utensilios
- Secado natural

El proceso se debe repetir las veces que se haga uso de los utensilios en la cocina.

Manipulación higiénica durante la preparación de alimentos

A fin de presentar buenos productos al consumidor es indispensable aplicar buenas normas de manipulación de alimentos y bebidas, esto se debe desarrollar durante todo el tiempo de cocción hasta ser servido al consumidor para su degustación.

Figura 20. Etapas de procesamiento de alimentos.



- **Recepción de alimentos**

Mantener contenedores limpios

Entrega en horas de menor afluencia de clientes

Organizar espacios de almacenamiento

Verificar características como olor, color, sabor y textura de alimentos

Certificar temperatura

No guardar grandes cantidades

- **Almacenamiento**

Mantener refrigeración si es necesario

Clasificar de acuerdo con su tipo y tiempo de consumo

Prevenir el ingreso de roedores o insectos.

Mantener productos químicos alejados.

- **Control previo a la preparación**

Descongelamiento

Lavado con agua potable

Utensilios limpios

No usar microondas

Uso de recipientes que previenen contaminación

Manipulación de alimentos de acuerdo con su grupo.

- a) Alimentos fríos
- b) Alimentos calientes
- c) Repostería

- **Requisitos para visitantes**

Uso de vestimenta recomendada

No manipular alimentos sin guantes

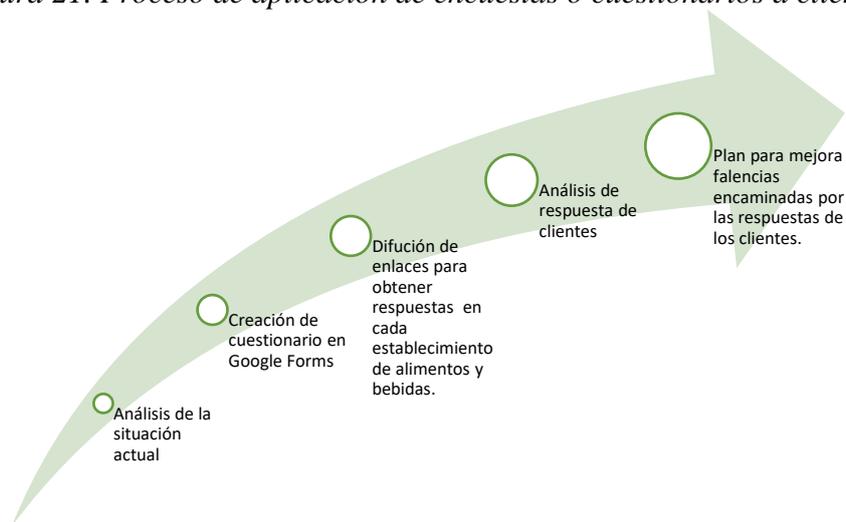
Cumplir las normas de higiene establecidas

5.10. Plan de evaluación de gestión de calidad

Un plan de evaluación permite a los actores que ofertan servicios de alimentos y bebidas conocer las necesidades de los consumidores y así mejorar cada área que se implementa en los establecimientos, eso se enfoca también en los requerimientos del Reglamento Nacional del Turismo a fin de no solo satisfacer al cliente sino también conocer falencias y mejorar a futuro. La evaluación se realiza utilizando medios actuales que permitan agilizar el análisis de las respuestas, por lo que la tecnología juega uno de los papeles esenciales ya que permite orientar, organizar, planificar, publicitar y evaluar las actividades que se realiza de manera diaria en los establecimientos.

Adicional una de las opciones más sencillas para realizar una evaluación es un cuestionario estándar mediante Google forms. El proceso para realizar un cuestionario de Google forms se establece desde los correos de Gmail que ofrece las aplicaciones de Google de las cuales podemos hacer uso de manera gratuita y con un interfaz sencillo de navegar y configurar, los cuestionarios se realizan en formularios digitales que ofrecen las opciones de preguntas, respuestas y configuración.

Figura 21. Proceso de aplicación de encuestas o cuestionarios a clientes.

