



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA

TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERÍA EN TURÍSTICA Y HOTELERA

**TEMA: ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD DE
ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE
SEGUNDA CATEGORÍA EN ZONAS ESPECIALES
TURÍSTICAS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
DMQ.**

AUTORA: IBUJES BRACHO GEYMI VIVIANA

DIRECTORA: SUAREZ JENNY

SANGOLQUÍ

2016



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, “ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE SEGUNDA CATEGORÍA EN ZONAS ESPECIALES TURÍSTICAS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO DMQ” realizado por la señorita **Geymi Viviana Ibijes Bracho**, ha sido revisado en su totalidad, el mismo que cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a la señorita **Geymi Viviana Ibijes Bracho** para que lo sustenten públicamente.

Sangolquí, agosto 2016

Ing. Jenny Suarez
DIRECTOR



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA**

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Geymi Viviana Ibujes Bracho** con cédula de identidad N° 1724703531 declaro que este trabajo de titulación **“ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE SEGUNDA CATEGORÍA EN ZONAS ESPECIALES TURÍSTICAS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO DMQ”** ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se han respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaramos que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Sangolquí, agosto 2016


Geymi Viviana Ibujes Bracho



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA**

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Geymi Viviana Ibujes Bracho** con cédula de identidad N° 1724703531 declaro que este trabajo de titulación **“ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE SEGUNDA CATEGORÍA EN ZONAS ESPECIALES TURÍSTICAS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO DMQ”** ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se han respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaramos que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Sangolquí, agosto 2016

Geymi Viviana Ibujes Bracho

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo primero a Dios por quien me regala un día más de vida el cual tiene planeada mi vida y hace que mi inspiración para culminar mis estudios con éxito y felicidad.

Dedico a mi madre Luz María Bracho Guerra porque es mi más grande inspiración para culminar con el anhelado sueño de ser ingeniera porque ella ha sido de toda la vida mi amiga y apoyo incondicional la que sin importar el tiempo o el costo de su sacrificio lo hace para ver en mi rostro una sonrisa, por eso hoy en día quiero ver esa sonrisa de satisfacción en ella darle la satisfacción de haber cumplido su logro ya que este es el logro de mi madre más que el mío se lo dedico con amor y mucha dedicación.

Dedico a mis hermanos a mi tío Patricio Bracho y a su familia a mi abuelita Enriqueta Guerra porque con regaños peleas y amor siempre han estado ahí para apoyarme en las buenas y malas para darme la fuerza que necesitaba y la ayuda siempre prestada que día a día me han brindado.

Dedico a mi novio y ya hoy esposo Pablo Gabriel Cañizares Cifuentes y a su familia porque desde siempre me ha ayudado con su humor y muchas veces con regaños y por sobre todo con el amor y dedicación que siempre me ha brindado sin importar lugar ni distancia.

Dedico a mi hija Valentina Cañizares porque ella es mi más grande inspiración para salir adelante y luchar contra todo dar todo de mí para ser alguien en la vida por y para ella quien será la luz de mis ojos.

Dedico a mi ing. Ricardo Gonzales por que más que Ing. él fue y ha sido un ángel de la guardia, él me ha guiado y me ha acompañado y ayudado en los más difíciles momentos universitarios y aun que hoy en día ya no pertenezca a la Universidad él fue mi inspiración para la elaboración y culminación de mi proyecto.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi madre Luz María Bracho quien me ha guiado por el camino del bien y del éxito y que me ha demostrado que con esfuerzo y dedicación se logra llegar a la meta trazada, su ejemplo de madre amiga y mujer quiero que sean reflejados en mí su dedicación de madre incondicional quiero plasmar y hacer de ello un orgullo para ella, es poco lo que le puedo retribuir pero lo hago de todo corazón y con el amor único de una hija a su madre.

A mi amor eterno Pablo Cañizares por ser mi apoyo durante este largo proceso que sin importar la distancia algún día marcada entre nosotros ya sentía su apoyo y ayuda y más aun con su presencia y ayuda en cada uno de mis trabajos los cuales siempre los hacia personales, le agradezco a su familia por toda su familia por todo lo brindado durante este tiempo.

A mis ingenieros quienes desde el primer día de ingreso a la universidad siempre me guiaron con dedicación y amor y me alentaron a conseguir metas que yo las veía lejanas, los cuales me dieron toda la enseñanza necesaria para poder culminar esta etapa tan importante de mi vida.

A mi amiga Diana Carrera que sin importar la distancia o el lugar estuvo ayudándome y guiándome en los obstáculos que yo encontraba, porque es una mujer hermosa de alma y amiga incondicional y sin su ayuda este trabajo no pudiera estar culminado.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA	i
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE CONTENIDO	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiii
ABSTRACT	xiv
CAPITULO I	1
MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	1
1. Introducción.....	1
2. Antecedentes.....	2
A. Gestión de la calidad	2
B. Zonas Especiales Turísticas de Quito.....	3
C. Centro histórico de Quito	3
D. La Mariscal	3
3. Definición del problema	4
4. Justificación	5
5. Objetivos.....	5
6. Metodología.....	6
7. Idea a defender	8
8. Marco teórico	8

9. Estudio de mercado	11
10. Estructuración de la teoría que sustenta la investigación.....	12
11. Componentes Teóricos.....	14
12. Antecedentes investigativos que sustenten el trabajo de investigación	16
13. Marco Conceptual.....	16
CAPITULO II.....	19
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA GESTION DE LA CALIDAD.....	19
1. ANÁLISIS EXTERNO	19
2. ANÁLISIS INTERNO	44
3. ANALISIS FODA.....	46
CAPÍTULO III	49
ESTUDIO DE MERCADO	49
1. Estudio de la Oferta.....	49
A. Descripción del producto y/o servicio.....	49
B. Determinación del Universo o población de estudio de la oferta	50
C. Instrumento de recolección de información	51
E. Situación de la oferta actual.....	52
F. Proyección de la oferta	54
2. Estudio de la Demanda.....	55
A. Determinación del Universo o población de estudio de la demanda	55
B. Determinación de la muestra	56
C. Instrumento de recolección de información	57
D. Situación de la Demanda actual.....	57
E. Definición del perfil del cliente	58
3. Análisis de precios	59
CAPITULO IV.....	60

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DEMANDA	60
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS OFERTA	83
CAPITULO V	90
APORTE DEL PROYECTO.....	90
A. Conclusiones.....	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Establecimientos de alimentos y bebidas de la Zona Especial Turística Centro Histórico denominado (ZET 1).....	33
Tabla 2 Establecimientos de alimentos y bebidas de la Zona Especial Turística La Mariscal denominado (ZET 2).....	35
Tabla 3 Ingreso de turistas a Quito	40
Tabla 4 Procedentes de turistas a Quito	42
Tabla 5 Establecimientos de alimentos y bebidas de la ZET 1 y de la ZET 2 ...	50
Tabla 6 clasificación de las preguntas de Quito turismo para obtener el Distintivo Q de Calidad.....	52
Tabla 7 Asistencia de turistas a los establecimientos de A&B en los años 2013 y 2014 en el Distrito Metropolitano de Quito. 53	53
Tabla 8 Periodo de ingreso de turistas en el año 2015 por mes	56
Tabla 9 Visitantes al Distrito Metropolita de Quito en el periodo 2014 y 2015	57
Tabla 10 Genero de los encuestados	60
Tabla 11 Nacionalidad.....	62
Tabla 12 Frecuencia de visita Zet 1	63
Tabla 13 Frecuencia de visita Zet 2	63
Tabla 14 Preferencia Platos típicos	72
Tabla 15 Preferencia Platos internacionales	72
Tabla 16 Preferencia Bebidas Típicas	72
Tabla 17 Preferencia Platos ligeros.....	73
Tabla 18 Preferencia comida rápida.....	73
Tabla 19 Preferencia platos típicos	74
Tabla 20 Preferencia platos iternacionales	74
Tabla 21 Preferencia bebidas típicas.....	74
Tabla 22 Preferencia plaatos ligeros	75
Tabla 23 Preferenncia Comida rápida.....	75
Tabla 24 Personal capacitado C.H.....	77
Tabla 25 Personal capacitado L.M.....	77
Tabla 26 Consumo ZET 1	80

Tabla 27 Consumo ZET 2	80
Tabla 28 Gestión administrativo	85
Tabla 29 Responsabilidad social.....	86
Tabla 30 Infraestructura y equipamiento.....	88
Tabla 31 Calidad de servicio	89

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Componentes Teóricos	15
Figura 2 Mapa de la ZET Centro histórico de Quito	24
Figura 3 Mapa de la ZET 2 la Mariscal	27
Figura 4 Llegada de turistas a Quito	41
Figura 5 Procedencia de turistas a Quito.....	43
Figura 6 Sitios visitados de Quito.....	44
Figura 7 Establecimientos de Alimentos y Bebidas	54
Figura 8 tasa de crecimiento de turistas al 2018.....	55
Figura 9 Género de los encuestados.....	61
Figura 10 Con quien frecuenta la zona.	64
Figura 11 Establecimientos con mayor frecuencia	65
Figura 12 Preferencia de establecimiento	66
Figura 13 Preferencia de consumo.....	67
Figura 14 Diferencia de categorías.	68
Figura 15 Categoría.....	69
Figura 16 Visitas a establecimientos de segunda categoría	70
Figura 17 la calidad esta acorde con el precio.....	71
Figura 18 Atención de los prestadores.....	76
Figura 19 Limpieza de los establecimientos	78
Figura 20 Seguridad de las Zonas 1 y 2	79
Figura 21 Gustos de los consumidores de las Zonas 1 y 2.....	81
Figura 22 Mejorar en las Zonas 1 y 2	82
Figura 23 Restaurante Panorámico HRA.....	83
Figura 24 Cafetería En-Dulce.....	84

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de estudio es un “Análisis de la gestión de calidad de establecimientos de alimentos y bebidas de segunda categoría en zonas especiales turísticas del distrito metropolitano de Quito DMQ” el cual tiene como objetivo principal analizar la gestión de la calidad de establecimientos de alimentos y bebidas de segunda categoría en las zonas de especialidad turísticas, con el propósito de establecer un diagnóstico del sector y establecer la aceptación de los establecimientos por parte de los turistas, en el cual por medio de la investigación realizada se puede observar que los establecimientos de alimentos y bebidas de segunda categoría que tienen el distintivo Q de calidad no cumplen con los estándares de calidad necesarios ni tienen revisiones paulatinas para controlar la calidad del servicio que se manejan en los establecimiento. La investigación se la realizó mediante instrumentos de recolección como son la encuesta y la entrevista, para realizar la tabulación se utilizó el programa estadístico SPSS por medio del cual se pudo obtener los resultados necesarios para el análisis del proyecto, dando a conocer las preferencias y necesidades que tienen los consumidores y de qué manera puede afectar los requerimientos de los mismos dentro de los establecimientos de alimentos y bebidas.

Con la información obtenida se plantea que Quito turismo realice cada cierto periodo una inspección para saber si los establecimientos cumplen con la normativa que el Distintivo Q de calidad proporciona a los mismos y así obtener un control computarizado y se puede realizar un análisis exhaustivo de los procesos, mejoras o servicios que están vigentes en los establecimientos.

Palabras clave

- **CALIDAD**
- **SERVICIO**
- **ESTABLECIMIENTO**
- **CATEGORÍA**

ABSTRACT

The present draft study is an analysis of the management of quality of food & beverage establishments of second category in special areas of tourist attractions of the Metropolitan District of Quito DMQ" which has as its main objective to analyze the management of the quality of food & beverage establishments of second category in the areas of specialty tourism, with the purpose of establishing a diagnostic assessment of the sector and establish the acceptance of the establishments by tourists, in which by means of the research carried out can be seen that the food & beverage establishments of second category that have the distinctive Q of Quality does not meet the required quality standards or have Revisions Gradual to control the quality of the service that were handled in the establishments.

The research is conducted using data collection instruments such as the survey and the interview, to perform the tab is used the SPSS statistical program by means of which we were able to obtain the necessary results for the analysis of the project, getting to know the preferences and needs that consumers have and how it can affect the requirements of the same within the food & beverage establishments.

With the information obtained suggests that Quito tourism perform every certain period an inspection to know if the establishments comply with the regulations that the distinctive Q of Quality provides the same and thus obtain a computerized control and can perform an exhaustive analysis of the processes, improvements or services that are in force in the establishments.

Key word

- **QUALITY**
- **SERVICE**
- **ESTABLISHMENT**
- **CATEGORY**

CAPITULO I

Análisis de la gestión de calidad de establecimientos de alimentos y bebidas de segunda categoría en zonas especiales turísticas del Distrito Metropolitano de Quito DMQ.

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1. Introducción

El presente proyecto de investigación consiste en el “Análisis de la gestión de calidad de establecimientos de alimentos y bebidas de segunda categoría en Zonas Especiales Turísticas del Distrito Metropolitano de Quito DMQ”, con el principal propósito de establecer un diagnóstico del sector y la aceptación de los establecimientos por parte de los turistas y así identificar la calidad que poseen en los establecimientos del Centro Histórico de Quito y la Mariscal analizando como punto focal el “Distintivo Q de Calidad” que es otorgado por la “Empresa pública Metropolitana de gestión de Destino Turístico Quito”, este reconocimiento es otorgado a los establecimientos que implementan diferentes procesos de turismo sostenible para brindar a los turistas un nivel de calidad extraordinario.

Se establecerán diferentes teorías las cuales fundamentan la aplicación de la calidad por medio de la recopilación de datos y así poder determinar el alcance y las limitaciones que tienen los establecimientos que se encuentran en la aplicación de la gestión de la calidad de los establecimientos de Alimentos y Bebidas. Se realizará un previo diagnóstico de los factores que influyen en las actividades de los establecimientos de Alimentos y Bebidas en las zonas de especialidades turísticas como son el empleo y manejo de la gestión de calidad.

Otro de los propósitos es establecer parámetros de desempeño en sectores turísticos y potencializar la calidad en el servicio de los establecimientos de alimentos y bebidas. Se busca desarrollar un estudio de mercados que permita analizar la gestión de la calidad en los establecimientos antes mencionados para lo cual tienen que ser centros de lujo primera y segunda categoría en zonas especiales turísticas del Distrito Metropolitano de Quito DMQ las cuales son el Centro Histórico de Quito.

2. Antecedentes

A. Gestión de la calidad

Al pasar el tiempo la humanidad se ha preocupado por conseguir la excelencia de la calidad y la evolución de la gestión de la calidad se ajusta a la gestión empresarial en el siglo XX. (Durá, 1992) Las personas buscan obtener una gestión de calidad excelente la cual cumpla con varios estándares que ayuden a la restauración a tener un nivel alto de gestión para brindar un servicio esperado por los compradores de servicios.

De acuerdo con (García, 2007). El cual dice que con el tiempo transcurrido la calidad se ha transformado, al principio se habló del control de calidad y concluye que hoy en día se la conoce como calidad a un sistema de gestión de la misma basada en un método de inspección de calidad, relacionada estrechamente con la mejora continua de servicio que brindan los prestadores de servicios a sus clientes.

Según (Caicedo, 2007) menciona que el estudio promocional de las zonas del Distrito Metropolitano de Quito, identificando los lugares de mayor visita por los turistas, con estos estudios busca ayudar al desarrollo turístico y hotelero del sector, dando como resultado el objetivo principal de realizar un plan estratégico aplicando mediante análisis y así obtener resultados para la toma de decisiones.

B. Zonas Especiales Turísticas de Quito

Las zonas especiales turísticas que se manejan en el Distrito Metropolitano de Quito se crea con el fin de promocionar y establece normas que regulan y fortalecen a los negocios que están a su alrededor, mejorando los servicios que estos brinden a los turistas y a su vez obtener una inigualable calidad en distintos entornos turísticos y hoteleros y obtener un distintivo a nivel nacional e internacional. (Quito Turismo, 2004)

C. Centro histórico de Quito

Quito se encuentra ubicado en la provincia de Pichicha al noroeste del Ecuador, (Turismo, 2014) .El centro histórico esta sobre los 2800 metros sobre el nivel del mar, este fue declarado Patrimonio cultural de la Humanidad en 1978 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO, porque posee con varias iglesias, museos, conventos, plazas y construcciones del siglo XX, también cuenta con numerosos barrios los cuales tienen una edificación tradicional la cual ha conservado su herencia cultural. (René, 2002)

D. La Mariscal

La calle de la Mariscal es una de la avenida que más se frecuenta por nacionales y extranjeros, los cuales buscan una distracción, esta zona cuenta con una gran infraestructura hotelera la cual está capacitada para el manejo de restauración y para brindar un servicio de calidad. Esta fue una guía para quito moderno, se trasladan desde el casco antiguo y da parte a un centro de equipamiento y varios servicios hasta lograr crear un sitio de esparcimiento donde se encuentra lugares de A & B. (Peralta, 2007)

3. Definición del problema

En el presente trabajo se observa una ausencia aplicación de calidad en establecimientos de alimentos y bebidas de diferentes específicos del Distrito Metropolitano de Quito y un bajo interés por parte de los colaboradores de los diferentes establecimientos, ya que se restringe el empleo de procesos los cuales impiden que se desarrollen de una manera adecuada los servicios que se brindan.

Los establecimientos de alimentos y bebidas manejan cierta aplicación de los estándares de calidad que se mencionan en la Norma Q de calidad Quito como son los requisitos mínimos que tiene que cumplir el administrador de un establecimiento, así como conocimiento varios de los fundamentos teóricos relativos a la calidad la cual será analizada en el desarrollo del presente proyecto.

En las organizaciones de alimentos y bebidas se examinará las diferentes evaluaciones que se maneja en los establecimientos tanta interna y externa de los diferentes procesos que se emplean sin saber si cumplen con las necesidades y requerimientos que el consumidor requiere, por lo cual se observa un limitado análisis de las competencias que se presentan y detienen el crecimiento de dichas organizaciones.

Se observa que en los establecimientos de alimentos y bebidas de segunda categoría existe una escasa información sobre la normativa y reglas que se maneja para obtener el distintivo Q de calidad por lo cual es limitada la implementación de las mismas en dichos establecimientos por lo cual se busca dar a conocer a los prestadores de servicios los beneficios que el distintivo Q ofrece ya que obtener dicho distintivo hace que el establecimiento tenga un reconocimiento a nivel nacional e internacional.

4. Justificación

El Distrito Metropolitano de Quito cuenta con zonas de especializadas turísticas se puede mencionar la Ronda y la Mariscal ya que en el presente proyecto se estudiará las dos zonas. En la actualidad los establecimientos de alimentos y bebidas de la ZET buscan brindar un servicio que cumplan las expectativas de los clientes, aplicando la normativa Q de calidad como un modelo a seguir.

Con el presente proyecto se busca analizar la calidad que se maneja en los establecimientos de segunda categoría identificando la oferta y demanda que existe en las zonas especiales turísticas del Distrito Metropolitano de Quito y a su vez identificar la satisfacción de los comensales. Existen establecimientos de segunda categoría de alimentos y bebidas los cuales manejan un proceso de gestión de calidad el cual será analizado para obtener resultados.

El presente proyecto contará con la aplicación de metodologías de estudio como son las exploratoria y la descriptiva, estos métodos servirán para obtener resultados los cuales nos aporten con información necesaria y correcta para así analizar los aspectos que se maneja en el momento en el que los establecimientos solicitan o ya obtienen el distintivo Q.

