



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

**EXTENSIÓN LA MANÁ**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“FACTORES DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR DE ALOJAMIENTO, COMIDAS Y BEBIDAS DEL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2021.”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Licenciadas en  
Administración de Empresas

**AUTORES:**

Flores Mueses Shirley Cecibel

Loor Cuchipe Mariela Alexandra

**TUTOR:**

Ing. Cabrera Toscano Eduardo Fabricio. Mg.

**LA MANÁ-ECUADOR**

**MARZO-2022**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Nosotras, Flores Mueses Shirley Cecibel y Loor Cuchipe Mariela Alexandra declaramos ser los autores del proyecto de investigación: “FACTORES DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR DE ALOJAMIENTO, COMIDAS Y BEBIDAS DEL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2021.” siendo el Ing. Mg. Eduardo Fabricio Cabrera Toscano, Director del trabajo investigativo; y eximimos expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, declaramos que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.

Flores Mueses Shirley Cecibel  
C.I.: 120614670-4

Loor Cuchipe Mariela Alexandra  
C.I.:050346826-6

## **AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título: “ FACTORES DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR DE ALOJAMIENTO, COMIDAS Y BEBIDAS DEL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2021.”, de Flores Muses Shirley Cecibel y Loor Cuchi Mariela Alexandra, de la Carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, considero que dicho informe investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi Extensión La Maná designe, para su correspondiente estudio y calificación.

La Maná, marzo del 2022



Ing. Eduardo Fabricio Cabrera Toscano. Mg  
**TUTOR**  
C.I: 171231719-5

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi Extensión La Maná, y por la Facultad de Ciencias Administrativas; por cuanto, los postulantes: Flores Mueses Shirley Cecibel y Loor Cuchipe Mariela Alexandra con el título de Proyecto de Investigación: “FACTORES DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR DE ALOJAMIENTO, COMIDAS Y BEBIDAS DEL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2021.”, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación de Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

La Maná, marzo del 2022

Para constancia firman:



Ing.Mg. Mayra Elizeth Valencia Neto  
C.I:050312446-3  
**PRESIDENTA**



Ing.Mg. Fabián Xavier Martínez Ortiz  
C.I: 160050885-5  
**LECTOR 2 (MIEMBRO)**



Ing. Mg. Mario Fernando Navarrete Fonseca  
C.I:180435489-0  
**LECTOR 1 (SECRETARIO)**

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco principalmente a Dios, por ser la fortaleza en mi vida, que me ha levantado en cada momento difícil, y principalmente por darme una linda familia, gracias a él he podido cumplir cada una de mis metas, a la Universidad Técnica de Cotopaxi Extensión La Maná, por abrirme las puertas del saber, a cada uno de los Profesores y sobre todo agradezco a mis padres por darme su apoyo incondicional en cada etapa de mi vida, me han brindado sus consejos y han sabido escucharme en cada momento.*

**Shirley**

*Agradezco a mi familia, por haberme dado la oportunidad de formarme en esta prestigiosa universidad y haber sido mi apoyo durante todo este tiempo. De manera especial a mi tutor de tesis, por haberme guiado, no solo en la elaboración de este trabajo de titulación, sino a lo largo de mi carrera universitaria y haberme brindado el apoyo para desarrollarme profesionalmente y seguir cultivando mis valores. A la Universidad Técnica de Cotopaxi, por haberme brindado tantas oportunidades y enriquecerme en conocimiento.*

**Mariela**

## **DEDICATORIA**

*A Dios principalmente por haberme dado la vida y a mi madre que es una persona incondicional conmigo, que ha guiado mi camino, y que me ha dado siempre lo mejor.*

**Shirley**

*El presente Tesis va dedicado a Dios, quien como guía estuvo presente en el caminar de mi vida, bendiciéndome y dándome fuerzas para continuar con mis metas trazadas sin desfallecer. A mis padres que, con apoyo incondicional, amor y confianza permitieron alcanzar logros a nivel profesional.*

**Mariela**

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**TÍTULO:** “FACTORES DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR DE ALOJAMIENTO, COMIDAS Y BEBIDAS DEL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2021.”

**Autoras:**

Flores Mueses Shirley Cecibel

Loor Cuchipe Mariela Alexandra

### RESUMEN

La sociedad actual ha desarrollado una serie de procesos que van vinculados de manera directa a satisfacer las diversas exigencias del cliente. El objetivo es determinar los factores de satisfacción de los usuarios de las microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas del Cantón La Maná, Además desarrollar el diseño de una propuesta que permite mejorar la satisfacción de los usuarios. El problema radica en el desconocimiento de los factores de satisfacción por parte de los microempresarios, en efecto no les permite crecer de manera exitosa a las microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas. El desarrollo de la investigación es fundamental porque permite establecer los factores de satisfacción de los usuarios en cada uno de los servicios. Para la realización del trabajo se empleó un modelo de investigación bibliográfica, de campo y descriptiva. Las técnicas empleadas en la investigación; la encuesta y entrevista. La población a investigar fue 56905 personas, una muestra de 382 personas y 43 microempresas dedicadas a los servicios de alojamiento, comidas y bebidas. Como resultado de la investigación se obtiene los factores más relevantes: La atención al cliente con un 41% considera es mala por consiguiente deben mejorar la calidad de atención a los clientes, el 68% indica que las instalaciones a veces están de forma adecuada en los servicios indicados, y el factor precio que es considerado por los clientes como muy costoso con un 71%. Los factores que se toman en cuenta para el desarrollo de la propuesta es atención al cliente, seguridad en los servicios como credibilidad y confianza, también mejoramiento de procesos. Ante esto se concluye que es necesario elaborar una propuesta orientada a mejorar el nivel de satisfacción de los clientes. Por ello se elaboró un plan de mejoramiento de la satisfacción del cliente en las empresas de alojamiento, comidas y bebidas basado en el modelo Servqual. La investigación realizada beneficia de manera directa a los gerentes propietarios y clientes de las microempresas de alojamiento comidas y bebidas.

**Palabras Clave:** satisfacción, usuarios, alojamiento, microempresas, comidas y bebidas.

# TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

## FACULTY OF ADMINISTRATIVE SCIENCES

**TITLE:** “SATISFACTION FACTORS OF USERS OF MICROENTERPRISES IN THE ACCOMMODATION, FOOD AND BEVERAGE SECTOR OF LA MANÁ CANTON, YEAR 2021.”

**Authors:**

Flores Mueses Shirley Cecibel

Loor Cuchiye Mariela Alexandra

### ABSTRACT

Today's society has developed a series of processes that are directly linked to satisfy the diverse demands of the client. The objective is to determine the satisfaction factors of the users of the microenterprises of the lodging, food and beverage sector of Canton La Maná, and to develop the design of a proposal to improve the satisfaction of the users. The problem lies in the lack of knowledge of the factors of satisfaction on the part of the micro-entrepreneurs, which does not allow them to grow successfully in the micro-enterprises of the lodging, food and beverage sector. The development of the research is fundamental because it allows to establish the satisfaction factors of the users in each one of the services. A bibliographic, field and descriptive research model was used to carry out the work. The techniques used in the research were: survey and interview. The population to investigate was 56905 people, a sample of 382 people and 43 microenterprises dedicated to lodging, food and beverage services. As a result of the research, the most relevant factors were obtained: Customer service with 41% consider it is bad therefore they should improve the quality of customer service, 68% indicate that the facilities are sometimes adequately in the services indicated, and the price factor which is considered by customers as expensive with 71%. The factors taken into account for the development of the proposal are customer service, security in services such as credibility and trust, as well as process improvement. In view of this, it was concluded that it is necessary to develop a proposal aimed at improving the level of customer satisfaction. Therefore, a customer satisfaction improvement plan was developed for lodging, food and beverage companies based on the Servqual model. The research carried out directly benefits the owner-managers and customers of the micro-enterprises of lodging, food and beverages.

**Key words:** satisfaction, users, accommodation, micro-enterprises, food and drinks.



## ÍNDICE GENERAL

### CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	ii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	iv
<i>AGRADECIMIENTO</i> .....	v
<i>DEDICATORIA</i> .....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
1. INFORMACIÓN GENERAL .....	1
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO .....	2
3. JUSTIFICACIÓN.....	3
4. BENEFICIARIOS .....	4
5. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
5.1. Formulación del problema.....	8
6. OBJETIVOS.....	8
6.1. Objetivo General.....	8
6.2. Objetivos Específicos.....	8
7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS .....	9
8.2. Factores de satisfacción de los clientes .....	12
8.1.1.1. La calidad en la atención al cliente.....	12
8.1.1.2. Estilos de Calidad .....	13
8.1.1.3. Perspectiva de la calidad de los clientes .....	13
8.1.1.4. Fidelización del Cliente .....	13
8.1.2. Servicio al cliente .....	14
1.1.2.1. Producto y Servicio .....	14
8.1.2.2. Comprador y cliente .....	14
8.1.2.3. Selección de los clientes a quienes se les dará el servicio.....	14
8.1.2.4. Ciclo del Servicio .....	15
8.1.3. Satisfacción al cliente .....	15
8.1.3.1. Los niveles de satisfacción .....	16
8.1.3.2. Las expectativas.....	17

8.1.3.3. Empresa centrada en los clientes .....	17
8.1.3.4. Cultura de servicio en la satisfacción al cliente.....	17
8.1.3.5. Cultura Organizacional y el grado de satisfacción .....	18
8.2. Factores.....	18
8.2.1 Factores Internos.....	18
8.2.1.1. Fortalezas .....	19
8.2.1.2. Debilidades .....	19
8.2.2. Factores externos .....	19
8.2.2.1. Amenazas: .....	19
8.2.2.2. Oportunidades.....	19
8.2.3. Cliente.....	20
8.2.3.1. Gustos y necesidades .....	20
8.2.5. Productos y servicios .....	20
8.2.5.1. Productos .....	20
8.2.5.2. Servicios .....	21
8.2.5.3. Nivel de calidad .....	21
8.3. Microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas .....	21
8.3.1. Microempresas.....	21
8.3.1.2. Definición del sector.....	22
8.3.1.4. Impacto en el PIB .....	22
8.3.2. Hoteles y restaurantes .....	22
8.3.2.1. Rentabilidad.....	22
8.4. Fundamentación legal.....	23
9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS .....	25
10. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	26
10.1. Método teórico (Histórico lógico) .....	26
10.2. Método inductivo.....	26
10.3. Analítico sintético.....	26
10.4. Método empírico.....	27
10.5. Tipo de investigación.....	27
10.6. Técnicas de la investigación utilizada .....	28
10.7. Instrumentos utilizados.....	28
10.8. Diseño de investigación.....	29

10.9. Población y muestra.....	29
11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	32
12. IMPACTO SOCIAL, TÉCNICO Y ECONÓMICO. ....	60
12.1. Impacto social.....	60
12.2. Impacto técnico.....	60
12.3. Impacto económico.....	60
13. PRESUPUESTO PARA LA ELABORACIÓN .....	61
14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	62
14.1. CONCLUSIONES .....	62
14.2. RECOMENDACIONES .....	63
15. La Propuesta .....	64
15.1. Diseño de la propuesta.....	64
15.2. Justificación .....	64
15.3. Descripción de la propuesta.....	65
15.4.1. Objetivo .....	66
Manual de funciones de empresas de comidas y bebidas.....	69
Manual de funciones de empresas de alojamiento .....	71
16. Bibliografía.....	80
17. ANEXOS .....	83

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Actividades y sistemas de tareas .....	9
Tabla 2. Universo poblacional.....	29
Tabla 3. Microempresas dedicadas al servicio de alojamiento, comidas y bebidas .....	30
Tabla 4. Estratos por edades .....	31
Tabla 5. Ocupación de servicios.....	32
Tabla 6. Atención en sectores.....	33
Tabla 7. Recomendación de servicios de alojamiento.....	34
Tabla 8. Brindar servicios adecuados .....	35
Tabla 9. Criterios a considerar en los servicios de alojamiento .....	36
Tabla 10. Tarifas de los servicios de alojamiento .....	37
Tabla 11. Precios a mantenerse en los servicios de alojamiento .....	38
Tabla 12. Área de recepción .....	39
Tabla 13. Instalaciones adecuadas de los servicios de alojamiento .....	40
Tabla 14. Espacios y ambiente en los servicios de alojamiento .....	41
Tabla 15. Criterios de innovación en los servicios de alojamiento .....	42
Tabla 16. Seguridad para usuarios en los servicios de alojamiento .....	43
Tabla 17. Percepción de los servicios de alojamiento en el cantón La Maná .....	44
Tabla 18. Calidad de servicios de comidas y bebidas .....	45
Tabla 19. Atención que brindan los sectores de comida y bebida del cantón La Maná.....	46
Tabla 20. Recomendación de los servicios de comida y bebida .....	47
Tabla 21. Servicios de comida y bebida del cantón La Maná .....	48
Tabla 22. Consideración de los precios de los servicios de comida y bebida .....	49
Tabla 23. Precios de los productos gastronómicos.....	50
Tabla 24. Precios de los productos del restaurant .....	51
Tabla 25. Instalaciones de los servicios de comida y bebida del cantón La Maná. ....	52
Tabla 26. Servicios de comida y bebida del cantón La Maná. ....	53
Tabla 27. Espacios y ambiente que brindan los de servicios de comida y bebida .....	54
Tabla 28. Innovación de forma constante en los servicios de comida y bebida .....	55
Tabla 29. Seguridad para los usuarios de los sitios. ....	56
Tabla 30. Productos que ha consumido en los sitios de comida y bebida.....	57
Tabla 31. Presupuesto.....	61
Tabla 32: Ejes de trabajo .....	65

Tabla 33. Tema 1 Calidad y atención al cliente .....	78
Tabla 34. Comunicación con el cliente .....	79
Tabla 35. Cronograma de actividades Titulación I.....	87
Tabla 36 Actividades y sistemas de tareas .....	91
Tabla37 Actividades y sistemas de tareas .....	105

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ocupación de servicios .....	32
Figura 2. Atención en sectores .....	33
Figura 3. Recomendación de servicios de alojamiento .....	34
Figura 4. Brindar servicios adecuados.....	35
Figura 5. Criterios a considerar en los servicios de alojamiento .....	36
Figura 6. Tarifas de los servicios de alojamiento .....	37
Figura 7. Precios a mantenerse en los servicios de alojamiento.....	38
Figura 8. Área de recepción.....	39
Figura 9. Instalaciones adecuadas de los servicios de alojamiento .....	40
Figura 10. Espacios y ambiente en los servicios de alojamiento.....	41
Figura 11. Criterios de innovación en los servicios de alojamiento .....	42
Figura 12. Seguridad para usuarios en los servicios de alojamiento .....	43
Figura 13. Percepción de los servicios de alojamiento en el cantón La Maná. ....	44
Figura 14. Calidad de servicios de comidas y bebidas .....	45
Figura 15. Atención que brindan los sectores de comida y bebida del cantón La Maná .....	46
Figura 16. Recomendación de los servicios de comida y bebida .....	47
Figura 17. Servicios de comida y bebida del cantón La Maná.....	48
Figura 18. Consideración de los precios de los servicios de comida y vida.....	49
Figura 19. Precios de los productos gastronómicos .....	50
Figura 20. Precios de los productos del restaurant .....	51
Figura 21. Instalaciones de los servicios de comida y bebida del cantón La Maná .....	52
Figura 22-. Servicios de comida y bebida del cantón La Maná .....	53
Figura 23. Espacios y ambiente que brindan los servicios de comida y bebida.....	54
Figura 24. Innovación de forma constante en los servicios de comida y bebida .....	55
Figura 25. Seguridad para los usuarios de los sitios de comidas y bebidas .....	56
Figura 26. Productos que ha consumido en los sitios de comida y bebida.....	57
Figura 27. Marco para un Servicio Extraordinario de Leonard Berry.....	66
Figura 28. Espina de: Cultivar el Liderazgo en el Servicio.....	67
Figura 29. Espina de Construir un Sistema de Información Acerca de la Calidad en el Servicio .....	68
Figura 30. Organigrama estructural.....	69
Figura 31. Organigrama estructural.....	71

Figura 32. Confiabilidad en el Servicio.....	73
Figura 33. Servicios Sorpresa de las empresas .....	75
Figura 34. Recuperación del Servicio.....	76
Figura 35. Generar una Auténtica Atención al Cliente .....	77
Figura 36. Mapeo.....	86

## ÌNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Datos del docente.....	83
Anexo 2. Datos informativos del investigador del proyecto .....	84
Anexo 3. Datos informativos del investigador del proyecto .....	85
Anexo 4. Mapeo .....	86
Anexo 5. Cronograma de actividades.....	87
Anexo 6. Validacion de intrumentos por expertos (1).....	88
Anexo 7. Validación de Instrumento por expertos (2) .....	102
Anexo 8. Aval de traducción idioma inglés. ....	116
Anexo 9. Fotografía de entrevistas aplicadas en la investigación .....	117
Anexo 10. Proyecciones de la población ecuatoriana por año .....	118
Anexo 11. Cálculo de la muestra.....	119
Anexo 12. Pirámide poblacional por porcentajes para el cálculo de estratos.....	120
Anexo 13. Número de establecimientos de comidas y bebidas del cantón La Maná.....	120
Anexo 14. Hoja de Urkund .....	121



## 1. INFORMACIÓN GENERAL

### **Título del proyecto**

“Factores de satisfacción de los usuarios de las microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas del Cantón La Maná, año 2021.”.

<b>Fecha de inicio:</b>	Octubre 2021
<b>Fecha de finalización:</b>	Marzo 2022
<b>Lugar de ejecución:</b>	Cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi
<b>Facultad que auspicia:</b>	Facultad de Ciencias Administrativas
<b>Carrera que auspicia:</b>	Carrera Administración de Empresas
<b>Proyecto de investigación vinculado:</b>	La investigación del proyecto está vinculada y aporta al macro proyecto de la Carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, Factores de satisfacción de los usuarios de las microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas del Cantón La Maná, año 2021.
<b>Equipo de Trabajo:</b>	Ing. Cabrera Toscano Eduardo Fabricio.Mg Srta. Flores Mueses Shirley Cecibel. Srta. Loor Cuchiye Mariela Alexandra.
<b>Área de conocimiento</b>	“Educación Comercial y Administración”
<b>Línea de investigación:</b>	Administración y Economía para el Desarrollo Humano y Social.
<b>Sub líneas de investigación de la Carrera:</b>	Estrategias Administrativas, Productividad y Emprendimiento.

## **2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

La sociedad actual ha desarrollado una serie de procesos que van vinculados de manera directa a satisfacer las diversas exigencias del cliente, entre aspectos se toma en cuenta la satisfacción de los usuarios frente al nivel de desarrollo de las diversas empresas, por ello es prioritario generar procesos sustentables que permitan manejar el crecimiento adecuado de cada una de estas microempresas; tomando en cuenta que el sector de alojamiento, comidas y bebidas son uno de los pilares con mayores ejes de desarrollo a nivel global; es importante priorizar el estudio de diversos factores para aumentar el nivel de competitividad a través de un proceso sólido de análisis de factores que potencien el turismo a nivel cantonal.

A fin de cumplir el objetivo planteado que es describir los factores de satisfacción de los usuarios de las microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas del Cantón La Maná, año 2021, para el diseño de una propuesta que permita mejorar la satisfacción de los usuarios, se ha planteado la realización de un diagnóstico adecuado empleando técnicas de investigación de acuerdo al entorno, fundamentado a través de la revisión bibliográfica en fuentes confiables que permitan determinar el grado adecuado del proceso investigativo a nivel funcional y estructural de cada proceso que se genera.

El tipo de investigación que se empleará es histórico al fundamentar cada proceso a desarrollar para comprender de manera adecuada el sistema de satisfacción de los clientes, la investigación descriptiva para ir describiendo procesos de forma funcional en base a los resultados que se generen en el proceso investigativo, mediante los métodos que se emplean en el desarrollo de la temática. Los métodos a emplear son analítico, inductivo e histórico; mediante los cuales se pueden procesar un sistema de investigación que parte desde el mismo campo de estudio como son los usuarios y los propietarios de las microempresas.

El aporte que va a generar dentro del sector de alojamiento, comidas y bebidas es de gran trascendencia, debido al impacto que puede causar al obtener resultados confiables para la toma de decisiones e implementar en base a ello estrategias que puedan aportar de manera significativa al proceso de crecimiento microempresarial, además de beneficiar de forma indirecta a toda la población del cantón porque es una forma de generar sustentabilidad y un grado de manejo adecuado de cada una de las actividades

que se generan en el área descrita, posicionando al sector en estudio como un frente de desarrollo adecuado.

### **3. JUSTIFICACIÓN**

El desarrollo del proyecto de investigación sobre los factores de satisfacción de los usuarios de las microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas del Cantón La Maná, año 2021, está enfocado en identificar cada uno de los factores que influyen a nivel de usuarios de las diversas entidades planteadas a fin de establecer un diagnóstico adecuado de la temática que permita plantear una propuesta viable para el mejoramiento del sector, innovando procesos de forma estructurada a fin de alcanzar resultados que beneficie a la colectividad en general; el conocer de forma adecuada el nivel de satisfacción de cada usuario permite valorar las debilidades de las microempresas destinada al área en estudio para convertir en fortalezas.

La importancia del tema de investigación está enmarcada en que al conocer el nivel de satisfacción de los usuarios de las diversas microempresas dedicadas al área de hospedaje, alimentos y bebidas permite establecer las debilidades y fortalezas de cada una de estas instituciones fomentando un proceso integral que aporte a la toma de decisiones de forma individual y colectiva para mejorar la impresión de los usuarios frente a un servicio que se brinda. Por consiguiente, esto permite posicionar de manera adecuada el nivel de competitividad frente a los diversos escenarios que se puede evidenciar dentro del sector en estudio. La calidad del servicio al cliente constituye actualmente uno de los elementos esenciales que toda empresa debe de tomar en cuenta para tener clientes satisfechos.

El impacto del tema de investigación se visualiza en el resultado que se obtiene al conocer de manera direccionada los factores de satisfacción que mantienen cada uno de los usuarios, los cuales van a fomentar una proyección de desarrollo integral para el área, incrementando de esta forma el desarrollo del sector, además de mejorar el posicionamiento competitivo frente a los escenarios que se generan de forma constante. La elaboración del proyecto contribuirá de manera directa en el ámbito a social a formar estructuras organizadas entre el servicio brindado y la percepción de los usuarios, lo cual se convierte en un sistema de calidad, eficiencia y eficacia; esto permitirá a las

microempresas a enfocar de manera correcta las actividades, logrando posicionar una mayor participación de mercado y direccionamiento en el cliente.

La utilidad de la investigación está enmarcada en el campo práctico al permitir mantener un diagnóstico real de los factores de satisfacción de cada uno de los usuarios frente a los servicios que prestan las diversas microempresas del sector, lo que contribuye a generar un proceso de base para el desarrollo del área sobre el cual se pueden plantear alternativas que contribuyan al mejoramiento del sector. El proyecto es viable porque se cuenta con el direccionamiento adecuado de profesionalizados especializados en el desarrollo de propuestas de innovación empresarial y la participación activa de los empresarios para establecer acciones encaminadas al desarrollo del sector en estudio, además se cuenta con los recursos necesarios dentro del área tecnológica, humana, económica y sobre toda la predisposición de cada uno de los investigadores.

#### **4. BENEFICIARIOS**

##### **4.1. Beneficiarios directos**

- Propietarios de los 29 establecimientos de comidas y bebidas
- 14 hoteles del cantón La Maná
- Usuarios de establecimientos de alojamiento, comidas y bebidas del cantón La Maná.

##### **4.2. Beneficiarios indirectos**

- Transportistas
- GAD La Maná
- Cuerpo de Bomberos
- Servicio de Rentas Internas
- Investigadores

#### **5. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN**

Actualmente en el mercado mundial existe un alto nivel de competitividad dentro del servicio de hospedaje, restaurants y bebidas, con ello el nivel de exigencia que mantienen los usuarios se ha vuelto cada día fuerte, existe una percepción que requieren

atención de forma personalizada por consiguiente esto hace que las microempresas destinadas a estos servicios mantengan un alto nivel de preocupación por fomentar acciones que enmarquen elementos de desarrollo. Es importante tomar en cuenta que debido a la pandemia el sector destinado al turismo como son los servicios de hospedaje, restaurantes y bebidas se vieron dentro de unas las mayores crisis en su segundo año. Entre enero y mayo, las llegadas de turistas internacionales fueron un 85% inferiores a las de 2019 (y 65% inferiores a las de 2020), según muestran los datos de la OMT, a esto se suma la constante imposición de restricciones han hecho que el turismo interno esté recuperándose a un ritmo superior al de los viajes internacionales descrita por la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2021).

Es importante mencionar que las microempresas destinadas al área del turismo es uno de los factores que genera movimiento económico macro a nivel de toda la región de América, en el año 2019, dentro del sector llegó a formar parte del 42% y el 10% de todos los ingresos globales, especialmente en América Latina, La economía del turismo, que incluye tanto el turismo como todos los sectores que dependen de él, representó el 26% del PIB total en el Caribe y el 10% en América Latina. Tomando en cuenta que el área del turismo a través de las empresas hoteleras, restaurantes y bebidas mueve un importante nivel de empleo a nivel global represento el 35% del empleo en el Caribe y el 10% en América Latina. A nivel del Caribe, este sector prácticamente representa el 50% de todo el movimiento económico, y en base se articulan acciones para ganar un mayor nivel competitivo de forma estructural que pueda mantener su posicionamiento a través de diversas estrategias, entre ellas mantener un nivel adecuado de satisfacción frente a los diversos escenarios descritas la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2020).

El Fondo Monetario Internacional estimó una contracción del 3% para la economía global, con una caída del 11% en los volúmenes de comercio de bienes y servicios. La emergencia sanitaria, ha llevado al mundo a una paralización de actividades y ha afectado de manera significativa a todos los sectores económicos ya que una de las prioridades para la contención de la pandemia ha sido la limitación en viajes, el confinamiento de la población, las restricciones en viajes nacionales e internacionales y políticas de distanciamiento social.

En el Ecuador de acuerdo al Geo Portal de Innovación Turística del año 2021, la contribución directa del turismo al país le represento el 2.2 % del PIB total; en el caso de la provincia de Cotopaxi se cuenta con un total de 100 establecimientos que brindan servicios de alojamiento, comida y bebida de forma alternada, tomando en cuenta que, en el año 2019, dentro del sector se tomó como base de turistas a 353976 personas que visitaron las diversas microempresas de alojamiento. Dentro de la provincia de Cotopaxi el mantener un alto nivel de atractivos turísticos permite mover gran parte de este sector de forma amplia, por consiguiente, el número de visitante fomenta dinamismo frente al desarrollo del sector, lo cual posiciona el área como uno de los mayores pilares de crecimiento a nivel nacional (Montachana, 2019).

De acuerdo a cifras emitidas por el Ministerio de Turismo del Ecuador (2020), en la provincia de Cotopaxi se encuentran 100 entidades dedicadas al servicio de alojamiento con un total de 1778 habitaciones, 353 camas disponibles; mientras que en entidades dedicadas a los servicios de alimentos y bebidas se cuenta con 213 entidades y un total de 11349 plazas de mesas que están al servicio de la población en general, esto permite valorar el impacto de crecimiento turístico en la provincia a través de los diversos servicios que se generan; esto permite fomentar un sistema de desarrollo que debe innovar de forma constante para establecer nuevos protocolos de desarrollo e innovación frente a los diversos escenarios que se generan de acuerdo a la realidad.

De acuerdo a datos proporcionado por el Ministerio de Turismo (2021), el cantón La Maná registra un total de 14 microempresas destinadas a servicios de alojamiento, con un total de 373 habitaciones, 660 camas y 677 plazas disponibles para la comunidad en general; mientras que existen 29 establecimientos dedicados al desarrollo de comidas y bebidas, con 369 mesas y capacidad para 1578 personas, los mismos que están enmarcadas como entidades de crecimiento continuo por ello es prioritario formar ejes de trabajo común que permitan mantener un sistema de crecimiento continuo e innovación permanente de procesos dentro de los servicios que se brindan a la comunidad en general.

La ubicación estratégica en la que se encuentra el cantón La Maná permite el desarrollo de varios ejes de crecimiento entre ellos el sistema de alojamiento, comidas y bebidas que está enmarcado dentro del eje turístico, es común ver de forma diaria como se dinamizan ciertos sectores a nivel cantonal aprovechando recursos naturales y la

diversidad geográfica con la que cuenta, además el estar cerca de cantones con amplio elementos de aprovechamiento turístico ha hecho que potencie diversos escenarios dentro del plan mencionado, ante esto es primordial que se tome cuenta el nivel de satisfacción de los usuarios que deben tener en cada una de las entidades para establecer un claro concepto de actividades sustentables a corto mediano y largo plazo (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón La Maná, 2015).

El tema de la satisfacción de los usuarios frente al crecimiento empresarial de las microempresas es prioritario porque de ello depende como se maneje el crecimiento sustentable de cada una de estas microempresas; tomando en cuenta que a nivel global el desarrollo de turismo es amplio es importante priorizar el estudio de diversos factores para aumentar el nivel de competitividad a través de un procesos sólido de análisis de factores que potencien el turismo a nivel cantonal, entre los factores más destacados que puede mencionar a través de los clientes están la sociabilidad, comunicación clara y directa, la honestidad dentro de los diversos escenarios y servicios que se generan, la creatividad, eficiencia y efectividad (Montachana, 2019).

Los efectos de la pandemia han hecho que muchos sectores tomen correctivos necesarios para adecuar de acuerdo a las necesidades de la población; en el sector de servicios es fundamental que se apliquen estrategias que permitan fomentar un proceso dinámico de desarrollo de acuerdo a la realidad, aplicando elementos que puedan considerarse necesario en el crecimiento del sector, es necesario identificar que se requiere de un proceso integral para la reactivación.

A fin de fomentar un sistema de desarrollo eficiente y creativo es necesario articular elementos que permitan contribuir al desarrollo del sector con una amplia valoración de elementos para lograr un alto grado de satisfacción de los usuarios, los mismos que son los encargados de replicar las recomendaciones para que futuros usuarios fomenten el dinamismo del sector lo cual va relacionado de forma estrecha entre los resultados que se alcancen y los elementos que se valoren para alcanzar logros en beneficio del sector en estudio, basado en las necesidades y acciones operativas que se generan de acuerdo a la realidad.

Es importante tomar en cuenta que frente a la pandemia los diversos locales de alojamiento y bebidas han optado por estrategias que le permitan solventar ciertas

falencias y sobre todo posicionarse como entidades que pueden brindar un servicios, entre estas se destacan la entrega a domicilio, acondicionamiento de acuerdo a medidas de bioseguridad como la colocación de señaléticas, respeto al aforo y sobre todo se han adecuado espacios ventilados que permitan garantizar seguridad a cada uno de los visitante en el cantón La Maná.

### **5.1. Formulación del problema**

¿Cuáles son los factores de satisfacción de los usuarios de las microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas del Cantón La Maná, año 2021?

## **6. OBJETIVOS**

### **6.1. Objetivo General**

- Determinar los factores de satisfacción de los usuarios de las microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas del Cantón La Maná, año 2021, para el diseño de una propuesta que permita el mejoramiento la satisfacción de los usuarios.

### **6.2. Objetivos Específicos.**

- Fundamentar los principales conceptos y teorías que sirvan de fundamento para la descripción de los factores de satisfacción de los usuarios.
- Realizar un diagnóstico de factores de satisfacción de los usuarios de las microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas del Cantón La Maná, para la obtención de información detallada de la situación actual.
- Diseñar una propuesta para el mejoramiento de la satisfacción de los usuarios.