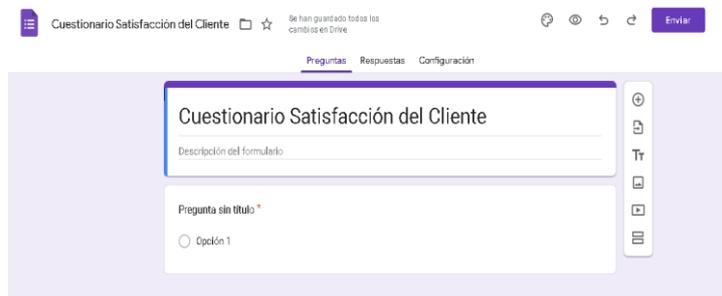


En el proceso de creación se debe tener en cuenta configurar tres partes fundamentales sobre los cuestionarios, el primero trata de la creación de las preguntas

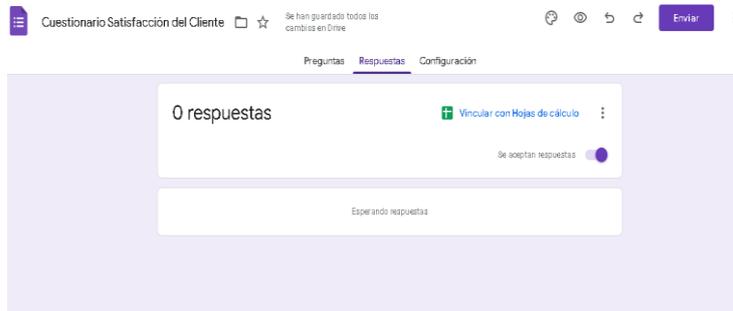
específicas que se encaminan a buscar dudas y sugerencias de los clientes sobre el servicio brindado, segundo la pestaña de respuesta requiere el constante análisis ya que las respuestas se integran automáticamente a los cuestionarios, encontrando el valor adicional que nos permite crear una hoja de Excel con las respuestas de los consumidores y finalmente la configuración que nos permite solicitar de manera obligatoria cada respuesta.

Figura 22. Interfaz Google Forms

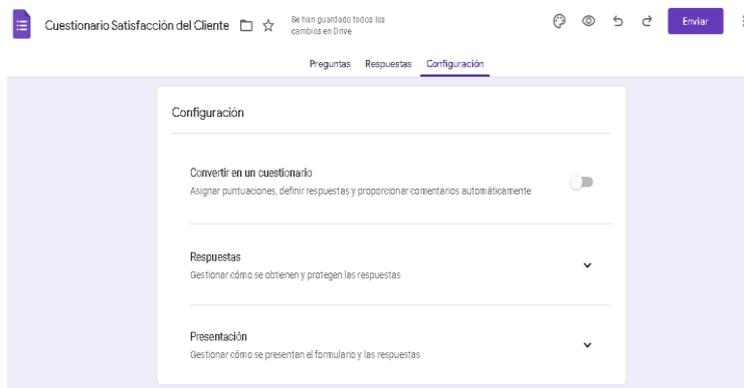
a)



b)



c)



Nota: La figura presenta a) interfaz para la creación de preguntas, b) interfaz para el análisis de las respuestas y c) interfaz para configuración de cuestionario.

Logo

Establecimiento turístico de alimentos y bebidas
Formato de cuestionario de evaluación de gestión de la calidad

Objetivo: Establecer los procedimientos y protocolos de atención al cliente y la calidad ofertada por los actores que intervienen en la prestación del servicio de alimentos y bebidas de la ciudad de Cotacachi.

Cuestionario:						
N.	Pregunta	Escala de Valoración				
		Muy adecuados	Adecuados	Poco adecuados	Moderadamente adecuados	No adecuados
1	¿Los servicios y productos oferta son?					
2	¿Los procesos que utiliza la empresa para la prestación de los servicios ofertados son?					
3	¿El manejo de la calidad del servicio en esta empresa es?					
4	¿Los procedimientos que utiliza la empresa para garantizar la calidad de sus servicios son?					
5	¿La comunicación entre colaboradores y clientes, para conocer su percepción de cómo se brindan los servicios y productos son?					
6	¿Los protocolos usados para la atención al cliente que le garantice que sus servicios y productos son entregados con un estándar alto de calidad son?					
7	¿Debido al COVID 19 los protocolos nuevos para garantizar la calidad de sus servicios y productos enmarcados en la bioseguridad son?					
8	¿La empresa destinan recursos y tiempo para la capacitación del personal en temas de calidad, de manera?					
9	¿Los cambios de la empresa en época post pandemia, es?					
10	¿La empresa cuenta con un manual de calidad para la prestación del servicio, de manera?					
Gracias por su colaboración						



avburbano@utn.edu.ec



Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones.