Con la información que se obtenga del proyecto se busca que los administradores realicen evaluaciones consecutivas para lograr una mejora en la calidad de los establecimientos y que a su vez se cumpla con los estándares que se menciona en el distintivo Q. Se busca realizar un estudio sobre los estándares y normas que maneja el distintivo Q de calidad.

5. Objetivos

A. Objetivo General

- Analizar la gestión de la calidad de establecimientos de alimentos y bebidas de segunda categoría en las zonas de especialidad turística, con el propósito de establecer un diagnóstico del sector y establecer la aceptación de los establecimientos por parte de los turistas.

B. Objetivos Específicos

- Establecer teorías que fundamenten el empleo de la calidad en los establecimientos de alimentos y bebidas a través de la recopilación de datos, para determinar el alcance y la limitación del objeto de estudio.
- Diagnosticar los factores externos e internos que influyan en las actividades de los establecimientos de A&B en las zonas de especialidades turísticas como son el empleo y manejo de la gestión de la calidad, con el propósito establecer parámetros de desempeño en sectores y potencializar la calidad en el servicio de los establecimientos de alimentos y bebidas.
- Desarrollar un estudio de mercados que permita analizar la gestión de calidad de establecimientos de alimentos y bebidas de lujo primera y segunda categoría en zonas especiales turísticas del Distrito Metropolitano de Quito DMQ.

6. Metodología

En el presente proyecto se utilizara la metodología exploratoria, descriptiva. La metodología exploratoria indica que a menudo se basa en la investigación secundaria como la revisión de la literatura disponible y / o datos, o enfoques cualitativos, como las discusiones informales con los consumidores, los empleados , la gestión o competidores, y enfoques más formales a través de entrevistas en

profundidad , grupos de discusión , los métodos proyectivos , caso estudios o estudios piloto. (Carlos, 2008), esta nos ayudará para la toma de decisiones en cuanto al análisis de la calidad, y se busca examinar cuáles son los establecimientos que tienen el reconocimiento del Distintivo Q de Calidad el cual es otorgado por Quito Turismo.

La herramienta que se utilizará es la encuesta la cual se aplicará a los funcionarios de los establecimientos de alimentos y bebidas y a los consumidores de los establecimientos será la encuesta la cual se tomara de los beneficios que se han otorgado por Quito Turismo. Otro de los métodos que se aplicará es la entrevista ya que permitirá arrojar datos que se aplicaran en la investigación del proyecto.

Para determinar la muestra de la presente investigación se aplicara el muestreo probabilístico ya que este permite que las muestras tengan las mismas posibilidades de ser seleccionadas, para utilizar esta metodología tenemos que saber el número de elementos que forman parte de la población, la selección de la muestra será al azar, para lo cual se tomara la fórmula del tamaño maestral.

La metodología descriptiva nos indica que describe de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés. Aquí los investigadores recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento. (Avila, 2006)

Existen “varios métodos a fin de recopilar los datos sobre una situación existente, como entrevistas, cuestionarios, inspección de registros (revisión en el sitio) y observación. Cada uno tiene ventajas y desventajas. Generalmente, se utilizan dos o tres para complementar el trabajo de cada una y ayudar a asegurar una investigación completa” (Wilmar, 2009) ya que de esa manera se puede obtener resultados con mayor verificación que tenga un sustento especializado.

El método de investigación que se aplicará en el presente proyecto es la observación, entrevista y encuesta se lo aplicara a los establecimientos de segunda categoría de alimentos y bebidas de la ZET estos diferentes métodos ayudaran a tomar decisiones sobre el manejo que los establecimientos de alimentos y bebidas están dando a los diferentes compradores de servicios del Distrito Metropolitano de Quito.

7. Idea a defender

Análisis de la gestión de calidad de establecimientos de alimentos y bebidas de segunda categoría en zonas especiales turísticas del Distrito Metropolitano de Quito DMQ

- Variable independiente: La prestación de servicios de los establecimientos de alimentos y bebidas de segunda categoría se desarrollan aplicando fundamentos de la gestión de la calidad.
- Variable dependiente: La gestión de la calidad

8. Marco teórico

A. Perspectivas teóricas existentes

El sector turístico gastronómico representa una impórtate fuente de ingresos económicos al país, siempre se busca la excelencia al brindar servicios y productos de calidad, el ministerio busca implementar un sistema nacional de calidad turística para que los diferentes establecimientos formen parte de este y sean representantes del sector turístico y gastronómico de Quito.

B. Zonas especializadas turísticas

En la actualidad en el Distrito Metropolitano de Quito (DMQ) existen dos lugares de acogida masiva de turistas, ya sean nacionales o internacionales, estos son el centro histórico de Quito y la Mariscal, en estos lugares se encuentran establecimientos de alimentos y bebidas clasificados en varias categorías de acuerdo al número de servicios que presta y a la calidad presente en estos, los cuales comprenden: lujo, primera y segunda categoría. Para obtener esta categoría, los establecimientos del sector turístico deben cumplir con la normativa reglamentaria expedida y controlada el Ministerio de Turismo.

Quito para impulsar el desarrollo de la actividad turística en la ciudad y para facilitar la administración y control de los diferentes establecimientos, ha organizado dos Zonas Especiales Turísticas (ZET) para promover el desarrollo turístico de la ciudad: el Centro Histórico y La Mariscal; por ello, se desarrolló un plan de gestión que establece normas de regulación que buscan fortalecer a los negocios, mejorar los servicios y alcanzar la mayor calidad en diferentes ámbitos. (Turismo, Reglas técnicas de la ZET, 2015)

C. Análisis de la gestión de calidad.

Para Ishikawa el control de la calidad consiste en “desarrollar, diseñar, elaborar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el más útil y siempre satisfactorio para el consumidor” establece siete herramientas para analizar la calidad los cuales son el formulario de toma de datos, el brainstorming, el diagrama de Pareto, el diagrama causa y efecto, el histograma, el grafico de control y el análisis de la correlación. (Ponsati, 2004, pág. 72)

D. Calidad de alimentos y bebidas

La gestión de alimentos y bebidas es primordial para asegurar la calidad que se brinda y la seguridad que se da a los consumidores, así como la materia prima que se emplea en el proceso de los mismos, “los cuales están constituidos por los elementos necesarios para la elaboración de los productos. Entre dichos elementos destacan la materia prima secundaria que se diferencia por industrias; los productos de consumo necesario para el proceso de producción y por último el material necesario para mantenimiento” (Boubeta, 2006, pág. 7)

El distintivo Q promueve mejoras de prácticas de calidad sostenibilidad e innovación, esta es una herramienta de planificación turística la cual indica que “Es un reconocimiento que otorga el Municipio a través de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, a los establecimientos turísticos que han implementado sistemas de gestión sostenible y calidad, para ofrecer al turista servicios de primer nivel, contando con un equipo humano preparado que permiten elevar la calidad de la oferta turística del DMQ.” (Quito Turismo, 2014)

Los establecimientos que forman parte de este distintivo Q se hacen acreedores de una certificación que les permitirá diferenciarse de los demás establecimientos de la competencia; para conseguir el mismo, existen normas y parámetros claramente definidos que se encuentran contemplados en el reglamento correspondiente, el cual se lo tiene que cumplir de manera obligatoria ya que son requisitos que serán un diferenciador de los demás.

Los restaurantes y cafeterías que accedan a esta certificación contarán con varios beneficios para su desarrollo, como son: asistencia técnica cuando se esté realizando el proceso, informes para la implementación de prácticas sostenibles y procesos de calidad, contará con talleres para capacitaciones del equipo humano, realizarán ofertas por los diferentes medios que maneje la Empresa Pública Metropolitana de gestión de la Calidad.

La teoría de la trilogía de Juran JM dice que “La gestión para la calidad se hace por medio del uso de los tres mismos procesos de gestión de planificación, control y

mejora. Los planteamientos conceptuales son idénticos a los utilizados en la gestión financiera” (Juran, 1979 Juran Institute, pág. 49) EL Distintivo Q de calidad busca que los establecimientos de alimentos y bebidas manejen una correcta planificación de sus actividades controlando de una manera exhaustiva los alimentos que se ofrezcan en los establecimientos y así consiguiendo una mejora continua día a día,

Esta es una de las teorías que se tendrán que aplicar para el desarrollo del presente proyecto ya que habla de una planificación de la calidad, la cual indica los procesos y requerimientos que se tienen que tomar en cuenta para su implementación, el control de la calidad que debe practicarse para una evaluación del comportamiento real de la calidad de los diferentes establecimientos para posteriormente actuar sobre las diferencias existentes; y por último, identifica las necesidades concretas para el mejoramiento de la calidad.

En la actualidad la normativa Q es un reconocimiento que otorga el MINTUR a los establecimientos turísticos que ha implementado en sus procesos la calidad como parte fundamental de sus negocios, con el propósito de mejorar la imagen de Quito como destino turístico, Los establecimientos en la actualidad buscan obtener el distintivo Q, ya que este brinda varios beneficios a nivel nacional e internacional, como es la difusión de los mismos por los diferentes canales de distribución que maneja el MINTUR, los cuales permiten que estos sean reconocidos en el medio turístico.

9. Estudio de mercado

Para realizar un estudio de mercado se encontrarán varios objetivos como “determinar la estrategia a seguir considerando el entorno interno (fortalezas y debilidades) y el externo (oportunidades y amenazas) que permita asegurar el éxito del proyecto” (Hector, 2006) se busca obtener y observar las fortalezas y debilidades que tienen los establecimientos de alimentos y bebidas del Distrito Metropolitano de Quito.

Se tiene que identificar algunos conceptos como son mercado “el mercado se define como el área donde convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para

establecer un precio único, se puede decir también que mercado es cualquier acuerdo mediante el cual compradores y vendedores interactúen para determinar el precio y la cantidad de los bienes y servicios intercambiados” (Jacome Cevallos, 2007)

La oferta es parte fundamental de estudio del proyecto por lo cual se entiende como oferta a ofrecer un producto o servicio que esté acorde con las necesidades de los consumidores. (Esteve, 2000) Son los bienes o servicios que tiene un establecimiento los cuales son ofertados por los prestadores de servicios de los establecimientos de alimentos y bebidas del Distrito.

“La demanda del mercado tienen un significado concreto, es una relación de dependencia que indica la cantidad de una mercancía en un particular que será comprada por diversos precios permaneciendo lo demás constante”. (Milton, 2003) es la cantidad y calidad que tienen los establecimientos de alimentos y bebidas que ofrecen una variedad de alimentos a los clientes nacionales como internacionales.

10. Estructuración de la teoría que sustenta la investigación

Este estudio se alinea a la teoría de la gestión de calidad ya que se encuentra enfocada a que la misma no se la puede comprar e impulsa el uso del control estadístico de los procesos para determinar el alcance que se puede tener en la calidad, se ha tomado como referencia lo que menciona Deming y Shawart que son varios principios los cuales son:

- La causa asignable, esta puede ser analizada por los empleadores de las empresas.
- La causa que solo los empleadores que tienen un puesto alto pueden resolver problemas referentes a la compañía.
- Estrategias al manejar marketing, el diseño, la administración de la compañía.
- Grupos de control de calidad en los diferentes departamentos administrativos y ejecutivos de la compañía.

- Técnicas de calidad y gráficos donde indiquen claramente los resultados del funcionamiento de la compañía.

Deming señala que la alta dirección tiene que aceptar el liderazgo para que el programa de calidad sea efectivo. Es importante centrarnos en las necesidades y requerimientos que tenga la demanda que se tiene ya que esta busca una alta calidad y exige diferentes opciones que su prestador de servicios le pueda ofrecer cumpliendo con las normas y reglas que sugiere el Distintivo Q de Calidad.

En el presente proyecto se analizara el modelo Europeo este se lo conoce también como modelo EFQM que significa “Modelo Europeo de Gestión de Calidad” esta se basa y confía en la alta evaluación de las organizaciones este criterio se encuentra subdividido en 5 criterios y 4 resultados para lo cual se establecen cuestionarios y puntuaciones para saber cómo se maneja este autocontrol y así saber cuáles son las debilidades de la empresa y saber en qué se está fallando para aplicar mejoras en las fallas observadas.

Según Quito turismo (2016) Para finalizar tomaremos en cuenta el “Distintivo Q de Calidad “el cual es otorgado por el Distrito Metropolitano de Quito en la cual se realiza un análisis, visitas a los establecimientos, se realiza un test el cual está conformado por varias partes las cuales se clasifica en:

- **Ámbito A: Gestión Administrativo** la cual se compone de la parte administrativo, personal, capacitación.
- **Ámbito B: Responsabilidad Social Empresarial**, la cual se compone de la parte social, biodiversidad, protección y conservación ambiental,
- **Ámbito C: Infraestructura y Equipamiento**, la cual se compone de la parte infraestructura, señalización, equipamiento.
- **Ámbito D: Calidad de servicios y atención al cliente.** la cual se compone de la parte de prestación y servicio, registro y seguimiento.

11. Componentes Teóricos

La gestión de calidad según (.J., 2009) En las organizaciones de hoy día oímos mencionar constantemente las frases: “Nuestro Sistema de Gestión de la Calidad”, “El Sistema de Gestión de la Calidad del siglo XXX”, sin tener muchas veces, la más mínima idea de lo que esto significa, su concepto y los beneficios que puede traer a una organización cuando este se implementa con compromiso y liderazgo.

Un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) no es más que una serie de actividades coordinadas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al cliente, es decir, es planear, controlar y mejorar aquellos elementos de una organización que influyen en el cumplimiento de los requisitos del cliente y en el logro de la satisfacción del mismo. Por lo que cabe mencionar que es necesario el manejo de las mismas para los diferentes establecimiento de alimentos y bebidas los cuales según (Gomez, 2014) se clasifican por sus instalaciones en restaurantes, cafeterías, fuentes de soda y bares, otra de las clasificaciones es por la venta de alimentos Selft service y Snak Bar otra de las clasificaciones es por la forma de ofrecer los alimentos son Menú fijo y A la carta, otra clasificación es por el tipo de cocina puede ser nacional, internacional y regional y por último por su calidad de servicio:

- De lujo (5 tenedores)
- De primera (4 tenedores)
- De segunda (3 tenedores)
- De tercera (2 tenedores)
- De cuarta (1 tenedor)

Esta es la clasificación que se tomara en cuenta para la elaboración del proyecto ya que nos fijaremos en el servicio por lo que se puede encontrar una definición de servicio por parte de (RAMON, 2009) en el cual nos dice que “El servicio en la hotelería no es más que lo que podemos brindarle al cliente desde antes de la llegada al hotel podemos decir que desde la reservación que pude ser vía telefónica,

personalmente o a través de un tour operador que ya no sería el trato Asia el cliente directamente sino a través de la compañía. Pero de todos modos el servicio se implementa desde que la persona necesita este tipo de servicio u otro. El servicio comienza a funcionar en los hoteles desde que el turista llega a la entrada del hotel hasta. ” Se tiene que tomar en cuenta los puntos mencionados ya que se medirá la satisfacción del cliente por el servicio que brindan los trabajadores de los establecimientos.

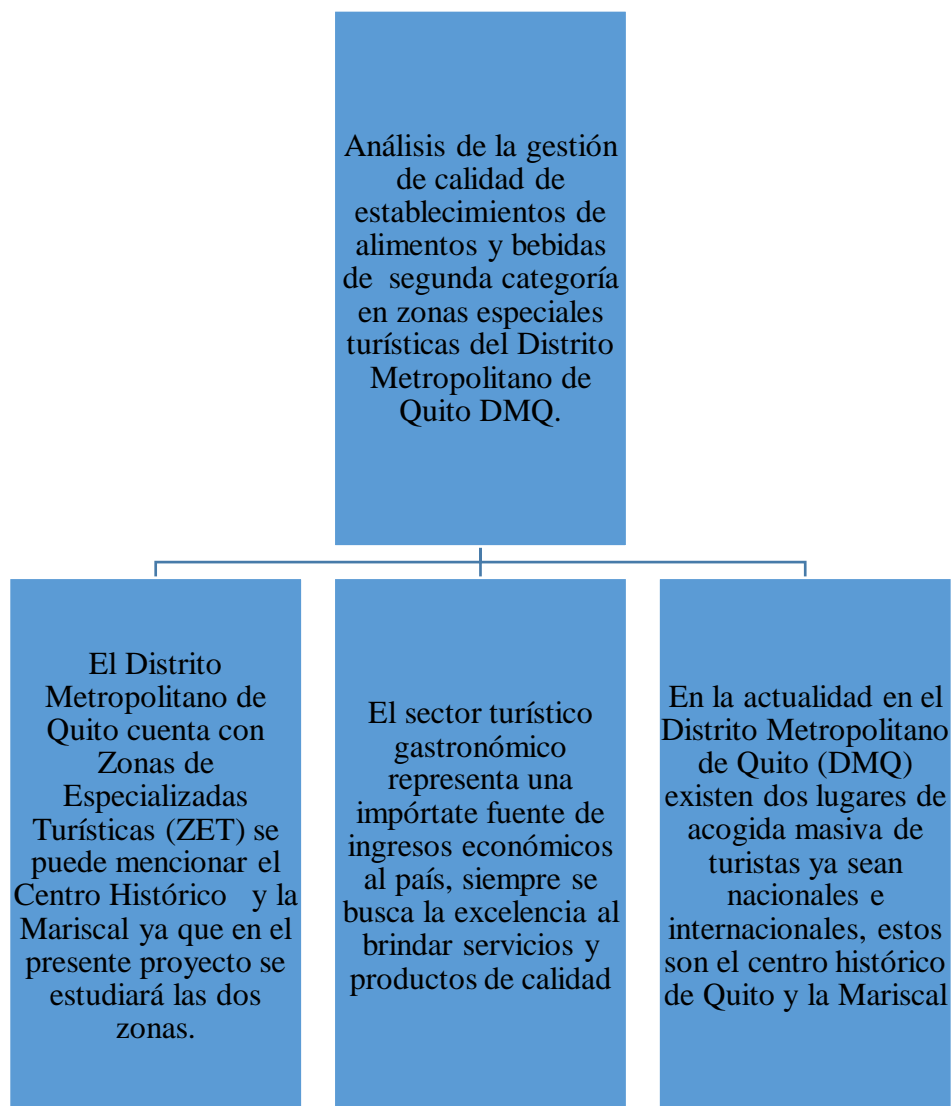


Figura 1 Componentes Teóricos

12. Antecedentes investigativos que sustentan el trabajo de investigación

A. Investigaciones cualitativas

Las diferentes investigaciones que se han realizado en las diferentes Zonas de Especialidades turísticas (ZET) del Distrito Metropolitano de Quito nos indica que en el Centro Histórico de Quito mencionada como ZET 2 se ubican grandes e históricas calles las cuales cuentan con una infraestructura hotelera que abarca a infinidad de turistas brindando un servicio de calidad, por lo cual el presente estudio ayudará a ofrecer un servicio que tenga un diferenciador, gracias al sistema Q de Calidad, menciona el mejoramiento en todas las áreas de los diferentes establecimientos de alimentos y bebidas.

B. Investigaciones cuantitativas

Por medio de una investigación cuantitativa se presentará un informe detallado completo de la información que se obtenga de los establecimientos de alimentos y bebidas de los establecimientos de segunda categoría de la Zona Especializada Turística Centro y de la calle Mariscal, las cuales son lugares de acogida masiva de turistas tanto nacionales como internacionales que buscan realizar diversas actividades, los mismos esperan obtener servicios de calidad la cual este sustentada por el Distintivo Q de Calidad que cuentan los establecimientos ya mencionados.