## 7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS

**Tabla1** Actividades y sistemas de tareas

<b>Objetivos</b>	<b>Actividad</b>	<b>Resultado de la actividad</b>	<b>Descripción de la actividad (técnicas e instrumentos)</b>
Fundamentar los principales conceptos y teorías que sirvan de fundamento para la descripción de los factores de satisfacción de los usuarios.	Revisión de información bibliográfica	Guía teórica del proyecto de investigación a desarrollar.	Fuentes bibliográficas.
Realizar un diagnóstico de factores de satisfacción de los usuarios de las microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas del Cantón La Maná, para la obtención de información detallada la situación actual.	Diseño de instrumento. Aplicación de instrumentos. Procesamiento y análisis de datos	Conocer el estado de satisfacción de los usuarios de las microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas del Cantón La Maná	Encuesta realizada a los usuarios de las microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas del Cantón La Maná. Entrevista aplicada a los propietarios.
Diseñar una propuesta para el mejoramiento de los factores de satisfacción de los usuarios.	Diseño de una propuesta para el mejoramiento de factores de satisfacción de usuarios en microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas del Cantón La Maná	Propuesta de mejoramiento de la satisfacción de usuarios en microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas del Cantón La Maná	Diseño de propuesta.

**Elaboración por:** Las Autoras.

## **8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA**

### **8.1. Origen y evolución.**

Según Sánchez (2017), el servicio es uno de los programas más motivadores de la sociedad y construye un conjunto completo en el sistema de desarrollo económico para ubicar la teoría de la satisfacción, según Merino (2016). , Un producto dimensional mantiene una estrecha relación entre percepción del cliente e insatisfacción del consumidor, citando teorías reveladas por Swan y Combs (1976), Maddox (1981), Bitner, Booms y Tetreault (1990), Silvestro y Johnston (1990) - teoría de factores en la satisfacción del cliente. Ninguna de las cuatro encuestas mostró que hay aspectos que solo causan satisfacción o solo causan insatisfacción, aunque hay aspectos relacionados con la satisfacción o la insatisfacción (Merino, 2016).

Como recuerda Tejada (2018), la satisfacción del cliente puede estar directamente relacionada con el desempeño de un conjunto de elementos que componen un servicio o producto, y encontró que el desempeño de la calidad del servicio puede estar en relación con el desarrollo general del negocio según Ceseña (2019) La satisfacción del cliente está moldeada por la teoría de las expectativas, la cual establece que los clientes moldean sus expectativas con base en el grado de funcionalidad que cada destinatario se ve involucrado en diferentes situaciones dibujadas, por lo general esto puede ser al comprar o adquirir un servicio, algún grado de insatisfacción (Blanco, 2018).

La satisfacción del cliente ha evolucionado con el tiempo según Rodríguez (2018), y la importancia que desempeñan permite mantener un nivel de factibilidad respecto al sistema de procedimientos funcionales en decisiones trascendentales como en la industria de servicios de alimentos. , Citalán (2020), argumenta que la diferencia en sus características hace muy difícil su identificación, así como el desarrollo de metodologías que faciliten la identificación e interpretación de pesos en estudios de casos, así como que permitan determinar la evolución de una entidad a partir de sobre los diferentes sistemas creados como parte del desarrollo de las actividades (Cesena, 2019).

Según Citalán (2020), uno de los modelos utilizados actualmente para medir la satisfacción del cliente es el desarrollado por Parasuraman en 1985, y aunque es un poco antiguo, algunos esquemas pueden identificar los factores que influyen en la medida en que Gronroos es un excelente analista, desarrolló herramientas para medir la calidad del servicio de acuerdo con los siguientes aspectos: confiabilidad, capacidad de

respuesta, profesionalismo, cortesía, reputación, seguridad, usabilidad y comunicación en su conjunto (Rodríguez, 2018).

Otro modelo importante relacionado con la satisfacción del cliente es el propuesto por el profesor Noriaki Kano (1984), quien cuestionó el supuesto de que la satisfacción del cliente depende únicamente de la capacidad de la empresa para producir productos o prestar servicios, ya que no todos los productos o servicios tienen características que generan la misma satisfacción de los clientes, que, según este autor, tienen atributos influyentes más determinantes para su satisfacción, y para distinguir unos rasgos de otros, propone los siguientes puntos, señalando tres categorías: rasgos básicos, rasgos expresivos, y características agradables, porque no se esperan, y si no se entregan, no causan insatisfacción (Rodríguez, 2018).

Según Maldonado (2019), el desarrollo de la industria de servicios junto con el desarrollo de la sociedad, y un sistema integrado de actividades en el desarrollo del sector permite la combinación de varios mecanismos concebibles para promover el crecimiento económico del sector, Citalán (2020) que la calidad del servicio está directamente relacionada con el nivel de satisfacción del cliente que se puede alcanzar, teniendo en cuenta estos dos criterios, se puede concluir que, tal como lo plantea Ramírez (2015), este conjunto de actividades puede lograr planes de acción de beneficio personal, por lo que el crecimiento empresarial está directamente relacionado con el nivel de satisfacción que se puede alcanzar. Todo el mundo ha basado sus expectativas en lo que puede seguir.

Los orígenes de las microempresas se remontan según Ramírez (2015), nacieron en las últimas décadas del siglo XX y las primeras décadas de este siglo, y también son empresas que surgieron a raíz de la crisis. Economía y política global, según Pérez (2017). El crecimiento de las microempresas apareció en las culturas egipcias junto con el crecimiento de los faraones, quienes comenzaron a crear procesos que involucraban trabajo manual, según Ruiz (2017) Como hemos indicado, cada una de estas organizaciones tuvo un desarrollo sistemático desde oriente. Edades hasta que se logró el capitalismo, creando una base de apoyo para el proceso de formación de proyectos totales en una sociedad sensible y las necesidades de la población (Sitalán, 2020).

Según Hernández (2020), en el siglo XX, en Ford, una de las empresas automotrices más importantes del mundo, apareció un modelo de producción norteamericano

denominado Fordismo, que incluía la producción masiva de bienes, el consumo y el consumo. un tiempo corto, con una organización rígida cercana a la cadena productiva que favorece la economía interna y la demanda insatisfecha del mercado, sin embargo, carece de política económica global en la década de 1990 debido al fuerte papel global de la química (Citalán, 2020).

## **8.2. Factores de satisfacción de los clientes**

### **8.2.1. Atención al cliente**

El servicio de atención al cliente se puede definir como el conjunto de actividades que emprende una empresa para gestionar las relaciones con los consumidores actuales o potenciales antes y después de la venta de un producto, con el objetivo de lograr la mayor satisfacción posible del cliente. A menudo, esta área se llama servicio al cliente. El principal objetivo del departamento de atención al cliente es monitorear el comportamiento de los clientes y establecer un contacto directo con ellos para resolver cualquier problema o queja. Los deberes del departamento incluyen:

Las solicitudes, ideas e inquietudes de los clientes deben abordarse y tratarse.

Recopilar y gestionar la información generada a partir de la relación con los clientes, especialmente sobre las estimaciones de ingresos futuros.

Deben resolverse todos los problemas del servicio posventa, como la garantía, el reembolso, la reparación o el reemplazo (Ramírez, 2015).

#### **8.1.1.1. La calidad en la atención al cliente**

A medida que aumenta la competencia, aumenta la importancia de mejorar y adaptar el servicio al cliente a las necesidades del consumidor, porque cuanto mayor es la competencia, más probable es que los clientes elijan dónde comprar un producto o servicio. Que necesitas. Ante la creciente competencia en el mercado y la creciente variedad y singularidad de los productos disponibles, se genera la necesidad de brindar un valor agregado que pueda apoyar el desarrollo sustentable sistema de unidades que tengan un nivel suficiente de valor agregado relativo al percibido nivel de calidad (Ruíz, 2017).

El servicio al cliente es una parte esencial para determinar las ventas de una empresa. No hay mejor manera de aumentar tus ventas que mejorando tu servicio al cliente.

Además de que esto no significa necesariamente precios más altos, mejorar el servicio al cliente significa tratar a los clientes con amabilidad, responder más rápido, brindar tratamientos y soluciones personalizadas, la resolución de problemas puede desarrollarse como una actividad prioritaria. La generación de generación se usa indistintamente durante la coautoría del proceso (Ruíz, 2017).

#### **8.1.1.2. Estilos de Calidad**

##### **8.1.1.3. Perspectiva de la calidad de los clientes**

La calidad de un producto o servicio es cómo los clientes lo perciben. Es la fijación psicológica de un consumidor en un producto o servicio que dura solo hasta que se solicita una nueva especificación. La calidad es un conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le permiten cumplir requisitos implícitos o explícitos (Blanco, 2018).

Es el conjunto de propiedades inherentes de un objeto que le permiten cumplir con sus requisitos implícitos o explícitos. La calidad de un producto o servicio es percibida por el cliente, es la mentalidad del consumidor, la supuesta coherencia con un determinado producto o servicio, y su capacidad para satisfacer sus necesidades. Por lo tanto, debe definirse en el contexto bajo consideración, por ejemplo, la calidad de los servicios postales, servicios dentales, productos, vida, etc.

##### **8.1.1.4. Fidelización del Cliente**

La lealtad se puede definir como cualquier estrategia para garantizar que los clientes mantengan una relación sólida con una empresa a lo largo del tiempo. El objetivo de esta estrategia es inculcar una actitud positiva hacia la empresa por parte de los clientes, crear una voluntad de continuar, persuadir a las personas para que mantengan un volumen de compra continuo o aumenten sus compras, asociado con la lealtad le permite mantener las funciones esenciales en funcionamiento, sistema. Nivel de desarrollo desde el punto de vista convencional a la realidad basada en la acción (Hernández, 2020).

La lealtad se define como las acciones realizadas para asegurar que los clientes mantengan una relación sólida y duradera con la empresa. El objetivo es crear una buena actitud hacia la empresa entre los clientes, que es el motor para el cumplimiento continuo. La fidelización de los clientes se traduce en menores costes de servicio para la empresa. Además, es más probable que los clientes que nos compraron antes nos

vuelvan a comprar que los clientes nuevos, y los clientes que regresan requieren menos transacciones que los clientes nuevos durante todo el proceso de venta (Pérez, 2018).

## **8.1.2. Servicio al cliente**

### **1.1.2.1. Producto y Servicio**

Tanto los componentes tangibles como los intangibles son necesarios para el funcionamiento efectivo de los productos y servicios y viceversa. Por tanto, la naturaleza del producto es tangible, para funcionar en el mercado, el producto necesita de un componente intangible, que es el servicio. Por ejemplo, cuando necesitamos comprar un medicamento para el dolor de cabeza, vamos al supermercado o la farmacia de enfrente. Las compras incluyen el servicio al cliente, la facturación y la entrega del producto, y cada uno de estos elementos se puede combinar en un proceso que integre los diferentes elementos hasta que se cumplan las metas propuestas (Grunauer, 2018).

### **8.1.2.2. Comprador y cliente**

Comprador es cualquier individuo o empresa que compra un producto o servicio de nuestra empresa, pero puede optar por comprar a otro proveedor en cualquier momento. Esto se debe a que su elección de compra depende de las características del producto, el entorno comercial y/u otros factores, y nuestra marca no interferirá con la satisfacción de sus necesidades. No hay garantía de que el comprador nos vuelva a elegir después de la compra, lo que permite que el proceso interactivo facilite un cierto nivel de desarrollo que se traduce en objetivos comerciales (Vizano, 2018).

En cambio, las opciones de compra de nuestros clientes están influenciadas por nuestro compromiso porque nos beneficia. Debido a que hemos establecido relaciones que se extienden más allá de escenarios de compra específicos, a cambio de tranquilidad, soporte o la calidad de nuestros productos o servicios, usted puede aceptar nuestros términos y condiciones desfavorables en comparación con las ofertas de la competencia; Estos factores se pueden comparar con las necesidades de cada elemento (Vizcano, 2018).

### **8.1.2.3. Selección de los clientes a quienes se les dará el servicio**

No es posible satisfacer todas las necesidades con el mismo producto, por lo que es recomendable enfocarse en un pequeño grupo de personas con necesidades similares y satisfacerlas brindándoles un buen valor. Una vez que haya identificado su grupo

demográfico objetivo, cree una propuesta de valor única que diferencie su producto de la competencia. Los consumidores deben considerar su propuesta de valor al momento de realizar una compra, considerando que la compra de un producto o servicio es una combinación de factores que pueden combinarse para crear un proceso que permita la construcción de elementos a partir de un conjunto de contenido fijo. Las actividades que benefician a la sociedad a menudo construyen valores compartidos interoperables dentro de ellas (Galón, 2017).

#### **8.1.2.4. Ciclo del Servicio**

Todo el proceso por el que pasa un cliente desde que compra o recibe un servicio se conoce como el ciclo de vida del servicio y está influenciado por su experiencia continua de interacción con el contacto, que es el momento real. La experiencia del cliente puede ser positiva o negativa e influirá en el resultado final de su experiencia. Los ciclos de servicio se optimizan cuando su estructura es simple y hay la menor cantidad posible de puntos de contacto, ya que esto da como resultado que los clientes den menos pasos para obtener el mejor servicio. Además, la prestación de servicios de una forma más sencilla crea una imagen positiva de la empresa y por tanto de todo el servicio recibido (Torre, 2018).

#### **8.1.3. Satisfacción al cliente**

Como se mencionó anteriormente, muchos autores describen la satisfacción del cliente de diferentes maneras, pero básicamente es la evaluación del cliente sobre el producto o servicio, es decir, desde la perspectiva de las expectativas. Según algunos autores, la satisfacción es un método de evaluación de la experiencia del cliente al adquirir un producto o servicio, en el cual se comparan las expectativas del cliente con los resultados obtenidos, cabe mencionar que la satisfacción del Cliente es un plan de desarrollo mutuo. Puede considerarse como un medio de acción funcional (Fernández, 2016).

Mientras que otros autores han relacionado la satisfacción con la retroalimentación que un cliente puede recibir al comprar un producto, es decir, la satisfacción será el resultado de la experiencia personal del cliente al consumir un producto. Uso del producto, donde el cliente tiene la ventaja de evaluar cognitivamente lo siguiente variables: y resultados, esfuerzo y recompensa o podría ser una combinación de estas

variables integradas y formar un frente común, cada una como parte de la estructura, que evoluciona en los niveles de satisfacción del cliente (Fernández, 2016).

### **8.1.3.1. Los niveles de satisfacción**

- **Desempeño Percibido:** Se refiere al desempeño percibido que los clientes creen que recibirán después de comprar un producto o servicio. En otras palabras, es el 'resultado' que el consumidor 'percibe' como resultado de la compra de un producto o servicio.
- **Expectativas:** Se relaciona con lo que los consumidores esperan de nuestra marca. En cada interacción con nuestros usuarios, como empresa somos responsables no solo de cumplir con las expectativas del producto y los requisitos del cliente, sino también de superarlos.
- **Satisfacción:** los clientes experimentan uno de los tres niveles de satisfacción después de comprar o recibir un producto o servicio:

**Insatisfecho:** Incumplimiento de las expectativas del cliente cuando el desempeño percibido del producto no cumple con las expectativas del cliente. **Satisfacción:** La satisfacción se produce cuando el rendimiento percibido de un producto cumple con las expectativas del cliente. **Satisfacción propia:** cuando el rendimiento percibido supera las expectativas del cliente, supera las expectativas del cliente (Domínguez, 2015).

La lealtad del consumidor a una marca o empresa es fácil de determinar en función de la satisfacción del consumidor, por ejemplo, los clientes insatisfechos cambian rápidamente de marca o proveedor. Los clientes satisfechos, por otro lado, permanecen leales, pero solo hasta que encuentran una oferta más atractiva de otro proveedor. Los consumidores satisfechos, por otro lado, permanecerán leales a la marca o al proveedor a través de conexiones emocionales que se extienden más allá de las elecciones racionales, lo que significa que los diversos grados de adaptación a diferentes procesos pueden usarse como un medio de desarrollo en el nivel de desarrollo agradable (Gómez, 2015).

La satisfacción del consumidor ha cambiado en la última década, pasando de tratarla como una cantidad estática a verla como un proceso con múltiples dimensiones en la interacción entre la empresa y el cliente. Por ello, enfatizar el índice de satisfacción del cliente basado en la evaluación de la calidad de los productos y servicios en el lugar de consumo. Muestra el efecto de experimentar ese goce absoluto en el proceso de compra



y consumo, desde las asociaciones más simples hasta los elementos más complejos que pueden ser sistematizados de manera focalizada (Gallón, 2017).

### **8.1.3.2. Las expectativas**

Son la esperanza del consumidor por algo. Las expectativas del cliente están determinadas por una o más de estas cuatro condiciones. Cabe señalar que cada cliente tiene expectativas únicas. Depende de sus interacciones previas con su negocio u otros negocios similares. Por supuesto, también depende de cómo se comunique su negocio: todo es importante, desde su logotipo, la publicidad hasta la apariencia de su sitio web. Estos son ejemplos de lo que sucede según la medida en que los factores funcionales pueden interactuar de manera focalizada (Chávez, 2018).

Si no se cumplen las expectativas de los clientes, es casi seguro que desaparecerán. Peor aún, puede ser difícil ganar la atención o incluso la confianza de los compradores. Cuando se cumplen las expectativas de los clientes, es más probable que los consumidores se conviertan en compradores. Tal vez regrese, tal vez no. Debes superar las expectativas de tus clientes. Si es así, el comprador podría convertirse en un cliente habitual. Por lo tanto, el objetivo debe ir más allá de las reglas, y para ello es necesario conocer al cliente para poder evaluar la percepción de cada persona y actuar en interés de cada sujeto (Domínguez, 2015).

### **8.1.3.3. Empresa centrada en los clientes**

La principal característica de una empresa orientada al cliente es que todos sus planes estratégicos están orientados al cliente. En otras palabras, todo lo que hace la compañía se trata de brindar una experiencia positiva al cliente. Todas las estrategias de conversión están diseñadas para que el cliente se sienta a gusto desde el primer contacto con la empresa, siga siendo un navegante, se convierta en un lead y comience su recorrido por las diferentes etapas del proceso de compra hasta el cierre de la venta (Sitaran, 2020).

### **8.1.3.4. Cultura de servicio en la satisfacción al cliente**

El término "cultura de servicio" se usa a menudo para referirse a las prácticas de ventas y servicio al cliente de una empresa. Si bien la idea nació en el ámbito comercial de la empresa, su relevancia, necesidad y aplicabilidad van mucho más allá del uso comercial

en beneficio de la empresa. La cultura de servicio se describe como la mejor manera de utilizar los recursos humanos, técnicos y tecnológicos para crear relaciones e integración plenas y amplias entre todos los sectores relevantes de la sociedad (individuos, empresas y comunidades). Parte de las cuatro ideas básicas:

- Haz las cosas de la mejor manera que puedas.
- Brindar un servicio mejor de lo esperado.
- Sea coherente con lo que cree, dice y hace y evite fingir sentimientos o acciones.
- Consideración cuidadosa de los demás para ayudarlos (Maldonado, 2015).

#### **8.1.3.5. Cultura Organizacional y el grado de satisfacción**

El entorno organizacional es un conjunto de características del entorno de trabajo que los empleados experimentan directa o indirectamente y se considera que es la fuerza impulsora detrás del comportamiento de los empleados. En pocas palabras, es un conjunto de características del entorno interno en el que trabaja una persona, es decir, un conjunto de características de la organización de una empresa. Como resultado, el clima ha jugado un papel importante en la comprensión del desarrollo organizacional desde que el término fue acuñado en la década de 1960, volviéndose cada vez más importante en la actualidad (Pinheiro, 2018).

El concepto de ambiente organizacional se basa en el supuesto de que las personas viven en ambientes complejos y dinámicos y que las organizaciones están conformadas por individuos, grupos y colectivos que producen diferentes comportamientos que afectan el ambiente. Por lo tanto, el entorno organizacional de cada persona se manifiesta de manera diferente debido a las diferentes circunstancias, lo que afecta directamente la forma en que percibe y por ende su desempeño laboral, lo cual puede ser sistematizado como una medida de su desempeño. Evaluar el nivel funcional del proceso de creación de un sistema portátil (Pinheiro, 2018).

## **8.2. Factores**

### **8.2.1 Factores Internos**

Entre los factores que pueden identificarse como priorizadores, se han identificado varios mecanismos que necesitan ser priorizados para el desarrollo de acciones potenciales relacionadas con el grado de codesarrollo.

### **8.2.1.1. Fortalezas**

Estas son las habilidades únicas que posee la empresa y le dan una ventaja sobre sus competidores. Recursos a controlar, capacidades y competencias, actividades realizadas de manera constructiva, etc. Las fortalezas son factores inherentes que no solo te permiten crecer, sino que te permiten diferenciarte de los competidores y así obtener una ventaja competitiva. En otras palabras, no todas las empresas tienen las mismas características, pero deben ser utilizadas de manera sustantiva para ganar una resistencia adecuada a los acontecimientos que radican en el desarrollo de la empresa en función de objetivos y resultados (Paula, 2018).

### **8.2.1.2. Debilidades**

Revelan los defectos fundamentales de la empresa y los factores que impiden el logro de los objetivos generales de la empresa. También pueden convertirse en un obstáculo en el funcionamiento diario. Sea lo que sea, suponen una amenaza para la rentabilidad, la eficiencia, la sostenibilidad y las previsiones de una empresa a corto, medio y largo plazo, y es importante reconocer cada una de las debilidades de la entidad para tomar la decisión adecuada en función de cada una de ellas, ellos. Las funciones pueden crear cierto nivel de abstracción para una serie de eventos incorporados (Guadalupe, 2017).

## **8.2.2. Factores externos**

### **8.2.2.1. Amenazas**

Si bien este es uno de los aspectos más frustrantes de FODA, las empresas deben ser conscientes de las amenazas externas para no bajar la guardia. Las regulaciones gubernamentales pueden afectar el tamaño de la competencia y los precios de una empresa. El uso de los recursos naturales por parte de su empresa puede verse afectado por cambios en las leyes o las condiciones ambientales. Las empresas que no logran adaptarse al cambio tecnológico pueden verse perjudicadas y, al mismo tiempo, pueden convertirse en sistemas desarrolladores que deben mejorarse de acuerdo con objetivos medibles (Gómez, 2015).

### **8.2.2.2. Oportunidades**

Investigar oportunidades puede ayudar al gerente de ventas a considerar formas de crecer. En general, las empresas poderosas siempre buscan crecer porque si no lo hacen, se quedan atrás y dejan que la competencia se adelante. Los mercados nuevos y en

crecimiento, los nuevos productos y soluciones comerciales y las asociaciones comerciales inteligentes son oportunidades para aumentar las ventas y las ganancias; según la oportunidad, pueden establecer la dirección correcta para el crecimiento de la empresa, al tiempo que permiten un espacio para la interacción entre todos los empleados de un equipo global, centrado en la innovación como sistema prioritario (Paula, 2018).

### **8.2.3. Cliente**

El término cliente también se usa indistintamente con comprador. Los clientes pueden comprar productos y consumirlos o comprarlos para que otros los consuman. Sin duda, los clientes son el objetivo principal de cualquier negocio, ya que todos los planes de mejoramiento deben estar orientados al consumidor, desarrollados e implementados, y todos los elementos deben establecerse de manera que esté en continua evolución, multidimensional. El cliente es el dueño de toda empresa, y es él quien posibilita la mejora de la funcionalidad lo suficiente para participar en el proceso del sistema de acuerdo con los objetivos y resultados de cada organismo (Blanco, 2018).

#### **8.2.3.1. Gustos y necesidades**

Las empresas deben priorizar el análisis para comprender a los consumidores, comprender sus necesidades y determinar si sus productos y servicios cumplen con estos estándares. Si queremos o necesitamos diferenciarnos de la competencia, debemos comenzar por definir lo que nuestros clientes realmente quieren. La gestión de siniestros y reclamaciones es parte fundamental para brindar un excelente servicio al cliente, tanto presencial como online, y es uno de los factores prioritarios para aumentar la satisfacción de las personas y tratar de equilibrar estos factores (Vizcano, 2018).

### **8.2.5. Productos y servicios**

#### **8.2.5.1. Productos**

Un producto es un conjunto de rasgos y características tangibles e intangibles que los clientes generalmente aceptan para satisfacer sus necesidades. Entonces, en planes de mejoramiento, si un producto no satisface una necesidad o no satisface una necesidad, no existe. La tendencia actual es que los conceptos de servicio acompañen cada vez más a los productos como una forma de aumentar la penetración en el mercado y seguir siendo altamente competitivos. Creemos que vale la pena detenerse en este punto y

explorar las posibles diferencias entre productos y servicios porque, como hemos dicho en este capítulo, estos términos suelen ser mal entendidos y utilizados incorrectamente (Ramírez, 2015).

#### **8.2.5.2. Servicios**

Es una acción o una serie de acciones dirigidas a satisfacer la necesidad o el deseo de un consumidor/cliente de uno o más bienes. Es cualquier acto o beneficio proporcionado por una persona a otra que es esencialmente invisible e inalcanzable. En otras palabras, es todo lo que los consumidores ven y agregan valor exactamente al mismo tiempo que aumenta la felicidad. Los servicios son actividades, beneficios o bonificaciones que se alquilan o venden, son intangibles y no dan lugar a redención. Se pueden considerar varios factores como parte del desarrollo de las operaciones generales del sistema de servicio extendido (Vizcano, 2018).

#### **8.2.5.3. Nivel de calidad**

La calidad de un producto o servicio se define como la evaluación que hace el cliente de su valor. Si los consumidores creen que un producto puede ayudarlos a satisfacer sus necesidades, calificarán la calidad como mejor o peor según su percepción de alguna variable asociada con ese producto. La calidad de un producto o servicio está determinada por factores medibles y las diversas etapas del proceso de producción. Por ejemplo, para juzgar la calidad de un producto, se deben instalar dispositivos de medición en diferentes etapas del proceso de producción, ya que todo afecta la calidad del producto final (Maldonado, 2015).

### **8.3. Microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas**

#### **8.3.1. Microempresas**

Una microempresa es una pequeña empresa dirigida por una persona natural o jurídica bajo la dirección de cualquier tipo de actividad económica, dedicada a cualquier tipo de actividad, como la producción o venta de productos o la prestación de un servicio, su capital de trabajo y la tecnología son diferentes y generan capital. El nivel de integración puede ser utilizado como solución para atender diferentes causas para incentivar procesos que puedan funcionar como parte de la secuencia para lograr

resultados, además de mantener acotado el número de ingresos, a la base (Lizarrazo, 2009).

### **8.3.1.2. Definición del sector**

El sector microempresarial de la industria de alojamiento, alimentos y bebidas conserva un rasgo común que lo distingue de otras industrias, especialmente cuando incorpora algunos de sus elementos a sus operaciones a nivel de alojamiento, alimentos y bebidas. El segmento de los grandes fabricantes es claramente importante para los candidatos particulares, son una de las industrias de mayor crecimiento en los últimos años y están directamente relacionados con el turismo, además de ser considerados una fuerte fuente de empleo, estimulando el sector económico (Vizcano, 2018).

### **8.3.1.4. Impacto en el PIB**

La previsión macroeconómica 2020 del BCE publicada en enero de este año sitúa los servicios de alojamiento y restaurantes en 12 de los 46 sectores de actividad económica, con una aportación para 2020 de 2.388,63 millones de dólares (2% del PIB). Según el Ministerio de Turismo - MINTUR, el total de establecimientos registrados en 2019 fue de 24.382 establecimientos, de los cuales el 85,3% pertenecía a servicios de alojamiento y restaurantes, un crecimiento medio del 2,9% en el periodo 2011-2019. Según datos del MINTUR, en 2019 estaban activos 16.569 locales de restaurantes, de los cuales el 78,0% eran restaurantes y máquinas expendedoras. Además, el 87,4% de las instituciones registradas se encuentran en la segunda, tercera y cuarta categoría (CEPAL, 2020).

## **8.3.2. Hoteles y restaurantes**

### **8.3.2.1. Rentabilidad**

La capacidad de cualquier cosa para generar suficiente utilidad o ganancia se llama rentabilidad. Por ejemplo, una empresa es rentable cuando los ingresos superan los costes, un cliente es rentable cuando los ingresos superan los costes y una región o rama de la empresa es rentable cuando los ingresos superan los costes. Sin embargo, la rentabilidad se define más específicamente como una medida cuantitativa de la relación

entre una ganancia o beneficio obtenido y la inversión o los recursos necesarios para lograrlo.

#### **8.4. Fundamentación legal**

##### **Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas**

Artículo 3 - Exclusiones. - Los siguientes establecimientos no se rigen por este reglamento y no son servicios de alimentos y bebidas para el turismo. 1. Incluye a las personas que brindan comida o bebida gratis o con ayuda, independientemente de la propiedad. 2. No en forma de franquicia, arrendamiento o subcontratación, incluida la provisión de alimentos o bebidas a grupos privados no públicos, como universidades, escuelas o comedores corporativos. 3. Prestar servicios a través de máquinas expendedoras, vendedores ambulantes, locales de comida rápida, cines, panaderías, quioscos y lugares casi cerrados.

##### **LEY N0. 30056 -Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial- 02 de julio 2013**

Artículo 1.- Objeto de Ley La presente ley tiene por objeto establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME), estableciendo políticas de alcance general y la creación de instrumentos de apoyo y promoción; incentivando la inversión privada, la producción, el acceso a los mercados internos y externos y otras políticas que impulsen el emprendimiento y permitan la mejora de la organización empresarial junto con el crecimiento sostenido de estas unidades económicas.

##### **Decreto Legislativo 1086 - Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente**

Se crea el régimen laboral especial de las Micro y pequeñas empresas, este régimen es de naturaleza permanente por lo que el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) aprobó el D.S. N. ° 007-2008- TR el 30 de setiembre de 2008, mismo que entró en vigencia el 01 de octubre de 2008.

## **LEY No. 20150024-A Reglamento de alojamiento Turístico**

(Ministerio de Turismo, 2016) a través de la Ley No 20150024-A del reglamento de alojamiento Turístico publicada el 24 de marzo del 2015 emitida por el Ministerio de Turismo y su última modificación el 18 de febrero del 2016, establece los siguientes ítems en el régimen laboral de los establecimientos de alojamiento.

Capítulo II párrafo. 1 del Reglamento de Alojamiento establece los requisitos para la preinscripción y las Condiciones. 7 establece que las personas naturales o jurídicas deberán contar con los siguientes documentos antes de proceder a los trámites de registro de los establecimientos de alojamiento turístico:

- a) Para las personas jurídicas, los estatutos sociales, el aumento de capital o la modificación de los estatutos sociales hayan sido debidamente inscritos en el registro mercantil.
- b) Designar un representante legal debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
- c) Un Registro Único de Contribuyentes (RUC) de una persona natural o jurídica.
- d) Cédula de identidad o cédula de ciudadanía y credencial para votar de la persona natural o del representante legal de la sociedad.
- e) La hipoteca local o certificado de arrendamiento (si lo hubiere) haya sido legalizado por la autoridad competente.
- f) Un inventario del valor de los activos fijos de la empresa, a cargo del propietario o de su representante legal.
- g) Depositar la milésima parte del valor de los activos fijos.
- h) Para utilizar un nombre comercial, el establecimiento de alojamiento deberá cumplir con lo dispuesto en la ley de propiedad intelectual y la normativa vigente en la materia.

Artículo 8. También en el Capítulo 2, inciso. 1. La información sobre los procedimientos de registro e inspección de las instalaciones turísticas se proporciona de la siguiente manera:

- a) La VNAT contará con una herramienta digital obligatoria para el registro de alojamientos turísticos, la cual determinará el cumplimiento de los requisitos de clasificación y calificación.
- b) Para registrarse, el empresario debe seguir los pasos del sistema digital habilitado por la Oficina de Turismo. Al final del proceso, el sistema emitirá un certificado de registro de la sede.
- c) La Administración Nacional de Turismo realizará la verificación y/o inspección de las instalaciones. Al término de la inspección, el funcionario expedirá un certificado al



propietario, representante legal, administrador o encargado del alojamiento y levantará un expediente de la tasación realizada. Se entregará una copia de este certificado a la empresa.

d) Si de los resultados de la fiscalización se desprende que la empresa no obtuvo la información correcta al momento del registro o la modificó posteriormente, la Administración Nacional de Turismo o el Gobierno al que se transfirió la fiscalización.