- Se diagnóstico la gestión de calidad aplicada actualmente en los servicios que ofertan los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Cotacachi determinando que es apropiada.
- Se determinó la percepción de calidad ofertada por los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas en la ciudad de Cotacachi. Los resultados proyectan satisfacción de los clientes al cumplir sus expectativas.
- Se diseñó un sistema de gestión de calidad para los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas en la ciudad de Cotacachi para mantener y mejorar la calidad de sus productos y servicios incluyendo como ejes transversales la capacitación, manual de buenas prácticas de manipulación de alimentos y un control de la gestión de la calidad.

Recomendaciones.

- Abordar sistemática y continuamente la temática de gestión de calidad con el propósito de evitar desgastes de creatividad y recursos. La Calidad debería ser prioridad y preocupación de todos los actores del sector.
- Evaluar la percepción de calidad que es ofertada a los turistas por parte de los actores que intervienen en la prestación del servicio de Alimentos y bebidas de manera permanente.
- Planificar de manera estratégica un sistema de gestión de calidad para los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas en la ciudad de Cotacachi que concuerden con la naturaleza del sector.

Bibliografía

- Vázquez , A. (2019). Procedimiento para medir la satisfacción de los clientes en el. *Revista cubana de finanzas y precios*, 3(2), 25-31. From https://www.mfp.gob.cu/revista_mfp/index.php/RCFP/article/view/04_V3N22019_AVD/135
- AENOR Asociación Española de Normalización y Certificación. (1995). *NORMAS ISO*. From <http://iso-actual.blogspot.com/p/iso-8402.html>
- Alvarez, A. (2005). “La contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras. Aspectos Teórico-Methodológicos”. *Revista Política y Sociedad*, 1(42).
- Calderón, V., & Para, L. (2022). *Gestión de la Calidad Aplicada al Turismo* (Primera ed.). Málaga, España: UMA Editorial. Universidad de Málaga. doi:<https://orcid.org/0000-0003-1873-4937>
- Castellucci, D. (2011). *Repositorio de la FCEyS UNMDP*. From Nülan Universidad Nacional de Mar del Plata: http://nulan.mdp.edu.ar/1330/1/castellucci_di.pdf
- CONGRESO NACIONAL. (2002). *LEY DE TURISMO*. Quito: Registro Oficial Suplemento.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Montecristi: Registro Oficial 449.
- Crosby, P. (1997). *LA CALIDAD NO CUESTA*. (O. Diaz Garcia de Leon, Trans.) From <https://4grandesverdades.files.wordpress.com/2009/12/la-calidad-no-cuesta.pdf>
- Cubillos, M., & Rozo, D. (2009). El concepto de calidad: Historia, evolución e importancia para la. *Revista de la Universidad de la Salle*, 2009(48), 80-99. From <https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1170&context=ruls>