13. Marco Conceptual

Actividad Turística: son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo son objetos de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios, la actividad, en conjunto con los atractivos de un lugar, constituye, la motivación básica del viaje. Se podría decir que no es posible un desarrollo turístico si el visitante no puede realizar actividades, aunque en muchos casos se trata solo de contemplar el paisaje. (Díaz, Glosario de Turismo , 2008, pág. 5)

La Restauración: hace referencia a aquellos establecimientos que se ocupan de proporcionar a los viajeros, tanto españoles como extranjeros, y a los residentes, servicios de alimentos y bebidas, aunque esta definición comprende todo tipo de establecimientos, como son los restaurantes tradicionales, cafeterías, bares o restaurantes de reciente aparición o también denominados restauración tales como take away, fast food. (Fernandez, 2016, pág. 10)

Restaurante: establecimiento donde se sirven refrescos y comida a clientes que pagan por estos servicios. Aunque durante siglos la posada y tabernas sirvieron comida simples a los viajeros, se cree que el primer restaurante moderno, donde los clientes podían ordenar a la carta perteneció a Boulanger un cocinero que abrió un negocio en París. (Britannica, 2011, pág. 2231)

Cafetería: recinto de uso común de un establecimiento destinado al servicio de bebidas y alimentos livianos en horarios extendidos más allá de los señalados para los servicios del comedor. (Díaz, Glosario Turístico, 2008, pág. 57)

Bar: recinto de uso común de un establecimiento, generalmente caracterizado por la presencia de una barra mostradora destinado al servicio de bebidas alcohólicas y otras. (Díaz, Glosario Turístico, 2008, pág. 57)

Categoría: condición otorgada a un establecimiento de alojamiento turístico según la concurrencia de diversos requisitos establecidos en una determinada clase y calificación. (Díaz, Glosario Turístico, 2008, pág. 59)

Sector del turismo: en el sector turismo, tal y como se contempla en la CST, el conjunto de unidades de producción en diferentes industrias que producen bienes y servicios de consumo demandados por los visitantes. Estas industrias se denominan las industrias turísticas debido a que la adquisición por parte de visitantes, representa una porción tan significativa de su oferta que, en ausencia de estos, dicha producción se vería reducida de manera significativa. (OMT, 2008)

Zonas Turísticas: corresponde a un espacio físico de extensión variable con características fisiográficas homogéneas y que cuentan con una unidad paisajista. En su interior se pueden agrupar extensiones territoriales de menor tamaño denominadas áreas turísticas. La zona turística debe contar con infraestructura y servicios de comunicación entre las áreas turísticas que la integran. (Díaz, 2008, pág. 28)

Oferta Turística: corresponde al conjunto integrado por tres componentes básicos a saber, atractivos turísticos, planta turística e infraestructura, los cuales pueden ser puestos en el mercado mediante procesos de gestión, desarrollados por los empresarios turísticos, por la propia municipalidad y por otros actores. (Díaz, Glosario de Turismo, 2008, pág. 10)

Demanda Turística: comprende el total de personas que viajan o desean viajar para usar las instalaciones y servicios turísticos ubicados en lugares distintos al de residencia y trabajo de los usuarios. Por lo tanto está formada por el conjunto de posibles consumidores de servicios turísticos. (Díaz, Glosario Turístico, 2008, pág. 6)

CAPITULO II

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA GESTION DE LA CALIDAD

1. ANÁLISIS EXTERNO

A. Macro ambiente

La gestión de la calidad se ha empleado desde la antigüedad, ya que cuando se realizaba algún producto artesanal para venderlo se empleaba una comunicación personal directa con el comprador ofreciendo su producto y así ver si el mismo se adaptaba a las necesidades de los clientes, por lo cual la calidad era elevada. La gestión de la calidad en la actualidad aumenta cada día más, ya que el consumidor paga para obtener servicios que cumplan con su expectativa o que sobrepasen la misma, por lo cual la calidad es un requisito indispensable que se necesita, para poder formar parte de la alta calidad y competir con los mejores servidores a nivel nacional y porque no pensar que podemos competir a nivel mundial, para lo cual es indispensable conocer las necesidades que tienen los clientes y cuáles son las expectativas que estos tienen cuando requieren de los servicios que se brindan en los establecimientos.

Los establecimientos de alimentos y bebidas tienen que cumplir una serie de normas o estándares que permitan elevar su nivel de satisfacción por parte de los clientes, este es un punto estratégico que se desarrolla al pasar el tiempo ya que es una ventaja que los prestadores de servicio día a día quieran llenar las expectativas de los consumidores. La calidad es un punto clave en los establecimientos de alimentos y bebidas y su mejora ha permitido que su enfoque sea detallado y que existan procesos que se cumplan de manera objetiva y que siempre se busque obtener clientes satisfechos con el servicio.

Hay establecimientos que puedan cumplir con sus procesos adecuadamente, que su dirección y sus mandos sean óptimos para conseguir el éxito dentro de su empresa y sin fijarse con la prioridad de sus clientes ya que ellos son la única razón de que dicha empresa esté en marcha. Existen estándares de calidad a nivel mundial y nacional, el trabajo se lo realizará basándose en el Distintivo Q de Calidad que fue empleado por el Estado Ecuatoriano para brindar servicios de alta categoría, la cual tiene objetivos, misión, visión y aspectos los cuales son estudiados y analizados para la implementación de los mismos en los diferentes establecimientos que quieren obtener un reconocimiento y ciertas diferenciaciones de los demás.

a. Entorno Económico

En la actualidad la economía del país depende de varios aspectos uno de los más importantes y que está en tercer lugar es el turismo, “El ingreso de divisas por concepto de turismo registrado en la balanza de pagos asciende a \$1487.2 millones durante el 2014 lo que representa un 19% más que en el 2013” (Investigación, 2014, pág. 11). Este proporciona una cantidad monetaria significativa, para el país por lo cual el ministerio de turismo se programa nuevas metas las cuales se las tienen que superar a medida que pasa el tiempo, como lo logra esto, por medio de diferentes actividades que se adapta a las diferentes estrategias que maneja el país.

Existen planes de desarrollo turístico de cómo son:

- El PLANDETUR 2020
- Plan integral de marketing Turístico de Ecuador (Internacional)
- Plan integral de marketing turístico para el turismo Interno del Ecuador
- AETS Alianza Ecuatoriana para el turismo Sostenible. Estrategia de Mercado para el Patrimonio de Áreas naturales del Estado.
- Valoración Económica del turismo en el sistema nacional de áreas protegidas del Ecuador
- Plan Estratégico de turismo de Quito Q 2012
(Medina, 2016)

Los principales indicadores económicos de Quito son importantes para el desarrollo del país, pero uno de los rubros más importantes es el que deja los establecimientos de alimentos y bebidas, se puede destacar las zonas especiales turísticas como es el Centro Histórico y la Mariscal, ya que poseen un porcentaje de alta afluencia de consumidores los cuales esperan obtener servicio de calidad y de primera.

b. Entorno Sociocultural

- *Factores demográficos*

El censo nacional de población y vivienda es una información estadística verificable y confiable de la cual se puede obtener diferente información oportuna sobre la situación y las características actuales del país el objetivo principal del censo es determinar el crecimiento de la población y las características sociales que se manejan en el país.

Tamaño de la población

El Ecuador posee con una población de 14.483.499 habitantes; Según el censo poblacional del 2010 los datos que arroja el INEC nos dice que se tiene una tasa de crecimiento de 1.95, la edad promedio de los jóvenes es de hasta 29 años de edad, el 82.1% de los Quiteños creen que son mestizos. Pichincha es una de las 24 provincias del Ecuador su ubicación es en la parte norte del país en la región sierra, Quito es la capital del Ecuador es la ciudad más poblada de su región.

Tiene una altitud de 2.816 m.s.n.m su fecha de creación fue el 25 de junio de 1824 y Quito fue fundada el 6 de diciembre de 1534 sus límites son al Norte: Imbabura y Esmeraldas, Sur: Cotopaxi, Este: Sucumbíos y Napo, Oeste: Santo Domingo de los Tsáchilas, la provincia es manejada por el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) cuenta con una población de 2'576.287 su extensión territorial es 9.612km²,

tiene un clima variado el cual puede ir desde los 8 centígrados y 24 grados centígrados.

La ciudad de Quito fue declarada por la Organización Mundial de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO) como “Patrimonio Cultural de la Humanidad” el 18 de septiembre de 1978, cuenta con calles ancestral llenas de historias como son las iglesias monasterios, museos; Pichincha cuenta con ocho cantones que son Cayambe, Mejía, Pedro Moncayo, Pedro Vicente Maldonado, Puerto Quito, Distrito Metropolitano de Quito, Rumiñahui, San Miguel de los Bancos; y cada una con su respectiva cabecera. (Comunicación, 2015)

Quito conocida como Carita de Dios, está ubicada al noroeste de la provincia de Pichincha cuenta con una extensión de 422.802 hectáreas, su población es aproximadamente de 2.2 millones de habitantes cuenta con una altitud promedio de 1533 metros hasta los 3777 sobre el nivel del mar tiene una división política la cual son 33 parroquias rurales y 32 parroquias urbanas.

c. Entorno Geográfico

El Distrito Metropolitano de Quito cuenta con diferentes dos zonas especiales turísticas (ZET) que son el Centro Histórico de Quito conocida como ZET 1 y la Mariscal conocida como ZET 2. En la (ZET) los establecimientos de alimentos y bebidas A&B se clasifican en cafeterías, centros de convenciones, fuentes de soda, recepciones, banquetes, y restaurantes.

La (ZET) cuenta con un gran número de servicios y productos turísticos por lo que es el destino más visitado por turistas ya sean nacionales o internacionales, por lo cual estas son zonas de prioridad para el DMQ, este se encarga de impulsar el desarrollo, promocionando y fortaleciendo el servicio que se brinden en las zonas, “Los planes de gestión definen una amplia variedad de esfuerzos conjuntos de la empresa privada y de la Alcaldía de Quito para impulsar ámbitos como: Movilidad y accesibilidad a las diferentes áreas, la higiene y el control sanitario, control y fomento de establecimientos y actividades o desarrollos turísticos información turística y señalización, mantenimiento y adecentamiento del espacio público, y el fomento de la seguridad tanto a los turistas como a los prestadores de servicio.

Existen varias normas , criterios que exige la alcaldía de Quito que cumplan los establecimientos de alimentos y bebidas como son las recepciones y banquetes, en la regla técnica existen varios aspectos importantes como son acceso, infraestructura, equipamiento, señalización, servicios, mantenimiento, personal, administrativo, legal, facilidad para personas con discapacidad y espacio público en cada uno de estos ítems existen varios sub normas que los establecimientos tienen la obligación de tomarlos en cuenta y poner en práctica todos los aspectos que se mencionan.

- ZET 1 Zonas especializadas Turísticas Centro Histórico.

El Centro histórico de Quito se encuentra a 22 km de la línea equinoccial uno de los mejores centros históricos de Latino América por lo que fue declarado por la UNESCO como Primer Patrimonio Cultural de la Humanidad en el año de 1978, cuenta cúpulas, campanarios, museos, lugares de alimentos y bebidas.

Los límites de la ZET del Centro Histórico son:

- Norte: Calle Briceño
- Sur: Calle Ambato
- Este: Av. Pichincha
- Oeste: Av. Mariscal Sucre

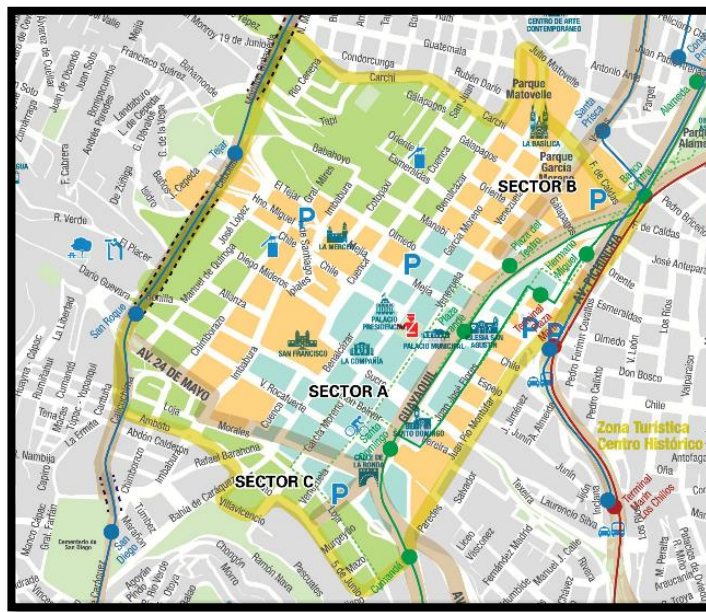


Figura 2 Mapa de la ZET Centro histórico de Quito
Fuente: (Turismo, 2014, pág. 07)

La ZET del Centro Histórico de Quito está dividida en tres sectores, Sector A: Área Turística Cultural, color celeste. Sector B: Área residencial – Comercial, color naranja y Sector C: Área residencial color verde, esto ayuda a la diferenciación del sector y a lo que este se dedica en la ZET Zonas Especiales Turísticas se clasifican los establecimientos de alimentos y bebidas en:

- Cafeterías

Las cafeterías son establecimientos que preparan bebidas frías o calientes acompañados de alimentos fríos como botanas puede tener áreas específicas como zona de fumadores e inclusive para presentación de artistas el número de sillas tiene que ser el no superado por la capacidad del establecimientos en las cafeterías no se puede expedir platos fuertes a la carta, ni las bebidas alcohólicas excepto por las cerveza y vino existirán parámetros que se tienen que cumplir como por ejemplo el rotulo del establecimientos que tiene que ser acorde con la fachada, tiene que cumplir con la decoración ambientación acorde al establecimiento.

- Centros de convenciones

Los centros de convenciones son establecimientos que mediante un contrato firmado por dos partes acorde a las necesidades y exigencias de cada uno de los involucrados cuenta con la capacidad de brindar al consumidor lo que necesita, este brinda el espacio físico el mobiliario, no existe restricciones para el expendio de alimentos o bebidas, la capacidad tiene que ser mayor a 300 personas el servicio a la mesa puede o no estar incluido o no todo dependerá y regirá acorde a lo planteado en el contrato ya establecido se exceptuaran ciertos parámetros técnicos relacionados con la infraestructura del bien en la aplicación de las nuevas Reglas Técnicas para Actividades Turísticas contenidas en los Planes de Gestión para las Zonas Especiales Turísticas de la Mariscal y Centro Histórico, en los establecimientos turísticos.

- Fuentes de Soda

Las fuentes de soda Establecimiento que prepara alimentos y bebidas sean fríos y/o calientes tipo comida rápida, sin servicio a la mesa, para consumo inmediato en establecimiento. El establecimiento que cuente con mesas y sillas y/o un área para la atención al cliente dentro del mismo, debe estar acorde con las especificaciones emitidas por la autoridad competente. Las fuentes de soda pueden optar por el servicio al auto, cuando dispongan el espacio para este servicio.

A las fuentes de soda se les restringe: el expendio de platos a la carta, menús, el expendio y exhibición de bebidas alcohólicas. "Podrán realizarse excepciones en ciertos criterios de infraestructura y equipamiento en los establecimientos ubicados dentro de centros comerciales, siempre y cuando el establecimiento y el centro comercial cumplan con el equipamiento básico necesario".

- Restaurantes

Los restaurantes son establecimientos que prepara todo tipo de alimentos con servicio a la mesa para consumo inmediato dentro del establecimiento y que brinda

el servicio de bebidas no alcohólicas y alcohólicas como acompañamiento de los alimentos. El número de sillas y mesas del restaurante deben acoger al 100% de la capacidad máxima de comensales de acuerdo al aforo.

Puede contar con un área exclusiva para presentaciones de artistas en vivo. A los restaurantes se les restringe: la habilitación de pistas de baile y el servicio al auto. Podrán realizarse excepciones en ciertos criterios de infraestructura y equipamiento en los establecimientos ubicados dentro de centros comerciales, siempre y cuando el restaurante y el centro comercial cumplan con los suministros básicos necesarios.

Se exceptuarán ciertos parámetros técnicos relacionados con la infraestructura del bien en la aplicación de las nuevas Reglas Técnicas para Actividades Turísticas contenida en los Planes de Gestión para las Zonas Especiales Turísticas de la Mariscal y Centro Histórico, en los establecimientos turísticos que funcionan en bienes inmuebles declarados como patrimoniales y / o inventariados, por lo que se tomara en cuenta dicha declaración y el carácter tradicional de los mismos.

- Recepciones y Banquetes

Cuenta con salas y salones, tiene el mobiliario para la efectuación de recepciones y banquetes, se realizan eventos sociales empresariales y de todo tipo, este también presta el servicio de música ya sea en vivo u otro, el servicio de alimentos y bebidas con servicio directo a la mesa, esta puede tener servicio de buffet en la cual las personas debe acercarse a la mesa a servirse lo que gusten, se puede servir a parte bebidas alcohólicas y no alcohólicas se servirá todo lo que se acuerde en un contrato establecido por el prestador de servicio y el cliente, este evento solo durara unas horas, la regla hoy en día es que este tipo de evento dura hasta las dos de la mañana el aforo es de menor a trecientas personas.

- ZET 2 Zonas especializadas Turísticas La Mariscal.

Zona Especial Turística la Mariscal este es un barrio el cual está ubicado al norte de la ciudad de Quito es una mezcla de lo antiguo, cotidiano y moderno donde encontramos una amplia variedad de bares tiendas y lugares de esparcimiento, existen construcciones de todas las épocas, esta se encuentra rodeada de calles, avenidas y plazas. La alcaldía de Quito busca regular, controlar y promover el desarrollo de la Mariscal brindando al turista un servicio de calidad y único, los diferentes establecimientos que pertenecen a la ZET de la Mariscal tienen que cumplir con las normas y reglas de acuerdo a la categoría que vamos a estudiar que será la segunda categoría.

Los límites de la ZET 2 de la Mariscal:

- Norte: Av. Orellana
- Sur: Av. Patria
- Este: Av. Isabela Católica, calle Alfredo Mera Caamaño y Av. 12 de Octubre.
- Oeste: Av. 10 de Agosto



Figura 3 Mapa de la ZET 2 la Mariscal

- Fuente (Turismo, La Mariscal Zona Especial Turística, 2015, pág. 07)

La ZET de la Mariscal está dividida en siete sectores bares, cafeterías centro de convenciones, discotecas, fuentes de soda, recepciones y banquetes y restaurantes todos estos establecimientos cuentan con reglas y normas los cuales están sujetos los diferentes establecimientos que se encuentren ubicados dentro del Sector Turístico de la Mariscal.

En las **fuentes de soda** se expenden un tipo de comida que puede ser la rápida como son salchi papas, hamburguesas entre otras aparte de cafés o bebidas sin alcohol claro que no está restringido el expendio de las mismas esta no cuenta con servicio a la mesa es más bien un servicio informal pero estos establecimientos no están dentro de los que forman parte de los establecimientos de segunda categoría.