## **9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS**

**¿Cuáles son los principales conceptos y teorías que sirvan de fundamento para conocer los factores de satisfacción de los usuarios?**

Dentro de la investigación los principales conceptos que predominan para la determinación de los factores de satisfacción de los usuarios se encuentran el ambiente, atención al cliente, precio, seguridad que son elementos esenciales que permiten generar un ambiente de satisfacción.

**¿Cuál es la percepción de los usuarios de las microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas del Cantón La Maná, respecto a sus servicios?**

Los Factores de satisfacción de los clientes de las microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas del cantón La Maná de acuerdo a los resultados de investigación se logra establecer aspectos negativos lo cual hace perder competitividad frente a empresas que son consideradas potencialmente competitivas en otras ciudades; debido a factores como seguridad, precio, ambiente e innovación que no se han desarrollado de manera adecuada.

**¿Es prioritario diseñar una propuesta para el mejoramiento de la satisfacción de los usuarios?**

Tomando en cuenta los resultados de las encuestas y entrevistas aplicadas se determina que es prioritario el desarrollo de una propuesta integral que abarque factores como atención al cliente, competitividad a través de precios, ambiente, seguridad, productos de calidad y desarrollo de procesos sustentables que promuevan acciones de forma conjunta entre los microempresarios y todo el equipo que la integran, fomentando de esta manera el crecimiento adecuado a través de un sistema de actividades que desarrollen el potencial del sector de manera constante.

## **10. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **10.1. Método teórico (Histórico lógico)**

La sociedad tiene muchos procesos en constante cambio, uno de los cuales es la gestión de la satisfacción del cliente de muchos productos o servicios adquiribles, se deben construir procesos muy altos de acuerdo con la situación real, por lo tanto, es necesario aplicar la teoría del enfoque que evalúa en función de cada factor resultante. Desde la relación de proceso, la variable bajo prueba es examinada desde un ángulo diferente de manera trascendental. Los resultados obtenidos deben mantener la relación y consistencia entre cada factor analizado de forma que se pueda evaluar su impacto en el nivel de servicio percibido de cada cliente (Tiberius, 2020).

### **10.2. Método inductivo**

Es conocido como el método científico que llega a conclusiones generales a partir de hipótesis o antecedentes particulares. Además de los conceptos básicos, permite un nivel de investigación basado en los resultados obtenidos y basado en el sistema de relaciones para determinar las características prioritarias de cada proceso. Este método científico buscó emitir conclusiones generales a partir de las preguntas científicas planteadas en la investigación. Mediante el uso de este método se conoció a profundidad la manera que influyen cada uno de los elementos en la satisfacción de los usuarios de las microempresas dedicadas a la actividad de alojamiento, comidas y bebidas en el ámbito socioeconómico del cantón La Maná empleando información de fuentes primarias y secundarias (Serrano, 2020).

### **10.3. Analítico sintético**

De acuerdo al enfoque de investigación de los factores de la satisfacción del cliente, es necesario enfocarse en el análisis a profundidad, de acuerdo a este criterio se debe utilizar el método analítico sintético, debido a que cada concepto utilizado puede ser evaluado. Se utiliza como base para estructurar el desarrollo procedimental de cada sistema de elementos, lo que se refleja en el sistema de resultados del análisis para crear un proceso sistemático de estructuración de acciones de acuerdo con la realidad. Entre las acciones realizadas como medio primario de funciones, se encuentra un proceso en el procesamiento de la información (Tiberio, 2020).

## **10.4. Método empírico**

### **Valoración por expertos**

Dentro del desarrollo de la investigación se empleará el método empírico tomando en cuenta que es necesario fundamentar los instrumentos de aplicación a través de profesionales, los mismos que aportan con criterios sustentables basados en la experiencia y bases teóricas, formando de esta manera un ciclo de aporte a la sociedad, debido a ello se tomará como eje prioritario el criterio del tutor y docentes de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas de la Universidad Técnica de Cotopaxi-Extensión La Maná, mismos que consideraran si es apropiado emplear el estudio de la variable (Serrano, 2020).

## **10.5. Tipo de investigación**

### **Bibliográfica**

La investigación comienza con un proceso central estructurado que proporciona la información necesaria para justificar cualquier concepto relacionado con el tema sobre el que se basa en fuentes de información confiables, como libros, revistas, artículos de investigación y sitios web de buena reputación, así como información sobre alojamiento, servicios de restaurante y bebidas; permitiendo nuevamente el sustento científico de cada factor analizado y en base a ello, identificar varios aspectos que deben ser considerados importantes en el estudio. Para facilitar un proceso constructivo, se utilizó el método Sampieri para establecer un marco teórico (Serrano, 2020).

### **De Campo**

El desarrollo de la encuesta se centró en hechos sobre el mismo lugar para conocer el nivel de percepción de cada persona como cliente, así como conocer la opinión de cada directivo de la empresa. En las filas de alojamiento, comidas y bebidas. Vale la pena mencionar que es muy importante identificar cada uno de estos factores porque conducen a la estructura correcta de las instrucciones necesarias que pueden desarrollar la sociedad en su conjunto y proporcionar una base general (Hernández, 2014).

**Nivel o alcance.****Descriptiva**

Como parte del tema propuesto, la investigación descriptiva permitirá evaluar cada factor de la satisfacción del usuario con los servicios de alojamiento y alimentación, teniendo en cuenta que permiten evaluar la calidad de los servicios de alimentación y bebida, la cantidad de servicio que recibe cada persona según a los siguientes criterios: Gestionado dentro de una gama de estándares, incluyendo la evaluación de los niveles de comunicación, la calidad del servicio y los estándares de confiabilidad, todos relacionados con las áreas de impacto. Cabe señalar que en la investigación se establece la descripción, análisis e interpretación del estado actual en relación a la percepción del usuario a partir del comportamiento de cada uno de los involucrados (Hernández, 2014).

**10.6. Técnicas de la investigación utilizada****Encuesta**

Mediante la encuesta se pretende desarrollar un proceso de recopilación de información a través de preguntas cerradas que permiten valorar el nivel de aceptación de cada uno de los sitios, es necesario recalcar que al ser microempresas dedicadas al servicio de alojamiento, comidas y bebidas la población en general está familiarizada con cada uno de estos servicios brindados por ello se puede establecer mecanismos de investigación dirigidos de forma global (Serrano, 2020).

**Entrevista**

Dentro de la investigación es prioritario contar con información exacta y proyectada de diversos escenarios, por ello es prioritario mantener una visión de los diversos actores, en este caso se aplicará la entrevista a cada uno de los Gerentes de las microempresas dedicadas al servicio de alojamiento, comidas y bebidas del cantón La Maná, con ello se logra proyectar el nivel de atención que cada uno de ellos brinda dentro del área de investigación (Dionisio del Rio, 2013).

**10.7. Instrumentos utilizados****Cuestionario**

El cuestionario está enfocado en dos técnicas para el desarrollo de las encuestas que serán aplicadas a la población del cantón La Maná como clientes referenciales, además

el cuestionario de la entrevista que será aplicado a los Gerentes de cada uno de los establecimientos de alojamiento, comidas y bebidas del cantón La Maná a fin de obtener información adecuada que permita direccionar un proceso descriptivo basado en la realidad de cada una de las personas respecto a los servicios que están brindando.

### 10.8. Diseño de investigación

El desarrollo del diseño del estudio permite enfocar el tema desde el punto de vista del análisis de variables, en este caso se utilizan los factores de satisfacción para permitir una visualización clara del sistema de escenarios de desarrollo creado a partir de las observaciones. El enfoque analítico, que tiene en cuenta la necesidad de un análisis factor por factor basado en las respuestas generadas por los clientes, también se centra en el uso de la confirmación de expertos del cuestionario aplicado empíricamente, lo que facilita el proceso de recopilación de información confiable para la investigación desarrollo (Tíbero, 2020).

El tipo de investigación centrada en el tema es una bibliografía que sustenta cada concepto a través de fuentes medulares que permiten integrar la información necesaria en el tema, comenzando con la variable prueba como coeficiente de satisfacción. Clientes relacionados con los servicios de alojamiento y restaurantes. La investigación descriptiva fomenta la descripción detallada de cada elemento en función de una variedad de fundamentos temáticos, por lo que los usuarios y gerentes de cada empresa de servicios de investigación, serán encuestados en todo el cantón La Maná

### 10.9. Población y muestra

#### Población

Teniendo en cuenta la naturaleza de la investigación se ha tomado en cuenta la siguiente población de acuerdo a las proyecciones emitidas por el INEC de crecimiento poblacional para el año 2020. (Ver anexo N°10)

**Tabla 2.** Universo poblacional

<b>Población</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Técnica</b>
Población del cantón La Maná, año 2020	56905	Encuesta
<b>TOTAL:</b>	<b>56905</b>	

**Fuente:** Proyección de crecimiento poblacional INEC (2020)

Se toma en cuenta la población del cantón La Maná debido a que los clientes que hacen uso de los diferentes servicios se enfocan desde un plano local y sus resultados se proyectan a la totalidad. De acuerdo a datos proporcionado por el Ministerio de Turismo (2021), el cantón La Maná registra un total de 14 microempresas destinadas a servicios de alojamiento; mientras que existen 29 establecimientos dedicados al desarrollo de comidas y bebidas.

**Tabla 3** Microempresas dedicadas al servicio de alojamiento, comidas y bebidas

N°	Segmento	Cantidad
1	Servicios de alojamiento	14
2	Comidas y bebidas	29
<b>TOTAL</b>		<b>43</b>

Fuente: Ministerio de Turismo (2020)

### Técnica muestra

Tomando en cuenta que se maneja un grupo poblacional muy alto, se ha optado por realizar la técnica del muestreo aleatorio, aplicando la siguiente fórmula:

### Formula de cálculo

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

Una vez aplicado la fórmula de la muestra (ver Anexo N°11), se obtiene el tamaño de la muestra aplicando el valor del redondeo.

Tamaño de muestra  $n = 382$

### Cálculo de estratos por edades

Para el cálculo por estratos se ha tomado en cuenta la muestra hallada en base a la población de cantón La Maná y la pirámide poblacional del Ecuador por edades (ver anexo N°12).

**Tabla 4.** Estratos por edades

<b>Estratos</b>	<b>Muestra</b>	<b>Porcentaje</b>
0- 14 años	105	27,39%
15-64 años	248	65,02%
64 años en adelante	29	7,59%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Investigadores

De acuerdo a la tabla se obtiene que se debe encuestar a 105 personas en un rango de 0 a 14 años, 248 personas en rango de 15 a 64 años a fin de obtener información adecuada respecto a los factores de satisfacción de las empresas de alojamiento, comidas y bebidas.

### **Validación del instrumento**

Para la validación de los instrumentos de investigación se tomará en consideración el criterio de especialistas que son agrupados en los docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi – Extensión La Maná, de la misma forma para la validación de confiabilidad de la información se acudirá al criterio de especialistas, en función a criterios para tomar decisiones (Parada, 2020).

### **Procesamiento y análisis de la información**

Luego de tener los resultados de la encuesta, para verificar la confiabilidad de la información, se procesará la información a través del programa Excel mediante tablas y gráficos estadísticos que permitan desarrollar cada uno de los criterios de confiabilidad de la investigación, estos parámetros serán analizados y se interpretará cada ítem generado a partir del resultado (Tíbero, 2020).

## 11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

### 11.1. Resultados de la encuesta dirigida a los usuarios de los servicios de alojamiento del cantón La Maná

#### Calidad de Servicio

#### 1. ¿Ha ocupado el servicio de algún hotel del cantón La Maná?

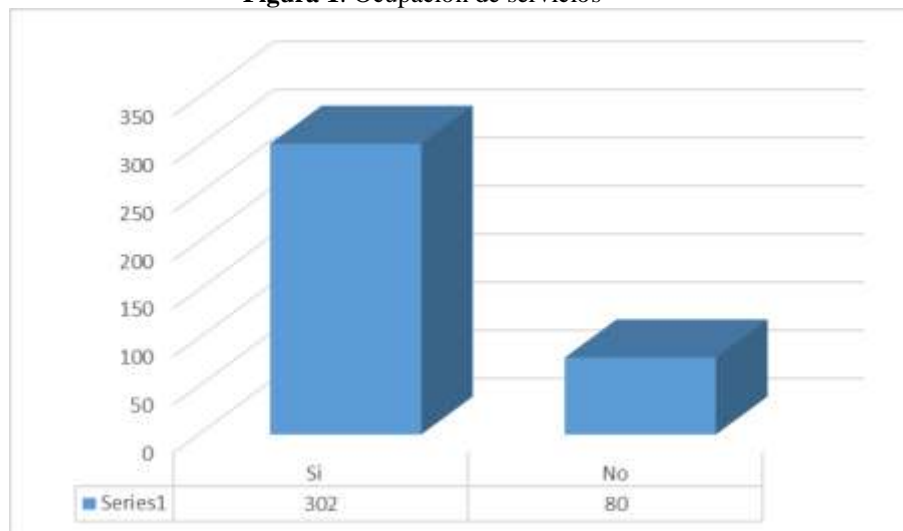
**Tabla 5.** Ocupación de servicios

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	302	79
No	80	21
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

**Figura 1.** Ocupación de servicios



**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

#### Análisis e interpretación de resultados

De acuerdo a los resultados se obtiene que el 79% de encuestados si ha ocupado algún lugar de hospedaje en el cantón La Maná y el 21% no ocupado algún lugar de hospedaje en la localidad; tomando en cuenta estos resultados se da factibilidad al desarrollo de la investigación a fin de consolidar la información que se requiere dentro del nivel de satisfacción.



## 2. La atención brindada en estos sectores es:

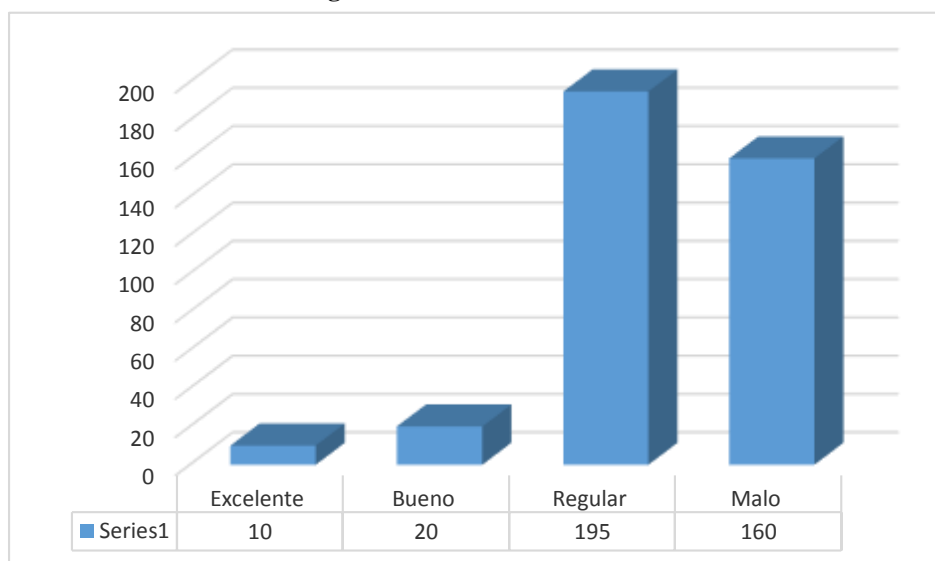
**Tabla 6.** Atención en sectores

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Excelente	10	3.00%
Bueno	20	5.00%
Regular	195	51.00%
Malo	160	41.00%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

**Figura 2.** Atención en sectores



**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

### **Análisis e interpretación de resultados**

En base a los resultados de la encuesta se obtiene que el criterio que tienen los usuarios sobre el nivel atención es 51% regular, 41% malo, 5% bueno y 3% excelente. Es necesario establecer una visión de que elementos son los más relevantes y cuáles son las debilidades que presentan cada una de las personas que hacen uso de los servicios de hospedaje a fin de verificar los aspectos más relevantes en cuanto al desarrollo de la investigación respecto al nivel de atención al cliente que cada una de las entidades proporcionan.

### 3. ¿Recomendaría los servicios de alojamiento del cantón La Maná?

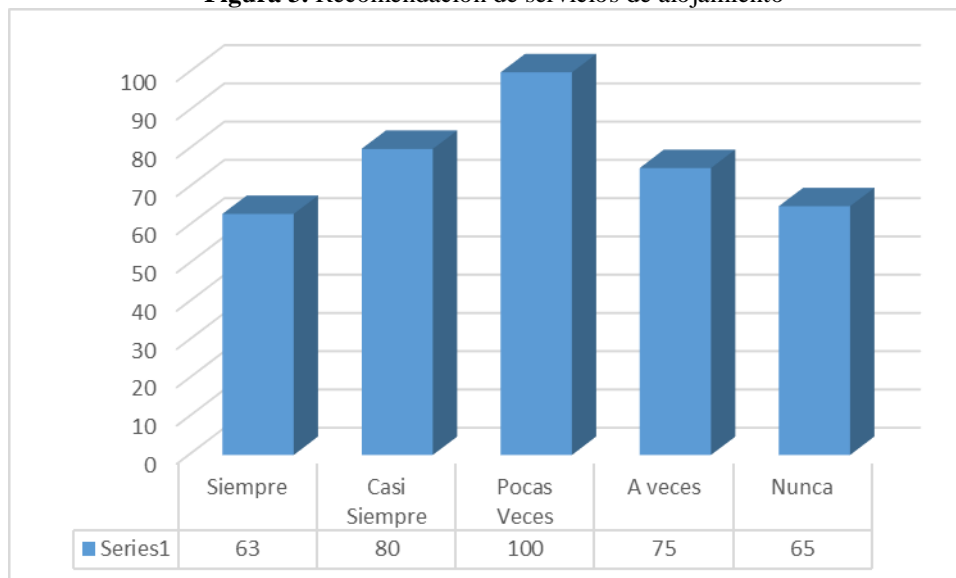
**Tabla 7.** Recomendación de servicios de alojamiento

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	63	16.00%
Casi Siempre	80	21.00%
Pocas Veces	100	26.00%
A veces	75	20.00%
Nunca	65	17.00%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

**Figura 3.** Recomendación de servicios de alojamiento



**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

#### **Análisis e interpretación de resultados**

De acuerdo a los resultados de la encuesta sobre el nivel de recomendación que opinan los usuarios se aprecia que el 26% indica que pocas veces, el 20% a veces, el 21% casi siempre, el 17% nunca y el 16% siempre; con estos resultados se evidencia que existen factores que deben ser mejorados o procesados de diferente manera que su impacto sea adecuado en base al desarrollo de procesos dentro de los servicios de alojamiento que brindan cada una de las entidades.

**4. ¿Los servicios de alojamiento del cantón La Maná, se han esmerado en brindar un adecuado servicio de calidad?**

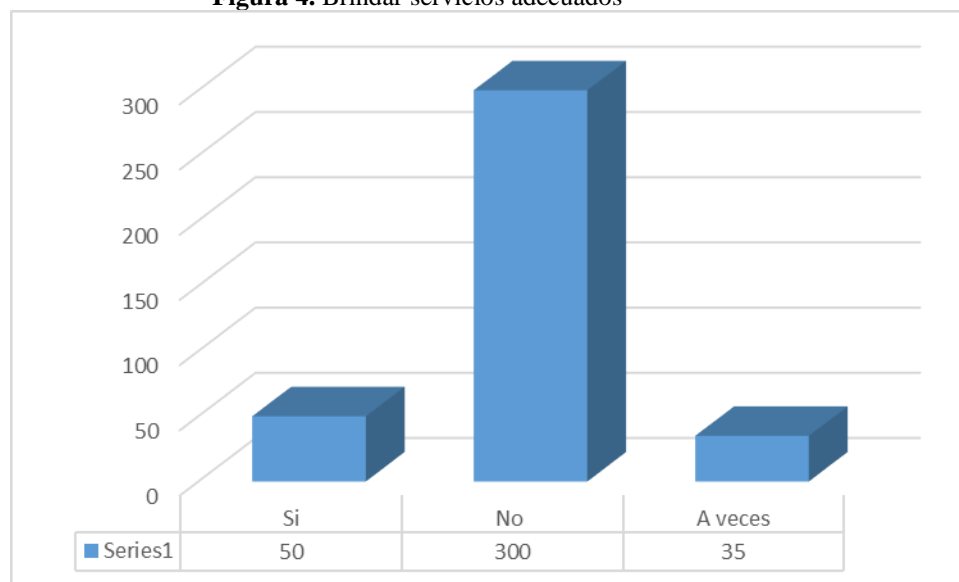
**Tabla 8.** Brindar servicios adecuados

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	13.00%
No	300	78.00%
A veces	35	9.00%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

**Figura 4.** Brindar servicios adecuados



**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

### **Análisis e interpretación de resultados**

En base a los resultados que se han planteado en la investigación se obtiene que el 78% de encuestados indica que no brindan un servicio adecuado de calidad, un 13% indica que si y el 9% restante que a veces, lo cual es un precedente para establecer que existen elementos que deben ser mejorados con el propósito de generar acciones de manera adecuada dentro del desarrollo de actividades cotidianas, basado en los resultados con un porcentaje sumamente alto lo cual va afectar de manera directa al desarrollo empresarial en cada una de las etapas que se van generando.

## Precio

### 5. De acuerdo a su criterio considera que los precios de los servicios de alojamiento son:

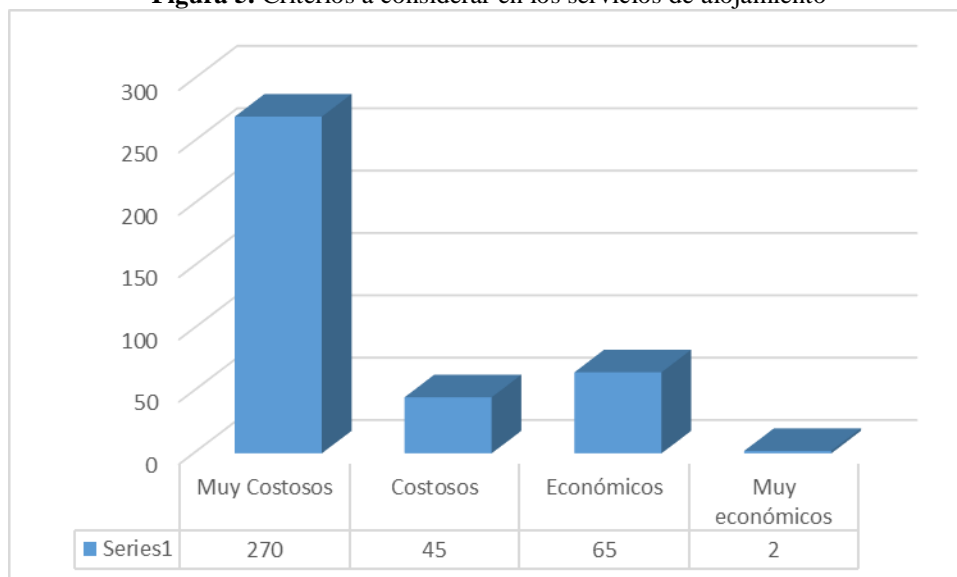
**Tabla 9.** Criterios a considerar en los servicios de alojamiento

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Muy Costosos	270	71.00%
Costosos	45	12.00%
Económicos	65	17.00%
Muy económicos	2	0.00%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

**Figura 5.** Criterios a considerar en los servicios de alojamiento



**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

### Análisis e interpretación de resultados

Las personas que han expresado su criterio referente a los precios establecen en un porcentaje del 71% que es muy costoso, 17% económicos y 12% costosos lo cual permite observar que los criterios son divididos y estos deben ser analizados de manera adecuada para mejorar la visión que tienen cada uno de los clientes. Sobre todo, es importante tomar en cuenta que al considerar el costo muy elevado por la mayor parte de encuestado se debe generar estrategias que permitan cambiar esta visión.

## 6. ¿Las tarifas de los servicios de alojamiento del cantón La Maná, son competitivos?

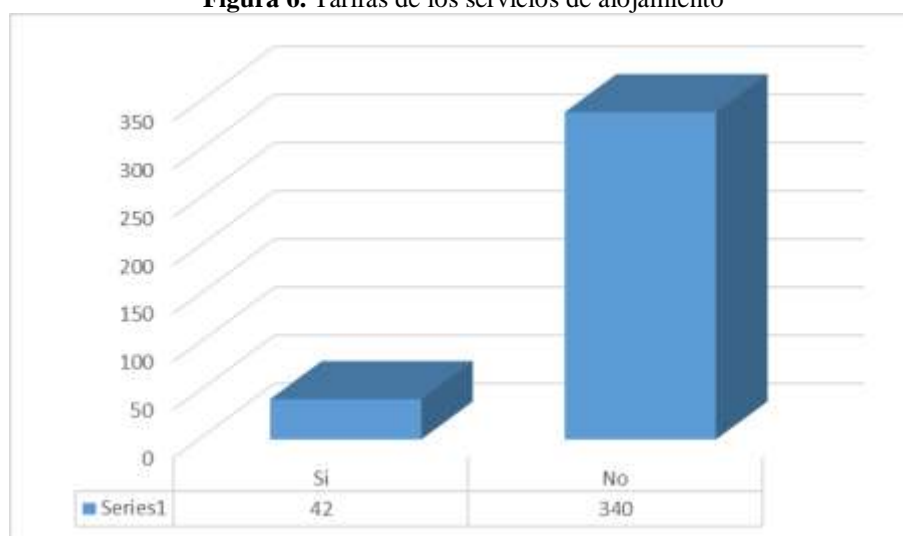
**Tabla 10.** Tarifas de los servicios de alojamiento

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	42	11.00%
No	340	89.00%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

**Figura 6.** Tarifas de los servicios de alojamiento



**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

### **Análisis e interpretación de resultados**

Mediante las encuestas aplicadas se obtiene que los usuarios mantienen un criterio que las empresas de alojamiento del sector no son competitivas de acuerdo al 89%, mientras que el 11% afirma que si son competitivos; por ello es esencial tomar en cuenta el factor precio dentro del nivel de competitividad que se pretende manejar a fin de mejorar resultados de acuerdo a la realidad de cada una de las empresas de alojamiento del cantón La Maná.

## 7. ¿Está de acuerdo en que los precios de los servicios de alojamiento deben mantenerse?

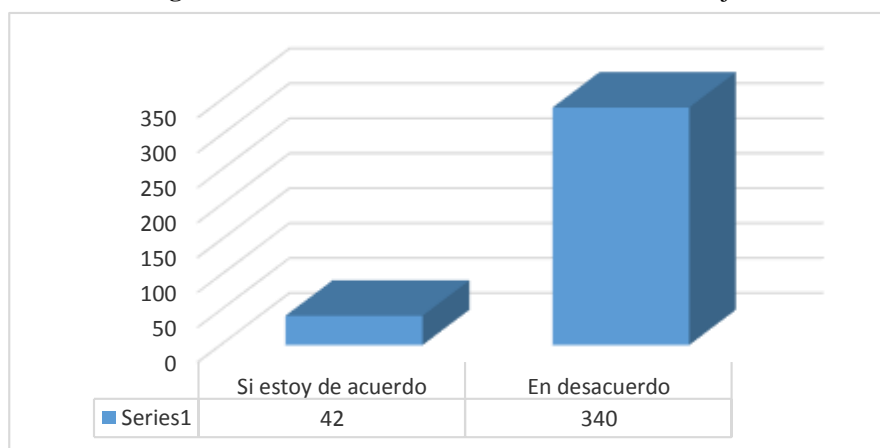
**Tabla 11.** Precios a mantenerse en los servicios de alojamiento

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si estoy de acuerdo	42	11.00%
En desacuerdo	340	89.00%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

**Figura 7.** Precios a mantenerse en los servicios de alojamiento



**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

### Análisis e interpretación de resultados

Otro de los factores que se han tomado en cuenta para el desarrollo de la investigación es que, si los precios deben mantenerse o deben reajustarse, el 89% indica que deben reajustarse, mientras que el 11% indica que deben mantenerse; esto es importante tomar en cuenta debido a que la mayor parte de usuarios tiene la visión que los precios no son los adecuados por ellos estos deben variar en función de los servicios que brindan en cuanto a calidad y calidez.

## Medio Ambiente

### 8. ¿El área de recepción del hotel, las instalaciones y habitaciones que se ofrecen como servicios de alojamiento en el cantón La Maná le parecen atractivas?

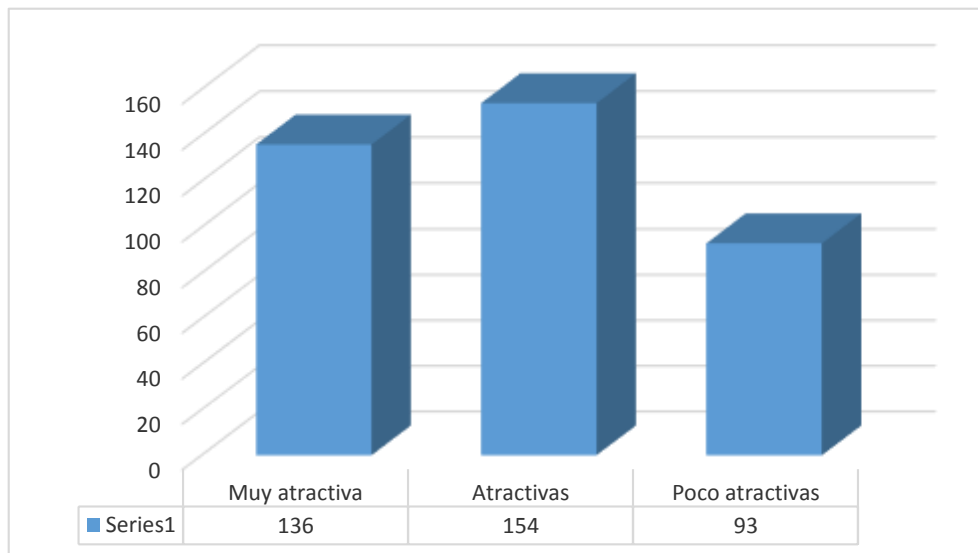
**Tabla 12.** Área de recepción

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Muy atractiva	136	35.00%
Atractivas	154	40.00%
Poco atractivas	93	25.00%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchipe y Shirley Cecibel Flores Mueses

**Figura 8.** Área de recepción



**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchipe y Shirley Cecibel Flores Mueses

### Análisis e interpretación de resultados

Los usuarios son el factor esencial dentro de las microempresas de alojamiento, por ello el criterio que ellos mantienen es de vital importancia a fin de consolidar criterios como el ambiente de las instalaciones, el 40% considera que son atractivas y el 25% consideran que son poco atractivas, de esto se desprende la relación con las preguntas anteriores verificar factores de satisfacción.