- Dos Santos, M. A. (2016). Calidad y satisfacción: el caso de la Universidad de Jaén. *Revista De La Educación Superior*, 45(178), 79-95. doi:<https://doi.org/10.1016/j.resu.2016.02.005>
- Evans, J., & Lindsay, W. (2008). *Administración y control de Calidad* (7ma ed.). (F. Fragoso Sánchez, Trans.) From <https://www.auditorlider.com/wp-content/uploads/2019/06/Administraci%C3%B3n-y-control-de-la-calidad-7ed-James-R.-Evans-y-William-M.-Lindsay.pdf>
- Fernández , G., & Ayaviri, V. (2016). Medición de la Satisfacción del Cliente en Organizaciones no Lucrativas de Cooperación al Desarrollo. *Revista Empresarial, ICE-FEE-UCSG Latindex*, 10(37), 27-35. From <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5580337>
- GAD Cotacachi. (2020). *Cotacachi Municipio*. From <https://cotacachi.gob.ec/index.php/turismo/atractivos-turisticos>
- González , L., & Talón, P. (2003). *Dirección Hotelera Operaciones* . Madrid: Síntesis Editorial .
- González, M., Frías, R., & Gómez, O. (2016, diciembre). Análisis de la calidad percibida por el cliente en la actividad Hotelera. *Universidad de Matanzas Camilo Cienfuegos. Matanzas, Cuba Ingeniería Industrial*, XXXVII(3), 253-265.
- Herrera, J., & Fidel, A. (2017). *Satisfacción de los usuarios externos y calidad de atención odontológica en un centro de salud*. From Repositorio de la Universidad César Vallejo: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/8778/Jes%c3%bas_HFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- López, A. (2021). *CALIDAD TURÍSTICA: SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LOS HOTELES DEL CANTON SALINAS*. From <https://repositorio.upse.edu.ec/>: <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5660/1/UPSE-PTU-2021-0001.pdf>
- López, A. (2021). *CALIDAD TURÍSTICA: SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LOS HOTELES DEL CANTÓN SALINAS*. From Repositorio UPSE: <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5660>
- López, A. (2021). *Repositorio UPSE*. From La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena,: <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5660>

- Matsumoto, R. (2014, octubre). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda. *PERSPECTIVAS*(34), 181-209. From <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2019). *Ministeri de Turismo*. From <https://www.turismo.gob.ec/sistema-nacional-de-calidad-turistica-busca-brindar-servicios-de-excelencia/>
- Navas Martínez, L. (1990). *Motivación humana : relaciones entre atribuciones y expectativas, aplicación a la escuela*. Cartagena España: Concejalía de Educación del Ayuntamiento de Cartagena. From <http://hdl.handle.net/11162/88743>
- Ortega . (2020). Cómo Saturamos los Datos? Una propuesta analítica desde y para la investigación Cualitativa. *Redalyc*, 45(6), 293-299. From <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33963459007>
- Páramo, D., Plazas, E. R., & Lozano, R. (2008). *Imagen y Calidad del Servicio de las Termas de Rivera* (1ra edición ed.). Colombia Bogota .
- Pilco, E., Lascano , F., & Moreno , P. (2022). La Calidad del Servicio Turístico Comunitario: Análisis desde el Estudio en la Parroquia Santiago de Calpi, Cantón Riobamba. *Revista multidisciplinar de innovación y estudios aplicados, artículos científicos, de revisión, cortos y de casos clínicos*, 7(4), 136-149. doi:<https://orcid.org/0000-0002-0963-3272>
- Real Academia Española. (s.f). *Diccionario de la lengua española*. Retrieved 11 20, 2022 from Real Academia Española: <https://dle.rae.es/calidad>
- Reyes , & Carmona. (2020). Investigación Documental. From <https://hdl.handle.net/20.500.12442/6630>
- Sánchez, J., & Palomino, A. (2014). *MPLANTACIÓN DE SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD. La norma iso 9001:2015*. Madrid, España: FC Editorial. Fundación Confemetal.
- Santos, M., & Alvarez, L. (2007). Sistemas de gestión y desarrollo del marketing en las organizaciones: Efectos de la calidad total según el modelo EFQM de excelencia. (ESIC, Ed.) *Revista española de investigación de marketing*, 11(2), 37-64.
- Trujillo, C., Naranjo, M., Lomas, R., & Merlo, M. (2019). *Investigación Cualitativa EPISTEMOLOGÍA, CONSENTIMIENTO INFORMADO, ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD*. Ibarra: Editorial Universidad Técnica del Norte.
- Vaca, M. (2020). Estrategias de Gestión sostenibles de Turismo Comunitario. Riobamba, Ecuador. From

- file:///C:/Users/adria/AppData/Local/Temp/MicrosoftEdgeDownloads/5f3ecf2a-12b5-4466-b4c6-1bc15da3b788/PG%20790%20TRABAJO%20GRADO.pdf
- Valle, A. (2022). La investigación descriptiva con enfoque cualitativo en educación. San Miguel, Lima. From facultad.pucp.edu.pe/educacion
- Velez, M., & LLerena, j. (2011). *determinación de la oferta de calidad de los servicios turísticos desarrollados por las prestadoras de servicios privados y/o comunitarios reconocidos por el Ministerio de Turismo en la Sierra Ecuatoriana, Andes.* Guayaquil. From <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1772/12/UPS-GT000230.pdf>
- Vera , L., RIVERA, L., & Reyes , M. (2021). Gestión del talento humano para la mejora de los servicios turísticos. *redalyc.org*.