Los **bares** son establecimientos de esparcimiento donde están acompañados de alimentos y bebidas estos pueden ser alcohólicos y no alcohólicos, estos cuentan con servicios a la mesa existen camareros que toman el pedido de los clientes este cuenta con una barra en la cual tiene que tener bancos, este puede o no tener un espacio el cual tenga o no un espacio físico donde pueden o no tener música en vivo.

Las **discotecas** son lugares de esparcimiento donde la mayor parte de los asistentes son jóvenes que buscan relajarse, en estos espacios se encuentra un área la cual es destinada a la pista de baile, se sirven toda clase de bebidas alcohólicas y no alcohólicas acompañadas de pequeñas porciones de botanas para acompañar a las bebidas, este tiene que tener un aforo con capacidad para el 30% de mesas y el 70 % debe cumplirse en la pista de baile.

Los **centros de convenciones** son establecimientos que están dirigidos a realizar diferentes eventos los cuales sean de diferentes actividades como relaciones públicas, o sociales en donde una de las principales funciones que tiene que tener es facilidad de equipos de audiovisuales en los que se pueda facilitar la información que se quiera dar a los participantes el aforo es superior a trescientas personas.

Salas de **recepciones y banquetes** son establecimientos que prestan el servicio de un salón o salas que cuenta con el inmobiliario necesario para realizar conferencias o eventos los cuales estén acompañados de alimentos y bebidas las bebidas pueden o no ser alcohólicas, este puede o no tener espacio físico para música en vivo u otras el aforo del establecimiento es para menos de treinta personas.

Los **restaurantes** son establecimientos los cuales están dirigidos al expendio de alimentos y bebidas, los cuales se sirven a la mesa este cuenta con mesas sillas o incluso una barra, el número de sillas y mesas debe ser suficiente para el número de personas del aforo se puede o no servir bebidas alcohólicas las cuales sean de acompañamiento para los alimentos, puede o no tener un espacio físico en el que se presente música en vivo.

Las **cafeterías** son establecimientos los cuales están dedicados al expendio de bebidas alcohólicas o no alcohólicas, en esto se prepara alimentos calientes o fríos en pequeñas porciones como pueden ser san duches o pasteles, los cuales se sirven a la mesa el número de mesas y sillas tiene que completar el número de personas que acudan al afora estas pueden o no tener música suave de acompañamiento.

(Turismo, Guía para impulsar el turismo , 2014)

d. Entorno Tecnológico

El entorno tecnológico del Distrito Metropolitano de Quito día a día avanza significativamente ya que es uno de los factores más importantes en el desarrollo de un lugar, ya que hoy en día la forma de comunicación masiva es la tecnología so las redes sociales la web, por lo cual tenemos que contar con la tecnología de información y comunicación (TIC) lo cual se refiere a buscar la información y seguridad de los consumidores, esta es la manera más viable de generar conectividad en el Distrito.

En la mariscal y el Centro Histórico los establecimientos cuentan con conectividad el cual brinda facilidades a los establecimientos que se encuentran a su

alrededor la misma que cada día es mejor y facilita a los consumidores, existen muchas aplicaciones que se vinculan estrechamente con los establecimientos de alimentos y bebidas en las cuales se puede encontrar una gran variedad de diferentes establecimientos, los establecimientos de segunda categoría y que forman parte de los que tienen el Distintivo Q de Calidad, cuentan con ciertos beneficios como es el reconocimiento en las páginas web de Quito Turismo.

e. Entorno Legal

- En la constitución del Ecuador se establecen las normas y reglas u obligaciones que tiene el gobierno con la ciudadanía, en la cual se definen los poderes del estado como son la Función Electoral, Función Legislativa, Función Judicial, Presidente de la República y Asamblea Nacional; La provincia de pichincha cantón Quito cuenta con el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) el cual procura la mejora de la ciudad implementando diferentes actividades la cuales ayuden al desarrollo nacional.
- En el capítulo primero de la Constitución artículo 240 menciona que los gobiernos autónomos descentralizados se regirá a la ley correspondiente lo cual nos indica que El Distrito Metropolitano de Quito tiene sus normas y leyes a las cuales regirse para el correcto funcionamiento de la ciudad, las cuales tendrán facultades legislativas en el ámbito de sus competencias y jurisdicciones territoriales. (Constituyente, 2008, pág. 121)
- En el capítulo segundo en la Organización del territorio artículo 242 indica que el estado se organizará territorialmente e regiones, provincias, cantones y parroquias rurales. Por razones de conservación ambiental, étnico-cultural o de población podrán constituirse regímenes especiales. (Constituyente, 2008, pág. 122) por lo cual el Distrito Metropolitano de Quito crea una nueva división zonal en la cual se establecen las Zonas Especiales Turísticas las cuales están divididas por sectores del Distrito.

- En el capítulo segundo en la Organización del territorio artículo 246 hace referencia al estatuto aprobado será la norma institucional básica de la región y establecerá su denominación, símbolos, principios, instituciones del gobierno regional y su sede , así como la identificación de los bienes rentas, recursos propios y la enumeración de las competencias que inicialmente asumirá. Las reformas al estatuto se realizarán con sujeción al proceso en lo establecido y requerirán de dictamen favorable de la Corte Constitucional. (Constituyente, 2008, pág. 123) por lo cual en las diferentes Zonas Especiales Turísticas se detallan los establecimientos hoteleros y de alimentos y bebidas diferenciando las categorías que existen, dicho proyecto se centrará en los establecimientos de alimentos y bebidas de segunda categoría de las Zonas Especiales Turísticas del Centro Histórico de Quito y de la Mariscal.
- En el capítulo segundo en la Organización del territorio artículo 248 menciona que se reconocen las comunidades, comunas, recintos, barrios y parroquias urbanas. La ley regulará su existencia con la finalidad de que sean consideradas como unidades básicas de participación en los gobiernos autónomos descentralizados y en el sistema nacional de planificación. (Constituyente, 2008, pág. 123) este artículo da a conocer que las parroquias en las cuales se registrará está establecido legalmente.
- En el capítulo cuarto en el Régimen de competencias artículo 266 establece que los gobiernos de los distritos metropolitanos autónomos ejercerán las competencias que corresponden a los gobiernos cantonales y todas las que sea aplicables de los gobiernos provinciales y regionales, sin perjuicio de las adicionales que determine la ley que regule el sistema nacional de competencia. (Constituyente, 2008, pág. 131). Esto nos indica que las Zonas Especiales Turísticas tienen que registrarse a ordenes distritales las cuales tendrán competencias nacionales e internacionales.
- En el capítulo quinto en los Recursos económicos en el artículo 270 indica que los gobiernos autónomos descentralizados generan sus propios recursos

financieros y participaran de las rentas del Estado, de conformidad con los principios de subsidiariedad, solidaridad y equidad. (Constituyente, 2008, pág. 133) el Distrito Metropolitano de Quito busca realizar diferentes proyectos los cuales sean beneficiosos para las diferentes Zonas Especiales Turísticas de Quito ya que la economía es fundamental para el desarrollo de la ciudad.

- El en capítulo sexto en la Sección primera en el artículo 319 menciona que se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresarial públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. (Constituyente, 2008, pág. 151) Lo cual indica que las zonas especiales turísticas pueden estar formadas por empresas públicas, privadas o mixtas que se rijan y que cumplan con lo establecido en las diferentes leyes del país.
- Sección quinta Cultura artículo 377 menciona que el sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de la expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales. (Constituyente, 2008, pág. 170) este artículo se refiere a que existe el apoyo del gobierno a los empresas públicas o privadas que tengan intención de fortalecer el ámbito cultural de la nación como pueden ser los establecimientos de alimentos y bebidas de segunda categoría ya que existen varios los cuales buscan el desarrollo de la ciudad implementando actividades socioculturales para las personas que estén relacionadas con estos servicios.
- En la Ley de Turismo en el artículo 5 indica que se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades (Turística, 2014, pág. 2) literal b servicio de alimentos y bebidas.

En la cual entran los establecimientos de segunda categoría los cuales se encuentran en la Zona Especial Turística Centro Histórico de Quito y Mariscal.

B. Microambiente

a. Establecimientos de segunda categoría de alimentos y bebidas

Existen varios establecimientos que forman parte de los locales de alimentos y bebidas en la Zona Especializada Turística Centro (ZET 1) las diferentes instauraciones aparte de prestar servicio de alimentos y bebidas estos están acompañados de la cultura, tradición de sus calles establecimientos entre otros, cada uno de ellos tiene diferente temática de servicio y se intenta manejar una igualdad de servicio donde destaque la calidad en su desempeño.

Tabla 1
Establecimientos de alimentos y bebidas de la Zona Especial Turística Centro Histórico denominado (ZET 1)

TIPO	NOMBRE ESTABLECIMIENTO	DIRECCION
Cafetería	'Chulla vida	Guayaquil N3-19 Sucre
Cafetería	'San mateos ecuatorian café y chocolate	Mejía OE5 García Moreno
Cafetería	'Cafeto coffee house	Chile 930 Flores
Cafetería	Endulce	Guayaquil N6-56 y Olmedo
Fuente de Soda	Mi sánduche	Mejía Lequerica OE5-33 y José Gabriel García Moreno
Fuente de Soda	Picantería Marthita	Cuenca N6-81 y Olmedo
Fuente de Soda	Picantería Laurita buena	Junín E3-47 y Escalinatas de San Marcos
Fuente de Soda	Fritadas Rocafuerte Lourdes	Rocafuerte OE4-40 y Venezuela
Fuente de Soda	Marujita de la Vargas	Vargas N11-291 y Santa Prisca



CONTINUA

Fuente de Soda	Pizza Angelos la concepción	Av. Pichincha N3-161 y Concepción
Fuente de Soda	Hot dog la torera	Morales Oe-165 y Av. Maldonado
Fuente de Soda	El cono gigante	Manabí OE6-10 y Benalcázar
Fuente de Soda	Los sandwiches de la plaza grande	Chile OE4-22 y Venezuela
Restaurante	Delicias manabitas	Simón Bolívar OE6-123 Cuenca
Restaurante	Benalcázar	Chile 269 Guayaquil
Restaurante	Sal quiteña cuisine	Imbabura N4-31 y Mideros
Restaurante	Centro cultural el toro rojo	Espejo OE2-67 y Guayaquil
Restaurante	La colmena	Benalcázar N3-119 Espejo
Restaurante	El patio plaza	García Moreno N5-62 y Mejía
Restaurante	Vista hermosa café mirador	Manuel Samaniego N8-169 e Iquique
Restaurante	La clave de la ronda	Juan de Dios Morales OE1-53 y Av. Maldonado
Restaurante	El escondite de Cantuña	Manuel Samaniego N8-175 y Antepara
Restaurante	Panorámico HRA	Bolívar OE3-18 y Guayaquil
Restaurante	Azúcar el portal de la salsa	Juan de Dios Morales OE1-84 y Guayaquil
Restaurante	Heladería san Agustín	Guayaquil N5-59 y Mejía
Restaurante	Plaza chica café	Venezuela N34-82 y Chile
Restaurante	Rincón de las delicias coloniales	Espejo S/N y Guayaquil
Restaurante	Cuchara de san marcos	Junín E3-121 y Pasaje E3C
Restaurante	Sonata	Morales E1-52 y Maldonado
Restaurante	Casa los geranios	Morales Oe1-131 y Guayaquil
Restaurante	No tan santo	Chile OE4-22 y Venezuela
Restaurante	San Ignacio de Loyola	García Moreno N2-60 y Sucre
Restaurante	Capitolina	Morales OE3-39 y Guayaquil
Restaurante	Tablita del tártaro	Gran Colombia N14-27 y Padre Luis Sodiro
Restaurante	Ceviches de la Rumiñahui	Olmedo Oe3-18 y Guayaquil
Restaurante	Menestras del negro n. 8	Venezuela OE4-22 y Chile


 CONTINUA

Restaurante	Cevichería puerto azul lo mejor en mariscos	Venezuela OE4-45 y García Moreno
-------------	---	----------------------------------

Fuente (Tacuri, 2016)

Existen varios establecimientos que forman parte de los locales de alimentos y bebidas en la Zona Especializada Turística Mariscal (ZET 2) los establecimientos aparte de prestar servicio de alimentos y bebidas, suelen acompañar con varios servicios extras como podría ser la diversión y el entretenimiento aparte de su comida y bebida que puede ser nacional internacional entre otras, cada uno de ellos tiene diferente temática de servicio y se intenta manejar una igualdad de trabajo donde destaque la calidad en su desempeño.

Tabla 2
Establecimientos de alimentos y bebidas de la Zona Especial Turística La Mariscal denominado (ZET 2)

TIPO	NOMBRE ESTABLECIMIENTO	DIRECCION
Cafetería	Jerry's Marquet	Foch E9-76 y Luis Tamayo
Cafetería	Cafetería del rio	Luis Cordero E4-375 y Amazonas
Cafetería	Choco & late saborea la diferencia	Veintimilla E9-78 y José Tamayo
Cafetería	Coffeteer aromas & sabores	Jorge Washington E5-29 y Juan León Mera
Cafetería	Esmeralda de la Gaspar	Av. Gaspar de Villarroel S/N y Av. 6 de Diciembre
Cafetería	Campo viejo empanadas gourmet	Reina Victoria 26-161 La Niña
Cafetería	Pause coffee & break	La Pinta N26-49 y Reina Victoria
Cafetería	Chocolate shop	Veintimilla E6-35 y Reina Victoria
Cafetería	Soul suite	Amazonas N21-281 y

CONTINUA

		Carión
Cafetería	Juan Valdez café (plaza foch)	Reina Victoria 266 Joaquín Pinto. Plaza Foch L3
Cafetería	Español (plaza foch)	Reina Victoria 268 Joaquín Pinto. Plaza Foch L2
Cafetería	Café libro	General Leónidas Plaza Gutiérrez N23-56 y Veintimilla
Fuente de Soda	Frutely el sabor lo pones tú	Amazonas N26-179 Francisco de Orellana
Fuente de Soda	Piquitos	Veintimilla N23-31 Av. Amazonas
Fuente de Soda	Yogurt amazonas	Reina Victoria S/N y General Baquedano
Fuente de Soda	Hot dogs de la Gonzáles Suárez	Calama E4-16 y Av. Amazonas
Fuente de Soda	Café color	Av. de los Shirys N34-412 y Portugal
Fuente de Soda	Hot dogs el portón real	Gaspar de Villarroel E5-04 e Av. Amazonas
Fuente de Soda	Somos pura vida	Rumi pamba OE2-71 Burgeois
Fuente de Soda	Déjate picar empanadas	José Tamayo N21-209 y Roca
Fuente de Soda	Hot rocks	Juan León Mera N21-71 y General Robles
Fuente de Soda	Chori gol	Juan León Mera N21-169 Roca
Fuente de Soda	Paprika rojo	Jorge Washington E4-127 y Av. Rio Amazonas
Fuente de Soda	El pernil guayaco de la Veintimilla	Gabriel Ignacio de Veintimilla E7-45 y Reina Victoria
Fuente de Soda	Froozee sana nutrición	Colon E4-186 Foch


 CONTINUA

Fuente de Soda	Battys cream	Baquedano E7-48 y Reina Victoria
Fuente de Soda	El hornito en su salsa	Rumipamba OE3-95 y Antonio Ulloa
Fuente de Soda	Picasso el arte del sabor	Juan León Mera 24-203 y Lizardo García
Fuente de Soda	Frutería Criss	Cristóbal Colon E5-60 y Juan León Mera
Restaurante	Vendeta artesanal	Juan Rodríguez 115 y Av. 6 de Diciembre
Restaurante	Go Green	Av. Amazonas S/N y 6 de Diciembre
Restaurante	Restaurant don Boris	San Javier N26-117 y Francisco de Orellana
Restaurante	Mundano	Yánez Pinzón N26-175 y La Niña
Restaurante	Chori gol	Reina Victoria N24-281 y Juan Rodríguez
Restaurante	Las alitas d'l Cadillac	Reina Victoria N24-150 Mariscal Foch
Restaurante	A tu gusto food drink	Av. 6 de Diciembre S/N y Mariscal Foch
Restaurante	Hunters	Isabel la Católica N25-03 Cristóbal Gangotena
Restaurante	Café gourmet	Noruega E9-51 y Suiza
Restaurante	El tapeo	Juan León Mera N26-48 y La Pinta
Restaurante	Cherusker	Joaquín Pinto E7-85 y Diego de Almagro
Restaurante	Adam's style rib	La Niña 412 Reina Victoria
Restaurante	La puerta de Alcalá	José Tamayo N24-195 Lizardo García
Restaurante	Chacal sport	Japón N35-119 y Amazonas
Restaurante	Coffee Garden	La Niña N26D y Reina Victoria


 CONTINUA

Restaurante	El sabor la gran manzana	Av. Rio Coca E10-208 y Av. 6 de Diciembre
Restaurante	Búfalos	Av. 6 de Diciembre S/N y Julio Moreno
Restaurante	Reina del cisne de los ríos	Luis Cordero E9-86 y Av. 6 de Diciembre
Restaurante	The boot sports bar	Joaquín Pinto E 6-19 y Reina Victoria
Restaurante	El ají amarillo	Juan León Mera 1574 y La Pinta
Restaurante	Tomato lunch	La Pinta E7-30 y Reina Victoria
Restaurante	Crepella de la Portugal	Portugal E10-222 y Av. 6 de Diciembre
Restaurante	Jocay marisquería	América N35-78 y Mañosca
Restaurante	Papa jons pizza	Juan León Mera N25-65 y Santa María
Restaurante	Limon cello de la reina victoria	Reina Victoria 1685 y La Pinta
Restaurante	El retorno de don Nico	Amazonas N21-108 y Robles
Restaurante	Real sabor quiteño de la mariscal	Jorge Washington 611 y Juan León Mera
Restaurante	Fuente tao harivet	Foch E4-181 y Av. Amazonas
Restaurante	Sabor & fusión	Joaquín Pinto E4-275 y Av. Rio Amazonas.
Restaurante	Costa sierra cocina ecuatoriana	Reina Victoria N26-166 y La Niña
Restaurante	Bon manjar	Luis Cordero E4-234 y Av. Amazonas
Restaurante	Pepe el toro carnes al carbón	Joaquín Pinto E4-169 y Luis Cordero
Restaurante	Mama Clorinda	Reina Victoria N24-150 y José Calama


 CONTINUA

Restaurante	Toronto	Av. De los Shyris 318 y Portugal
Restaurante	Manolos	Diego de Almagro 1170 y La Niña
Restaurante	Mariachi taco Factory	Mariscal Foch E4-318 y Juan León Mera
Restaurante	Fritada sarita de la marisca	Av. Ignacio de Veintimilla E4-190 y Av. Amazonas
Restaurante	Bodeguita de cuba varadero	Reina Victoria N26-105 y La Pinta
Restaurante	Verde y carbón	La Niña E7-46 y Reina Victoria
Restaurante	Cocina urbana 327	La niña E4-76 y Diego de Almagro
Restaurante	Mi viejo arrabal	Juan León Mera 678 y Mariscal Foch
Restaurante	Mi rancho colombiano	La Niña E7-49 y Av. Diego de Almagro
Restaurante	The turthle´s head	La Niña E4-451 y Juan León Mera
Restaurante	Gallito	Av. Tomas de Berlanga E10-39 Av. Paris
Restaurante	Coffee & toffee	Calama E8-28 Diego de Almagro
Restaurante	Coffee tree	Jorge Washington N20-80 Av. Rio Amazonas
Restaurante	Zócalo (Calama)	José Calama E5-10 Juan León Mera
Restaurante	Western bar no 1	Inglaterra y Av. Rio Amazonas
Restaurante	Layers	Mariscal Foch N11-37 y Reina Victoria
Restaurante	Mulligan´s	José Calama E5-44 Reina Victoria