**9. ¿Considera que los servicios de alojamiento del cantón La Maná mantienen sus instalaciones adecuadas?**

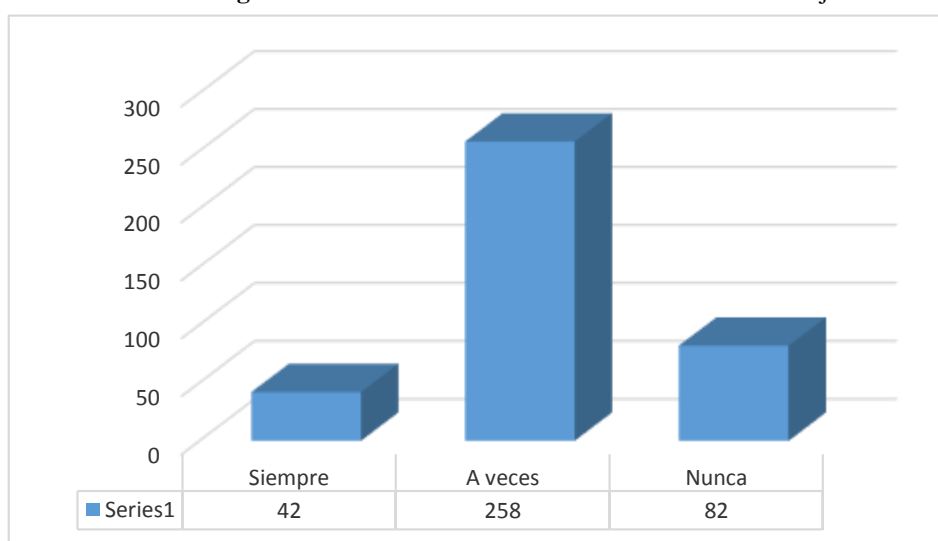
**Tabla 13.** Instalaciones adecuadas de los servicios de alojamiento

<b>Ítem</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre	42	11.00%
A veces	258	68.00%
Nunca	82	21.00%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchipe y Shirley Cecibel Flores Mueses

**Figura 9.** Instalaciones adecuadas de los servicios de alojamiento



**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchipe y Shirley Cecibel Flores Mueses

### **Análisis e interpretación de resultados**

La percepción de las instalaciones de acuerdo a los resultados de las encuestas es evidente el 68% de personas encuestas afirma que las instalaciones se encuentran en buen estado a veces, el 21% que nunca y el 11% que siempre, por ello se debe tomar en cuenta este factor a fin de consolidar un servicio agradable que permita fomentar un manejo potencial de visitantes a través de recomendaciones por la calidad de servicio, el mismo que puede ser recomendando a otras personas para generar aspectos prioritarios como el nivel de recomendación entre cada uno de los clientes.



**10. ¿Cree que los espacios y el ambiente que brindan los servicios de alojamiento del cantón La Maná son adecuadas para los visitantes?**

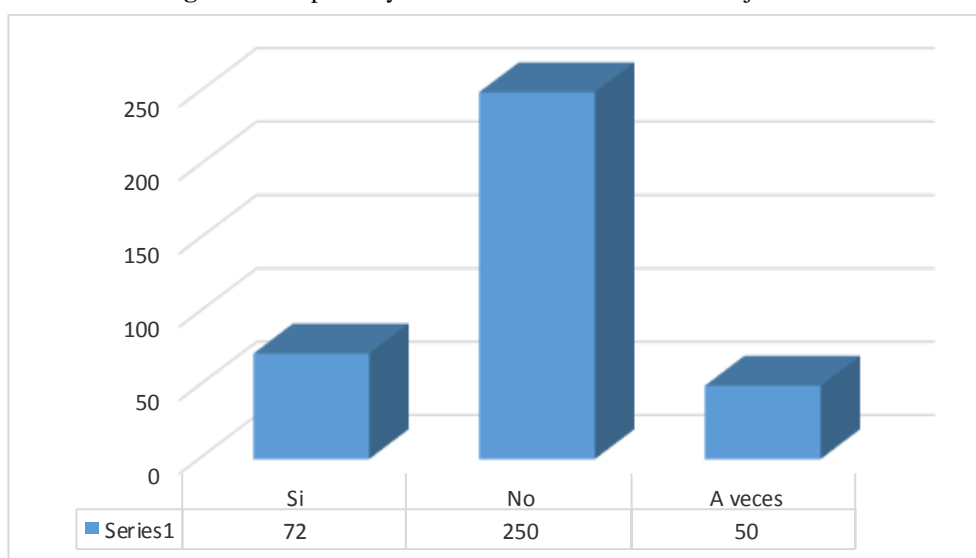
**Tabla 14.** Espacios y ambiente en los servicios de alojamiento

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	72	19.00%
No	250	67.00%
A veces	50	14.00%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

**Figura 10.** Espacios y ambiente en los servicios de alojamiento



**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

### **Análisis e interpretación de resultados**

De acuerdo a los resultados de la encuesta se obtiene que el 67% manifiesta que el ambiente de las empresas de alojamiento no son las adecuadas, el 19% afirma que si son adecuadas y el 14% que a veces zona adecuadas; con estos resultados es importante mencionar que se debe fortalecer aspectos fundamentales como son los ambientes y elementos cotidianos para generar una visión acogedora a cada uno de los visitantes.

### 11. ¿Considera que los servicios de alojamiento del cantón La Maná, innovan de forma constante el ambiente de sus instalaciones?

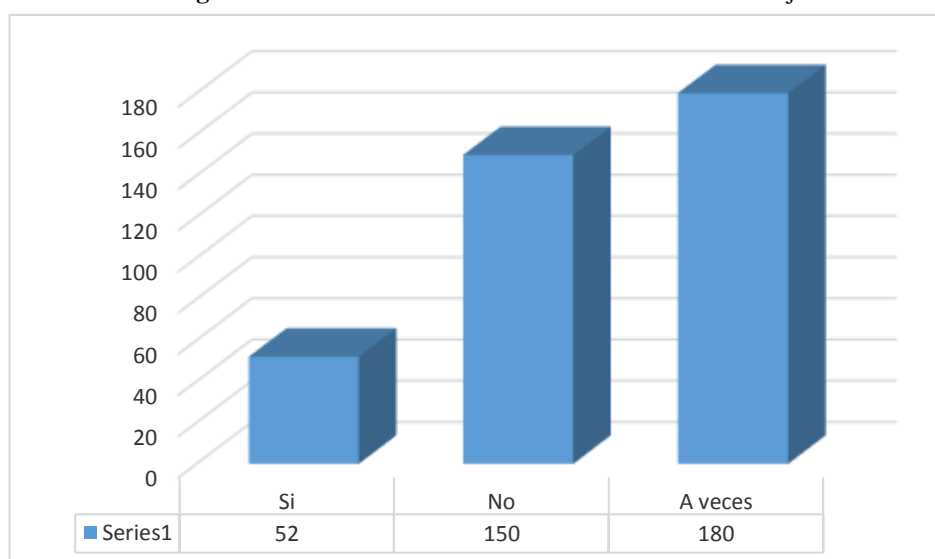
**Tabla 15.** Criterios de innovación en los servicios de alojamiento

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	52	14.00%
No	150	39.00%
A veces	180	47.00%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

**Figura 11.** Criterios de innovación en los servicios de alojamiento



**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

### **Análisis e interpretación de resultados**

La innovación es un elemento que debe prevalecer en todo tipo de servicios, de acuerdo a los resultados de las encuestas se obtiene que el 47% indica a veces, 39% que no y 14% que sí; por lo que es importante fomentar un grado secuencial de innovación para generar acciones que se basen en procesos y servicios innovadores para cada uno de los usuarios, lo cual puede afectar de manera directa al desarrollo empresarial debido a que el porcentaje negativo es muy alto.

## Seguridad

### 12. ¿Los servicios de alojamiento del cantón La Maná brindan seguridad a los usuarios?

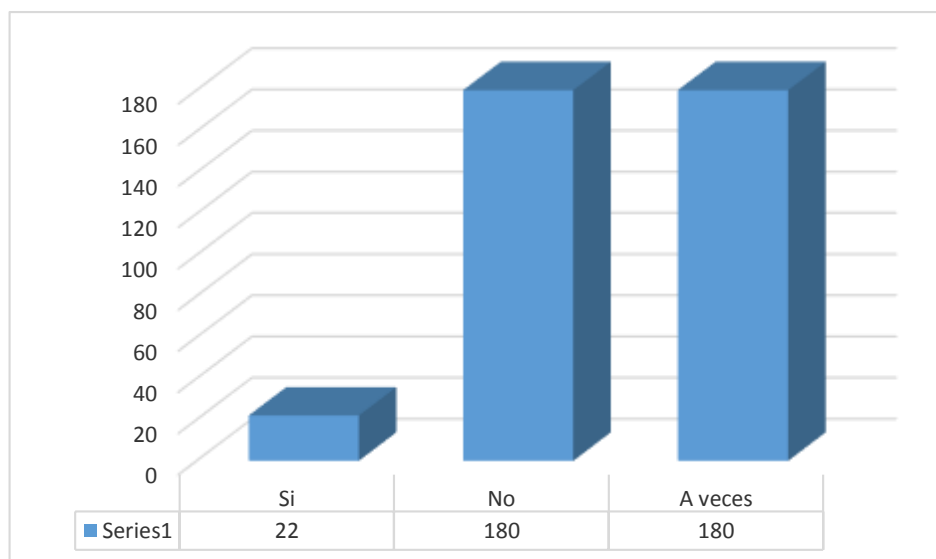
**Tabla 16.** Seguridad para usuarios en los servicios de alojamiento

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	22	6.00%
No	180	47.00%
A veces	180	47.00%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchipe y Shirley Cecibel Flores Mueses

**Figura 12.** Seguridad para usuarios en los servicios de alojamiento



**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchipe y Shirley Cecibel Flores Mueses

### Análisis e interpretación de resultados

La seguridad es un elemento que debe ser asumido con mucha responsabilidad, de acuerdo a los usuarios expresan mediante la encuesta que los servicios hoteleros del cantón La Maná, un 47% de personas establece que no se visualiza seguridad a los usuarios, 47% que a veces y el 6% indica que si brindan seguridad; esto va incidir directamente en los niveles de satisfacción que los usuarios mantengan sobre dichos servicios tomando en cuenta que la seguridad es uno de los factores esenciales que los clientes toman en cuenta antes de ingresar a un empresa por un servicio determinado.

### 13. ¿Se ha sentido seguro cuando ha ocupado algún servicio de alojamiento del cantón La Maná?

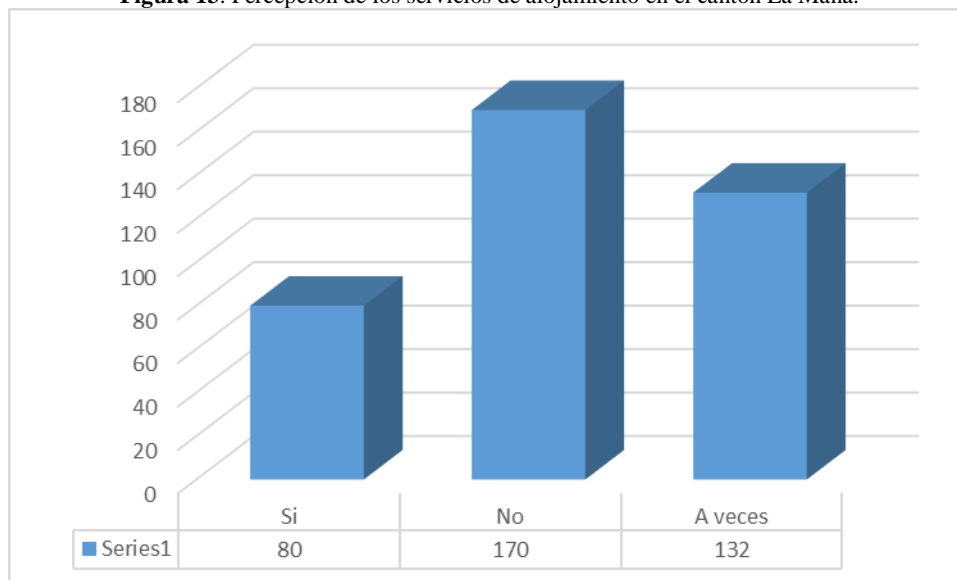
**Tabla 17.** Percepción de los servicios de alojamiento en el cantón La Maná

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	14.00%
No	170	39.00%
A veces	132	47.00%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchipe y Shirley Cecibel Flores Mueses

**Figura 13.** Percepción de los servicios de alojamiento en el cantón La Maná.



**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchipe y Shirley Cecibel Flores Mueses

#### **Análisis e interpretación de resultados**

Si se ha sentido seguro en los servicios que brindan los hoteles del cantón La Maná el 39% indica que no se ha sentido seguro, el 47% a veces y el 14% que si se ha sentido seguro; esto permite visualizar y tomar decisiones en base a estos porcentajes los cuales son prioritarios al momento de accionar proceso que puedan consolidar un servicio adecuado de atención y que cada una de las personas se sienta satisfecho al momento de contratar servicios de alojamiento.

**Encuesta aplicada a la población del cantón La Maná para medir el grado de satisfacción de clientes de comidas y bebidas.**

**Calidad de servicio.**

**1. ¿Ha ocupado el servicio de comida y bebidas del cantón La Maná?**

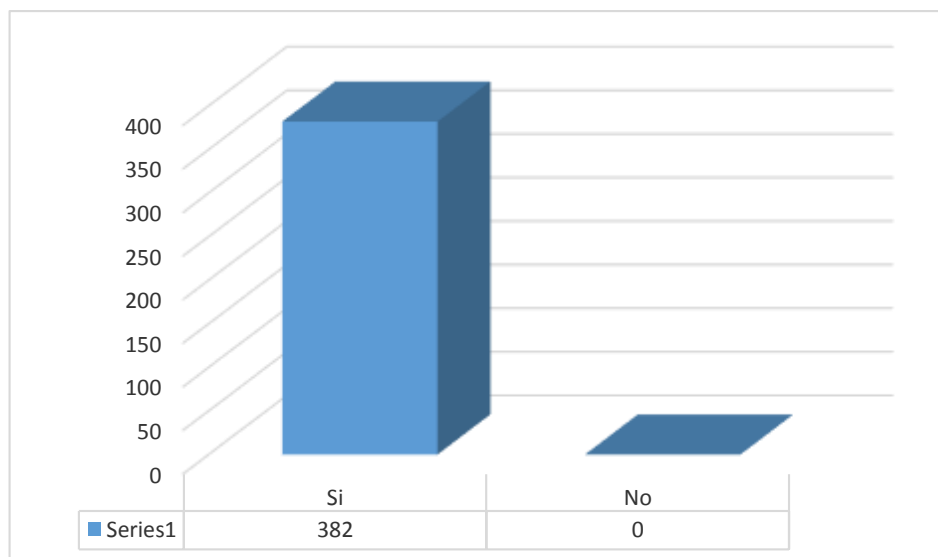
**Tabla 18.** Calidad de servicios de comidas y bebidas

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	382	100%
No	00	0%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchipe y Shirley Cecibel Flores Mueses

**Figura 14.** Calidad de servicios de comidas y bebidas



**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchipe y Shirley Cecibel Flores Mueses

**Análisis e interpretación de resultados**

De acuerdo a las encuestas se obtiene que el 100% de encuestados afirma que ha visitado algún lugar de comidas y bebidas en el cantón La Maná, por consiguiente, con estos resultados se aprecia la importancia de realizar la investigación para conocer el nivel de satisfacción que cada uno mantiene respecto a los servicios que brindan cada una de estas entidades.

## 2. La atención brindada en estos sectores es:

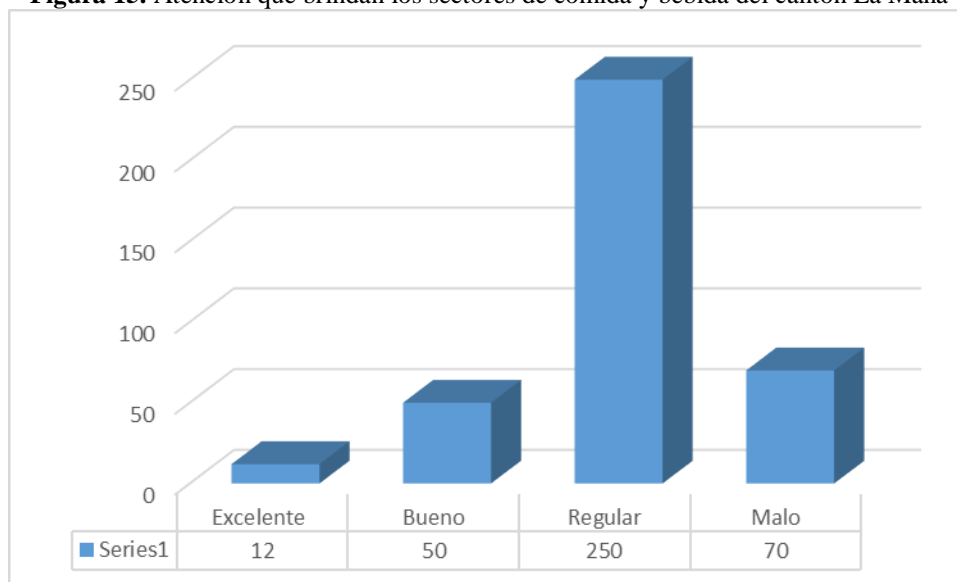
**Tabla 19.** Atención que brindan los sectores de comida y bebida del cantón La Maná.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	12	3.00%
Bueno	50	13.00%
Regular	250	66.00%
Malo	70	18.00%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

**Figura 15.** Atención que brindan los sectores de comida y bebida del cantón La Maná



**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

### Análisis e interpretación de resultados

Respecto a los servicios de comida y bebida los usuarios indican que es regular un 66%, 18% malo, bueno 13% y el 3% excelente en lo referente a la calidad de servicio que se brinda en cada una de las empresas de comida del cantón La Maná; dentro de estos resultados se debe analizar a fondo para establecer el nivel de impacto sobre el grado de satisfacción de cada uno de ellos con el fin de mantener elementos que permitan consolidar el desarrollo del servicio en este sector.

### 3. ¿Recomendaría los servicios de comidas y bebidas del cantón La Maná?

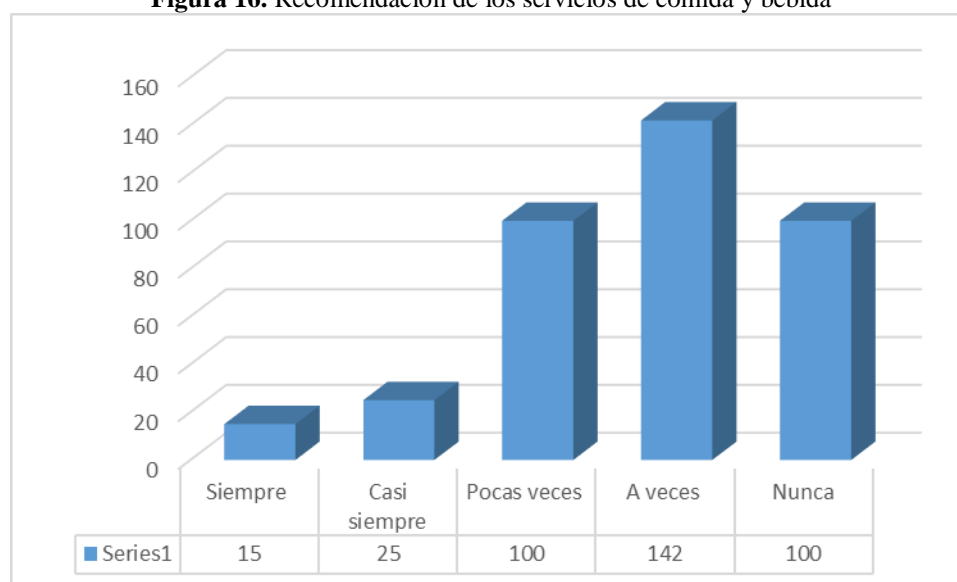
**Tabla 20.** Recomendación de los servicios de comida y bebida

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	15	4.00%
Casi siempre	25	7.00%
Pocas veces	100	26.00%
A veces	142	37.00%
Nunca	100	26.00%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchipe y Shirley Cecibel Flores Mueses

**Figura 16.** Recomendación de los servicios de comida y bebida



**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchipe y Shirley Cecibel Flores Mueses

#### **Análisis e interpretación de resultados**

El grado de satisfacción se refleja en el nivel de recomendación que los usuarios puedan emitir respecto a un servicio el 37% que se veces se recomendaría, 26% pocas veces, 26% nunca recomendaría los servicios que brindan cada una de las empresas, 7% casi siempre y 4% siempre; mediante estos resultados se pueden valorar diferentes elementos que permiten solventar acciones de manera adecuada respecto a un servicio diferenciado en base a grados de funcionalidad.

#### 4. ¿Los servicios de comidas y bebidas del cantón La Maná, se han esmerado en brindar un adecuado servicio de calidad?

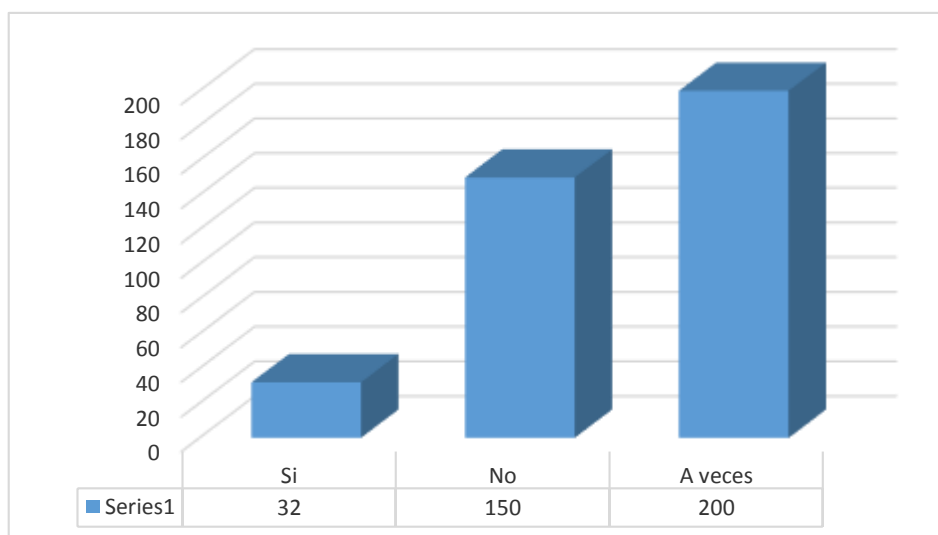
**Tabla 21.** Servicios de comida y bebida del cantón La Maná

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	32	9.00%
No	150	39.00%
A veces	200	52.00%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchipe y Shirley Cecibel Flores Mueses

**Figura 17.** Servicios de comida y bebida del cantón La Maná



**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchipe y Shirley Cecibel Flores Mueses

#### **Análisis e interpretación de resultados**

Respecto a los servicios de calidad en atención el 52% indica que a veces brindan un buen servicio a los clientes, el 39% que no existe un servicio de calidad, mientras que apenas el 9% indica que hay servicios adecuados de calidad con atención al cliente; mediante estos indicadores se obtiene que es necesario fomentar un nivel adecuado de desarrollo e innovar procesos para aumentar este grado de satisfacción y se convierta en actividades sustentables para mantener un sistema de equilibrio dentro del servicio brindado.



## Precio

### 5. De acuerdo a su criterio considera que los precios de los servicios de comida y bebida son:

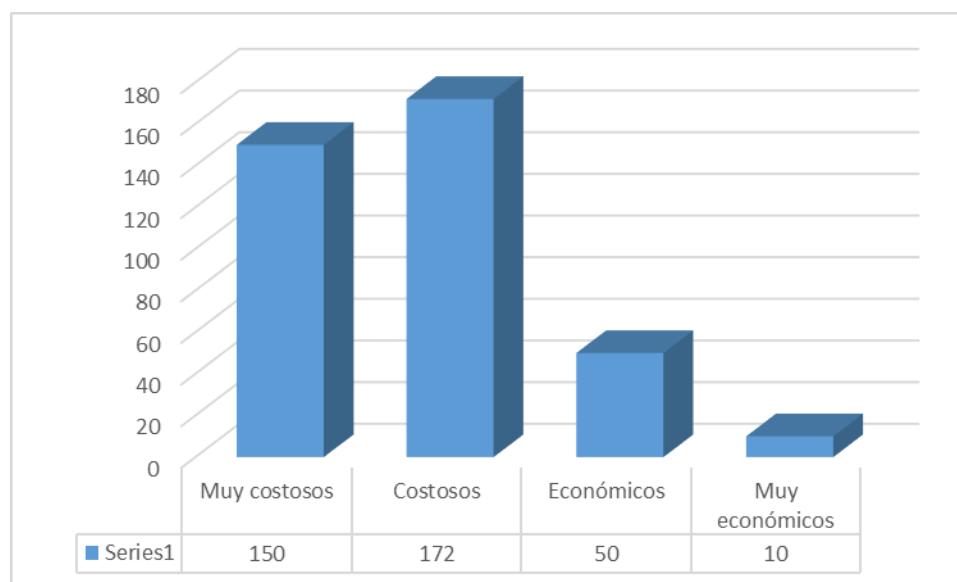
**Tabla 22.** Consideración de los precios de los servicios de comida y bebida

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Muy costosos	150	39.00%
Costosos	172	45.00%
Económicos	50	13.00%
Muy económicos	10	3.00%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

**Figura 18.** Consideración de los precios de los servicios de comida y vida



**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

### Análisis e interpretación de resultados

Los resultados del factor precio se obtiene que el 45% afirma que los precios de los productos son costosos, el 39% se inclina que son muy costosos, el 13% afirma que los productos que se expenden son económicos y apenas el 3% que son muy económicos; son resultados significativos sin embargo no necesariamente el aspecto muy costoso es indicador de insatisfacción; todo tiene relación en la calidad de servicios que ha recibido para crear sustentabilidad equilibrada.

## 6. ¿Considera que los precios de los productos gastronómicos del cantón La Maná, son competitivos?

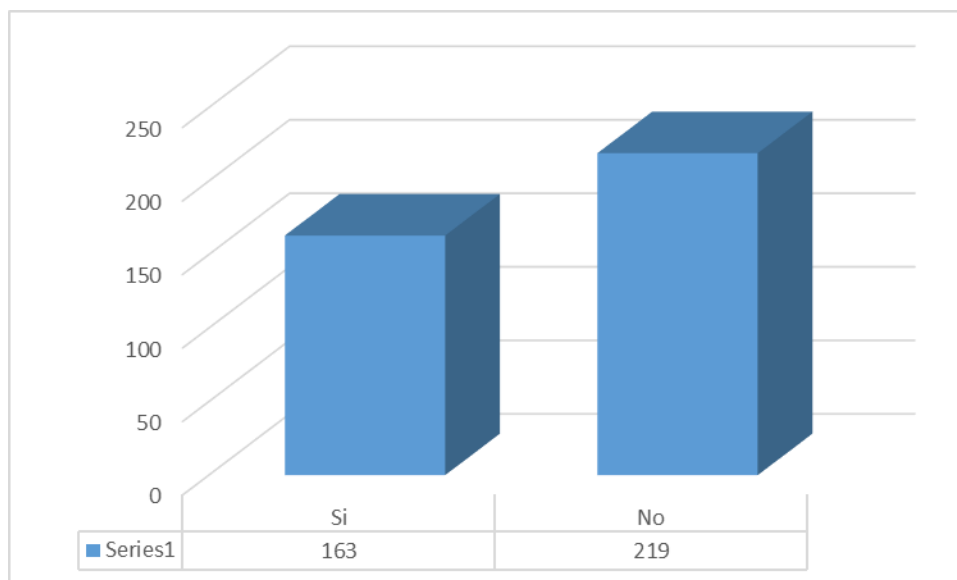
**Tabla 23.** Precios de los productos gastronómicos

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	163	43.00%
No	219	57.00%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

**Figura 19.** Precios de los productos gastronómicos



**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

### Análisis e interpretación de resultados

El nivel de valoración de los precios para generar competitividad de acuerdo a los usuarios es del 42% frente al 58% que considera que no son competitivos; mediante estos resultados se puede establecer que es necesario valorar cada uno de estos aspectos a fin de generar acciones adecuadas que permitan establecer criterios de manera uniforme y se cree grados muy altos de satisfacción.

## 7. ¿Está de acuerdo en que los precios de los productos del restaurant deben mantenerse?

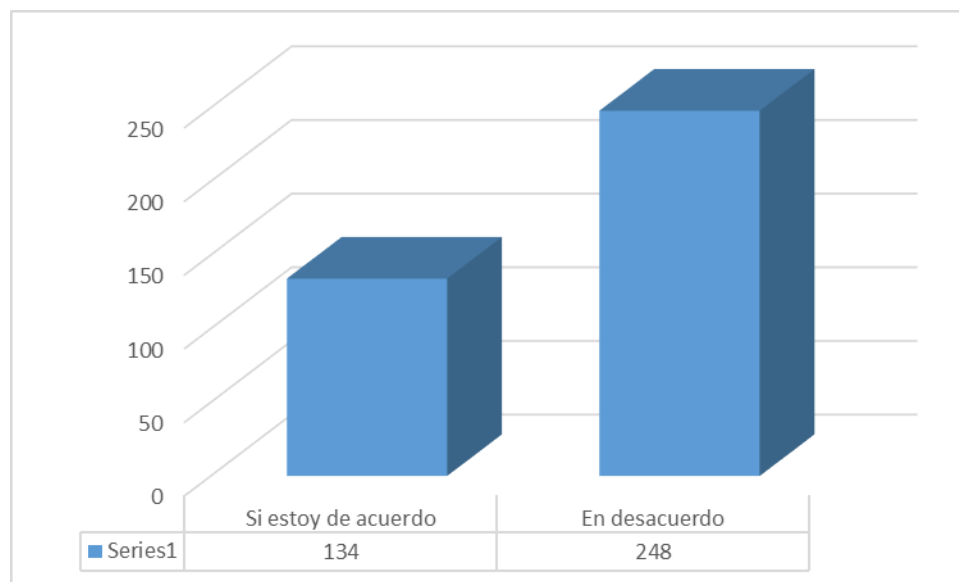
**Tabla 24.** Precios de los productos del restaurante

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si estoy de acuerdo	134	35.00%
En desacuerdo	248	65.00%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

**Figura 20.** Precios de los productos del restaurant



**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

### Análisis e interpretación de resultados

El 65% de los encuestados afirma que los precios de los productos y servicios de las empresas de comidas y bebidas en el cantón La Maná deben cambiar, mientras que el 35% indica que se deben mantener. Es prioritario analizar cada elemento que se ha tomado en cuenta con el objetivo de valorar cada uno de ellos y mejorar o cambiar ciertos esquemas que se han venido trazando para mantener un grado de percepción adecuada en cada elemento que se ha manejado.

## Medio ambiente

### 8. ¿Las instalaciones de los servicios de comida y bebida del cantón La Maná le parecen atractivas?

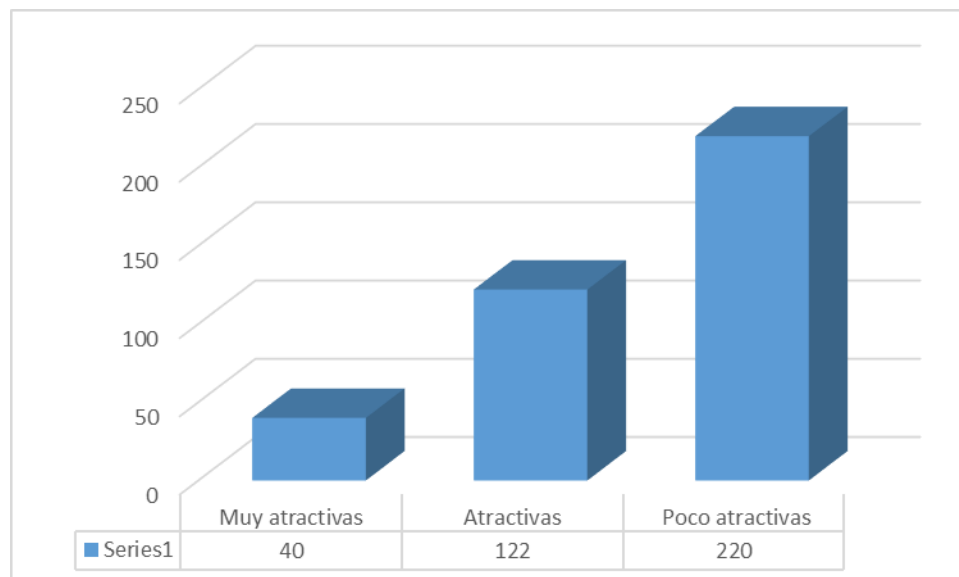
**Tabla 25.** Instalaciones de los servicios de comida y bebida del cantón La Maná.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Muy atractivas	40	10.00%
Atractivas	122	32.00%
Poco atractivas	220	58.00%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchipe y Shirley Cecibel Flores Mueses

**Figura 21.** Instalaciones de los servicios de comida y bebida del cantón La Maná



**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchipe y Shirley Cecibel Flores Mueses

### Análisis e interpretación de resultados

El 58% de las personas encuestadas establece que las empresas de comidas y bebidas del cantón La Maná son poco atractivas, el 32% atractivas y apenas el 10% poco atractivas; mientras que aspectos negativos no se evidencian los cual es muy adecuado por cuanto permite fomentar altos grados de satisfacción y puede consolidarse como un soporte para crear elementos que vayan a mejorar el servicio a los clientes.