Anexos

Anexo A. Formato Ficha de Observación



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



FACULTAD DE POSGRADO

MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

FICHA DE OBSERVACIÓN APLICADA A LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE LA CIUDAD DE COTACACHI.

Objetivo: Diagnosticar la gestión de calidad aplicada actualmente en los servicios que ofertan los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Cotacachi.

N.	Variable	ESCALA DE VALORACIÓN							Nota
		0	1	2	3	4	5	6	
Calidad de servicio									
1	El servicio es acorde a la naturaleza								
2	El servicio es acorde a la clasificación del establecimiento								
3	El servicio es acorde a la categoría del establecimiento								
4	El servicio es conforme a lo que oferta								
5	Cumple en brindar el servicio de calidad al consumidor								
Infraestructura									
6	Se realiza mantenimiento de infraestructura.								
7	Se mantienen condiciones de limpieza y funcionamiento.								
8	La infraestructura es adecuada para conservar alimentos y bebidas.								
9	La infraestructura cuenta con baterías sanitarias en buen estado.								

10	La infraestructura es acorde con la categoría del establecimiento.									
Buenas prácticas de manipulación										
11	Se demuestra prácticas de higiene alimentaria.									
12	No se conserva alimentos preparados ni se los recalienta									
13	Uso de utensilios adecuado									
14	No se utiliza materiales como madera en los utensilios de cocina.									
15	Uso de ropa e implementos adecuados para manipular alimentos.									
16	Se exhibe en el establecimiento el registro de Turismo y la Licencia Anual de Funcionamiento									

Anexo B. Formato de encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE POSGRADO



MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

**ENCUESTA APLICADA A LOS CLIENTES DE LOS ESTABLECIMIENTOS
DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE LA CIUDAD DE COTACACHI.**

Objetivo: Determinar la percepción de calidad que es ofertada a los turistas por parte de los actores que intervienen en la prestación del servicio y productos de alimentos y bebidas.

Cuestionario

N.	Pregunta	ESCALA DE VALORACIÓN				
		Sin importancia	De poca importancia	Moderadamente importante	Importante	Muy importante
Calidad de servicio						
1	¿De acuerdo con la naturaleza del establecimiento se brinda buena calidad en el servicio?					
2	¿Según la categoría del establecimiento se puede seleccionar el servicio con libertad?					

3	¿Las tarifas de los servicios son acordes a la calidad presentada?					
4	¿El establecimiento cuenta con la facilidad de solicitar reclamos y sugerencias por parte del consumidor?					
5	¿Se hace evidente la capacidad de los miembros que laboran en el establecimiento?					
6	¿Mantiene vajilla e implementos de cocina en óptimas condiciones?					
Infraestructura						
7	¿Se realiza mantenimiento de infraestructura para evitar zonas en mal estado?					
8	¿Se realiza limpieza y mantiene condiciones de funcionamiento?					
9	¿La infraestructura es adecuada para preservar alimentos y bebidas?					
10	¿Infraestructura cuenta con baterías sanitarias en buen estado?					
11	¿La infraestructura es acorde con la categoría del establecimiento?					
12	¿La infraestructura limita la contaminación de alimentos y bebidas durante su manipulación?					
Buenas prácticas de manufactura						
13	¿Se realiza el lavado de manos antes y después de manipular alimentos y bebidas?					
14	¿Se cuida la higiene del pelo para manipular alimentos y bebidas?					
15	¿Se utiliza mascarilla para evitar contagiar los productos manipulados?					
16	¿La ropa laboral se mantiene siempre limpia?					
17	¿Se incluye gorro para el cabello en la ropa laboral?					
18	¿Se separa los alimentos de manera adecuada para evitar contaminación?					
19	¿Se cocina los alimentos de manera adecuada?					
20	¿Se conserva la temperatura de los alimentos y bebidas en los					

refrigeradores a fin preservarlos?					
---------------------------------------	--	--	--	--	--

Anexo C. Fotografías.

Anexo D. Certificados.