Restaurante	Gran Shanghái	Eduardo Whymper N27-138 Av. Francisco de Orellana
Restaurante	Negro Café Caliente	Carrión E9-88 y Tamayo (Esq.)
Restaurante	Boca del lobo	José Calama E7-07 y Reina Victoria
Restaurante	Mongo's	José Calama E5-10 Juan León Mera
Restaurante	Pizza s.a. cervecería	Av. Río Amazonas N32-33 e Iñaquito
Restaurante	Casa Guang Zhou	Ignacio de Veintemilla E8- 138 Av. 6 de Diciembre
Restaurante	King's Cross	La Niña E7-46 y Reina Victoria

Fuente: (Tacuri, 2016)

b. Clientes turistas

- Ingreso de turistas

Se puede recopilar datos de los turistas que visitan la ciudad de Quito desde el año 2007 al 2013 y el mismo ha incrementado visiblemente, por lo cual Quito como uno de los destinos líderes del país capta una mayor parte de turistas la cual se detalla a continuación:

Tabla 3
Ingreso de turistas a Quito

Año	Turistas
2007	417853
2008	471499
2009	461865
2010	474221



2011	487378
2012	533458
2013	628958

Fuente:(SIIT, 2013)

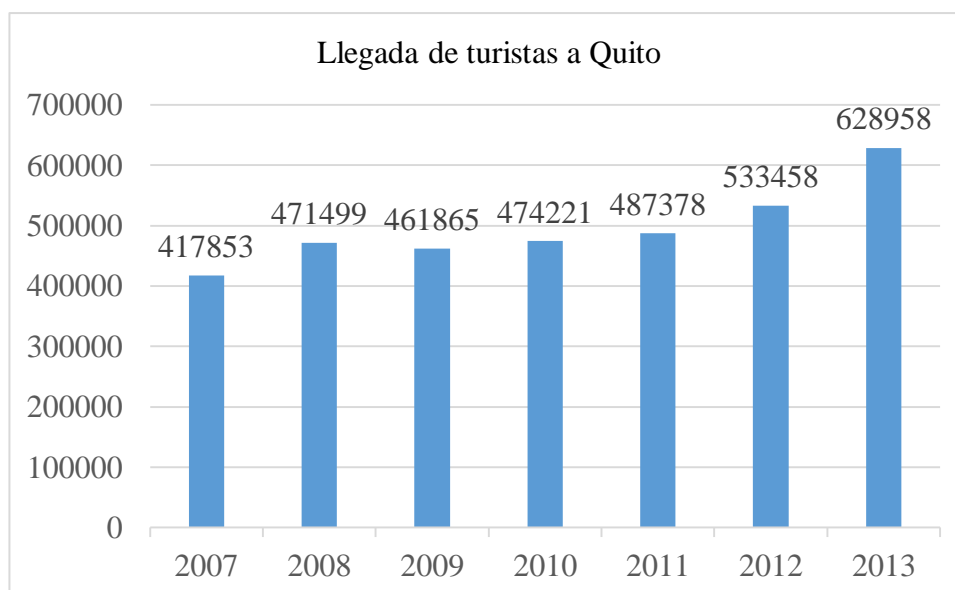


Figura 4 Llegada de turistas a Quito
Fuente: (SIIT, 2013)

c. Procedentes del turismo del Distrito Metropolitano de Quito

Los turistas que más visitan el Distrito Metropolitano de Quito a nivel mundial son los que provienen de Estados Unidos con un 28%, seguidos por los Venezolanos con el 14%, colombiano con el 12%, según los datos del Sistema Institucional de Indicadores Turísticos (SIIT, 2013), como se observa uno de los países con menos llegada de turistas a Quito es Francia seguido de México. Según Quito Turismo en los últimos 8 meses del 2015 se ha incrementado las visitas de turistas en un 6% con referencia al 2014

Tabla 4
Procedentes de turistas a Quito

Países	Cantidad
Estados Unidos	141597
Venezuela	78191
Colombia	67734
Ecuador	46938
España	37509
Otros	36492
Canadá	19156
Argentina	18678
Alemania	18174
Perú	17572
Reino Unido	15528
Cuba	12734
Francia	12649
México	12250

Fuente: (SIIT, 2013)

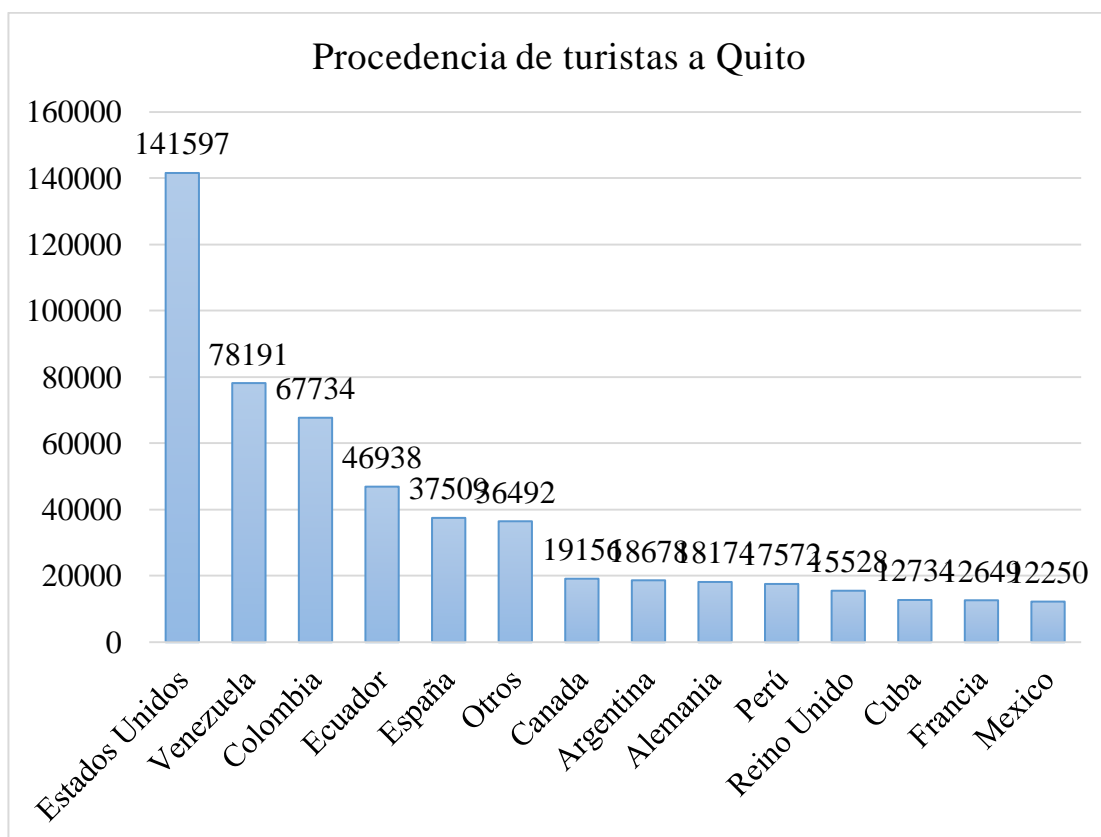


Figura 5 Procedencia de turistas a Quito
Fuente:(SIIT, 2013)

d. Sitios más visitados en el Distrito Metropolitano de Quito

Uno de los sectores más visitados del Distrito metropolitano es la Zona Especial Turística 1 centro histórico de Quito (ZET 1) seguido de la Zona Especial Turística 2 la Mariscal (ZET 2) por lo cual es objeto de estudio en el presente trabajo donde el principal atractivo es el ocio la distracción y el disfrute, el centro histórico con un porcentaje con el 61% y la Mariscal con un 22% y varios lugares otros con el 17% que resta a continuación se observara un gráfico.

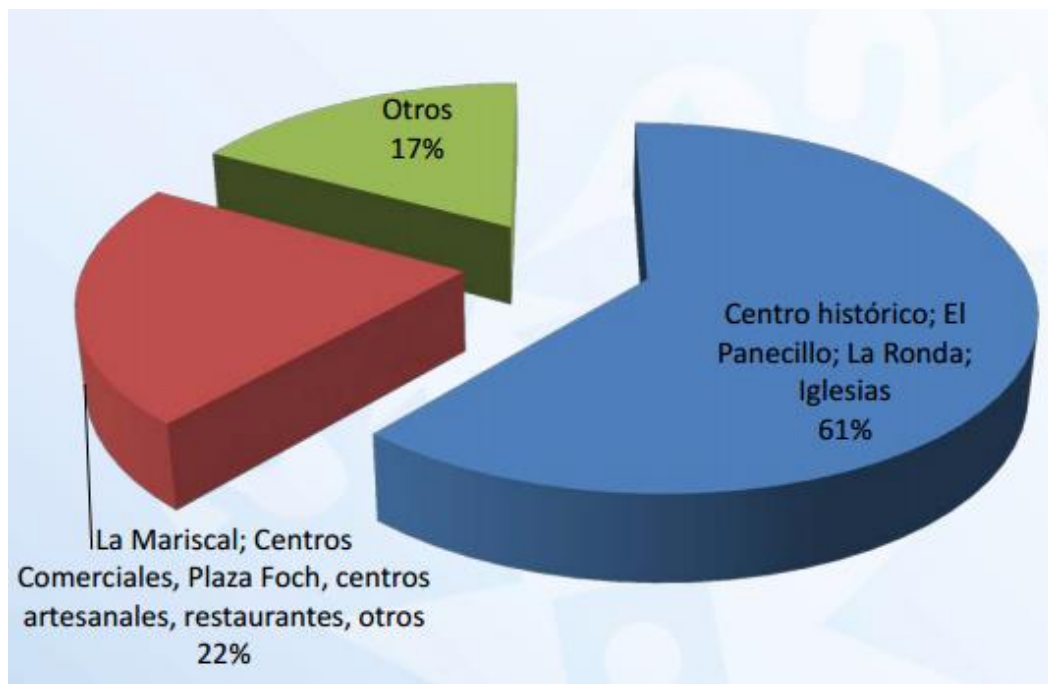


Figura 6 Sitios visitados de Quito
Fuente:(SIIT, 2013)

e. Competencia directa e indirecta

Los establecimientos de alimentos y bebidas del centro histórico son los más visitados y deseados por turistas nacionales y extranjeros ya que cuenta con el 61 % según datos que nos da el Sistema Institucional de Indicadores turísticos (SIIT) ya que cuento con atractivos como la Ronda, la virgen del panecillo en la cual en sus faldas podremos encontrar varios establecimientos los cuales cuentan con una vista exclusiva la cual se aprecia la ciudad su competencia directa son los establecimientos de la Mariscal ya que estos no son tan coloniales y son los más llamativos para distracción y disfrute.

2. ANÁLISIS INTERNO

Para poder realizar un estudio analítico de la ZET 1 y de la ZET 2, es necesario comprender la situación en la que se encuentran actualmente los establecimientos de

alimentos y bebidas y la calidad del servicio que estos otorgan a sus consumidores, de la misma manera se analizará cual es el funcionamiento de los establecimientos que poseen el Distintivo Q de Calidad cuales son los aspectos más relevantes de la aplicación del distintivo y por qué todos los establecimientos no poseen este reconocimiento dentro de las Zonas.

A. Económicos y Financieros

Los establecimientos de alimentos y bebidas tanto del Centro Histórico como de la Mariscal la cual la inversión en la mayoría de los establecimientos es particular es decir no interviene la parte pública en la economía de los establecimientos, por lo cual cada uno de ellos tiene que cumplir con normas y reglas de regulación como podría ser pagar los impuestos como es el SRI, obtener un permiso de bomberos entre otros los cuales son necesarios para el buen funcionamiento del mismo ya que la rentabilidad es para los mismos inversionistas.

B. Físicos

Cada uno de los establecimientos tiene que cumplir con varias reglas es decir el espacio físico requerido de acuerdo al tipo de empresa de alimentos y bebidas que posee, así como también los requerimientos que tiene Quito Turismo como parte de sus requisitos es decir el número de mesas que esté acorde con el espacio físico las sillas que no excedan la capacidad máxima del local, la cocina que cumpla con las normas de higiene necesaria para que el establecimiento pueda obtener el Distintivo Q de calidad.

C. Tecnológicos

Los establecimientos de alimentos y bebidas día a día se van modernizando conjuntamente con las nuevas tecnologías que salen al mercado como por ejemplo muchos de los establecimientos cuentan con facturación electrónica esto consiste en que se realiza una factura en el ordenador en vez de ser impresa y entregada en ese instante es emitida directamente al correo electrónico del cliente, esta es una manera

eficaz de servicio, otro de los aspectos es el WIFI que cada uno de los establecimientos poseen este tiene que tener la capacidad para llegar a todo el área del restaurante, y las redes sociales que manejan muchos de los establecimientos los podemos encontrar en páginas de internet esto ayuda para darse a conocer suelen tener la parte de comentarios y sugerencias e incluso los clientes pueden dar su clasificación del ocal y así estos se van haciendo más conocidos.

3. ANALISIS FODA

A. Fortalezas.

- Mejora la imagen y la Calidad de los establecimientos de alimentos y bebidas del Distrito Metropolitano de Quito y exige un servicio de excelencia el cual sea brindado a turistas nacionales y extranjeros
- Los establecimientos que cumplen con la normativa que ofrece el Distintivo Q de Calidad obtendrán recursos económicos favorables para los establecimientos de alimentos y bebidas, beneficiando a los empresarios turísticos como al desarrollo nacional.
- El reconocimiento a la calidad turística hotelera promueve la oferta diferenciada a través de varios medios e iniciativas las cuales son impulsadas por Quito Turismo.

B. Oportunidades.

- El Distintivo Q de calidad busca motivar a los colaboradores de los establecimientos de alimentos y bebidas con capacitaciones e incentivos los cuales buscan mejorar el servicio y calidad que se oferte.
- Los establecimientos que cuenten con el distintivo Q de calidad pueden acceder a convenios y aspectos favorables mejorando el producto o el servicio que se ofrece y brinda a los turistas nacionales como extranjeros.
- El reconocimiento Q de Calidad busca acoger a la mayor parte de los establecimientos del Distrito mejorando así el turismo interno nacional.

C. Debilidades.

- La falta de organización por parte de los directivos de los establecimientos de alimentos y bebidas
- La mala organización interna de los establecimientos de alimentos y bebidas del Distrito Metropolitano de Quito.
- Existen establecimientos de alimentos y bebidas los cuales inciden en el incumplimiento de los estándares que exige el Reconocimiento Q de Calidad.
- El Control de calidad interno que tienen que tener los establecimientos de alimentos y bebidas tiene que ser paulatinamente y mejorada a medida que se incrementa sus objetivos.

D. Amenazas.

- La falta de recursos económicos por parte del Municipio de Quito al momento de realizar las actividades para otorgar el Distintivo Q de Calidad puede interferir en la asignación del mismo.
- La inestabilidad económica por la cual pasa el País puede afectar a los establecimientos de alimentos y bebidas
- El desinterés por parte de los establecimientos de alimentos y bebidas al no poner en práctica los parámetros que exige el Distintivo Q de Calidad.

Matriz FODA

MATRIZ FODA	FORTALEZAS	DEEBILIDADES
OPORTUNIDADES	<p>Estrategias FO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la organización de los establecimientos de alimentos y bebidas. • Brindar un servicio de excelencia y calidad. • Obtener recursos económicos favorables para los establecimientos de alimentos y bebidas, beneficiando a los empresarios turísticos como al desarrollo nacional. • Reconocimiento a la calidad turística hotelera promoviendo la oferta diferenciada a través de diferentes medios. 	<p>Estrategias DO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reorganización por parte de los directivos con capacitaciones e incentivos los cuales buscan mejorar el servicio y calidad que se oferte. • Cumplimiento de los estándares que exige el Reconocimiento Q de Calidad para acceder a convenios y aspectos favorables mejorando el producto o el servicio. • Mediante el control de calidad acoger a la mayor parte de los establecimientos de alimentos y bebidas al reconocimiento Q de Calidad.
AMENAZAS	<p>Estrategias FA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Colaboración por parte del Municipio de Quito para mejorar las estrategias económicas de los establecimientos. • Crear alianzas con los empresarios turísticos y Quito Turismo para mejorar el desarrollo nacional. • Fortalecer la calidad que se brinde a los consumidores mediante el interés por parte de los establecimientos de alimentos y bebidas. 	<p>Estrategias DA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejor organización de los directivos de los establecimientos mejorando los recursos económicos. • Estabilidad laboral para los colaboradores de los establecimientos de alimentos y bebidas. • Capacitaciones al personal para fortalecer el interés de aplicar correctamente los estándares de calidad que exige el Distintivo Q.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

1. Estudio de la Oferta

El presente trabajo analizará la oferta y demanda que tienen cada uno de los establecimientos de alimentos y bebidas que se encuentran ubicados en la Zona Especial Turística Centro denominada (ZET 1) al igual que la Zona Especial Turística Mariscal denominada (ZET 2) las cuales pertenecen al Distrito Metropolitano de Quito, ya que es indispensable conocer el desarrollo que ha tenido al igual que el impacto que los mismos tienen, así mismo saber el tipo de servicio que poseen el cual brindan a los consumidores, para lo cual consideramos analizar aspectos como la misión o el propósito que tiene cada establecimiento.

A. Descripción del producto y/o servicio

Los establecimientos de alimentos y bebidas cuentan con varias clasificaciones una de ellas es por su categoría, como son de: lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categoría cada una de esta cuenta con sus propios aliñamientos los cuales serán cumplidos a medida que el establecimiento empiece su funcionamiento. La jerarquización determina el nivel de calidad que los establecimientos manejen y al tipo de mercado que está enfocado tomando en cuenta los factores del sistema turístico que son: la oferta, demanda y la competencia a la que se enfrentan para lo cual tenemos que analizar la capacidad que tiene el establecimiento el consumo que se da en el mismo la producción que están manejando las condiciones sociales a que nicho de mercado está enfocado directamente.