## 9. ¿Considera que los servicios de comida y bebidas del cantón La Maná mantienen sus instalaciones adecuadas?

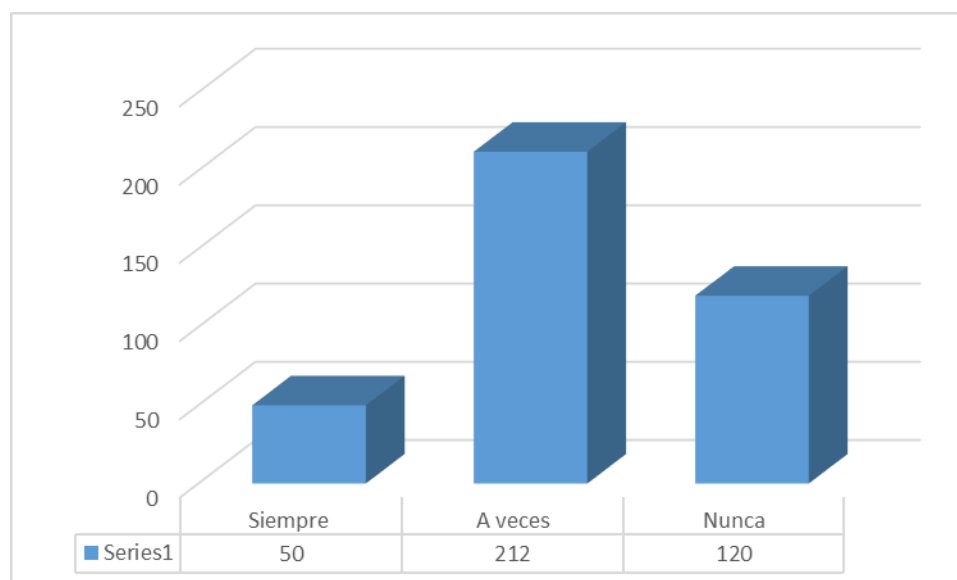
**Tabla 26.** Servicios de comida y bebida del cantón La Maná.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	50	13.00%
A veces	212	56.00%
Nunca	120	31.00%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

**Figura 22-.** Servicios de comida y bebida del cantón La Maná



**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

### Análisis e interpretación de resultados

Sobre el nivel de mantener las instalaciones de forma adecuada el 56% establece que a veces las instalaciones son adecuadas, el 31% que nunca se encuentran de forma adecuada y el 13% que siempre se encuentran en buen estado; Es necesario bajar el nivel de a veces para fortalecer el nivel de satisfacción de cada uno de ellos frente a la realidad que observan cada una de las personas que acuden a los locales de comidas y bebidas del cantón La Maná.

### 10. ¿Los espacios y el ambiente que brindan los servicios de comida y bebida del cantón La Maná son adecuadas para los visitantes?

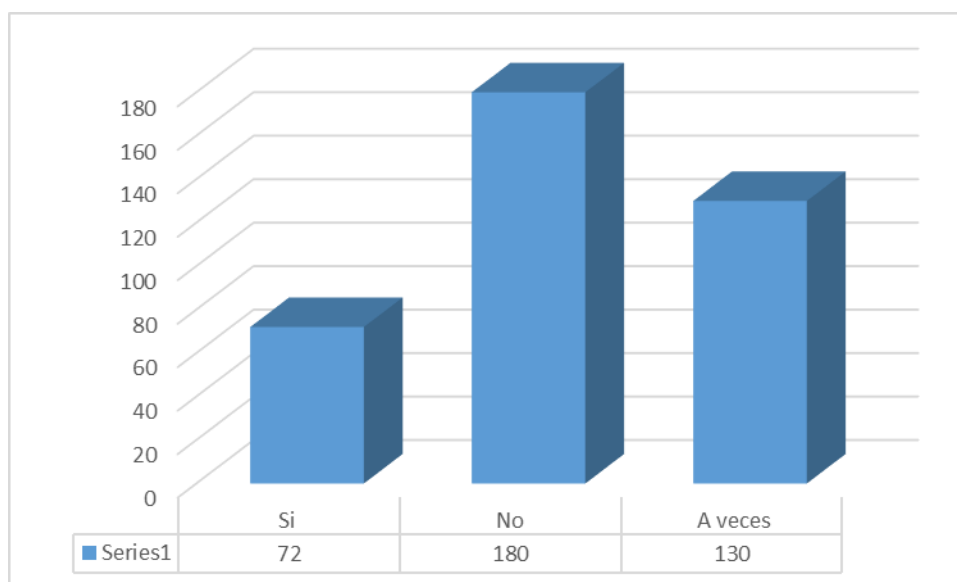
**Tabla 27.** Espacios y ambiente que brindan los de servicios de comida y bebida

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	72	19.00%
No	180	47.00%
A veces	130	34.00%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchipe y Shirley Cecibel Flores Mueses

**Figura 23.** Espacios y ambiente que brindan los servicios de comida y bebida



**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchipe y Shirley Cecibel Flores Mueses

### **Análisis e interpretación de resultados**

De acuerdo a los resultados de la encuesta se obtiene que el 47% indica que los servicios de comida y bebida no son adecuados, el 34% manifiesta que a veces y el 19% de encuestados indica que sí; de acuerdo a los resultados obtenidos se establece que es prioritario desarrollar actividades para fortalecer el desempeño de estas entidades a fin de incrementar el grado de satisfacción.

### 11. ¿Considera que los servicios de comida y bebida del cantón La Maná, innovan de forma constante el ambiente de sus instalaciones?

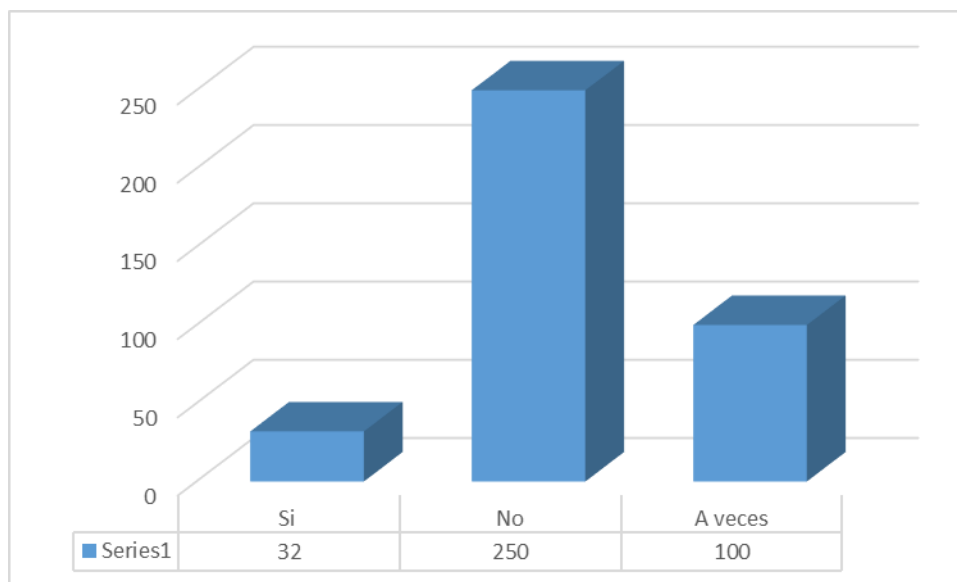
**Tabla 28.** Innovación de forma constante en los servicios de comida y bebida

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	32	8.00%
No	250	66.00%
A veces	100	26.00%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

**Figura 24.** Innovación de forma constante en los servicios de comida y bebida



**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

### Análisis e interpretación de resultados

La innovación es un elemento esencial en el desarrollo de actividades de acuerdo a la encuesta se obtiene que el 66% manifiesta que las empresas de comidas y bebidas no innovan de forma constante el ambiente de las instalaciones, el 26% manifiesta que a veces y apenas el 8% manifiesta que si existen procesos de innovación continua; tomando en cuenta estos resultados se hace evidente la necesidad de fomentar actividades integrales para desarrollar un proceso de gestión continua orientado a mejorar el nivel de satisfacción de cada uno de los clientes.

## Seguridad

### 12. ¿Los sitios de comida y bebida del cantón La Maná brindan seguridad a los usuarios?

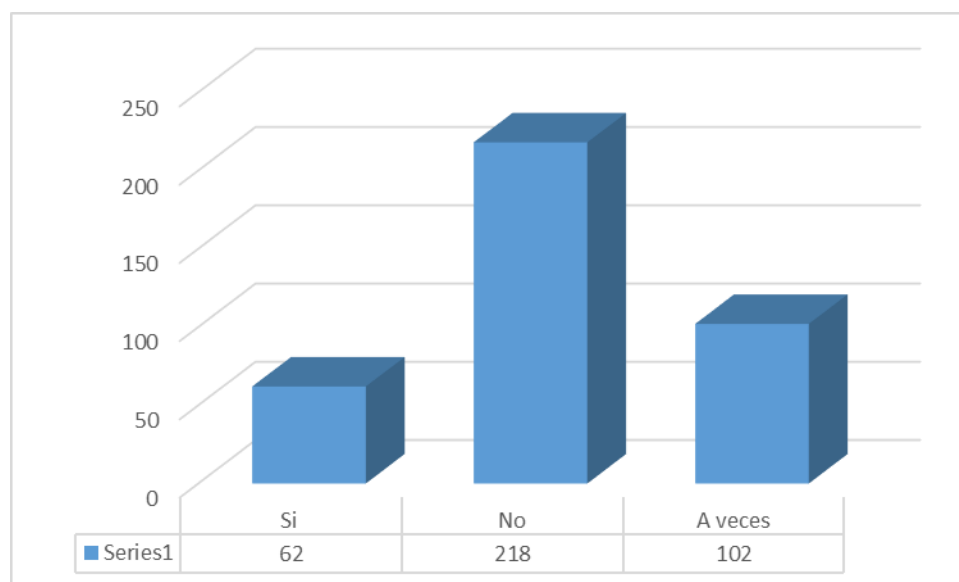
**Tabla 29.** Seguridad para los usuarios de los sitios.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	62	16.00%
No	218	57.00%
A veces	102	27.00%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

**Figura 25.** Seguridad para los usuarios de los sitios de comidas y bebidas



**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

### Análisis e interpretación de resultados

Los niveles de seguridad son uno de los elementos que preocupan a la ciudadanía en general, de acuerdo a la experiencia de los clientes se aprecia que el 57% afirma que no, mientras que el 27% a veces lo hace y apenas el 16% establece que si se brindan seguridad a sus clientes; es necesario tomar en cuenta que los grados de inseguridad es a nivel de todo el país y es un indicador que afecta a la mayor de la población y sector empresarial.



### 13. ¿Los productos que ha consumido en los sitios de comida y bebida del cantón La Maná le brindan nutrición para su salud?

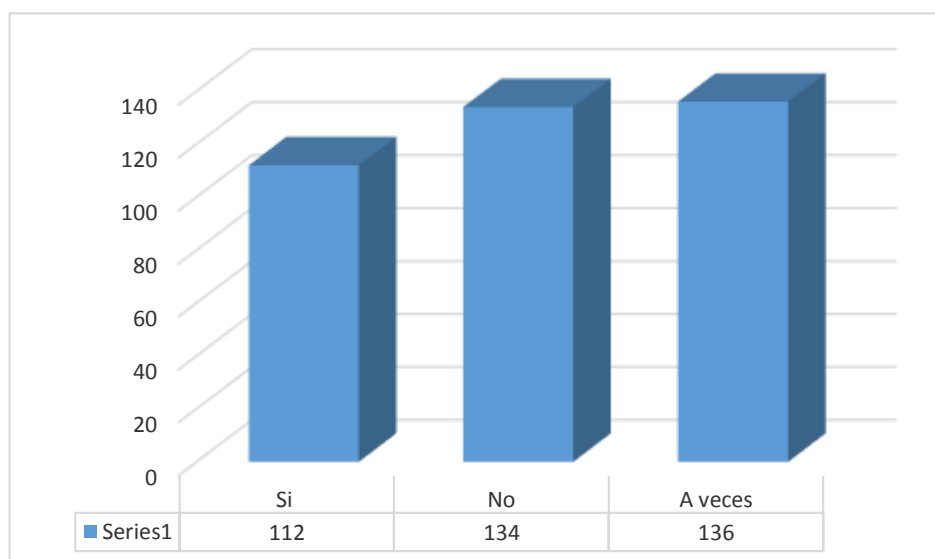
**Tabla 30.** Productos que ha consumido en los sitios de comida y bebida

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	112	29.00%
No	134	35.00%
A veces	136	36.00%
Total	382	100%

**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchipe y Shirley Cecibel Flores Mueses.

**Figura 26.** Productos que ha consumido en los sitios de comida y bebida



**Fuente:** Población del Cantón la Maná

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchipe y Shirley Cecibel Flores Mueses

#### **Análisis e interpretación de resultados**

Respecto a los grados de nutrición que brindan los alimentos en el cantón La Maná en los sectores de comida y bebida el 29% afirma que, si se toma en cuenta este aspecto, el 35% que no lo hace y el 36% que a veces lo hace; mediante estos resultados se evidencia que existen elementos que deben ser tomados dentro del aspecto nutricional.

## **Análisis de resultados de las entrevistas realizadas a los propietarios de empresas de alojamiento, comidas y bebidas del cantón La Maná.**

### **1. ¿Cuánto tiempo lleva emprendiendo una microempresa de servicio de alojamiento o comidas y bebidas en el cantón La Maná?**

Tomando en cuenta el resultado de las 43 entrevistas realizadas a los propietarios de las empresas de alojamiento comidas y bebidas del cantón La Maná se observa que la mayoría lleva funcionando más de cinco años en el cantón, por lo que han experimentado diversos cambios y escenarios dentro de la realidad de sus negocios.

### **2. ¿Considera que los clientes que acuden a su microempresa se sienten satisfechos con los servicios brindados?**

De acuerdo a los resultados de las entrevistas realizadas a los propietarios la mayor parte coincide que el nivel de satisfacción es algo volátil debido a que existen varios elementos que poder ser analizados como la calidad de atención, la misma que debido al factor económico no se han establecido capacitaciones, manejo de precio el mismo que depende de elementos externos, seguridad lo cual es algo evidente en todo el país; por lo que en muchos casos no se ha logrado cumplir a cabalidad con el nivel de satisfacción esperado.

### **3. ¿Cómo microempresario cuales considera los factores de satisfacción más importantes que los usuarios toman en cuenta al reservar un servicio?**

Dentro de los resultados de las entrevistas coinciden en que la atención al cliente es uno de los factores prioritarios, el nivel de comunicación, calidad de productos o servicios, precios, seguridad y otro aspecto relevante es el nivel de proyección que las empresas puedan tener con la colectividad.

### **4. ¿Ha invertido en mejorar el nivel de atención a los clientes mediante procesos de capacitación a sus colaboradores?**

Tomando en cuenta los criterios de las personas entrevistadas se obtiene que la mayor parte de empresarios no ha invertido en programas de capacitación sobre atención al cliente por considerar que la situación económica actual no se encuentra en sus mejores etapas, además coinciden en que se ha tratado de trabajar de manera tradicional.

**5. ¿De acuerdo a su criterio que factores considera que la microempresa debe fortalecer para atraer más clientes?**

Los propietarios consideran que el nivel de seguridad es un aspecto prioritario, atención al cliente, manejo de procesos administrativos para fomentar un manejo adecuado de las empresas, sobre todo ahora que la situación actual obliga a las entidades a fomentar procesos innovadores.

**6. ¿Ha empleado alguna estrategia para fomentar mejoras en los servicios que brinda la microempresa?**

Dentro de las estrategias empleadas por los propietarios están los sistemas de bioseguridad, entregas a domicilios en los locales de comidas y bebidas, son las actividades que coinciden los propietarios. Además de contratar servicios de publicidad orientado a la difusión de los servicios de cada una de las entidades.

**7. ¿Los precios que mantiene en su microempresa son competitivos en comparación a otras ciudades?**

En base a los resultados obtenidos por las entrevistas coinciden los propietarios que es difícil mantener competitividad con cadenas grandes que tienen un mayor impacto en los costos de producción y servicios a brindar, además los niveles de eficiencias con procesos tecnológicos hacen que ganen mayor mercado.

**8. ¿Durante el último año ha invertido en tecnología que permita brindar niveles de bioseguridad a los usuarios?**

Debido a las fuertes caídas económicas por la pandemia y múltiples eventos la compra de equipo tecnológico es reducido así lo afirman los propietarios sin embargo han tratado de cumplir con todas las medidas de bioseguridad en base a las necesidades y la realidad de cada establecimiento.

**9. ¿Dentro de su micro empresa invierte usted en innovación para mejorar sus servicios de forma constante?**

La innovación de acuerdo a los propietarios es algo que se debe realizar de manera continua sin embargo coinciden en que debido a la situación económica es difícil generar procesos de innovación.

## **10. ¿Qué aspectos ha desarrollado en su micro empresa para brindar seguridad a los usuarios?**

La coordinación con las autoridades de turnos para fomentar acciones conjuntas que permitan desarrollar nivel adecuados de seguridad, dentro de los sistemas de bioseguridad se ha tratado de implementar elementos funcionales, en la medida que pueden adoptar actividades de forma constante.

## **12. IMPACTO SOCIAL, TÉCNICO Y ECONÓMICO.**

### **12.1. Impacto social.**

Al realizar esta investigación el impacto social se reflejará en una mejora significativa en la gestión de los recursos existentes en las diferentes microempresas de alojamientos, comidas y bebidas a través de la aplicación de las recomendaciones efectuadas frente a cada debilidad detectada mediante las técnicas de investigación como es la encuesta y entrevista. Con ello se estará contribuyendo a mejorar el desarrollo de las microempresas elevando el nivel de satisfacción a través la calidad de servicio hacia sus clientes.

### **12.2. Impacto técnico.**

El impacto técnico se refleja a través del Plan de Mejoramiento que se plantea agrupando cada uno de los factores de satisfacción a fin de generar procesos integrales que contribuyan al desarrollo de la propuesta, por ello son viables y aplicables, logrando grandes beneficios a nivel de la gestión y satisfacción de los clientes, quienes podrán percibir una atención más eficiente y eficaz.

### **12.3. Impacto económico.**

El Plan de Mejoramiento, es esencial para el desarrollo de las microempresas, sea esta pequeña, mediana o grande, ya a través de este se puede contribuir en el desarrollo de las actividades necesarias para el cumplimiento de los objetivos empresariales y prevenir los posibles errores y desaciertos que se den a lo largo de la vida de la empresa. La elaboración del Plan de Mejoramiento implica rigurosamente una visión técnica sobre las acciones a seguir y las actividades que se van a desempeñar; el éxito o el fracaso del cumplimiento de los objetivos del plan, tomando en cuenta que el nivel de

inversión frente al procesos de rentabilidad es mínimo, se toma en cuenta la viabilidad del mismo.

### 13. PRESUPUESTO PARA LA ELABORACIÓN

Tabla 31. Presupuesto

Actividades	Cantidad	Valor unitario	Primer semestre	Segundo semestre
<b>Recursos humanos</b>				
Investigadores	2	\$120,00	\$240,00	\$240,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$240,00</b>	<b>\$240,00</b>
<b>Recursos materiales</b>				
Cuaderno	2	\$2,50	\$5,00	\$5,00
Grapadora	1	\$3,00	\$3,00	\$0,00
Perforadora	1	\$3,00	\$3,00	\$0,00
Diseño de encuesta total	1	\$45,00	\$45,00	\$0,00
Aplicación de encuesta total	1	\$45,00	\$0,00	\$45,00
Tabulación y análisis de datos total	1	\$45,00	\$0,00	\$45,00
Diseño de una propuesta basada en los resultados planteados				\$300,00
Impresiones	800	\$0,10	\$40,00	\$40,00
Anillados	6	\$3,00	\$9,00	\$9,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$105,00</b>	<b>\$444,00</b>
<b>Recursos varios</b>				
Gastos de transporte	20	\$2,00	\$20,00	\$20,00
Alimentación	60	\$3,00	\$90,00	\$90,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$110,00</b>	<b>\$110,00</b>
<b>Recursos tecnológicos</b>				
Internet(horas)	200	\$0,80	\$80,00	\$80,00
Pendrive	2	\$15,00	\$30,00	\$0,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$110,00</b>	<b>\$80,00</b>
<b>Costo del proyecto de investigación</b>			<b>\$565,00</b>	<b>\$874,00</b>
<b>Subtotal</b>			<b>\$1439,00</b>	
<b>Imprevistos 10%</b>			<b>\$143,900</b>	
<b>Total</b>			<b>\$1582,90</b>	

Fuente: Elaboración Propia

## 14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 14.1. CONCLUSIONES

- Los principales conceptos y teorías que sirven de fundamento para conocer los factores de satisfacción de los usuarios, se basan en la determinación de aspectos esenciales como la atención al cliente por parte de cada una de las personas que conforman la empresa, el ambiente de desarrollo de actividades, la seguridad y confianza que se perciba dentro de cada una de las microempresas de alojamiento, comidas, bebidas y la innovación que permita mantener un alto nivel de competitividad en cada una de los productos y servicios que se brindan.
- Dentro de los factores de satisfacción que los clientes de las empresas de alojamiento, comidas y bebidas que toman en cuenta al momento de su consumo se encuentran: la seguridad, ambiente, atención al cliente, precios y variedad; en base a los resultados de la investigación se concluye que existe un alto nivel de insatisfacción por la falta de innovación en los servicios que brindan las empresas, predominando la atención al cliente con un 41% que considera es mala y el 68% indica que las instalaciones a veces están de forma adecuada en los servicios indicados, además de considerar que el precio de los productos es muy costoso en un porcentaje del 71% y que deben mejorar la calidad de atención a los clientes por parte de las personas que colaboran en dichas empresas de acuerdo a su competencia logrando de esta manera establecer un nivel adecuado de competitividad.
- Tomando en cuenta los resultados de las encuestas y entrevistas aplicadas se determina que es prioritario el desarrollo de una propuesta integral que abarque factores como atención al cliente, competitividad a través de precios, ambiente, , productos de calidad y desarrollo de procesos sustentables que promuevan acciones de forma conjunta entre los microempresarios y todo el equipo que la integran, fomentando de esta manera el crecimiento adecuado a través de un sistema de actividades que desarrollen el potencial del sector de manera constante.

## 14.2. RECOMENDACIONES

- En base a los resultados sobre la satisfacción de los clientes en las empresas de alojamiento del cantón La Maná es necesario mejorar el nivel de atención a los clientes, fortalecer aspectos como la creación de promociones, innovar procesos en cada uno de los servicios y sobre todo mantener aspectos de innovación constante para generar un clima satisfactorio en cada uno de los visitantes.
- Es necesario desarrollar estrategias de forma inmediata a fin de fortalecer el crecimiento micro empresarial de alimentos y bebidas del cantón La Maná tomando en cuenta que es prioritario mantener un nivel de competitividad adecuado en el nivel de satisfacción de cada uno de los clientes en aspectos como la atención, calidez de servicio, precios, innovación, y demás aspectos prioritarios que dan como resultado un proceso agradable en cada una de las visitas.
- Se recomienda aplicar una propuesta integral enfocado en aspectos como atención al cliente, comunicación, promociones, manejo publicitario, seguridad y creatividad en las microempresas de alojamiento, comida y bebidas del cantón La Maná a fin de fortalecer el desarrollo empresarial manteniendo aspectos de competitividad e innovación que favorece el crecimiento adecuado de cada una de las microempresas.

## **15. La Propuesta**

### **15.1. Diseño de la propuesta**

Plan de Mejoramiento de la satisfacción del cliente en las empresas de alojamiento, comidas y bebidas del cantón La Maná basado en el modelo Servqual.

#### **Datos informativos**

##### **Institución ejecutora**

Universidad Técnica de Cotopaxi

##### **Beneficiarios**

###### **Beneficiarios directos**

- Propietarios de hoteles, comidas y bebidas del cantón La Maná
- Clientes de hoteles, comidas y bebidas del cantón La Maná
- Colaboradores

###### **Beneficiarios indirectos**

- Gad La Maná
- Servicio de Rentas Internas
- Transportistas

##### **Ubicación**

- **Provincia:** Cotopaxi
- **Cantón:** La Maná

##### **Equipo técnico responsable**

- Tesistas
- Docente responsable

### **15.2. Justificación**

La importancia de la presente propuesta radica en que el Plan de Mejoramiento es una herramienta de vital importancia para las empresas en la actualidad, donde predomina un ambiente dinámico y competitivo por lo cual es indispensable la elaboración de estrategia y acciones que permitan afrontar los cambios del entorno logrando un liderazgo de las micro empresas de alojamiento, comidas y bebidas en el cantón La Maná.



La investigación actual beneficia de manera directa a los gerentes propietarios de las empresas de alojamiento, comidas y bebidas, porque a través del diseño de un plan de mejoramiento se expone una serie acciones que permitieran lograr un posicionamiento en el mercado; adicionalmente logrando la aceptación y captación de clientes consiguiente se incrementa la rentabilidad.

### 15.3. Descripción de la propuesta

El Plan de Mejoramiento es el conjunto de estrategias, que consolidan las acciones de mejoramiento necesarias para corregir las debilidades encontradas en el desarrollo de la investigación, que se generan como consecuencia del proceso de aplicación de las técnicas de investigación. Se ha tomado en cuenta el modelo Servqual por cuanto agrupa los ejes fundamentales a desarrollar en las empresas para generar un proceso adecuado de satisfacción del cliente, basado en los siguientes ejes los mismos que dan respuesta a las debilidades encontradas en el proceso de investigación. De acuerdo a Sánchez (2019), el modelo Servqual se encuentra basado en los siguientes elementos:

**Tabla 32:** Ejes de trabajo

<b>Ejes</b>	<b>Descripción</b>	<b>Actividades</b>
Fiabilidad	Habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso y fiable.	Marco para un Servicio Extraordinario de Leonard Berry.  Cultivar el Liderazgo en Servicio.  Construir un Sistema de Información Acerca de la Calidad en el Servicio
Capacidad	Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.	Estructura organizativa de la empresa.  Manual de funciones de empresas de alojamiento, comidas y bebidas.
Seguridad	Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza.	Confiabilidad en el Servicio.  Manual de Normas de Confiabilidad en el Servicio de empresas de alojamiento, comidas y bebidas del cantón La Maná.
Empatía	Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes.	Plan de Capacitación atención a los clientes.  Comunicación con los clientes

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

## 15.4. Aplicación de la propuesta

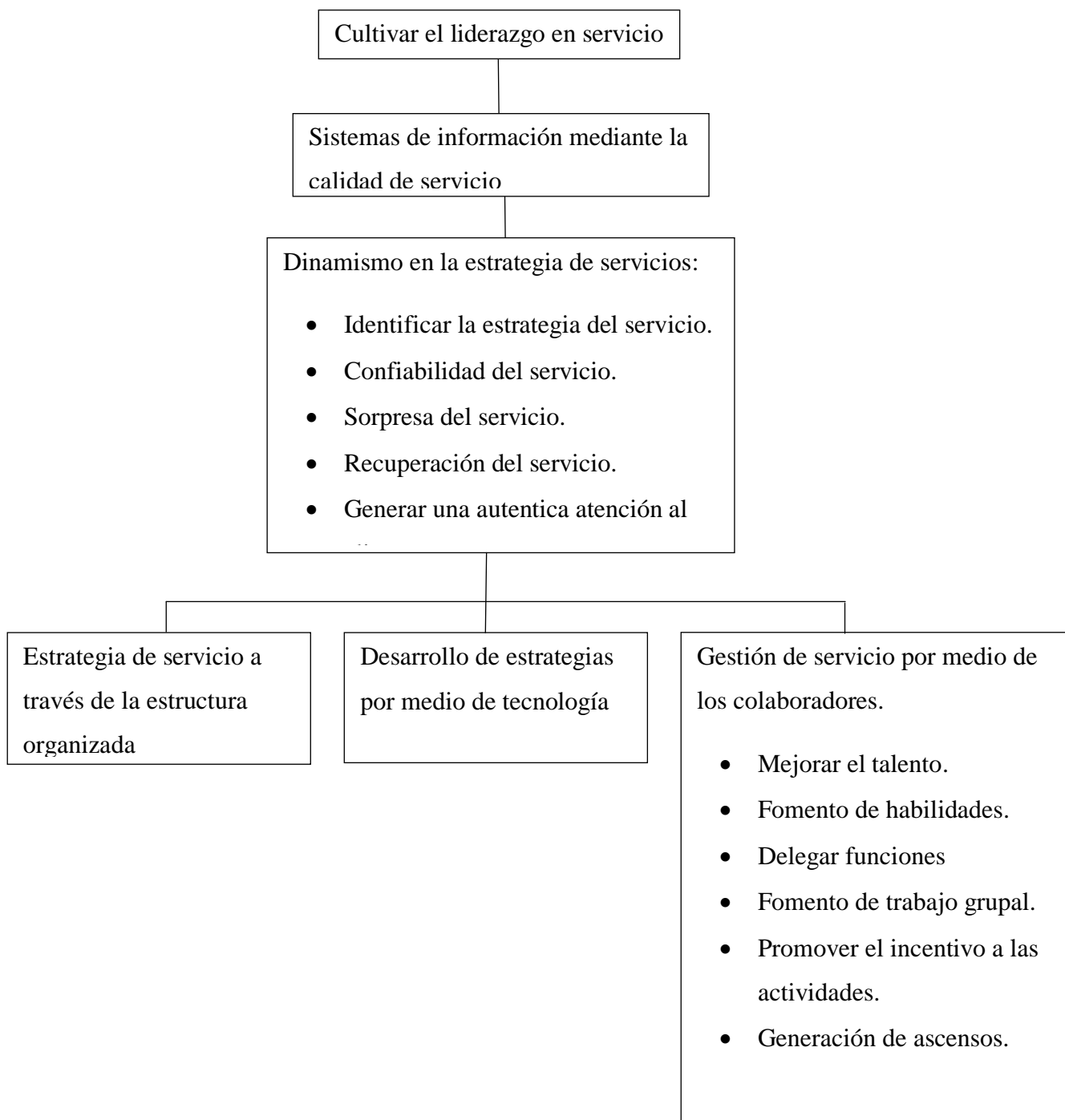
### 15.4.1. Objetivo

Diseñar un plan de mejoramiento de satisfacción del cliente que permita el posicionamiento de las empresas dedicadas a los servicios de alojamiento, comidas y bebidas en el cantón La Maná, basado en el modelo Servqual.