B. Determinación del Universo o población de estudio de la oferta

Para determinar la población de estudio se ha tomado en cuenta varios aspectos como es el lugar de funcionamiento en este caso será la Zona Especial Turística Centro (ZET 1) al igual que la Zona Especial Turística Mariscal (ZET 2) otro de los aspectos es la categoría que tienen las empresas de alimentos y bebidas será con el de segunda categoría y serán las compañías que cuenten o no con el Distintivo Q de Calidad para poder realizar un análisis diferenciador entre los que ya poseen este Distintivo y los que aún no por lo cual contamos con la siguiente información:

Tabla 5
Establecimientos de alimentos y bebidas de la ZET 1 y de la ZET 2

ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE LA ZET1 Y ZET 2

CATASTRO	Quito	Centro	%	Mariscal	%	Otros	%
A & B	595	247	42%	218	37%	130	22%
BAR	169	0	0%	119	70%	50	30%
PRIMERA	22	0	0%	16	73%	6	27%
SEGUNDA	44	0	0%	29	66%	155	34%
TERCERA	103	0	0%	74	72%	29	28%
CAFETERÍA	193	51	26%	44	23%	98	51%
PRIMERA	45	2	4%	2	4%	41	91%
SEGUNDA	42	2	5%	16	38%	24	57%
TERCERA	75	31	41%	21	28%	23	31%
CUARTA	31	16	52%	5	16%	20	32%
FUENTE DE SODA	398	31	8%	82	21%	285	72%
PRIMERA	65	1	2%	5	8%	59	91%
SEGUNDA	125	5	4%	22	18%	98	78%
TERCERA	208	25	12%	55	26%	128	62%
RESTAURANTE	1658	166	10%	0	0%	1492	90%
LUJO	9	0	0%	3	33%	6	67%
PRIMERA	281	6	2%	22	8%	253	90%

CONTINUA

SEGUNDA	340	23	7%	74	22%	243	71%
TERCERA	579	67	12%	125	22%	387	67%
CUARTA	447	70	16%	114	26%	263	59%

Fuente: (Turismo, Sistema institucional de indicadores turísticos, 2013)

Se observa según el cuadro que en el Distrito Metropolitano de Quito existen 595 establecimientos de alimentos y bebidas, 247 pertenecen al Centro Histórico y 218 de La Mariscal estos se encuentran divididos en bar , cafetería, fuente de soda y restaurante a su vez los mismos se clasifican por categoría como son: lujo, primera, segunda, tercera, y cuarta.

C. Instrumento de recolección de información

El instrumento que se utilizará para la recolección de datos son las entrevistas a los establecimientos de alimentos y bebidas de segunda categoría de las Zonas Especiales Turísticas 1 y 2 que comprende el Centro Histórico y La Mariscal cuentan o no con el Distintivo Q de Calidad. Las entrevistas que se van a realizar son las obtenidas de Quito Turismo, cabe recalcar que para la información que se desea recopilar se analizara las preguntas dependiendo de los ámbitos y la clasificación que este tenga.

Estas preguntas son aplicadas a los establecimientos de A & B como de Alojamiento para poder obtener el Distintivo Q de Calidad la cual está comprendida por varios ámbitos los cuales serán representados en la siguiente tabla la cual será necesaria para la aplicación de la entrevista a los establecimientos ofertantes del Distrito Metropolitano de Quito que pertenece a la Zona Especial Turística 1 como a La Mariscal la cual pertenece a la Zona Especial Turística 2 estas a su vez pertenecen al Distrito Metropolitano de Quito por lo cual se tiene que realizar el trámite pertinente para la elaboración y aplicación de la entrevista.

Tabla 6
Clasificación de las preguntas de Quito turismo para obtener el Distintivo Q de Calidad

ÁMBITO A	ÁMBITO B	ÁMBITO C	ÁMBITO D
GESTIÓN ADMINISTRATIVA	Responsabilidad Social Empresarial	Infraestructura y Equipamiento	Calidad de Servicio y Atención al Cliente
ADMINISTRATIVO	Social	Infraestructura general	Accesos
PERSONAL	Biodiversidad	Infraestructura área de cocina	Personal
CAPACITACIÓN	Protección y conservación ambiental	Infraestructura para la seguridad	Satisfacción al cliente
		Infraestructura para servicios higiénicos	Servicios
		Señalización	Material promocional
		Equipamiento general	Cocina
		Equipamiento para servicios higiénicos	Seguridad
		Equipamiento área de comedor	Mantenimiento
		Equipamiento área de cocina	
		Equipamiento área del personal	

Fuente (Tacuri, 2016)

E. Situación de la oferta actual

La oferta turística del Distrito Metropolitano de Quito en la actualidad se ha incrementado de manera significativa, más aun con los planes de desarrollo turístico implementados por Quito Turismo, por los reconocimientos a nivel internacional que

tiene la capital y sus alrededores, de los cuales destaca el Centro histórico y La Mariscal ya que son los pioneros en receptor turistas tanto nacionales como extranjeros. La oferta económica que se manejó en el 2014 y 2015 es la explicada a continuación:

Tabla 7
Asistencia de turistas a los establecimientos de A&B en los años 2013 y 2014 en el Distrito Metropolitano de Quito.

ACTIVIDAD **ALIMENTOS** **Y**
ECONÓMICA **BEBIDAS**

ESTABLECIMIENTOS	AÑO 2014	AÑO 2015
BAR	279	293
CAFETERÍAS	320	356
FUENTES DE SODA	568	578
RESTAURANTE	2149	2263
TOTAL GENERAL	3316	3490

Fuente: (SIIT, 2013)

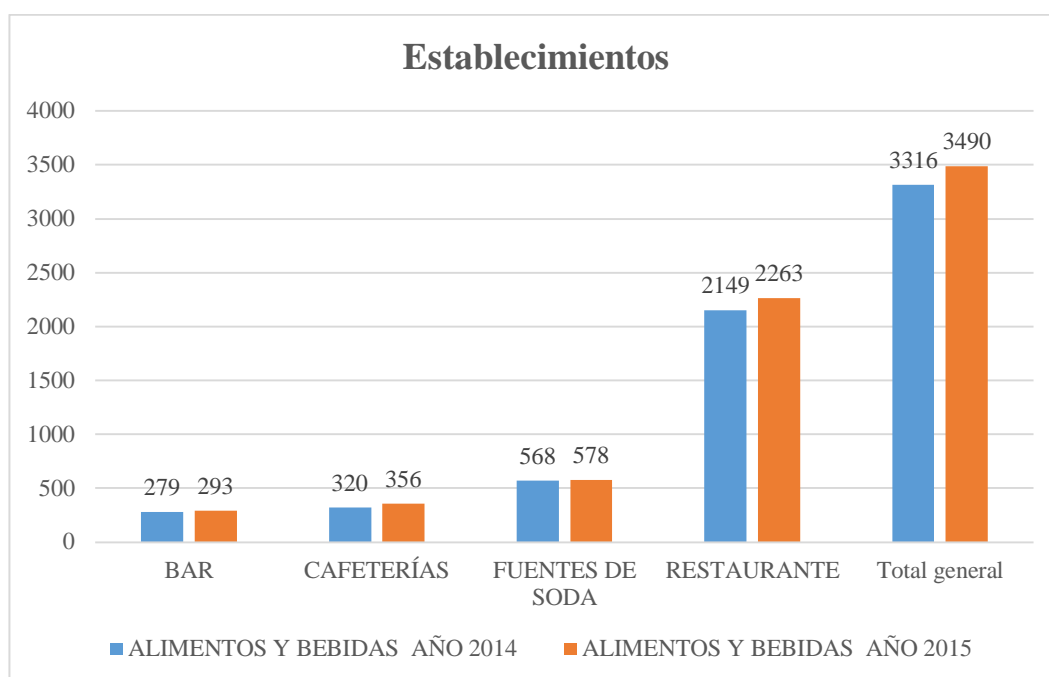


Figura 7 Establecimientos de Alimentos y Bebidas
Fuente (SIIT, 2013)

Tomando en cuenta las cifras se puede observar que el turismo de alimentos y bebidas en el Distrito Metropolitano de Quito se ha incrementado ya que en el año 2014 se tiene un total de 3316 de afluencia a los establecimientos en cambio en el 2015 se tiene un total de 3490 de afluencia de turistas teniendo una diferencia de año del 174% de diferencia por lo cual es evidente que la oferta de los establecimientos está aumentando significativamente.

F. Proyección de la oferta

La proyección de la oferta que se presentará a continuación es la tomada en cuenta por la Empresa Pública Metropolitana de Destino Turístico en la cual se encuentran varias opciones para saber el estado actual y futuro del Distrito Metropolitano de Quito, las cifras obtenidas de Quito Turismo (Quito en cifras) la cual tiene una proyección basándose en los indicadores de años anteriores la cual se observa que la proyección al 2018 es de un millón aproximadamente de visitas al DMQ, se indicará en el siguiente cuadro:



Figura 8 tasa de crecimiento de turistas al 2018

Fuente: (SIIT, 2013)

2. Estudio de la Demanda

La razón de ser de los establecimientos de alimentos y bebidas consiste en satisfacer la demanda es el deseo de las empresas de cubrir las necesidades y requerimientos que tienen su demanda y así se convierte en una demanda efectiva, el estudio de la misma es un análisis que se lo realiza a los compradores, los cuales tienen un patrón de gastos de acuerdo a sus ingresos y preferencias, el estudio de la demanda consiste en determinar las causas que precisan el patrón de consumo, se producen variaciones en la demanda cuando los precios unitarios varían o puede variar el ingreso de los consumidores se puede señalar que el factor de la demanda es el precio del producto o servicio del establecimiento. (Andrade, 2012, pág. 121)

A. Determinación del Universo o población de estudio de la demanda

La determinación de la población tendrá como objeto tomar decisiones dependiendo de los resultados que se obtendrán, para determinar el estudio de la población se tomará en cuenta los turistas que han ingresado al Distrito Metropolitano de Quito en el año 2015 datos que se obtendrán de Quito Turismo datos estadísticos (Quito en cifras) a continuación estará una representación gráfica la cual indica que el DMQ en el año 2015 tuvo un ingreso de 706848 turistas tomando en cuenta que los meses con más afluencia de turistas fue en julio con 73006 y diciembre con 68875 llegadas de turistas.

Tabla 8
Periodo de ingreso de turistas en el año 2015 por mes
PERÍODO 2015

ENE	58.224
FEB	53.321
MAR	59.393
ABR	53.854
MAY	56.638
JUN	67.138
JUL	73.006
AGO	52.994
SEP	51.643
OCT	56.449
NOV	55.313
DIC	68.875
ENE-DIC	706.848

Fuente: (Turismo, Reglas técnicas de la ZET, 2015)

B. Determinación de la muestra

Para determinar la muestra que nos permitirá realizar nuestra recopilación de información ocuparemos el tipo de muestreo aleatorio simple finito ya que se conoce la población, los datos que tomaremos en cuenta para aplicar la muestra son los obtenidos por Quito Turismo Datos Estadísticos. La fórmula que se aplicara es la siguiente:

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

Donde

N = Tamaño de la población

n= el tamaño de la muestra que se desea calcular

σ = Es la varianza (0.5) que esperamos encontrar en la población

Z = nivel de confianza deseado puede ser de (1.95)

e = Limite aceptable de error muestral (0.08)

A continuación se aplicará la fórmula

$$n = \frac{3490 * 0.5^2 * 1.96^2}{(3490 - 1)0.08^2 + 0.05^2 1.96^2}$$

$$n = 150$$

C. Instrumento de recolección de información

El método de recolección de datos será la encuesta la cual será realizada a los visitantes del Distrito Metropolitano de Quito en las Zonas donde se realiza el estudio las cuales son la Zona Especial Turística Centro (ZET 1) y la Zona Especial Turística La Mariscal (ZET 2), la cual será tabulada en Excel y será adjunta al presente proyecto. Las encuestas están adjuntadas como anexos.

D. Situación de la Demanda actual

Para registrar la demanda actual que existe en el Distrito Metropolitano de Quito se analizará el año 2014 con el 2015 obteniendo los datos de Quito Turismo (Quito en Cifras) a continuación un gráfico para realizar un análisis.

Tabla 9
Visitantes al Distrito Metropolitana de Quito en el periodo 2014 y 2015

PAÍS	DE	2014	2015	VARIACIÓN
PROCEDENCIA		ene-dic	ene-dic	2014-2015
ESTADOS UNIDOS		147.130	161.856	10%



COLOMBIA	71.422	57.329	-20%
ECUADOR	53.856	65.131	21%
ESPAÑA	42.131	43.296	3%
CANADÁ	20.848	21.394	3%
ALEMANIA	19.222	18.577	-3%
ARGENTINA	20.706	23.692	14%
REINO UNIDO	17.323	17.409	0%
FRANCIA	13.683	13.628	0%
CHILE	12.888	10.986	-15%
MÉXICO	18.132	16.803	-7%
BRASIL	13.708	12.893	-6%
TOTAL	451.049	462.993	

Fuente: (Turismo, Reglas técnicas de la ZET, 2015)

Se puede observar la variabilidad que existe con respecto a los dos años, ya que algunos de los países se encuentran más ingreso de turista que el año anterior el país con más turistas que se registra es Estados Unidos con una variación del 10% al año y el país con más ingreso de turistas fue Francia con una diferencia de apenas 55 turistas al año, se puede observar el turismo interno con una variación de 21% anual, esto indica que el turismo nacional se hace presente con un gran número de turistas.

E. Definición del perfil del cliente

El cliente al cual el proyecto está enfocado es al turista que visita la Zona Especial Turística Quito Y la Zona Especial Turística Mariscal, en el cual se observara cuáles son las necesidades y requerimientos de los clientes al momento de consumir u obtener un servicio o producto de un establecimiento de segunda categoría de las zonas especificadas, existen diferentes tipos de clientes de diferentes edades sexo e inclinación al momento de elegir su lugar de esparcimiento, como la manera de observar las cosas de cada uno de ellos.

3. Análisis de precios

Los precios se definen dependiendo del sector en donde los establecimientos de alimentos y bebidas están establecidos, se observa el sector de La Mariscal y el Centro Histórico de Quito en donde se encuentra una diferencia de precios visible ya que el sector de La Mariscal esta direccionado a un tipo de clientela diferente a la del Centro Histórico de Quito.

En las encuestas aplicadas observamos que las personas están de acuerdo con el precio que hagan aunque no todos están de acuerdo con el tipo de servicio que reciben ya que muchos de los establecimientos no cumplen los estándares de calidad que estarían acorde con lo que reciben.

CAPITULO IV

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DEMANDA

Los resultados que se obtuvieron de las encuestas realizadas de la demanda de los establecimientos de alimentos y bebidas de los sectores de La Mariscal y del Centro Histórico de Quito son los siguientes:

Datos informativos:

Pregunta 1 Edad y Género de los encuestados

Tabla 10
Género de los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculin	74	49,0	49,3	49,3
	o				
	Femenino	76	50,3	50,7	100,0
	Total	150	99,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,7		
Total		151	100,0		

Genero de los encuestados

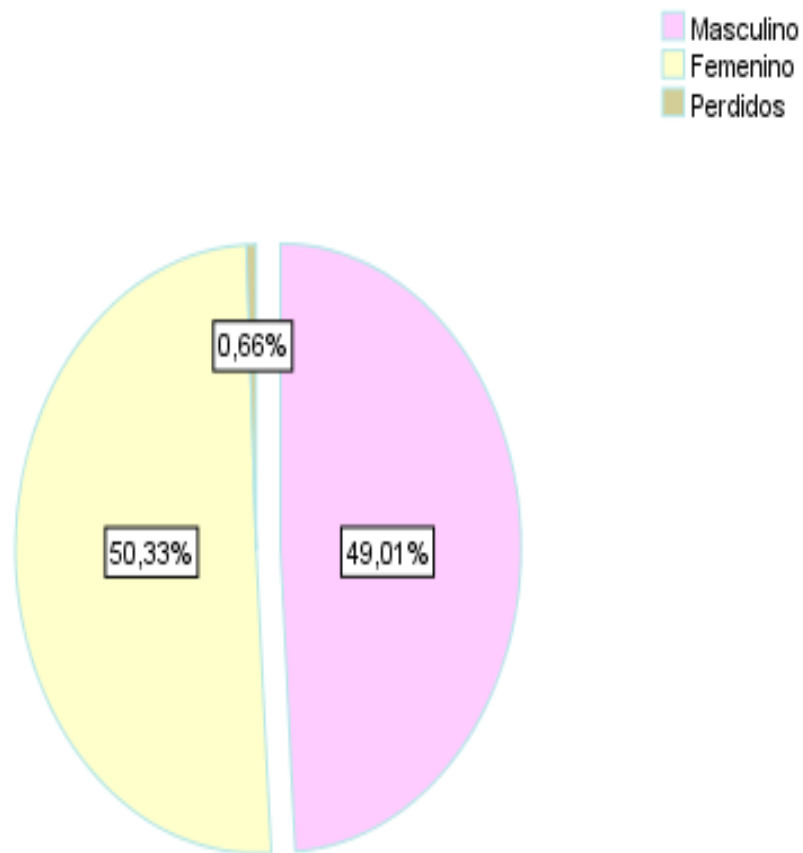


Figura 9 Género de los encuestados

Análisis

De acuerdo los datos obtenidos en las encuestas realizadas a los consumidores de establecimientos de alimentos y bebidas encontramos un 50% de género masculino como de género femenino.

Pregunta 3 Nacionalidad

Tabla 11
Nacionalidad

Nacionalidad de los encuestados		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ecuatoriano	129	85,4	86,0	86,0
	Colombiano	6	4,0	4,0	90,0
	Mexicano	2	1,3	1,3	91,3
	Chileno	2	1,3	1,3	92,7
	Argentino	3	2,0	2,0	94,7
	Venezolano	4	2,6	2,7	97,3
	Estado Anídense	1	,7	,7	98,0
	Alemán	1	,7	,7	98,7
	Peruano	2	1,3	1,3	100,0
	Total	150	99,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,7		
Total		151	100,0		

Análisis

Se observa que en su mayoría los encuestados que frecuentan la zona de la Mariscal y del Centro Histórico de Quito son ecuatorianos con un total de 129 personas de un total de 150 encuestados seguidos por 6 encuestados colombianos.

Pregunta 4 ¿Con qué frecuencia visita la Zona especifique?

Tabla 12
Frecuencia de visita ZET 1

		¿Con qué frecuencia visita la zona ZET 1?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Diario	20	13,2	13,7	13,7
	Semanal	30	19,9	20,5	34,2
	Cada 15 días	32	21,2	21,9	56,2
	Mensual	64	42,4	43,8	100,0
	Total	146	96,7	100,0	
Perdidos	Sistema	5	3,3		
Total		151	100,0		

Tabla 13
Frecuencia de visita ZET 2

		¿Con qué frecuencia visita la zona ZET 2?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Diario	8	5,3	6,2	6,2
	Semanal	20	13,2	15,5	21,7
	Cada 15 días	24	15,9	18,6	40,3
	Mensual	77	51,0	59,7	100,0
	Total	129	85,4	100,0	
Perdidos	Sistema	22	14,6		
Total		151	100,0		

Análisis

Se observa la diferencia que se da entre las visitas frecuentadas de la Zonas como por ejemplo mensualmente la ZET 1 acuden aproximadamente un 43.8% en cambio en la ZET 2 se observa que un 59.7% acude mensualmente a la zona en cambio diariamente en la ZET 1 acuden un 13.7% y en la ZET 2 acuden un 6.2%.

Pregunta 5 ¿Con quién frecuenta la Zona?

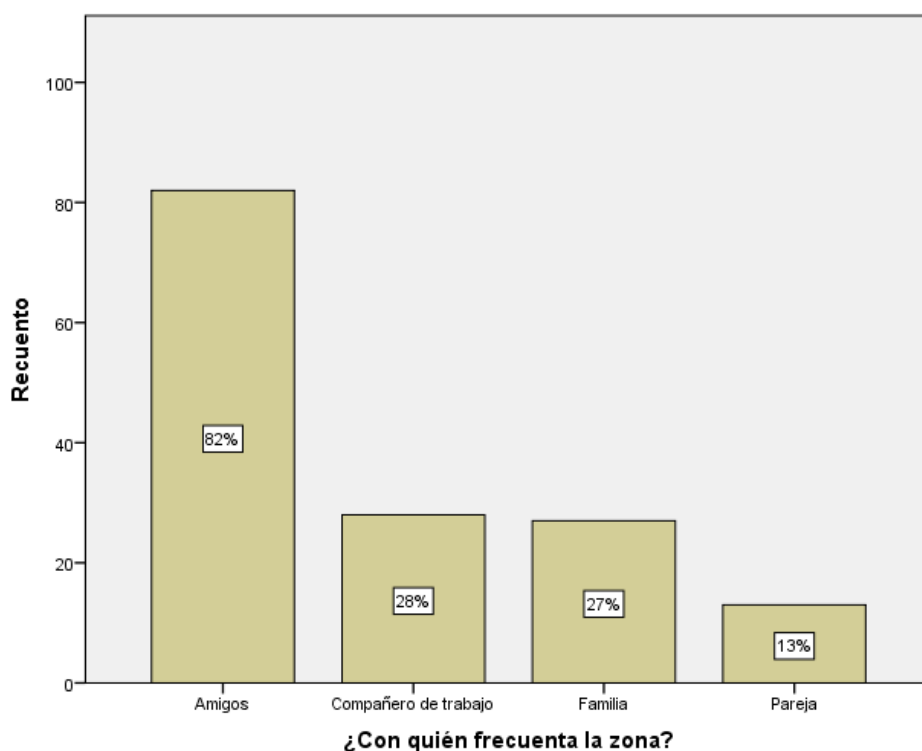
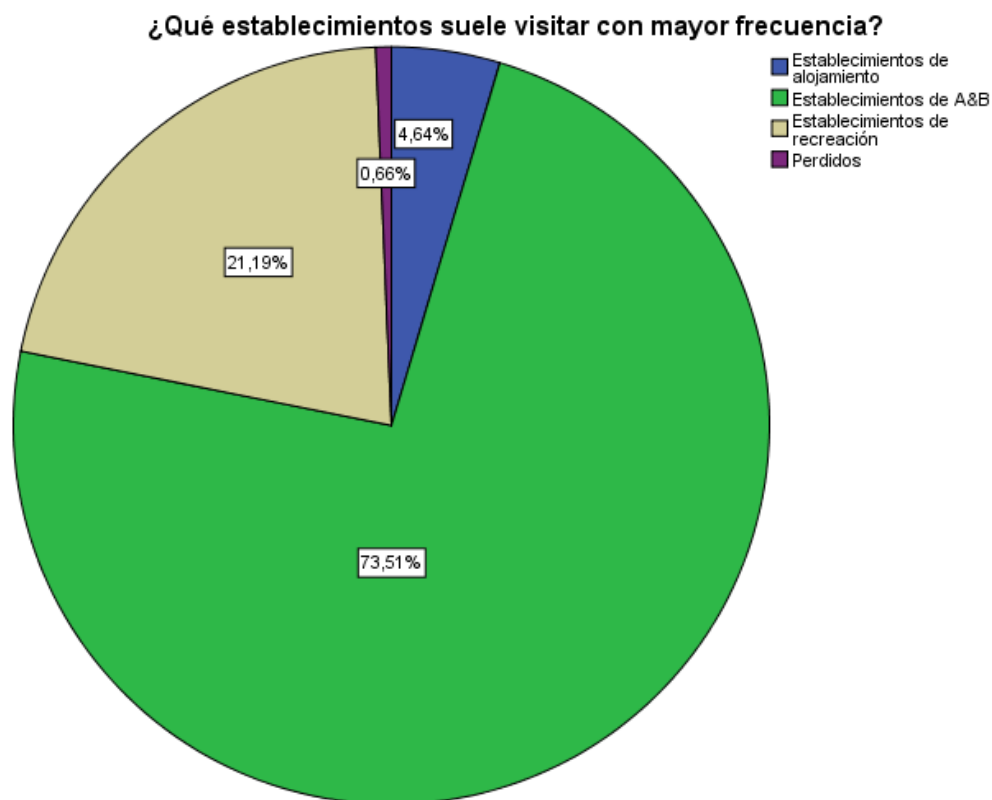


Figura 10 Con quien frecuenta la zona.

Análisis

Mediante la investigación de campo se obtiene como resultado que el 82% de los encuestados visitan la zona con amigos y el 13% lo hacen acompañados de su pareja por lo que concluimos que son lugares de diversión y disfrute.

Pregunta 6 ¿Qué establecimientos suele visitar con mayor frecuencia?**Figura 11 Establecimientos con mayor frecuencia****Análisis**

Según los datos obtenidos en la investigación se denota que el 73.5% de los encuestados suelen acudir a establecimientos de alimentos y bebidas seguidos por el 21.1 % que suelen acudir a establecimientos de recreación los cuales incluyen bebidas dentro de sus establecimientos.

Pregunta 7 ¿Cuándo asiste a establecimientos de alimentos y bebidas suele ser a?

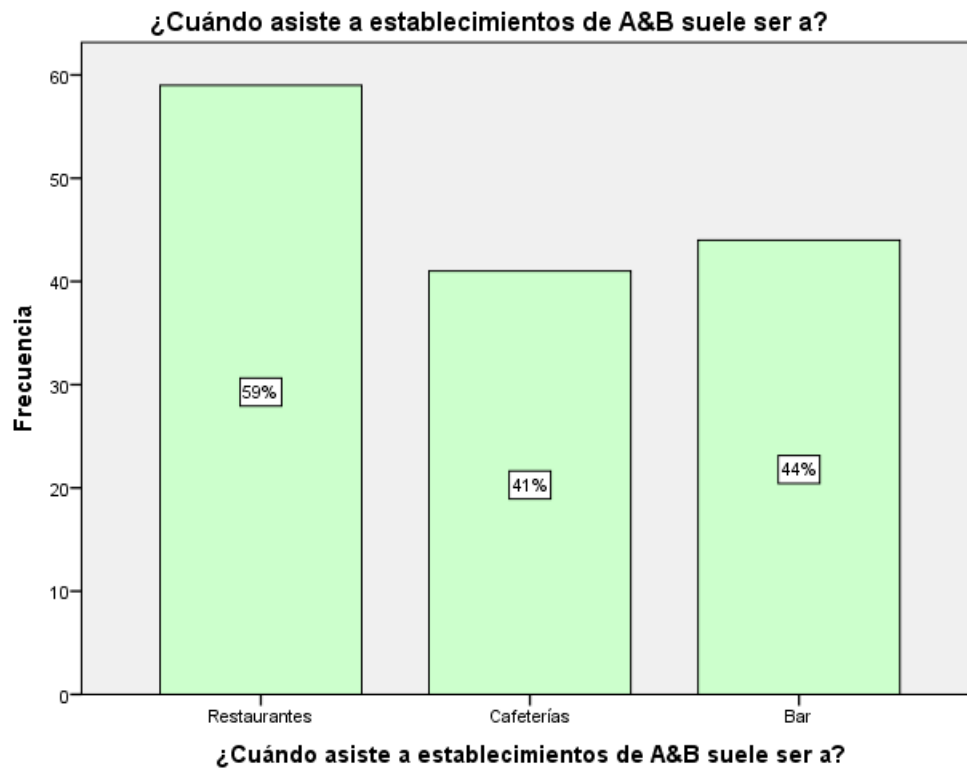
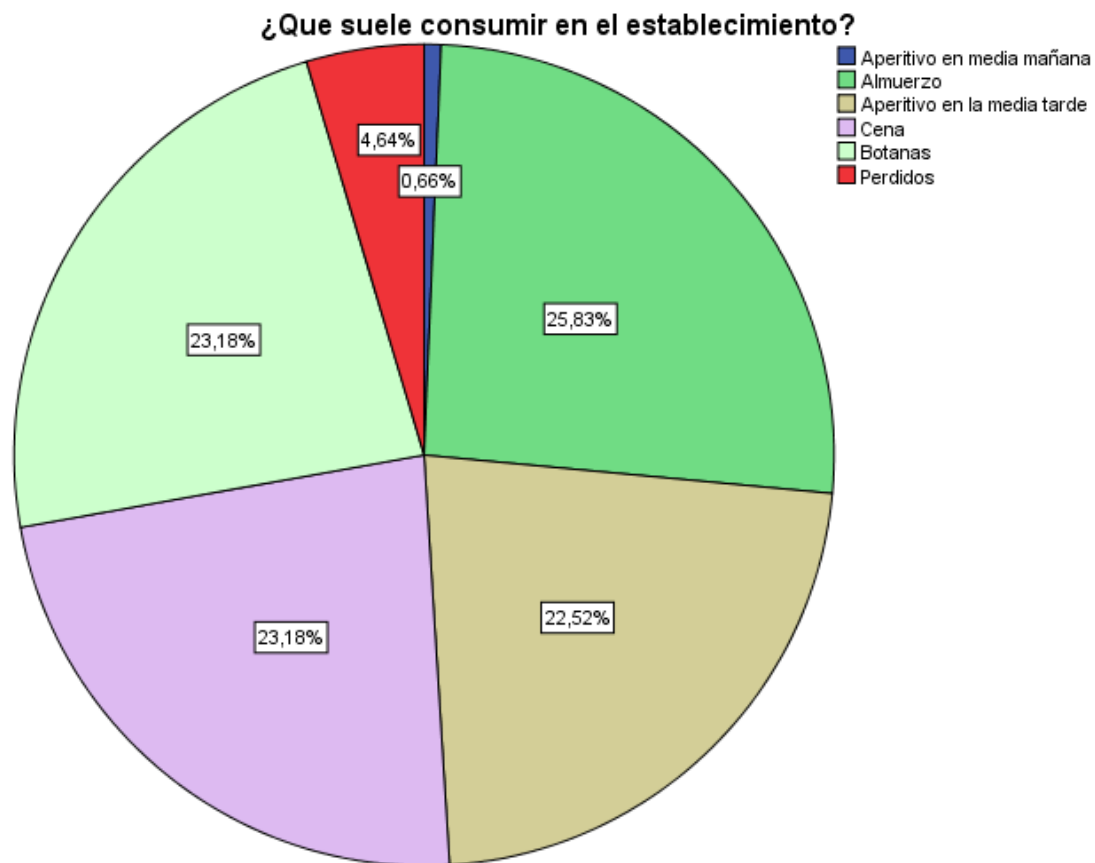


Figura 12 Preferencia de establecimiento

Análisis

Según los datos obtenidos en la recopilación de información que se realizó a los consumidores de establecimientos de alimentos y bebidas se observa un 59% de personas que acuden a los restaurantes seguido del 41% de visitantes que suelen asistir a las cafeterías y por último el 44% de los encuestados los cuales acuden a bares.

Pregunta 8 ¿Qué suele consumir en el establecimiento?**Figura 13 Preferencia de consumo****Análisis**

Según los datos obtenidos mediante la aplicación la mayoría de las personas consumen el almuerzo con un 25.8% del total de los encuestados seguido por un 23.1 compartido con las botanas y las cenas dentro de nuestro análisis.

Pregunta 9 ¿Sabía que existen diferentes categorías de establecimientos de alimentos y bebidas?

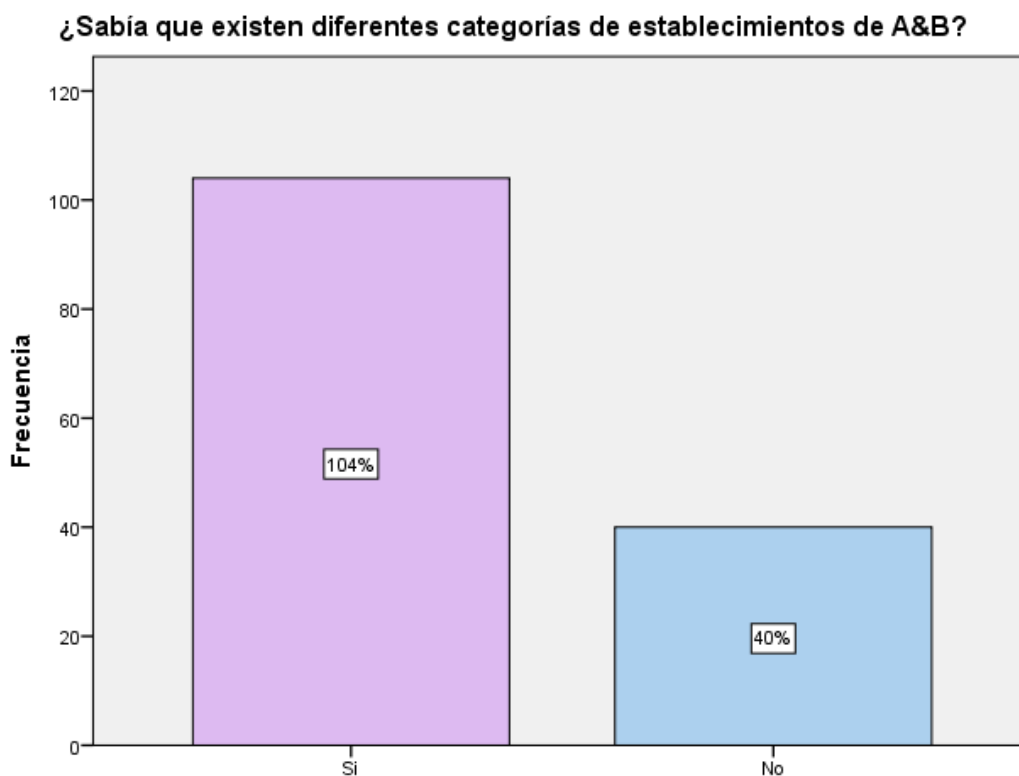
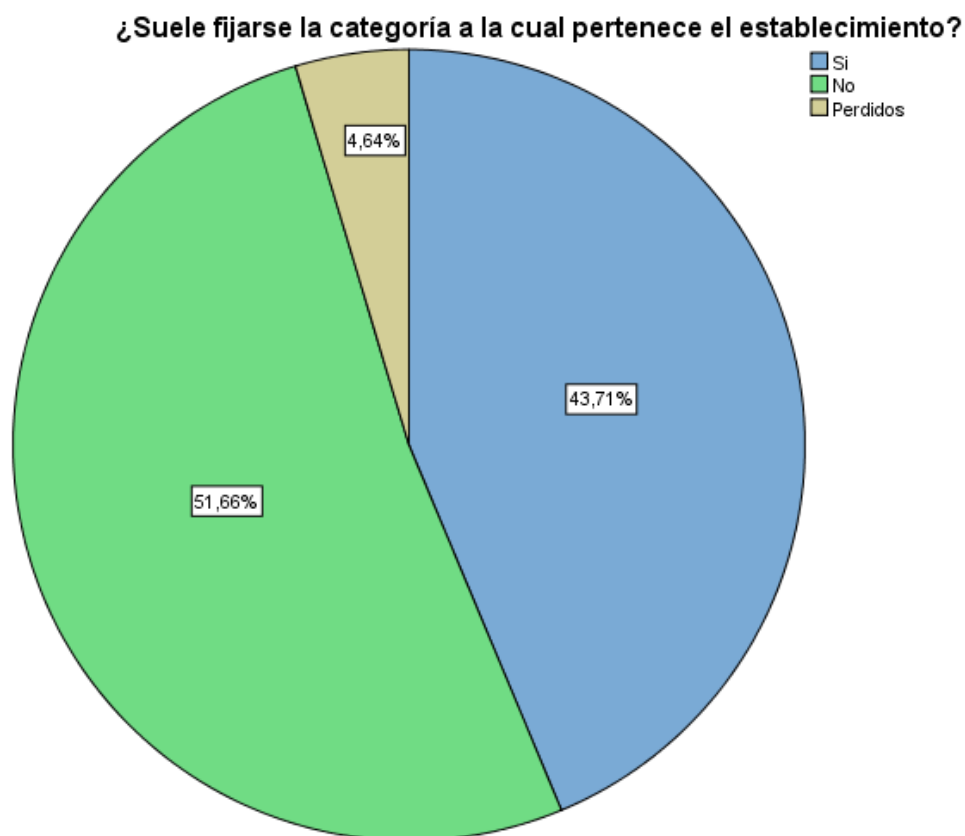


Figura 14 Diferencia de categorías.

Análisis

Según las encuestas que se aplicaron el 104% de los encuestados nos dicen que si saben diferenciar la categoría que existe de los establecimientos de alimentos y bebidas del Distrito Metropolitano de Quito.

Pregunta 10 ¿Suele fijarse la categoría a la cual pertenece el establecimiento?**Figura 15 Categoría****Análisis**

Según los datos obtenidos mediante la investigación se puede observar que el 51.6% si observa la categoría a la cual asiste cuando entra a su establecimiento de alimentos y bebidas y el 43.7% no se fija la categoría de los establecimientos a la cual asiste.

Pregunta 11 ¿Ha visitado establecimientos de segunda categoría del Centro Histórico o de la Mariscal?

¿Ha visitado establecimientos de segunda categoría del Centro Histórico o de la Mariscal?

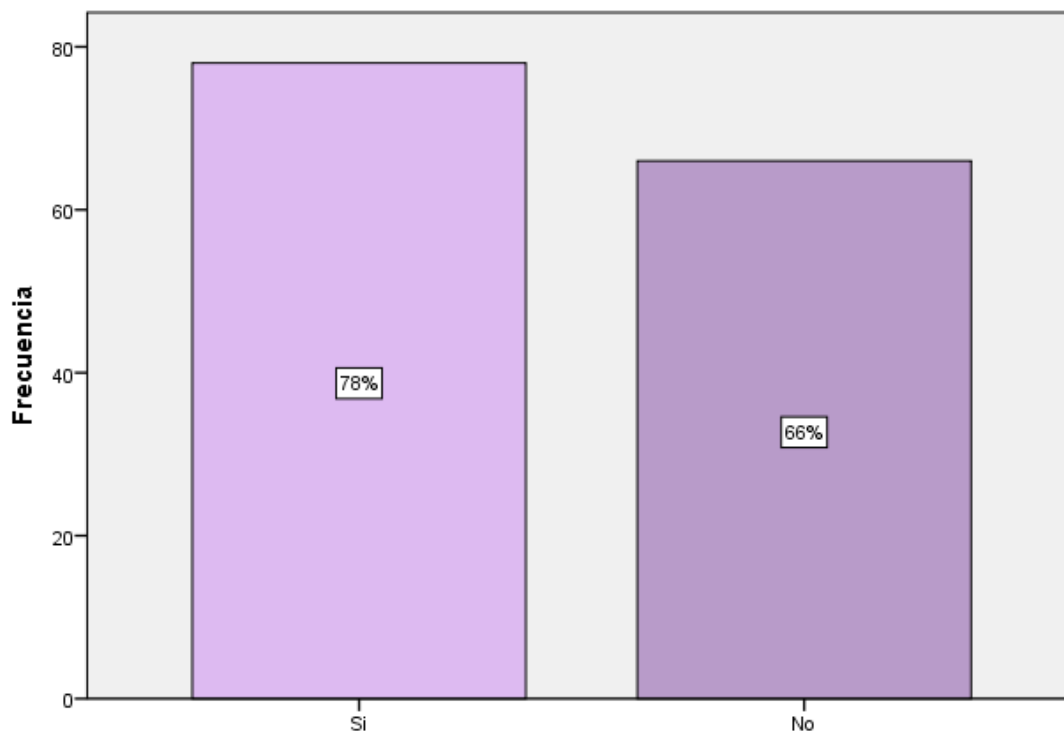


Figura 16 Visitas a establecimientos de segunda categoría

Análisis

Las encuestas que se aplicaron nos demuestran que el 78% si ha visitado o si se ha fijado al tipo de categoría que acude dentro de los establecimientos de alimentos y bebidas y el 66% de los encuestados no se fijan la categoría a la cual asisten; por lo cual esta pregunta nos sirve para sesgar información y para saber con cuantos encuestados se puede continuar con la aplicación de la encuesta.