### 15.4.2. Desarrollo de la propuesta

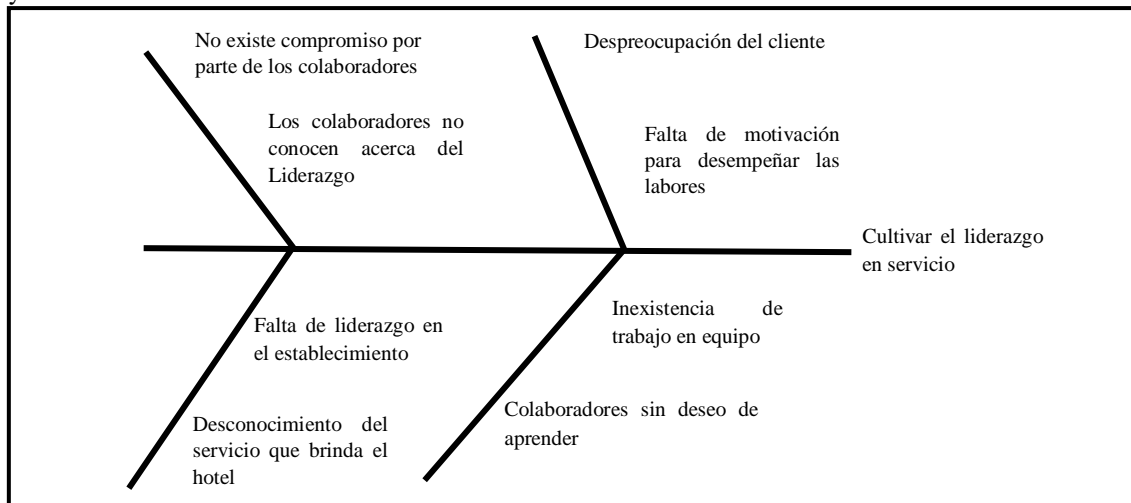
**Eje N°1: Fiabilidad: Habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso y fiable.**

Figura 27. Marco para un Servicio Extraordinario de Leonard Berry



## Cultivar el Liderazgo en Servicio.

**Figura 28.** Espina de pescado: Cultivar el Liderazgo en el Servicio de empresas de alojamiento, comidas y bebidas.



**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

### Propuesta de Soluciones

- Es importante dar el valor adecuado a la selección del personal en base a las capacidades de cada una de las personas para ubicar en el puesto adecuado lo cual se va a traducir en un desempeño adecuado tanto para el colaborador como para los usuarios que acuden de manera permanente a las instalaciones.
- La planificación de actividades de forma conjunta tomando en cuenta el criterio y opinión de cada uno de los colaboradores es de vital importancia porque se brinda la oportunidad de establecer vínculos adecuados entre los colaboradores y el desarrollo empresarial a fin de establecer un modelo de funciones adecuados que permita el dinamismo del proceso de mejorar la calidad del servicio a través de estrategias que nacen del convivir diario.
- Todas las actividades que se establezcan deben estar motivadas por una secuencia de acciones u estrategias para generar experiencias y vivencias únicas en los usuarios a fin de manejar un grado de credibilidad eficiente en cada acción que se desarrolla.

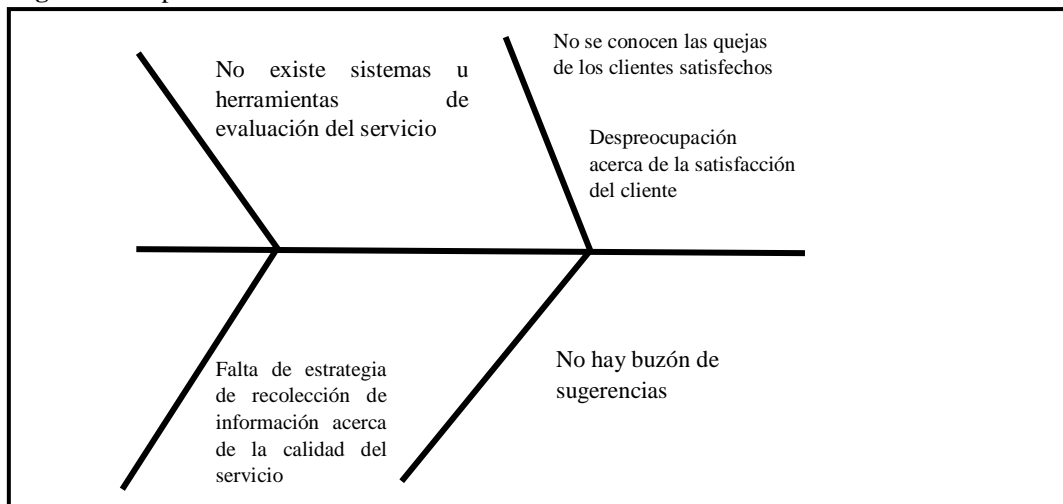
Los temas a tratar en dichas reuniones deben ser de conocimiento del responsable en guiar la reunión y los mismos deben ser:

- Liderazgo en el servicio
- Trabajo en equipo y sus ventajas
- Los avances, movimientos, objetivos y metas del hotel u restaurant.

- Los beneficios de la comunicación entre todos los miembros de la organización, evitando los famosos rumores que producen inestabilidad en la empresa.
- Empowerment y coaching, esto aumentará la confianza en los colaboradores

### Construir un Sistema de Información Acerca de la Calidad en el Servicio.

**Figura 29.** Espina de Construir un Sistema de Información Acerca de la Calidad en el Servicio



**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

### Propuesta de Soluciones

Se debe implementar una encuesta de satisfacción del cliente, la misma que debe llevarse a cabo inmediatamente una vez que el cliente haya hecho uso de los servicios que se establecen en empresas de alojamiento, comidas y bebidas. La encuesta debe ser clara y concisa de tal manera que no produzca malestar al cliente al momento de llenar la encuesta.

Se debe implementar buzones de sugerencias con sus respectivas fichas y un bolígrafo conjunto al buzón, los mismos que deben estar ubicados de la siguiente manera: Uno por cada piso del establecimiento, otro en recepción y en el restaurante para de esta forma conocer la perspectiva más importante del servicio, la del cliente.

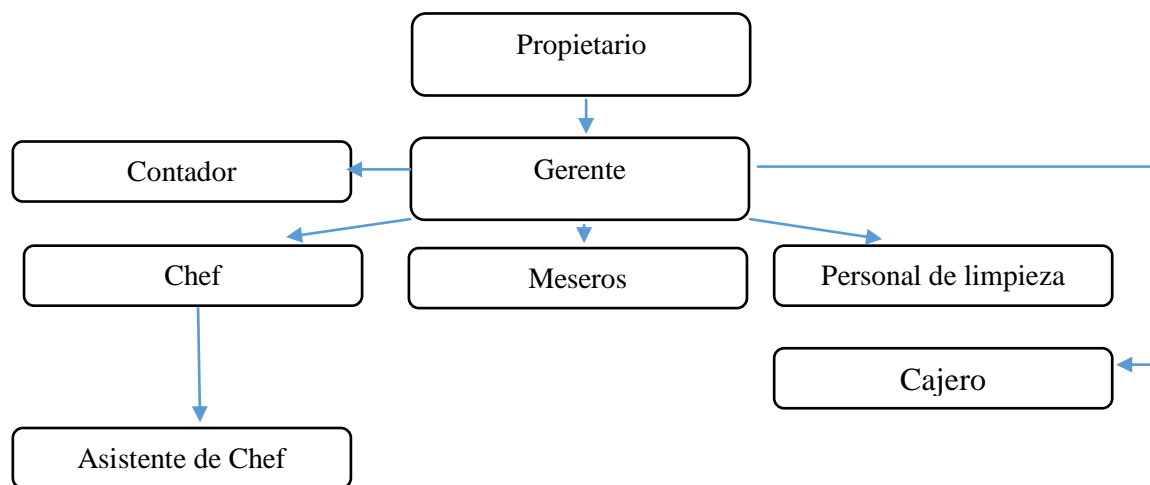
Uno de los esquemas que se debe implementar es el libro de sugerencias este permite expresarse de manera adecuada a los clientes para motivar a crear un grado de importancia en cada actividad que realizan logrado atraer la visita para que esta pueda a su vez ser recomendada a otros usuarios en base a sus funcionalidades.

## Eje N°2. Capacidad de respuesta.

Es importante tomar en cuenta que dentro de una empresa la rapidez con la que actúen cada una de las personas permite mantener un proceso de organización adecuada a través de un manual de funciones específico y una estructura organizada que permita ejercer acciones de forma inmediata.

### Estructura organizativa de la empresa.

Las empresas de alojamientos, comidas y bebidas del cantón La Maná deben contar con una estructura organizada que les permita desarrollar sus actividades de forma adecuada, se plantea:



**Figura 30.** Organigrama estructural

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

### Manual de funciones de empresas de comidas y bebidas.

Es importante mantener un manual de funciones para la definición de la estructura de los diversos cargos que desempeñan cada una de las personas que laboran en cada una de las microempresas. A continuación, se detallan las funciones de cada uno de los cargos:

#### Cargo: Gerente general

##### Funciones:

- Gestionar el diseño, implementación y evaluación del desarrollo de la empresa
- Promover el cumplimiento de los objetivos de la empresa.
- Implementar los controles necesarios para optimizar el uso de los recursos disponibles de la empresa.
- Vigilar los intereses de las personas que trabajan en la empresa.

- Proponer estrategias de mercado que permitan el crecimiento económico de la empresa.

**Cargo: Contador****Funciones:**

- Mantener, analizar y controlar la información financiera de la empresa.
- Enviar informes de información financiera de la empresa.
- Inventario actualizado y facturas estructuradas respaldan ingresos y gastos.
- Revise su inventario.
- Realice un seguimiento de los roles pagados y los requisitos del trabajo.

**Cargo: Cajero****Funciones:**

- Recaudar dinero en efectivo de los clientes.
- Recibir pagos de los clientes.
- Mantener registros detallados de pagos y recibos.
- Presentar informe diario de caja.
- Siempre actualice los códigos y precios de los artículos.

**Cargo: Chef****Funciones:**

- Selección y preparación higiénica de alimentos.
- Notifique al gerente con anticipación que el almacén no tiene alimentos.
- Verifique la fecha de vencimiento del producto
- Verificar el estado físico del producto

**Cargo: Mesero****Funciones:**

- Atender y recibir al cliente y asesorar a los clientes en sus pedidos
- Conocer la preparación de cada uno de los platos que brinda el restaurante
- Servir y retirar los platos
- Aplicar las normas de etiqueta
- Limpiar el local y ordenarlo

**Cargo: Personal de limpieza****Funciones:**

- Mantener limpio todo el establecimiento

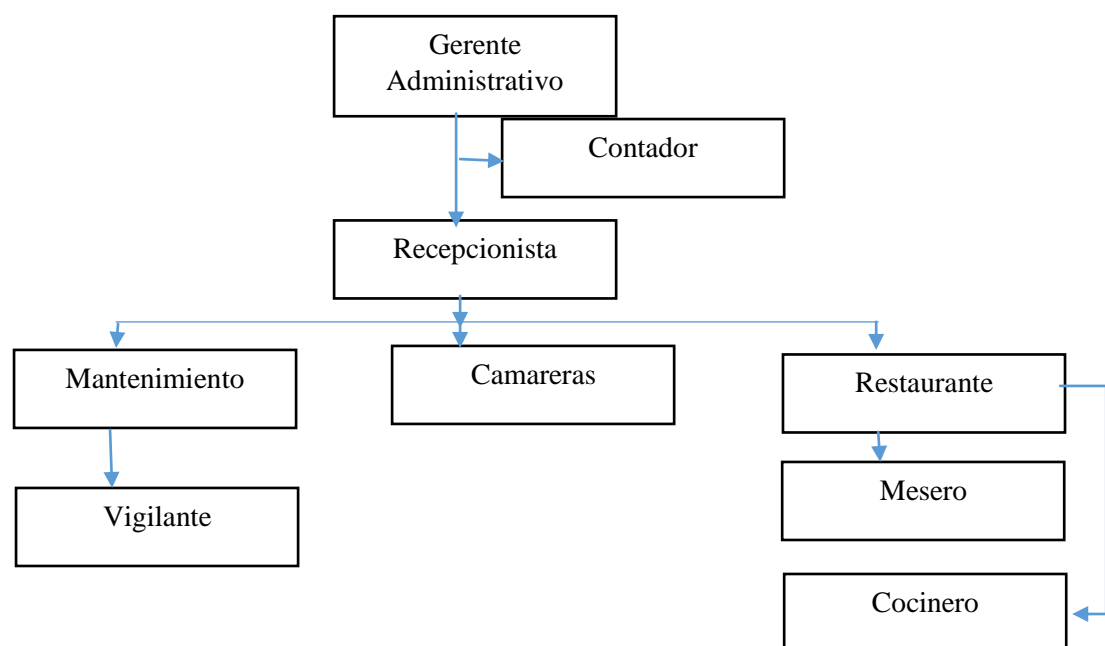
- Ordenar productos
- Verificar el buen orden en toda la empresa

### **Cargo: Asistente del chef**

#### **Funciones**

- Recepción de clientes y asesoramiento en pedidos de clientes.
- Aprende a preparar cada plato que sirve el restaurante
- Dar y recibir
- Siga las reglas de etiqueta
- Limpiar ubicaciones y hacer pedidos

### **Organigrama de empresas de alojamiento**



**Figura 31.** Organigrama estructural

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

### **Manual de funciones de empresas de alojamiento**

El desarrollo de un manual de funciones es prioritario porque permite gestionar el desarrollo de un proceso ordenado y sistemático de actividades de acuerdo a la realidad de cada una de las empresas destinadas a los servicios de alojamiento, comidas y bebidas.

A continuación, se explica la función que van a cumplir cada una de las personas que laboran:

#### **Cargo: Gerente general**

**Funciones:**

- Gestionar el diseño, implementación y evaluación del desarrollo de la empresa
- Promover el cumplimiento de los objetivos de la empresa.
- Implementar los controles necesarios para optimizar el uso de los recursos disponibles de la empresa.
- Vigilar los intereses de las personas que trabajan en la empresa.
- Proponer estrategias de mercado que permitan el crecimiento económico de la empresa.

**Cargo: Contador****Funciones:**

- Mantener, analizar y controlar la información financiera de la empresa.
- Enviar informes de información financiera de la empresa.
- Inventario actualizado y facturas estructuradas respaldan ingresos y gastos.
- Revise su inventario.
- Realice un seguimiento de los roles pagados y los requisitos del trabajo.

**Cargo: Cajero****Funciones:**

- Recaudar dinero en efectivo de los clientes.
- Recibir pagos de los clientes.
- Mantener registros detallados de pagos y recibos.
- Presentar informe diario de caja.
- Siempre actualice los códigos y precios de los artículos.

**Cargo: Chef****Funciones:**

- Selección y preparación higiénica de alimentos.
- Notifique al gerente con anticipación que el almacén no tiene alimentos.
- Verifique la fecha de vencimiento del producto
- Verificar el estado físico del producto

**Cargo: Mesero****Funciones:**

- Atender y recibir al cliente y asesorar a los clientes en sus pedidos



- Conocer la preparación de cada uno de los platos que brinda el restaurante
- Servir y retirar los platos
- Limpiar el local y ordenarlo

**Cargo: Personal de limpieza**

**Funciones:**

- Mantener limpio todo el establecimiento
- Ordenar productos
- Verificar el buen orden en toda la empresa

**Cargo: Asistente del chef**

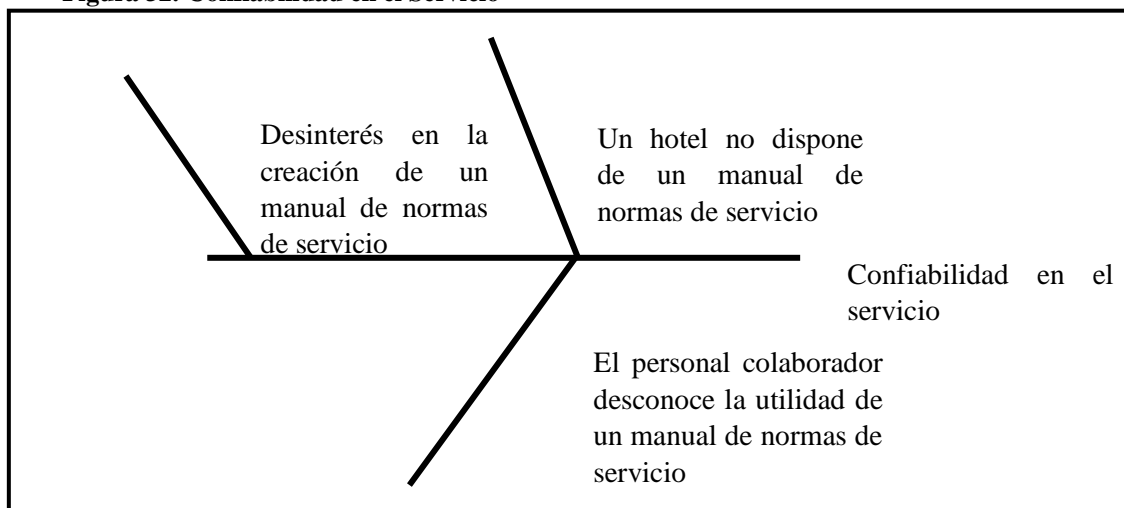
**Funciones**

- Recepción de clientes y asesoramiento en pedidos de clientes.
- Aprende a preparar cada plato que sirve el restaurante
- Dar y recibir.

**Eje N°3. Seguridad: Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza.**

Dentro de las estrategias que se sugieren desarrollar en el plan de mejoramiento es la confiabilidad en el servicio, a fin de garantizar que cada uno de los clientes eleven el nivel de satisfacción mediante una buena atención.

**Figura 32. Confiabilidad en el Servicio**



**Elaborado por:** Las autoras

## **Propuesta de Soluciones**

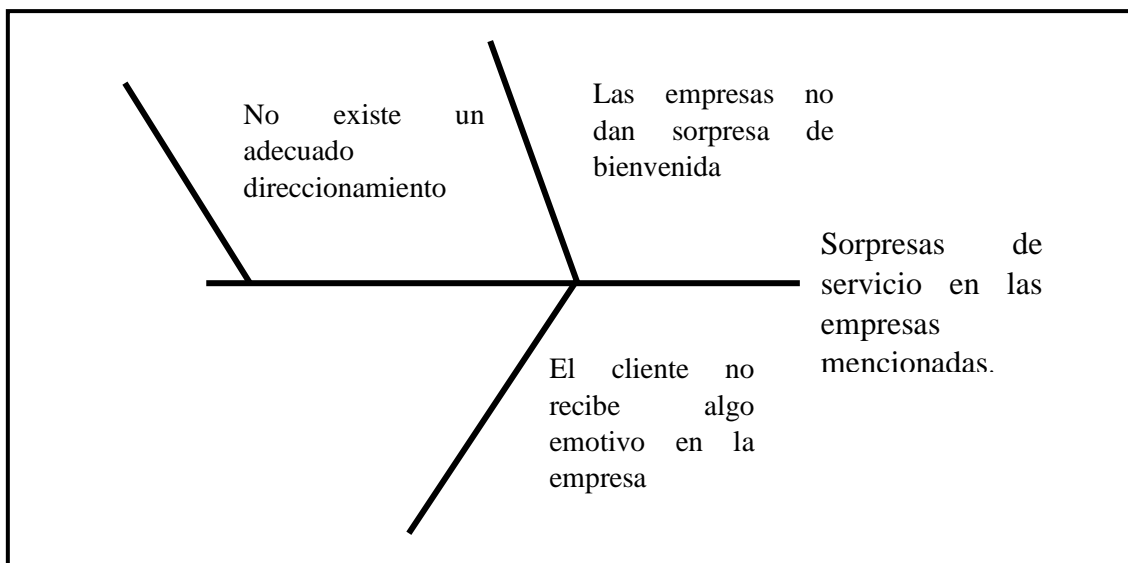
Para generar confiabilidad en el servicio se debe crear un manual de normas en cada una de las empresas de alojamiento, comidas y bebidas del cantón La Maná y que dichas normas sean de conocimiento de todos los miembros, y cumplidas por los colaboradores a fin de fomentar un sistema de atención eficiente en cada una de las actividades que realizan.

### **Manual de Normas de Confiabilidad en el Servicio de empresas de alojamiento, comidas y bebidas del cantón La Maná:**

- Es importante fomentar el valor del talento humano, a fin de generar un adecuado desarrollo de actividades.
- Buscar la generación de experiencias únicas durante la estadía o visita a las empresas creando un proceso vivencial que permita el regreso permanente de los clientes.
- La actitud positiva debe prevalecer en todo momento para el desarrollo de funciones en los servicios que brinda.
- El ambiente labora es la clave de todo proceso para un mecanismo exitoso
- El planteamiento de capacitaciones debe ser permanente para articular acciones que establezcan un proceso funcional.
- Las obligaciones deben ser asumidas como parte de los conceptos y definiciones que estos puedan causar.
- Todo el personal colaborador está en la obligación de conocer las necesidades de los clientes, hablando y escuchando al cliente.
- El primer contacto con el cliente debe ser cordial y atento, ya que deja una impresión del hotel.
- Ser observadores en todo momento.
- Todos los colaboradores son libres de hacer sugerencias, nadie será restringido a hacerlas de está formando se va formando un lazo de unión con la empresa.
- Cada una de las entidades son el segundo hogar, son una familia, por lo que deben tener en cuenta que el apoyo es mutuo en la organización lo cual es provechoso para las empresas por que permite crecer de forma adecuada.
- Es importante la presentación adecuada de uno de los colaboradores porque refleja el grado de desarrollo que se establece a través de un servicio impecable.

- La principal fuente de ingreso de las empresas de alojamiento, comidas y bebidas son los clientes, gracias a ellos las empresas da la oportunidad de trabajar, por lo tanto, los colaboradores deben hacer lo que está a su alcance para mantener los clientes.
- En caso de desconocimiento acerca de un tema, deberás pedir ayuda a tus compañeros de trabajo.
- Las empresas de alojamiento, comidas y bebidas deben mantenerse en óptimas condiciones, el personal colaborador está en la obligación de notificar cualquier desajuste en las instalaciones de cada una de las empresas.
- Se encuentran prohibidas las relaciones sentimentales entre compañeros de trabajo, más aún con los clientes.
- Todos los colaboradores están en la obligación de cumplir todas las normas del manual de confiabilidad en el servicio a fin de establecer un compromiso real con cada uno de los clientes.

**Figura 33. Servicios Sorpresa de las empresas**



**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchipe y Shirley Cecibel Flores Mueses

### **Propuesta de Soluciones**

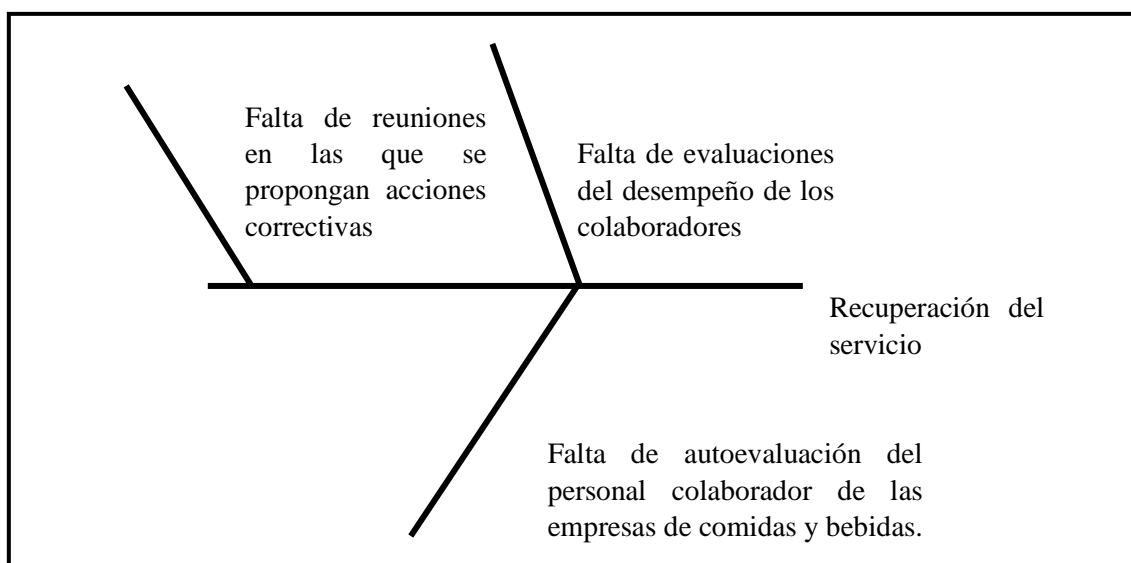
Para generar un servicio sorpresa, brindará una bebida de bienvenida o bebidas refrescantes típicas del cantón La Maná, para el cliente esto genera satisfacción a nivel empresas alojamiento, comidas y bebidas.

Se implementará estaciones de aguas aromáticas, café y bebida refrescante de la casa, ubicadas en puestos estratégicos de empresas de alojamiento, comidas y bebidas, por donde existe mayor flujo de turistas.

Se pretende crear expectativa de llegada o bienvenida por lo cual es importante mantener ciertos aspectos como elementos prioritarios en la definición de actividades:

- La lámpara en todo el establecimiento debe ser adecuado.
- Se debe priorizar al usuario para realizar algún movimiento en las habitaciones o en las mesas de servicio para crear en el cliente que es tomado en cuenta su criterio antes de cualquier actividad
- En las mesas de servicio se debe entregar al usuario una serie de alternativas adicionales a los servicios como actividades complementarias como sitios de visita, lugares de compra.
- Mantener el grado de temperatura adecuada para que los usuarios puedan estar cómodos de acuerdo a sus necesidades
- La limpieza es de vital importancia se debe fomentar que el estado sea adecuado y eficiente.
- En las empresas de comidas y bebidas se aplicarán de manera eficiente medidas de bioseguridad.
- Se mantendrá un sistema eficiente del menú de manera constante.

**Figura 34. Recuperación del Servicio**

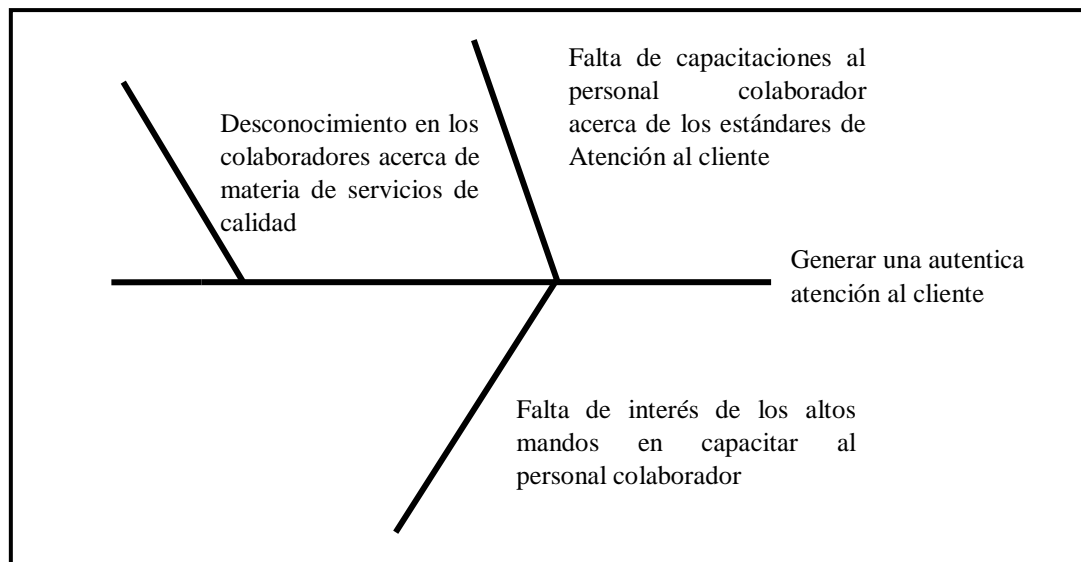


**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

## Propuesta de Soluciones

Para la recuperación del servicio en cada una de las empresas de alojamiento, comidas y bebidas se debe evaluar a los que brindan el servicio, es decir a los colaboradores del hotel, se desarrollarán reuniones una vez por semana donde los colaboradores se auto evalúen, y así como se evalúan deberán proponer acciones correctivas.

**Figura 35. Generar una Auténtica Atención al Cliente**



**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

## Propuesta de Soluciones

- Para la falta de atención al cliente se debe capacitar al personal colaborador acerca de este tema, el servicio al cliente es el arma principal para superar a la competencia, es importante articular un sistema de capacitaciones enfocadas a la solución de conflictos, dichas capacitaciones son necesarias dos veces por año y cada capacitación tendrá una duración de dos horas.
- Una disculpa dada personalmente o vía telefónica por parte del gerente general de la empresa de alojamiento comidas y bebidas dejará conforme al cliente, ya que esto significa que dicho cliente es importante para la empresa, se deberá indicar que la falla del servicio se corregirá inmediatamente y que para la próxima visita encontrará todo en perfecto estado, además se debe agradecer al cliente por la queja.
- Un cliente insatisfecho, por medio del proceso de recomendación boca a boca, genera pérdidas en las empresas, es por esto que se pide recomendaciones, sugerencias y quejas a los clientes.

**Eje N°4. Empatía: Plan de capacitación de Atención al Cliente dirigido a empresas de alojamiento, comidas y bebidas del cantón La Maná.**

**Tabla 33. Tema 1: Calidad y atención al cliente**

<b>OBJETIVO</b>	<b>CONTENIDO</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>EVALUACIÓN</b>
Conocer los principales objetivos de la atención al cliente.	Calidad en el servicio al cliente. Manejo de clientes	Presentación Dinámica Aplicación práctica Refuerzo Finalización	Material tecnológico Laptop Videos Revistas prácticas Material de escritorio	Caso Práctico
Desarrollar habilidades de comprensión sobre atención al cliente	Habilidades de comprensión Atención al cliente	Vídeo práctico		Preguntas a los colaboradores, sobre lo aprendido
Mantener esquemas de desarrollo para trabajo en equipo	Equipos de trabajo	Presentación Dinámica Aplicación práctica Refuerzo Finalización		
Gestionar herramientas adecuadas para trabajar con servicio al cliente.  Gestionar el proceso de incentivación al cliente.	Autoestima de los clientes Incentivación a los clientes	Presentación Dinámica Aplicación práctica Refuerzo Finalización		

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

## Tema 2: Comunicación con el Cliente

Tabla 34. Comunicación con el cliente

OBJETIVO	CONTENIDO	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	RECURSOS	EVALUACIÓN
Mantener un buen nivel de comunicación efectiva.	Comunicación a nivel efectivo	Presentación Dinámica Aplicación práctica Refuerzo Finalización	Material tecnológico Laptop Videos Revistas prácticas de escritorio	-Retroalimentación
Gestionar accionar para manejar de manera adecuadas recursos tecnológicos.	Manejo adecuado de recursos tecnológicos	Presentación Dinámica Aplicación práctica Refuerzo Finalización		
Promover la habilidad de escuchar a cada uno de los participantes.	Proceso de habilidades entre escuchar y hablar	Presentación Dinámica Aplicación práctica Refuerzo Finalización		

**Elaborado por:** Mariela Alexandra Loor Cuchiye y Shirley Cecibel Flores Mueses

## 16. Bibliografía

- Baena, G. (2014). *Metodología de la investigación* (Primera ed.). Mexico: Grupo Editorial Patria. :ISBN: 978-607-744-003-1
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* (3° ed.). Bogotá, Colombia: Pearson Educación. :ISBN: 978-958-699-128-5
- Blanco, M. (2018). *El mercado y la comercialización*. Costa Rica: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). Obtenido de <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf?sequence=1>
- Buendía, E. (2013). El papel de la Ventaja Competitiva en el desarrollo económico de los países. *Revista Análisis Económico*, 55-78. :ISSN: 0185-3937
- CEPAL. (Julio de 2020). *Medidas de recuperación del sector turístico*. Obtenido de Medidas de recuperación del sector
- Ceseña, M. A. (2019). *Factores de la satisfacción del cliente: perspectivas en restaurantes de comida rápida*. Mexico: Universidad Autónoma de Baja California Sur. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7399782>
- Chávez, O. C. (2018). *Gestión de la calidad y productividad*. Ecuador: Universidad de las Fuerzas Armadas. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/15416/1/GESTION%20DE%20LA%20CALIDAD%20Y%20PRODUCTIVIDAD.pdf>
- Citalán, R. R. (2020). *Caso: Microempresas de manufactura de cerámica en Amozoc*. Mexico: Universidad Autónoma de Puebla. Obtenido de <https://repositorioinstitucional.buap.mx/handle/20.500.12371/11384>
- Dionisio del Rio, S. (2013). *Diccionario-Glosario de Metodología de la investigación social*. Madrid: Uned Caudernos. :ISBN: 978-84-362-6803-4
- Dominguéz, B. N. (2015). *Control de calidad de salud*. Cuba: Control de calidad de salud. Obtenido de [https://files.sld.cu/scap/files/2012/01/control\\_calidad.pdf](https://files.sld.cu/scap/files/2012/01/control_calidad.pdf)
- Estrada, P. (2016). *Comercio exterior y negocios internacionales* (Primera ed.). Quito, Ecuador: Cognition Ecuador.:ISBN:978-9942-8617-0-2
- Fernández, G. M. (2016). *Medición de la satisfacción del cliente en organizaciones no lucrativas de cooperación al desarrollo*. Ecuador: Universidad Nacional de Chimborazo. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2016/11/15CA201601.pdf>
- Fidias, G. A. (2012). *El proyecto de investigación (Introducción a la metodología científica)* (Sexta ed.). Caracas: Editorial Episteme.: ISBN: 980-07-8529-9
- Gallón, C. Y. (2017). *Importancia del Marketing en las Organizaciones y el Papel de las Redes Sociales*. Colombia: Universidad Libre. Obtenido de <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10709/ART%C3%8DCULO.pdf>
- Gómez, H. S. (2015). *Serie de manuales para la pequeña y mediana empresa*. Colombia: Director Grupo SUMAR. Obtenido de [https://www.fumc.edu.co/documentos/elibros/Momentos\\_de\\_verdad.pdf](https://www.fumc.edu.co/documentos/elibros/Momentos_de_verdad.pdf)
- Grunauer, M. S. (2018). *El Marketing y su aplicación en diferentes áreas del conocimiento*. Ecuador: Editorial UTMACH. Obtenido de



<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12484/1/ElMarketing-Y-SuAplicacionEnDiferentesAreas.pdf>

- Guadalupe, F. (2017). *Propuesta de estrategias de mejora basadas en analisis FODA en las pequeñas empresas de arandas, Jalisco, México*. México: Universidad Autónoma Indígena de México. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/461/46154070025.pdf>
- Hernández, S. D. (2020). *La Fidelización del Cliente y Retención del Cliente: Tendencia que se Exige Hoy en Día*. Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos. [:https://.org/10.15381/gtm.v23i45.18935](https://.org/10.15381/gtm.v23i45.18935)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (31 de octubre de 2017). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censo*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-registro-843-745-empresas-en-2016/>
- Kumar, D. (2016). *Building Sustainable Competitive Advantage: Through Executive Enterprise Leadership*. Routledge. :ISBN: 978-1-4724-7031-7
- Lizarazo, B. M. (2009). *Jovenes Emprendedores Comprometidos con el Desarrollo Sostenible de los Territorios Rurales*. Quito: Ediciones IICA: ISBN: 978-92-9248-144-5
- Maldonado, J. Á. (2015). *Cultura de servicio al cliente*. Ecuador: Academia Edu. Obtenido de [https://www.academia.edu/12340317/CULTURA\\_DE\\_SERVICIO\\_AL\\_CLIENTE](https://www.academia.edu/12340317/CULTURA_DE_SERVICIO_AL_CLIENTE)
- Maldonado, L. M. (2019). *Proyecto de prefactibilidad para la creación de una microempresa productora de una bebida a base de arroz en el sector barrio lindo*. Ecuador: Universidad San Gregorio De Portoviejo. Obtenido de <http://repositorio.sangregorio.edu.ec/bitstream/123456789/1483/1/TESIS%20FINAL%2028-02-2020%20%20Linda.pdf>
- Merino, M. A. (2016). *La influencia de la gestión administrativa en la satisfacción del usuario de la municipalidad de comas, 2016*. Perú: Universidad Inca Garcilaso De La Vega. Obtenido de <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1297/TESIS.pdf?sequence=1&Allowed=y>
- Montachana, M. I. (2019). *Análisis de la calidad del servicio en el sector turístico hotelero y la satisfacción del turista nacional y extranjero, en la Provincia de Cotopaxi Ecuad.* Ecuador: Universidad de las Fuerzas Armadas. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/20609/1/T-ESPEL-ITH-0117.pdf>
- Paola, O. C. (2018). *Importancia del análisis foda para la elaboración de estrategias en organizaciones americanas, una revisión de la última década*. Ecuador: Universidad de las Fuerzas Armadas Espe. Obtenido de [http://tambara.org/wp-content/uploads/2018/12/1.Foda\\_O%C3%B1a\\_final.pdf](http://tambara.org/wp-content/uploads/2018/12/1.Foda_O%C3%B1a_final.pdf)
- Peirano, C. (2014). La piramide de la competitividad y su aplicación del análisis competitivo del sector forestal. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, XVIII(1), 111-136: ISSN: 1669-7634
- Pérez, Á. B. (2018). *El marketing relacional y la fidelización del cliente*. Ecuador: Polo del conocimiento. Obtenido de <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/download/683/837>
- Piñero, H. R. (2018). *Clima y Cultura Organizacional y su Relación con el Cambio Gerencial de Organizaciones Tradicionales a Organizaciones Inteligentes*. Ecuador: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Obtenido de <https://revistas.uteq.edu.ec/index.php/csye/article/download/270/266/332>

- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón La Maná. (2015). *GAD Municipal La Maná*.  
Obtenido de [http://app.sni.gov.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/0560000890001\\_Pdyot%20La%20Man%C3%A1%202015\\_22-03-2016\\_16-42-48.pdf](http://app.sni.gov.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0560000890001_Pdyot%20La%20Man%C3%A1%202015_22-03-2016_16-42-48.pdf)
- Porter, M. (2015). *Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales de la competencia* (Segunda Edición reformada ed.). Mexico: Grupo Editorial Patria . :ISBN: 9786077442882
- Quero, M. (2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *Telos*, XII(2), 248-252. :ISSN: 1317-0570
- Ramirez, F. J. (2015). *Informacion y atencion al cliente*. España: Mc Graw Hill Education. Obtenido de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448196813.pdf>
- Rodríguez, G. A. (2018). *Satisfacción del cliente a los servicios crediticios ofertados por las cooperativas financieras del Tolima - Colombia*. Venezuela: Revista Venezolana de Gerencia. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29058775007/29058775007.pdf>
- Ruiz, E. M. (2017). *La calidad del servicio al cliente externo administrativo vinculado al incremento de las ventas en el grupo Santillana*. Ecuador: Revista Multidisciplinaria de Investigación. Obtenido de <https://revistaespirales.com/index.php/es/article/download/221/168>
- Satan, A. W. (2018). *Repositotio*. Obtenido de Análisis de competitividad de las microempresas comerciales de prendas de vestir del centro urbano del cantón Riobamba: <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6364/1/T2710-MAE-Satan-Analisis.pdf>
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Agenda Zonal Zona-3 Centro*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/Agenda-zona-3.pdf>
- Tarziján, J. (2018). *Fundamentos de estrategia empresarial* (Quinta ed.). Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile. :ISBN: 978-956-14-2292-6
- Tejada, Y. G. (2018). *Calidad de servicio y su relacion con la satisfacción del usuario en el centro de salud Characato, Arequipa, 2018*  
*Calidad de servicio y su relacion con la satisfacción del usuario en el centro de salud Characato, Arequipa, 2018*. Colombia: Universidad Nacional De San Agustín De Arequipa. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/7150/ADMfedebg.pdf?sequence=1&allowed=y>
- Torres, J. S. (2018). *Del ciclo de vida del producto al ciclo de vida del cliente: Una aproximación hacia una construcción teórica del ciclo de vida del cliente*. Bolivia: Revista Investigación y Negocios. :2521-2737
- UNWTO. (21 de Julio de 2021). *Los viajes internacionales en suspenso* . Obtenido de <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>
- Vizcano, A. J. (2018). *Servicio al cliente e integración del marketing mix de servicios*. México: Universidad de Guadalajara. Obtenido de [http://www.cucea.udg.mx/sites/default/files/documentos/adjuntos\\_pagina/servicio\\_al\\_cliente\\_e\\_integracion\\_del\\_marketing\\_mix\\_de\\_servicios.pdf](http://www.cucea.udg.mx/sites/default/files/documentos/adjuntos_pagina/servicio_al_cliente_e_integracion_del_marketing_mix_de_servicios.pdf)

## 17.ANEXOS

### Anexo 1. Datos del docente

#### DATOS PERSONALES

APELLIDOS: CABRERA TOSCANO  
 NOMBRES: EDUARDO FABRICIO  
 ESTADO CIVIL: CASADO  
 CEDULA DE CIUDADANIA: 1712317195  
 FECHA DE NACIMIENTO: 01 DE ENERO DE 1974  
 DIRECCION DOMICILIARIA: VALENCIA  
 TELEFONO CONVENCIONAL: 052 948 056  
 TELEFONO CELULAR: 098 955 1671  
 CORREO ELECTRONICO: eduardo.cabrera7195@utc.edu.ec



#### ESTUDIOS REALIZADOS Y TITULOS OBTENIDOS

NIVEL	TITULO OBTENIDO	FECHA DE REGISTRO	CODIGO DEL REGISTRO
TERCER	INGENIERO EN MARKETING	2011-11-12	1014-11-1097426
CUARTO	MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	2017-02-15	1014-2017-1799117

#### HISTORIAL PROFESIONAL

UNIDAD ACADEMICA EN LA QUE LABORA: UCAAHH – Unidad de Ciencias Administrativas y Humanística  
 CARRERA A LA QUE PERTENECE: ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
 AREA DEL CONOCIMIENTO EN LA CUAL SE DESEMPEÑA: ADMINISTRACION - MARKETING  
 PERIODO ACADEMICO DE INGRESO A LA UTC: OCTUBRE 2018

-----  
FIRMA

## Anexo 2. Datos informativos del investigador del proyecto

### DATOS PERSONALES

Nombres:	Mariela Alexandra
Apellidos:	Loor Cuchipe
Nacionalidad:	Ecuatoriana
Fecha de nacimiento:	10 de Octubre de 1990
Lugar de nacimiento:	La Maná provincia de Cotopaxi
Cédula de identidad:	0503468266
Estado civil:	Soltera
Teléfono:	0969921364
Dirección domiciliaria:	La Maná-El Triunfo
Cantón:	La Maná
Correo electrónico:	<a href="mailto:marielaloor99@gmail.com">marielaloor99@gmail.com</a>



### ESTUDIOS REALIZADOS

Instrucción primaria:	Escuela Francisco Sandoval Pastor (1996-2002)
Instrucción secundaria:	Unidad Educativa La Maná (2004-2010)

### TÍTULOS OBTENIDOS


- Bachiller en Técnico en Comercio y Administración. Especialización: Comercialización y Ventas.

### CERTIFICADOS OBTENIDOS

- Certificado de haber participado en el “II JORNADAS ADMINISTRATIVAS”, organizada por la Carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, realizada del 04 al 06 de Diciembre del 2019, con una duración de 40 horas.
- Certificado de haber asistido a las “Primeras Jornadas Administrativas en Creatividad, Innovación y Emprendimiento “organizado por Asesoría de Desarrollo Nacional ADN Consultoría y Servicios C.A. y la Carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, realizado el 16,17 y 18 de Julio de 2018 con una duración de 40 horas.

### Anexo 3. Datos informativos del investigador del proyecto

#### DATOS PERSONALES

Nombres:	Shirley Cecibel	
Apellidos:	Flores Mueses	
Nacionalidad:	Ecuatoriana	
Fecha de nacimiento:	16 de Mayo del 1989	
Lugar de nacimiento:	Quevedo	
Cédula de identidad:	120614670-4	
Estado civil:	Unión libre	
Teléfono:	0982434367	
Dirección domiciliaria:	La Maná-El Toquillal. Las Orquídeas	
Cantón:	La Maná	
Correo electrónico:	Cecibel89flores@gmail.com	

#### ESTUDIOS REALIZADOS

Instrucción primaria:	Escuela Francisco Sandoval Pastor (1996-2002)
Instrucción secundaria:	Unidad Educativa La Maná(2007-2013)

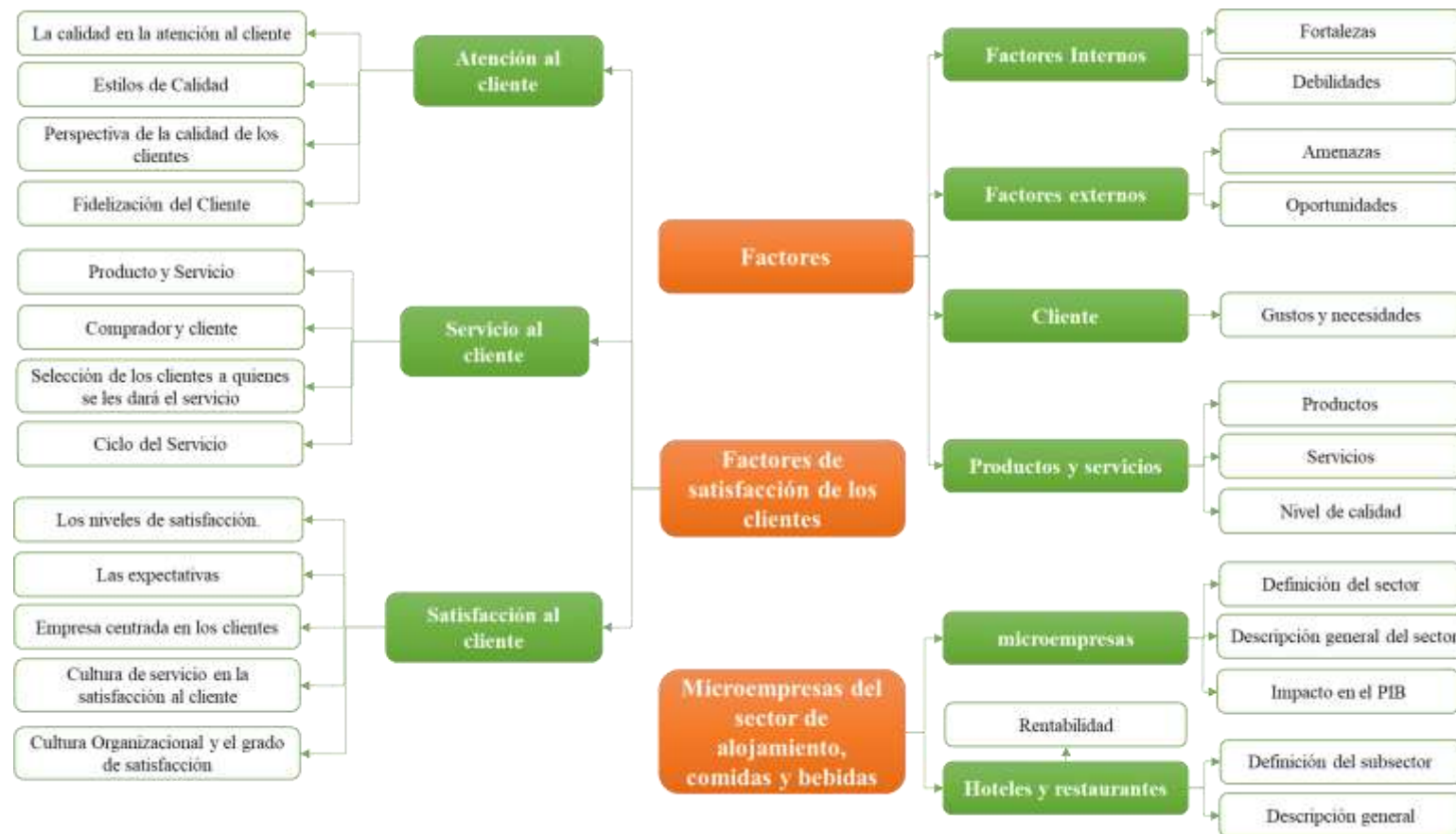
#### TÍTULOS OBTENIDOS

- Bachiller en Técnico en Comercio y Administración. Especialización: Comercialización y Ventas

#### CERTIFICADOS OBTENIDOS

- Certificado de haber asistido a las “Primeras Jornadas Administrativas en Creatividad, Innovación y Emprendimiento“ organizado por Asesoría de Desarrollo Nacional ADN Consultoría y Servicios C.A. realizado el 16,17 y 18 de Julio de 2018 con una duración de 40 horas.
- Certificado de haber participado en el “II JORNADAS ADMINISTRATIVAS”, organizada por la Carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, 2019.

**Anexo 4. Mapeo**



**Figura 36. Mapeo.**

## Anexo 5. Cronograma de actividades

Tabla 35. Cronograma de actividades Titulación I

TIEMPO  ACTIVIDADES DESARROLLADAS	2021												2022													
	Oct.				Nov.				Dic.				Enero.				Febrero				Mar					
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Aprobación del tema de investigación																										
Planteamiento del problema																										
Elaboración de la información general																										
Diseño de la descripción del proyecto																										
Revisión del proyecto																										
Planteamiento de los objetivos																										
Recopilación de la información teórica																										
Elaboración de antecedentes investigativos																										
Elaboración del marco teórico																										
Revisión del proyecto																										
Planteamiento de preguntas científicas																										
Metodología y tipos de investigación																										
Realización del estudio de presupuesto para su ejecución																										
Cronograma																										
Análisis e interpretación de resultados																										
Conclusiones y Recomendaciones																										
Elaboración de la propuesta																										
Revisión del proyecto																										
Designación del tribunal de lectores																										

Fuente: Elaboración Propia

**Anexo 6. Validación de instrumentos por expertos (1).**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“FACTORES DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS  
MICROEMPRESAS DEL SECTOR DE ALOJAMIENTO, COMIDAS Y BEBIDAS  
DEL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2021.”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Licenciatura en  
Administración de Empresas

**Autores:**

Mariela Alexandra Loor Cuchipe

Shirley Cecibel Flores Mueses

**Tutor:**

Ing. Eduardo Fabricio Cabrera Toscano. Mg.

**LA MANÁ – ECUADOR  
MARZO – 2022**



La Maná, 25 de Enero de 2022

Ingeniero:

Mauricio Rubén Franco Coello

**Docente Académico de la Universidad Técnica de Cotopaxi – Extensión La Maná**

Presente. -

De mi consideración:


Yo, Mariela Alexandra Loor Cuchiye, con C.I 050346826-6 y Shirley Cecibel Flores Mueses con C.I 120614670-4 nos dirigimos a usted de la manera más comedida a fin de solicitarle, se me ayude con la validación de la guía para entrevista y de la encuesta en el formato adjunto, las cuales serán aplicadas para la realización del proyecto de investigación con el tema: **“FACTORES DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR DE ALOJAMIENTO, COMIDAS Y BEBIDAS DEL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2021.”**, previo a la obtención del Título de Licenciatura en Administración de Empresas.

Por la gentil atención que sirva dar al presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,



Mariela Alexandra Loor Cuchiye  
C.I: 050346826-6



Shirley Cecibel Flores Mueses  
C.I: 120614670-4

**Autoras del Proyecto de Investigación**

**Adjunto:** Cuestionarios – Matriz de validación

## **6. OBJETIVOS**

### **6.1. Objetivo General**

- Determinar los factores de satisfacción de los usuarios de las microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas del Cantón La Maná, año 2021, para el diseño de una propuesta que permita mejorar la satisfacción de los usuarios.

### **6.2. Objetivos Específicos.**

- Fundamentar los principales conceptos y teorías que sirvan de fundamento para conocer los factores de satisfacción de los usuarios.
- Realizar un diagnóstico de factores de satisfacción de los usuarios de las microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas del Cantón La Maná, para la obtención de información detallada la situación actual.
- Diseñar una propuesta para el mejoramiento de la satisfacción de los usuarios.

## 8. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS

**Tabla 36** Actividades y sistemas de tareas

<b>Objetivos</b>	<b>Actividad</b>	<b>Resultado de la actividad</b>	<b>Descripción de la actividad (técnicas e instrumentos)</b>
Fundamentar los principales conceptos y teorías que sirvan de fundamento para conocer los factores de satisfacción de los usuarios.	Revisión de información bibliográfica	Guía teórica del proyecto de investigación a desarrollar.	Fuentes bibliográficas.
Realizar un diagnóstico de factores de satisfacción de los usuarios de las microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas del Cantón La Maná, para la obtención de información detallada la situación actual.	Diseño de instrumento. Aplicación de instrumentos. Procesamiento y análisis de datos	Conocer el estado de satisfacción de los usuarios de las microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas del Cantón La Maná	Encuesta realizada a los usuarios de las microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas del Cantón La Maná. Entrevista aplicada a los propietarios.
Diseñar una propuesta para el mejoramiento de los factores de satisfacción de los usuarios.	Diseño de una propuesta para el mejoramiento de factores de satisfacción de usuarios en microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas del Cantón La Maná	Propuesta de mejoramiento de la satisfacción de usuarios en microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas del Cantón La Maná	Diseño de propuesta.

**Elaborado por:** Las autoras

**Formato de cuestionario-guía para entrevista dirigido a los gerentes/administradores de los servicios alojamiento y bebidas del cantón La Maná.**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI - EXTENSIÓN “LA MANÁ”  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
PERIODO ACADÉMICO: OCTUBRE 2021 – MARZO 2022**

**ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS GERENTES/ADMINISTRADORES DE LOS  
SERVICIOS DE COMIDA Y BEBIDA DEL CANTÓN LA MANÁ**

**TEMA DE INVESTIGACIÓN:** “FACTORES DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR DE ALOJAMIENTO, COMIDAS Y BEBIDAS DEL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2021.”,

**Objetivo de la entrevista:** Realizar un diagnóstico de factores de satisfacción de los usuarios de las microempresas de comidas y bebidas del Cantón La Maná, para conocer de forma detallada la situación actual.

**Compromiso:** Queda el compromiso que toda la información que sea receptada se utilizará únicamente para el desarrollo del proyecto de investigación; dejando constancia del compromiso en guardar absoluta reserva a la información proporcionada, expresando desde ya mis sinceros reconocimientos por el apoyo brindado.

**Instrucción:** Responder con la mayor seriedad y sinceridad posible cada una de las preguntas planteadas en el cuestionario adjunto.

**Guía/Formato de Entrevista**

Nombre del Entrevistado: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_ Nivel de instrucción académica:  
\_\_\_\_\_

Nombre del Entrevistador:  
\_\_\_\_\_

Hora de inicio: \_\_\_\_\_ Hora de finalización:  
\_\_\_\_\_

**TEMA DE INVESTIGACIÓN: “FACTORES DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR DE ALOJAMIENTO COMIDAS Y BEBIDAS DEL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2021”**

1. ¿Cuánto tiempo lleva emprendiendo una microempresa de servicio de alojamiento, en el cantón La Maná?
2. ¿Considera que los clientes que acuden a su microempresa se sienten satisfechos con los servicios brindados?
3. ¿Cómo microempresario cuales considera los factores de satisfacción más importantes que los usuarios toman en cuenta al reservar un servicio?
4. ¿Ha invertido en mejorar el nivel de atención a los clientes mediante procesos de capacitación a sus colaboradores?
5. ¿De acuerdo a su criterio que factores considera que la microempresa debe fortalecer para atraer más clientes?
6. ¿Ha empleado alguna estrategia para fomentar mejoras en los servicios que brinda la microempresa?
7. ¿Los precios que mantiene en su microempresa son competitivos en comparación a otras ciudades?
8. ¿Durante el último año ha invertido en tecnología que permita brindar niveles de bioseguridad a los usuarios?
9. ¿Dentro de su micro empresa invierte usted en innovación para mejorar sus servicios de forma constante?
10. ¿Qué aspectos ha desarrollado en su micro empresa para brindar seguridad a los usuarios?

**Formato de encuesta dirigido a la población del Cantón La Maná en referencia a los servicios de hospedaje.**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI - EXTENSIÓN “LA MANÁ”  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
PERIODO ACADÉMICO: OCTUBRE 2021 – MARZO 2022**

**CUESTIONARIO PARA ENCUESTAS DIRIGIDAS A LA POBLACIÓN DEL  
CANTÓN LA MANÁ SOBRE LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO**

**TEMA DE INVESTIGACIÓN:** “FACTORES DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR DE ALOJAMIENTO, COMIDAS Y BEBIDAS DEL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2021.”,

**Objetivo de la entrevista:** Identificar el nivel de satisfacción de clientes sobre las microempresas del sector de alojamiento del cantón La Maná.

**Compromiso:** La información recopilada es de uso absoluto para el desarrollo de la temática; dejando constancia del compromiso en guardar absoluta reserva a la información proporcionada, expresando desde ya mis sinceros reconocimientos por el apoyo brindado.

**Instrucción:** Responder con la mayor seriedad y sinceridad posible cada una de las preguntas planteadas en el cuestionario adjunto.

No.	PREGUNTAS	OPCIONES						TOTAL
	<b>Calidad de servicio</b>							
1	¿Ha ocupado el servicio de algún hotel del cantón La Maná?	Si		No				
2	La atención brindada en estos sectores es:	Excelente		Bueno		Regular		Malo
3	¿Recomendaría los servicios de alojamiento del cantón La Maná?	Siempre	Casi siempre	Pocas veces	A veces	Nunca		
4	¿Los servicios de alojamiento del cantón La Maná, se han esmerado en brindar un adecuado servicio de calidad?	Si		No		A veces		
	<b>Precio</b>							
1	De acuerdo a su criterio considera que los precios de los servicios de alojamiento son:	Muy costosos		Costosos		Económicos		Muy económicos
2	¿Las tarifas de los servicios de alojamiento del cantón La Maná, son competitivos?	Si			No			
3	¿Está de acuerdo en que los precios de los servicios de alojamiento deben mantenerse?	Si estoy de acuerdo		En desacuerdo				
	<b>Medio ambiente</b>							
1	¿El área de recepción del hotel, las instalaciones y habitaciones que se ofrecen como servicios de alojamiento en el cantón La Maná le parecen atractivas?	Muy atractivas		Atractivas		Poco atractivas		
2	¿Considera que los servicios de alojamiento del cantón La Maná mantienen sus instalaciones adecuadas?	Siempre		A veces		Nunca		
3	¿Cree que los espacios y el ambiente que brindan los servicios de alojamiento del cantón La Maná son adecuadas para los visitantes?	Si		No		A veces		
4	¿Considera que los servicios de alojamiento del cantón La Maná, innovan de forma constante el ambiente de sus instalaciones?	Si		No		A veces		
	<b>Seguridad</b>							
1	¿Los servicios de alojamiento del cantón La Maná brindan seguridad?	Si		No		A veces		

	a los usuarios?						
2	¿Se ha sentido seguro cuando ha ocupado algún servicio de alojamiento del cantón La Maná?	Si		No		A veces	

**¡Gracias por su colaboración!**



**Formato de encuesta dirigido a la población del Cantón La Maná en referencia a los servicios de comidas y bebidas.**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI - EXTENSIÓN “LA MANÁ”  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
PERIODO ACADÉMICO: OCTUBRE 2021 – MARZO 2022**

**CUESTIONARIO PARA ENCUESTAS DIRIGIDAS A LA POBLACIÓN DEL  
CANTÓN LA MANÁ SOBRE LOS SERVICIOS DE COMIDA Y BEBIDA**

**TEMA DE INVESTIGACIÓN:** “FACTORES DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR DE ALOJAMIENTO, COMIDAS Y BEBIDAS DEL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2021.”,

**Objetivo de la entrevista:** Identificar el nivel de satisfacción de clientes sobre las microempresas del sector de comidas y bebidas del cantón La Maná.

**Compromiso:** La información recopilada es de uso absoluto para el desarrollo de la temática; dejando constancia del compromiso en guardar absoluta reserva a la información proporcionada, expresando desde ya mis sinceros reconocimientos por el apoyo brindado.

**Instrucción:** Responder con la mayor seriedad y sinceridad posible cada una de las preguntas planteadas en el cuestionario adjunto.

No.	PREGUNTAS	OPCIONES					TOTAL
	<b>Calidad de servicio</b>						
1	¿Ha ocupado el servicio de comida y bebidas del cantón La Maná?	Si		No			
2	La atención brindada en estos sectores es:	Excelente	Bueno	Regular	Malo		
3	¿Recomendaría los servicios de comidas y bebidas del cantón La Maná?	Siempre	Casi siempre	Pocas veces	A veces	Nunca	
4	¿Los servicios de comidas y bebidas del cantón La Maná, se han esmerado en brindar un adecuado servicio de calidad?	Si	No		A veces		
	<b>Precio</b>						
1	De acuerdo a su criterio considera que los precios de los servicios de comida y bebida son:	Muy costosos	Costosos	Económicos	Muy económicos		
2	¿Considera que los precios de los productos gastronómicos del cantón La Maná, son competitivos?	Si		No			
3	¿Está de acuerdo en que los precios de los productos de los restaurants deben mantenerse?	Si estoy de acuerdo		En desacuerdo			
	<b>Medio ambiente</b>						
1	¿Las instalaciones de los servicios de comida y bebida del cantón La Maná le parecen atractivas?	Muy atractivas	Atractivas		Poco atractivas		
2	¿Considera que los servicios de comida y bebidas del cantón La Maná mantienen sus instalaciones adecuadas?	Siempre		A veces		Nunca	
3	¿Los espacios y el ambiente que brindan los servicios de comida y bebida del cantón La Maná son adecuadas para los visitantes?	Si		No		A veces	
4	¿Considera que los servicios de comida y bebida del cantón La Maná, innovan de forma constante el ambiente de sus instalaciones?	Si		No		A veces	
	<b>Seguridad</b>						
1	¿Los sitios de comida y bebida del cantón La Maná brindan	Si		No		A veces	

	seguridad a los usuarios?						
<b>2</b>	¿Los productos que usted ha consumido en los sitios de comida y bebida del cantón La Maná le brindan nutrición para su salud?	Si		No		A veces	

**¡Gracias por su colaboración!**

### VALIDACIÓN DE LA ENTREVISTA

Criterios	Apreciación cualitativa			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento	x			
Calidad de la redacción	x			
Relevancia del contenido	x			
Factibilidad de aplicación	x			

#### Observaciones

Adjunto las observaciones hechas en los comentarios determinados en cada una de las preguntas. Conforme se hagan los ajustes necesarios y solicitados se les procederá con la validación de los instrumentos.

#### Validado por:

Ing. Mauricio Rubén Franco Coello, Mgs.



**Firma del docente:**

**Fecha:** 26 de Enero del 2022

### VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA

Criterios	Apreciación cualitativa			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento	x			
Calidad de la redacción	x			
Relevancia del contenido	x			
Factibilidad de aplicación	x			

#### Observaciones

#### Validado por:

Ing. Mauricio Rubén Franco Coello, Mgs.



**Firma del docente:**

**Fecha:** 26 de enero del 2022

**Anexo 7. Validación de Instrumento por expertos (2)**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“FACTORES DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS  
MICROEMPRESAS DEL SECTOR DE ALOJAMIENTO, COMIDAS Y BEBIDAS  
DEL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2021.”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Licenciatura en  
Administración de Empresas

**Autores:**

Mariela Alexandra Loor Cuchiye

Shirley Cecibel Flores Mueses

**Tutor:**

Ing. Eduardo Fabricio Cabrera Toscano. Mg.

**LA MANÁ – ECUADOR  
MARZO – 2022**

La Maná, 24 de Enero de 2022

Ingeniero:

Gloria Evelina Pazmiño Cano.

**Docente Académico de la Universidad Técnica de Cotopaxi – Extensión La Maná**

Presente. -

De mi consideración:

Yo, Mariela Alexandra Loor Cuchiye, con C.I 050346826-6 y Shirley Cecibel Flores Mueses con C.I 120614670-4 nos dirigimos a usted de la manera más comedida a fin de solicitarle, se me ayude con la validación de la guía para entrevista y de la encuesta en el formato adjunto, las cuales serán aplicadas para la realización del proyecto de investigación con el tema: **“FACTORES DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR DE ALOJAMIENTO, COMIDAS Y BEBIDAS DEL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2021.”**, previo a la obtención del Título de Licenciatura en Administración de Empresas.

Por la gentil atención que sirva dar al presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,



Mariela Alexandra Loor Cuchiye  
C.I: 050346826-6



Shirley Cecibel Flores Mueses  
C.I: 120614670-4

**Autoras del Proyecto de Investigación**

**Adjunto:** Cuestionarios – Matriz de validación

## **6. OBJETIVOS**

### **6.1. Objetivo General**

- Determinar los factores de satisfacción de los usuarios de las microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas del Cantón La Maná, año 2021.

### **6.2. Objetivos Específicos**

- Identificar el nivel de satisfacción de clientes sobre las microempresas del sector de alojamiento del cantón La Maná.
- Realizar un diagnóstico de factores de satisfacción de los usuarios de las microempresas de comidas y bebidas del Cantón La Maná, para conocer de forma detallada la situación actual.
- Diseñar una propuesta para el mejoramiento de la satisfacción de los usuarios.



## 8. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS

**Tabla37** Actividades y sistemas de tareas

<b>Objetivos</b>	<b>Actividad</b>	<b>Resultado de la actividad</b>	<b>Descripción de la actividad (técnicas e instrumentos)</b>
Identificar el nivel de satisfacción de clientes sobre las microempresas del sector de alojamiento del cantón La Maná.	Revisión de información bibliográfica. Diseño de instrumento.  Aplicación de instrumentos. Procesamiento y análisis de datos.	Guía teórica del proyecto de investigación a desarrollar.  Identificar el nivel de satisfacción de los usuarios sobre las microempresas del sector de alojamiento.	Fuentes bibliográficas. Encuesta realizada a los usuarios de las microempresas del sector de alojamiento del Cantón La Maná. Entrevista aplicada a los propietarios.
Realizar un diagnóstico de factores de satisfacción de los usuarios de las microempresas de comidas y bebidas del Cantón La Maná, para conocer de forma detallada la situación actual.	Diseño de instrumento. Aplicación de instrumentos. Procesamiento y análisis de datos.	Conocer el estado de satisfacción de los usuarios de las microempresas del sector comidas y bebidas del Cantón La Maná	Encuesta realizada a los usuarios de las microempresas del sector comidas y bebidas del Cantón La Maná. Entrevista aplicada a los propietarios.
Diseñar una propuesta para el mejoramiento de los factores de satisfacción de los usuarios.	Diseño de una propuesta para el mejoramiento de factores de satisfacción de usuarios en microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas del Cantón La Maná	Propuesta de mejoramiento de la satisfacción de usuarios en microempresas del sector de alojamiento, comidas y bebidas del Cantón La Maná	Diseño de propuesta.

**Fuente:** Elaboración propia.

**Formato de cuestionario-guía para entrevista dirigido a los gerentes/administradores de los servicios alojamiento y bebidas del cantón La Maná.**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI - EXTENSIÓN “LA MANÁ”  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
PERIODO ACADÉMICO: OCTUBRE 2021 – MARZO 2022**

**ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS GERENTES/ADMINISTRADORES DE LOS  
SERVICIOS DE COMIDA Y BEBIDA DEL CANTÓN LA MANÁ**

**TEMA DE INVESTIGACIÓN:** “FACTORES DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR DE ALOJAMIENTO, COMIDAS Y BEBIDAS DEL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2021.”,

**Objetivo de la entrevista:** Realizar un diagnóstico de factores de satisfacción de los usuarios de las microempresas de comidas y bebidas del Cantón La Maná, para conocer de forma detallada la situación actual.

**Compromiso:** Queda el compromiso que toda la información que sea receptada se utilizará únicamente para el desarrollo del proyecto de investigación; dejando constancia del compromiso en guardar absoluta reserva a la información proporcionada, expresando desde ya mis sinceros reconocimientos por el apoyo brindado.

**Instrucción:** Responder con la mayor seriedad y sinceridad posible cada una de las preguntas planteadas en el cuestionario adjunto.

**Guía/Formato de Entrevista**

Nombre del Entrevistado: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_ Nivel de instrucción académica:  
\_\_\_\_\_

Nombre del Entrevistador:  
\_\_\_\_\_

Hora de inicio: \_\_\_\_\_ Hora de finalización:  
\_\_\_\_\_

**TEMA DE INVESTIGACIÓN:” FACTORES DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR DE ALOJAMIENTO COMIDAS Y BEBIDAS DEL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2021”**

1. ¿Cuánto tiempo lleva emprendiendo una microempresa de servicio de alojamiento, en el cantón La Maná?
2. ¿Considera que los clientes que acuden a su microempresa se sienten satisfechos con los servicios brindados?
3. ¿Cómo microempresario cuales considera los factores de satisfacción más importantes que los usuarios toman en cuenta al reservar un servicio?
4. ¿Ha invertido en mejorar el nivel de atención a los clientes mediante procesos de capacitación a sus colaboradores?
5. ¿De acuerdo a su criterio que factores considera que la microempresa debe fortalecer para atraer más clientes?
6. ¿Ha empleado alguna estrategia para fomentar mejoras en los servicios que brinda la microempresa?
7. ¿Los precios que mantiene en su microempresa son competitivos en comparación a otras ciudades?
8. ¿Durante el último año ha invertido en tecnología que permita brindar niveles de bioseguridad a los usuarios?
9. ¿Dentro de su micro empresa invierte usted en innovación para mejorar sus servicios de forma constante?
10. ¿Qué aspectos ha desarrollado en su micro empresa para brindar seguridad a los usuarios?

**Formato de encuesta dirigido a la población del Cantón La Maná en referencia a los servicios de hospedaje.**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI - EXTENSIÓN “LA MANÁ”  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
PERIODO ACADÉMICO: OCTUBRE 2021 – MARZO 2022**

**CUESTIONARIO PARA ENCUESTAS DIRIGIDAS A LA POBLACIÓN DEL  
CANTÓN LA MANÁ SOBRE LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO**

**TEMA DE INVESTIGACIÓN:** “FACTORES DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR DE ALOJAMIENTO, COMIDAS Y BEBIDAS DEL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2021.”,

**Objetivo de la entrevista:** Identificar el nivel de satisfacción de clientes sobre las microempresas del sector de alojamiento del cantón La Maná.

**Compromiso:** La información recopilada es de uso absoluto para el desarrollo de la temática; dejando constancia del compromiso en guardar absoluta reserva a la información proporcionada, expresando desde ya mis sinceros reconocimientos por el apoyo brindado.

**Instrucción:** Responder con la mayor seriedad y sinceridad posible cada una de las preguntas planteadas en el cuestionario adjunto.

No.	PREGUNTAS	OPCIONES						TOTAL
	<b>Calidad de servicio</b>							
1	¿Ha ocupado el servicio de algún hotel del cantón La Maná?	Si		No				
2	La atención brindada en estos sectores es:	Excelente		Bueno		Regular		Malo
3	¿Recomendaría los servicios de alojamiento del cantón La Maná?	Siempre	Casi siempre	Pocas veces	A veces	Nunca		
4	¿Los servicios de alojamiento del cantón La Maná, se han esmerado en brindar un adecuado servicio de calidad?	Si		No		A veces		
	<b>Precio</b>							
1	De acuerdo a su criterio considera que los precios de los servicios de alojamiento son:	Muy costosos		Costosos		Económicos		Muy económicos
2	¿Las tarifas de los servicios de alojamiento del cantón La Maná, son competitivos?	Si			No			
3	¿Está de acuerdo en que los precios de los servicios de alojamiento deben mantenerse?	Si estoy de acuerdo		En desacuerdo				
	<b>Medio ambiente</b>							
1	¿El área de recepción del hotel, las instalaciones y habitaciones que se ofrecen como servicios de alojamiento en el cantón La Maná le parecen atractivas?	Muy atractivas		Atractivas		Poco atractivas		
2	¿Considera que los servicios de alojamiento del cantón La Maná mantienen sus instalaciones adecuadas?	Siempre		A veces		Nunca		
3	¿Cree que los espacios y el ambiente que brindan los servicios de alojamiento del cantón La Maná son adecuadas para los visitantes?	Si		No		A veces		
4	¿Considera que los servicios de alojamiento del cantón La Maná, innovan de forma constante el ambiente de sus instalaciones?	Si		No		A veces		
	<b>Seguridad</b>							
1	¿Los servicios de alojamiento del cantón La Maná brindan seguridad?	Si		No		A veces		

	a los usuarios?						
<b>2</b>	¿Se ha sentido seguro cuando ha ocupado algún servicio de alojamiento del cantón La Maná?	Si		No		A veces	

**¡Gracias por su colaboración!**

**Formato de encuesta dirigido a la población del Cantón La Maná en referencia a los servicios de comidas y bebidas.**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI - EXTENSIÓN “LA MANÁ”  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
PERIODO ACADÉMICO: OCTUBRE 2021 – MARZO 2022**

**CUESTIONARIO PARA ENCUESTAS DIRIGIDAS A LA POBLACIÓN DEL  
CANTÓN LA MANÁ SOBRE LOS SERVICIOS DE COMIDA Y BEBIDA**

**TEMA DE INVESTIGACIÓN:** “FACTORES DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR DE ALOJAMIENTO, COMIDAS Y BEBIDAS DEL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2021.”,

**Objetivo de la entrevista:** Identificar el nivel de satisfacción de clientes sobre las microempresas del sector de comidas y bebidas del cantón La Maná.

**Compromiso:** La información recopilada es de uso absoluto para el desarrollo de la temática; dejando constancia del compromiso en guardar absoluta reserva a la información proporcionada, expresando desde ya mis sinceros reconocimientos por el apoyo brindado.

**Instrucción:** Responder con la mayor seriedad y sinceridad posible cada una de las preguntas planteadas en el cuestionario adjunto.

No.	PREGUNTAS	OPCIONES					TOTAL
	<b>Calidad de servicio</b>						
1	¿Ha ocupado el servicio de comida y bebidas del cantón La Maná?	Si		No			
2	La atención brindada en estos sectores es:	Excelente	Bueno	Regular	Malo		
3	¿Recomendaría los servicios de comidas y bebidas del cantón La Maná?	Siempre	Casi siempre	Pocas veces	A veces	Nunca	
4	¿Los servicios de comidas y bebidas del cantón La Maná, se han esmerado en brindar un adecuado servicio de calidad?	Si	No		A veces		
	<b>Precio</b>						
1	De acuerdo a su criterio considera que los precios de los servicios de comida y bebida son:	Muy costosos	Costosos	Económicos	Muy económicos		
2	¿Considera que los precios de los productos gastronómicos del cantón La Maná, son competitivos?	Si		No			
3	¿Está de acuerdo en que los precios de los productos de los restaurants deben mantenerse?	Si estoy de acuerdo		En desacuerdo			
	<b>Medio ambiente</b>						
1	¿Las instalaciones de los servicios de comida y bebida del cantón La Maná le parecen atractivas?	Muy atractivas	Atractivas		Poco atractivas		
2	¿Considera que los servicios de comida y bebidas del cantón La Maná mantienen sus instalaciones adecuadas?	Siempre		A veces		Nunca	
3	¿Los espacios y el ambiente que brindan los servicios de comida y bebida del cantón La Maná son adecuadas para los visitantes?	Si		No		A veces	
4	¿Considera que los servicios de comida y bebida del cantón La Maná, innovan de forma constante el ambiente de sus instalaciones?	Si		No		A veces	
	<b>Seguridad</b>						
1	¿Los sitios de comida y bebida del cantón La Maná brindan	Si		No		A veces	



	seguridad a los usuarios?						
<b>2</b>	¿Los productos que usted ha consumido en los sitios de comida y bebida del cantón La Maná le brindan nutrición para su salud?	Si		No		A veces	

**¡Gracias por su colaboración!**

### VALIDACIÓN DE LA ENTREVISTA

Criterios	Apreciación cualitativa			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento	x			
Calidad de la redacción	x			
Relevancia del contenido	x			
Factibilidad de aplicación	x			

#### Observaciones

Adjunto las observaciones hechas en los comentarios determinados en cada una de las preguntas. Conforme se hagan los ajustes necesarios y solicitados se les procederá con la validación de los instrumentos.

**Validado por:**

Ing. Gloria Evelina Pazmiño Cano, Mgs.

  
**Firma del docente:**

**Fecha:** 25 de enero del 2022

### VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA

Criterios	Apreciación cualitativa			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento	x			
Calidad de la redacción	x			
Relevancia del contenido	x			
Factibilidad de aplicación	x			

#### Observaciones

**Validado por:**

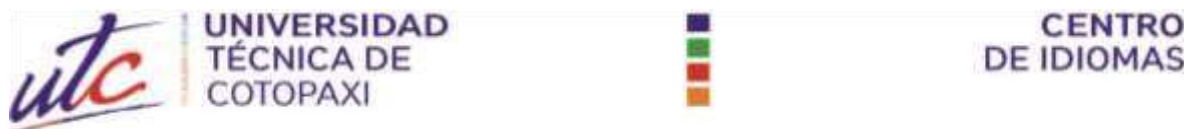
Ing. Gloria Evelina Pazmiño Cano, Mgs.



**Firma del docente:**

**Fecha:** 25 de enero del 2022

## Anexo 8. Aval de traducción idioma inglés.



### ***AVAL DE TRADUCCIÓN***

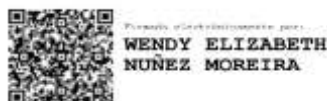
En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que:

La traducción del resumen al idioma Inglés del proyecto de investigación cuyo título versa: **“FACTORES DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA MICROEMPRESAS DEL SECTOR DE ALOJAMIENTO, COMIDAS Y BEBIDAS DEL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2021.”** presentado por: **Flores Mueses Shirley Cecibel y Loor Cuchipe Mariela Alexandra**, egresado de la Carrera de: **Administración de Empresas**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Administrativas** lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

La Maná, Abril del 2022

Atentamente,

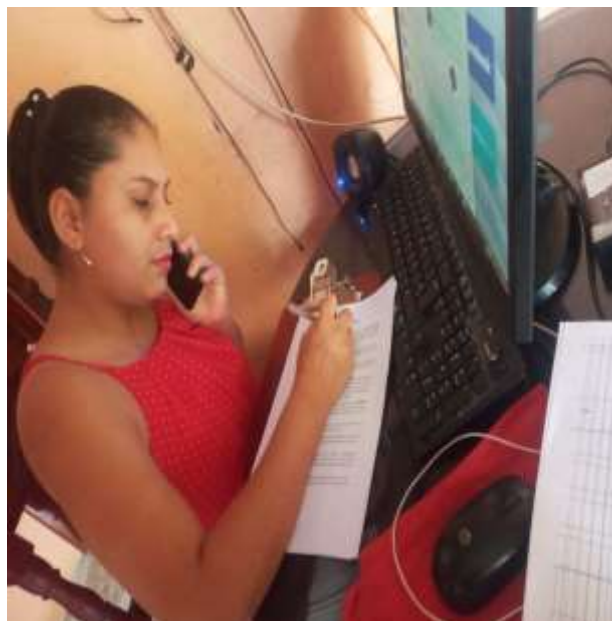


**Mg. Wendy Núñez Moreira**  
**DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC**  
**CI: 0925025041**

Anexo 9. Fotografía de entrevistas y encuestas aplicadas en la investigación.

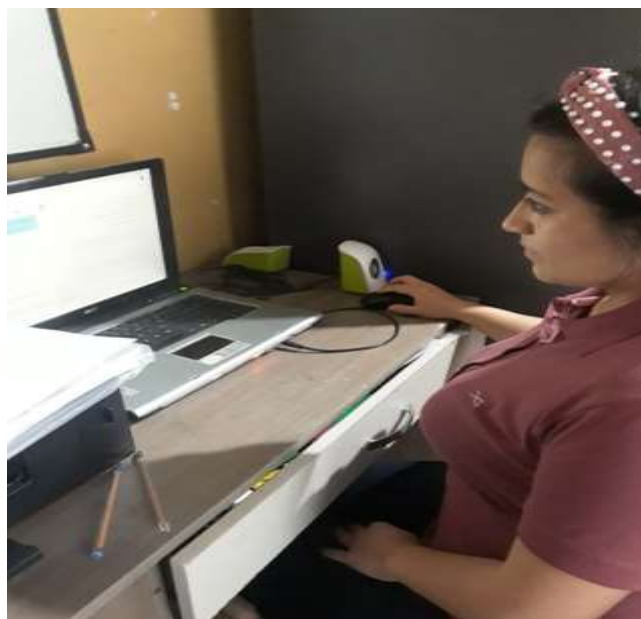
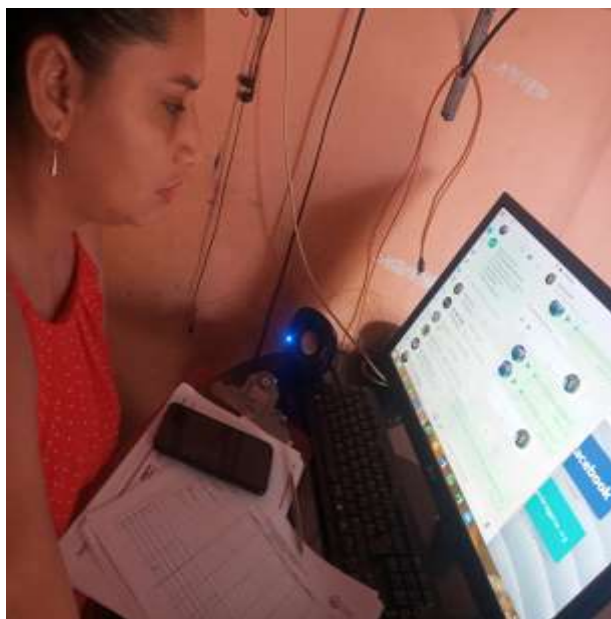
Entrevista al propietario La Llama Restaurant

Entrevista al gerente Hotel Somagg



Aplicación de encuestas en línea.

Encuesta en línea



Fuente: Las investigadoras

## Anexo 10. Proyecciones de la población ecuatoriana por año.

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA, POR AÑOS CALENDARIO, SEGÚN CANTONES												
2010-2020												
Código	Nombre de canton	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
101	CUENCA	524.563	535.624	546.864	558.127	569.416	580.706	591.996	603.269	614.539	625.775	636.996
102	GIRON	13.192	13.196	13.197	13.195	13.187	13.175	13.157	13.134	13.107	13.074	13.037
103	GUALACEO	44.487	44.994	45.501	45.997	46.482	46.954	47.411	47.855	48.286	48.702	49.104
104	NABON	16.593	16.686	16.777	16.863	16.943	17.017	17.084	17.145	17.201	17.250	17.292
105	PAUTE	26.559	26.853	27.146	27.432	27.712	27.983	28.246	28.500	28.747	28.985	29.214
106	PUCARA	10.510	10.533	10.554	10.572	10.586	10.596	10.601	10.603	10.601	10.595	10.584
107	SAN FERNANDO	4.177	4.181	4.185	4.187	4.187	4.186	4.183	4.179	4.173	4.165	4.156
108	SANTA ISABEL	19.167	19.365	19.563	19.755	19.943	20.124	20.298	20.467	20.630	20.786	20.935
109	SIGSIG	28.047	28.326	28.603	28.873	29.134	29.387	29.630	29.864	30.089	30.304	30.509
110	OÑA	3.732	3.775	3.818	3.861	3.903	3.943	3.982	4.020	4.057	4.093	4.128
111	CHORDELEG	13.074	13.289	13.507	13.723	13.938	14.150	14.360	14.568	14.773	14.976	15.176
112	EL PAN	3.179	3.175	3.170	3.164	3.157	3.149	3.140	3.129	3.118	3.105	3.091
113	SEVILLA DE ORO	6.130	6.211	6.292	6.372	6.451	6.529	6.604	6.678	6.751	6.821	6.890
114	GUACHAPALA	3.553	3.588	3.623	3.656	3.689	3.720	3.750	3.780	3.807	3.834	3.859
115	CAMILO PONCE ENRIQUEZ	22.557	23.697	24.895	26.142	27.441	28.793	30.204	31.668	33.191	34.774	36.423
201	GUARANDA	95.720	97.124	98.519	99.897	101.253	102.586	103.884	105.153	106.387	107.590	108.763
202	CHILLANES	18.292	18.175	18.053	17.925	17.792	17.652	17.504	17.350	17.189	17.023	16.850
203	SAN JOSE DE CHIMBO	16.490	16.607	16.719	16.826	16.926	17.020	17.106	17.185	17.257	17.321	17.378
204	ECHANDIA	12.631	12.791	12.951	13.107	13.259	13.408	13.552	13.692	13.826	13.956	14.081
205	SAN MIGUEL	28.514	28.614	28.705	28.786	28.856	28.914	28.957	28.989	29.006	29.011	29.004
206	CALUMA	13.645	13.926	14.208	14.490	14.772	15.054	15.333	15.610	15.885	16.158	16.429
207	LAS NAVES	6.339	6.452	6.564	6.677	6.788	6.899	7.008	7.115	7.221	7.325	7.428
301	AZOGUES	73.407	74.698	76.003	77.310	78.615	79.917	81.212	82.497	83.770	85.030	86.276
302	BIBLIAN	21.883	22.090	22.296	22.499	22.697	22.889	23.074	23.253	23.423	23.586	23.741
303	CAÑAR	62.317	63.012	63.707	64.394	65.068	65.729	66.372	66.996	67.601	68.185	68.747
304	LA TRONCAL	56.646	58.477	60.361	62.288	64.256	66.266	68.317	70.401	72.523	74.678	76.872
305	EL TAMBO	9.899	10.143	10.391	10.643	10.897	11.153	11.413	11.673	11.935	12.198	12.462
306	DELEG	6.419	6.463	6.506	6.548	6.588	6.626	6.662	6.695	6.727	6.755	6.782
307	SUSCAL	5.243	5.365	5.490	5.615	5.742	5.870	5.998	6.128	6.257	6.387	6.516
401	TULCAN	90.127	91.409	92.686	93.953	95.201	96.441	97.664	98.868	100.057	101.234	102.395
402	BOLIVAR	15.007	15.079	15.147	15.211	15.270	15.325	15.375	15.420	15.460	15.496	15.528
403	ESPEJO	14.006	14.006	14.003	13.995	13.982	13.966	13.944	13.918	13.888	13.855	13.817
404	MIRA	12.793	12.726	12.655	12.581	12.504	12.423	12.338	12.250	12.159	12.066	11.969
405	MONTUFAR	31.865	32.138	32.404	32.664	32.913	33.155	33.388	33.611	33.825	34.032	34.229
406	SAN PEDRO DE HUACA	7.948	8.052	8.155	8.258	8.358	8.458	8.556	8.652	8.747	8.840	8.931
501	LATACUNGA	176.842	179.794	182.748	185.698	188.627	191.539	194.423	197.277	200.094	202.878	205.624
502	LA MANA	43.580	44.824	46.093	47.383	48.691	50.019	51.366	52.728	54.104	55.496	56.905
503	PANGUA	22.856	23.060	23.259	23.454	23.642	23.824	23.997	24.164	24.321	24.472	24.612
504	PUIJILI	71.762	72.632	73.494	74.345	75.179	75.998	76.795	77.573	78.328	79.062	79.772
505	SALCEDO	60.504	61.223	61.935	62.638	63.326	64.000	64.657	65.296	65.917	66.518	67.100
506	SAQUISILI	26.231	26.749	27.270	27.793	28.316	28.839	29.361	29.881	30.398	30.913	31.426
507	SIGCHOS	22.888	22.961	23.027	23.087	23.140	23.185	23.220	23.248	23.266	23.276	23.277
601	RIOBAMBA	234.170	237.406	240.612	243.760	246.861	249.891	252.865	255.766	258.597	261.360	264.048
602	ALAUSI	46.003	45.986	45.954	45.904	45.838	45.752	45.647	45.525	45.385	45.229	45.054
603	COLTA	46.973	46.836	46.682	46.512	46.326	46.121	45.897	45.658	45.401	45.129	44.838
604	CHAMBO	12.349	12.470	12.588	12.702	12.812	12.917	13.019	13.116	13.208	13.295	13.378

Fuente: INEC (2020)

## Anexo 11. Cálculo de la muestra

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

Donde:

- Z = nivel de confianza (correspondiente con tabla de valores de Z)  
 p = Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado  
 q = Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1-p  
 Nota: cuando no hay indicación de la población que posee o no el atributo, se asume 50% para p y 50% para q  
 N = Tamaño del universo (Se conoce puesto que es finito)  
 e = Error de estimación máximo aceptado  
 n = Tamaño de la muestra

INGRESO DE DATOS

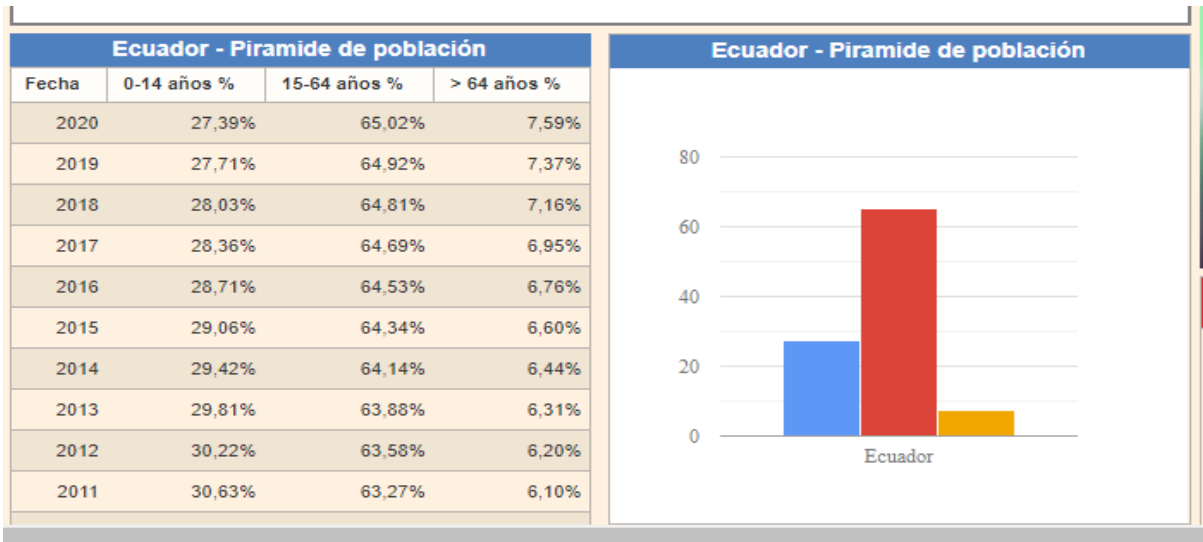
Z =	1,96
p =	50%
q =	50%
N =	56.905
e =	5%

95%	1,96
90%	1,65
91%	1,7
92%	1,76
93%	1,81
94%	1,89

TAMAÑO DE MUESTRA

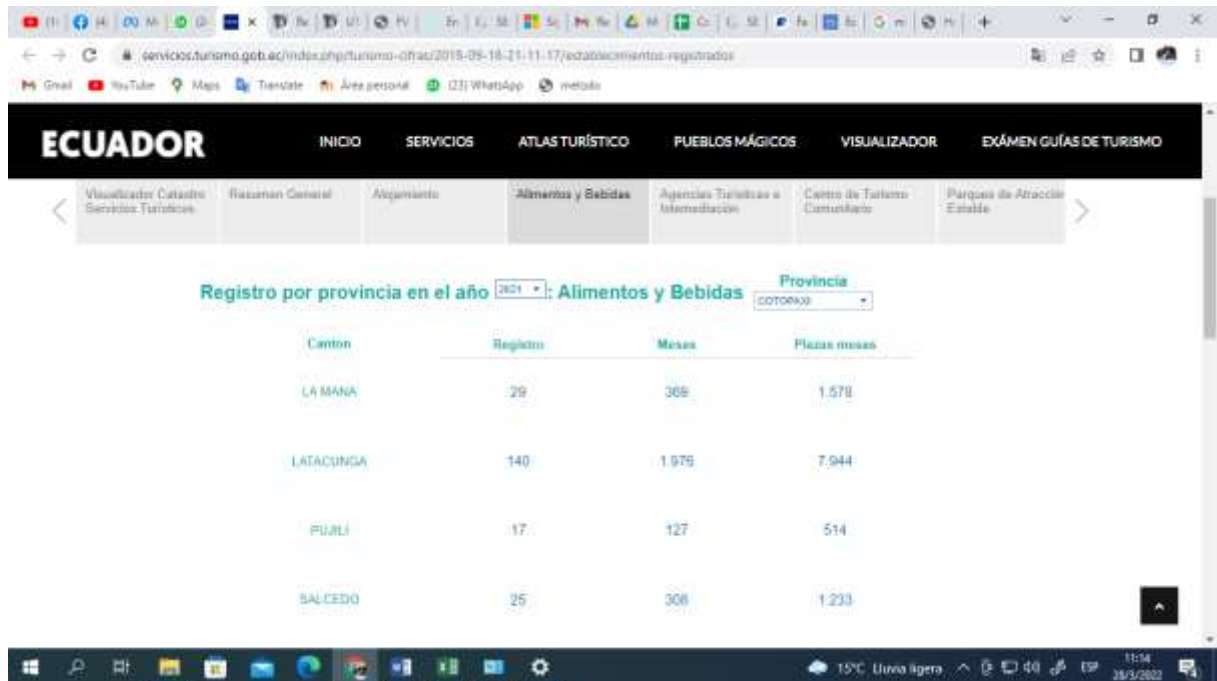
n =	381,59
-----	--------

## Anexo 12. Pirámide poblacional por porcentajes para el cálculo de estratos



Fuente: <https://datosmacro.expansion.com/demografia/estructura-poblacion/ecuador>

## Anexo 13. Número de establecimientos de comidas y bebidas del cantón La Maná



Fuente: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>












## Anexo 14. Resultados y aprobación del Urkund



### Document Information

Analyzed document	Flores-Loor.docx (D132993628)
Submitted	2022-04-07T23:50:00.0000000
Submitted by	Marilyn
Submitter email	marilin.albarrasin@utc.edu.ec
Similarity	3%
Analysis address	marilin.albarrasin.utc@analysis.orkund.com

### Sources included in the report

<b>W</b>	URL: <a href="http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/7744/1/UTC-PIM-000357.pdf">http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/7744/1/UTC-PIM-000357.pdf</a> Fetched: 2022-04-08T00:06:14.9170000	 3
<b>W</b>	URL: <a href="http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/6915/1/UTC-PIM-000257.pdf">http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/6915/1/UTC-PIM-000257.pdf</a> Fetched: 2021-01-24T14:21:37.4930000	 1
<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI / MURILLO ,ZAMBRANO RECOPLIACION DE TODO.docx</b> Document MURILLO ,ZAMBRANO RECOPLIACION DE TODO.docx (D77880413) Submitted by: marilin.albarrasin@utc.edu.ec Receiver: marilin.albarrasin.utc@analysis.orkund.com	 1
<b>SA</b>	<b>Tesis Final (1). 22 de nov.pdf</b> Document Tesis Final (1). 22 de nov.pdf (D119953663)	 1
<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI / TESIS FACTORES SATISFACIÓN...( Loor y Flores).doc.doc</b> Document TESIS FACTORES SATISFACIÓN...( Loor y Flores).doc.doc (D129668278) Submitted by: eduardo.cabrera7195@utc.edu.ec Receiver: fabian.martinez.utc@analysis.orkund.com	 11
<b>SA</b>	<b>Tesis Final.docx</b> Document Tesis Final.docx (D116080894)	 2
<b>W</b>	URL: <a href="http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/14718/1/Tesis.pdf">http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/14718/1/Tesis.pdf</a> Fetched: 2020-12-10T01:36:36.9670000	 2
<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI / CUYO Y MORA COMERCIAL.docx</b> Document CUYO Y MORA COMERCIAL.docx (D54408902) Submitted by: carmen.ulloa@utc.edu.ec Receiver: carmen.ulloa.utc@analysis.orkund.com	 1
<b>SA</b>	<b>Tesis-Cadena-Hotelera-Selina-2019-06-Julio-23.docx</b> Document Tesis-Cadena-Hotelera-Selina-2019-06-Julio-23.docx (D54546455)	 2