Pregunta 12 ¿La calidad de servicio que usted recibe en el establecimiento de alimentos y bebidas está acorde con la cantidad que usted paga?

¿La calidad de servicio que usted recibe en el establecimiento de A&B esta acorde con la comida que usted paga?

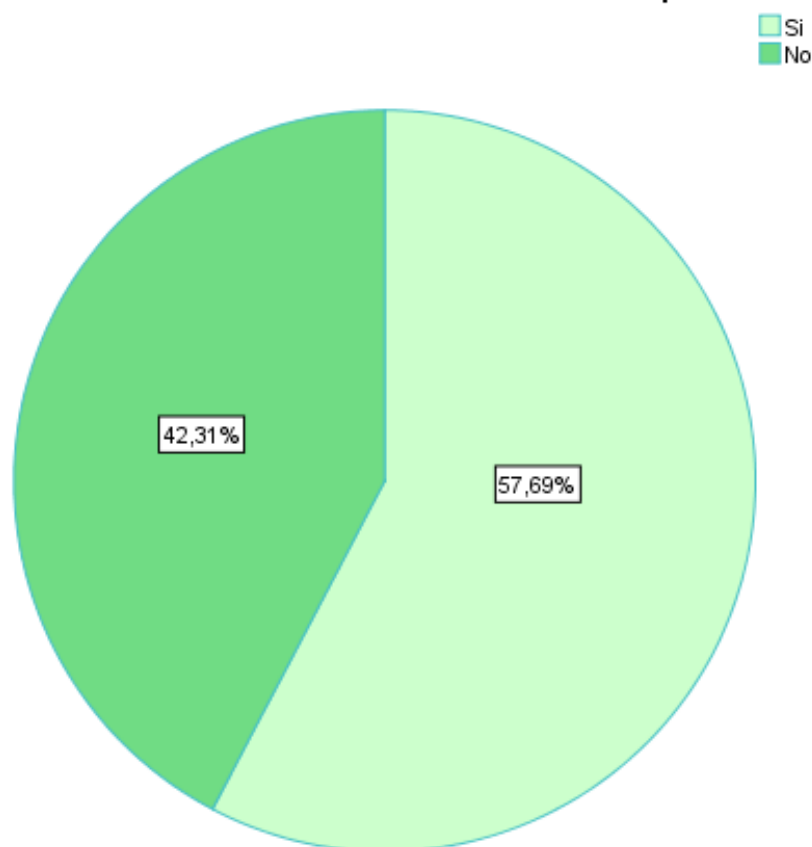


Figura 17 la calidad está acorde con el precio

Análisis

Las encuestas que se aplicaron a la demanda de los establecimientos de alimentos y bebidas nos indica que el 57.6% no están de acuerdo con el precio que pagan de acuerdo a la comida el 42.3% si está acorde con el precio que paga según el tipo de comida que recibe.

Pregunta 13 ¿Qué preferiría encontrar en los establecimientos de alimentos y bebidas del Centro Histórico?

Tabla 14
Preferencia Platos típicos

¿Qué preferiría encontrar en los establecimientos de A&B del Centro Histórico?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Platos típicos	52	34,4	100,0	100,0
Perdidos	Sistemas	99	65,6		
Total		151	100,0		

Tabla 15
Preferencia Platos internacionales

¿Qué preferiría encontrar en los establecimientos de A&B del Centro Histórico?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Platos Internacionales	9	6,0	100,0	100,0
Perdidos	Sistemas	142	94,0		
Total		151	100,0		

Tabla 16
Preferencia Bebidas Típicas

¿Qué preferiría encontrar en los establecimientos de A&B del Centro Histórico?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bebidas típicas	11	7,3	100,0	100,0

CONTINUA



Perdidos	Sistema	140	92,7	
Total		151	100,0	

Tabla 17
Preferencia Platos ligeros

¿Qué preferiría encontrar en los establecimientos de A&B del Centro Histórico?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Platos ligeros	8	5,3	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	143	94,7		
Total		151	100,0		

Tabla 18
Preferencia comida rápida

¿Qué preferiría encontrar en los establecimientos de A&B del Centro Histórico?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Comida rápida	8	5,3	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	143	94,7		
Total		151	100,0		

Análisis

Según los resultados obtenidos podemos observar que existe una preferencia de consumo por la demanda de los establecimientos y bebidas es por los platos típicos que se ofertan en la ZET 1 y la comida rápida un 5.3% de preferencia dentro de la misma zona.

Pregunta 13 ¿Qué preferiría encontrar en los establecimientos de alimentos y bebidas de La Mariscal?

Tabla 19
Preferencia platos típicos

¿Qué preferiría encontrar en los establecimientos de A&B de La Mariscal?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Platos típicos	14	9,3	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	137	90,7		
Total		151	100,0		

Tabla 20
Preferencia platos internacionales

¿Qué preferiría encontrar en los establecimientos de A&B De La Mariscal?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Platos internacionales	15	9,9	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	136	90,1		
Total		151	100,0		

Tabla 21
Preferencia bebidas típicas

¿Qué preferiría encontrar en los establecimientos de A&B de La Mariscal?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bebidas típicas	12	7,9	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	139	92,1		
Total		151	100,0		

Tabla 22
Preferencia platos ligeros

¿Qué preferiría encontrar en los establecimientos de A&B de La Mariscal?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Platos ligeros	7	4,6	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	144	95,4		
Total		151	100,0		

Tabla 23
Preferencia Comida rápida

¿Qué preferiría encontrar en los establecimientos de A&B de La Mariscal?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Comida rápida	36	23,8	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	115	76,2		
Total		151	100,0		

Análisis

Según los datos obtenidos de las encuestas se puede observar que los encuestados de la zona de La Mariscal indica que tiene preferencia por la comida rápida con un 23.8% siendo así la preferencia más alta en el último lugar tenemos la referencia por los platos ligeros como ensaladas bocaditos.

Pregunta 14 ¿La atención de los prestadores de servicio usted calificaría cómo?

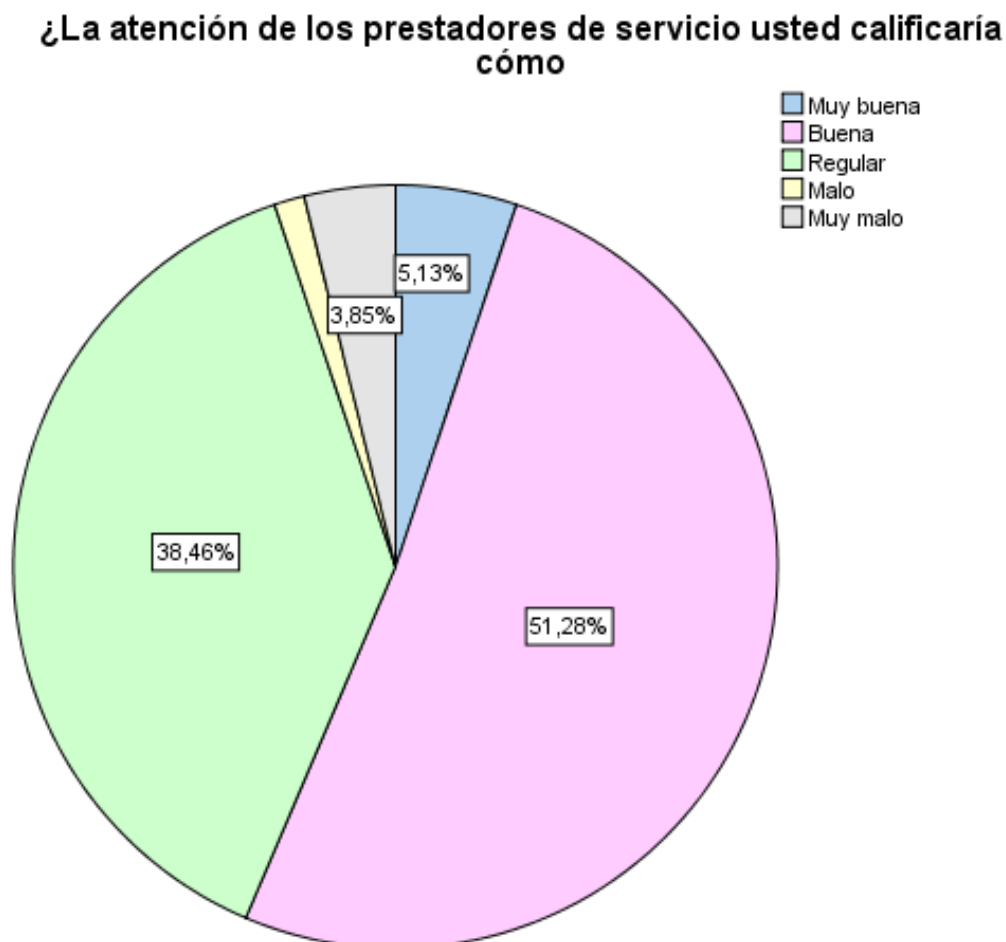


Figura 18 Atención de los prestadores

Análisis

Según las encuestas obtenidas los encuestados califican la atención de los prestadores como el 51.2% que considera que tienen un servicio bueno, el 38.4% lo califica como regular, el 5.1% como regular y el 3.85% como muy malo lo cual nos indica que la demanda se ecuestre satisfecha con el servicio que ofrecen.

Pregunta 15 ¿Considera que el personal que labora en los establecimientos de alimentos y bebidas de segunda categoría tienen la capacidad de:

Tabla 24
Personal capacitado C.H

¿Considera que el personal que labora en los establecimientos de A&B de segunda categoría tienen la capacidad de C.H					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Idioma	12	7,9	16,9	16,9
	Hospitalidad	37	24,5	52,1	69,0
	Manejo técnico	21	13,9	29,6	98,6
	Total	71	47,0	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	80	53,0		
Total		151	100,0		

Tabla 25
Personal capacitado L.M

¿Considera que el personal que labora en los establecimientos de A&B de segunda categoría tienen la capacidad de L.M					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Idioma	9	6,0	13,0	13,0
	Hospitalidad	38	25,2	55,1	68,1
	Manejo técnico	22	14,6	31,9	100,0
	Total	69	45,7	100,0	
Perdidos	Sistema	82	54,3		
Total		151	100,0		

Análisis

Según los datos obtenidos observamos que en el centro histórico tienen que mejorar la hospitalidad que manejan ya que no es la más acorde con el servicio, en La Mariscal lo que tienen que mejorar es el idioma ya que existe personal que no está capacitado de la mejor manera para laborar dentro de los establecimientos de A& B.

Pregunta 16 ¿La limpieza de los establecimientos de alimentos y bebidas usted calificaría cómo?

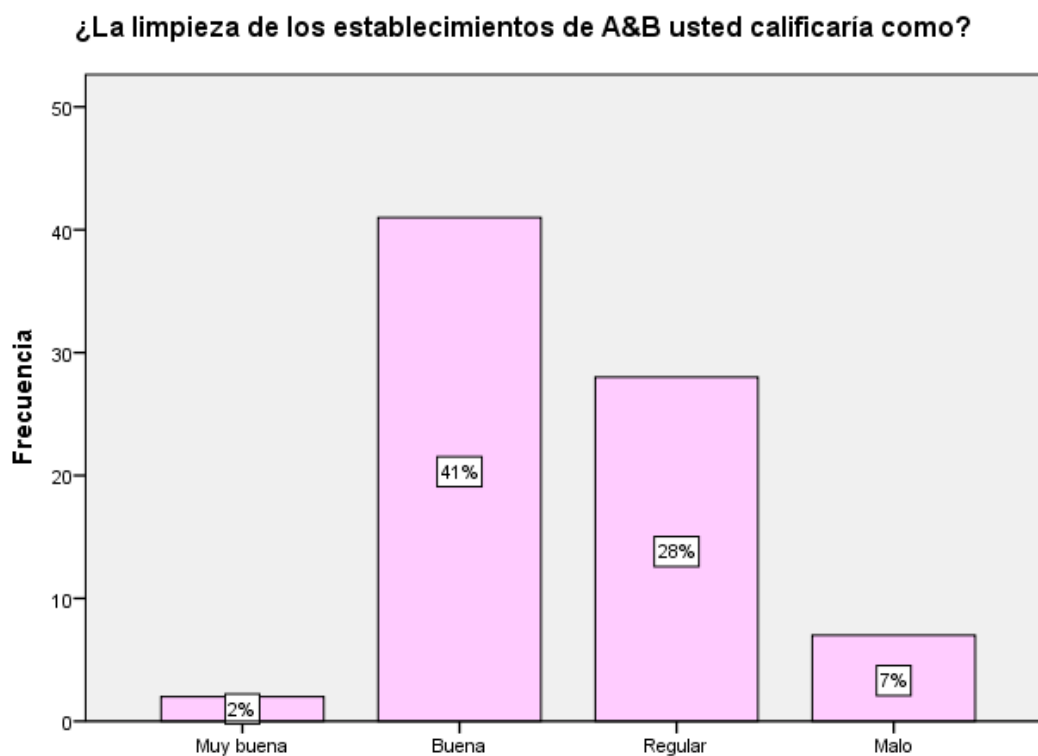


Figura 19 Limpieza de los establecimientos

Análisis

Según los datos obtenidos mediante la encuesta a la demanda de los establecimientos de alimentos y bebidas, el 41% califica como buena seguida del 28% la cual califica como regular, el 7% como malo y el 2% como muy bueno lo cual indica que los

consumidores consideran que se maneja un sistema de limpieza acorde con los establecimientos y con la categoría a la cual pertenecen.

Pregunta 17 ¿Cómo calificaría la seguridad en la zona La Mariscal y Centro Histórico?

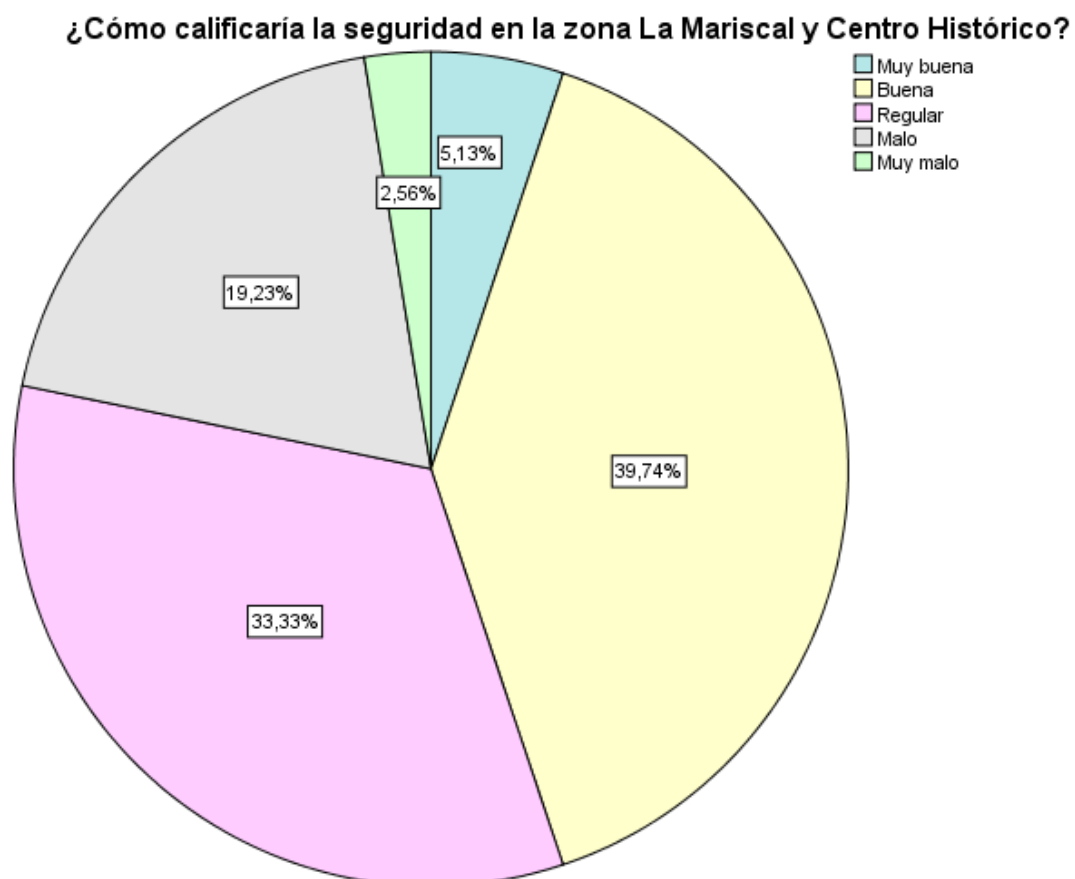


Figura 20 Seguridad de las Zonas 1 y 2

Análisis

Mediante el proceso de recolección de datos observamos que el 39.7% considera que la seguridad de los alrededores de los establecimientos es buena, el 33.3% considera que la seguridad es regular, el 19,2 nos indica que es mala, el 5.13% dice que es muy buena y el 2.5% nos indica que creen que manejan una seguridad muy mala, por

medio de los resultados nos damos cuenta que los consumidores creen que la seguridad es relativamente buena y regular.

Pregunta 18 ¿Recomendaría consumir en establecimientos de alimentos y bebidas de la zona?

**Tabla
Consumo ZET 1**

26

¿Recomendaría consumir en establecimientos de A&B de la ZET C.H?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	69	45,7	95,8	95,8
	No	3	2,0	4,2	100,0
	Total	72	47,7	100,0	
Perdidos	Sistema	79	52,3		
Total		151	100,0		

**Tabla 27
Consumo ZET 2**

¿Recomendaría consumir en establecimientos de A&B de la ZET L.M?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	62	41,1	89,9	89,9
	No	7	4,6	10,1	100,0
	Total	69	45,7	100,0	
Perdidos	Sistema	82	54,3		
Total		151	100,0		

Análisis

Según los datos obtenidos mediante la encuesta en el Centro Histórico recomienda visitar la zona en un 95.8% en cambio en La Mariscal tiene recomienda visitar un 89.9% la zona esto indica que la zona ZET 1 es más aceptada por los consumidores que La Mariscal.

Pregunta 19 ¿Qué es lo que más le gusta cuando visita los establecimientos de alimentos y bebidas?



Figura 21 Gustos de los consumidores de las Zonas 1 y 2

Análisis

Según los datos obtenidos mediante la encuesta sabremos las preferencias que tienen los consumidores de los establecimientos de alimentos y bebidas el 47.4% tiene su preferencia en el ambiente en el que se encuentran, el 20.5% prefiere el tipo de servicio que manejan, el 15.3% prefiere la comida, el 12.8% tiene preferencia por los

costos que manejan, el 3.85% lo que más le llama la atención de los establecimientos es la decoración que manejan dentro de los establecimientos.

Pregunta 20 ¿Qué cree usted que debería mejorar en cuanto al establecimiento de alimentos y bebidas que suele frecuentar?

¿Qué cree usted que debería mejorar en cuanto al establecimiento de A&B que suele frecuentar?

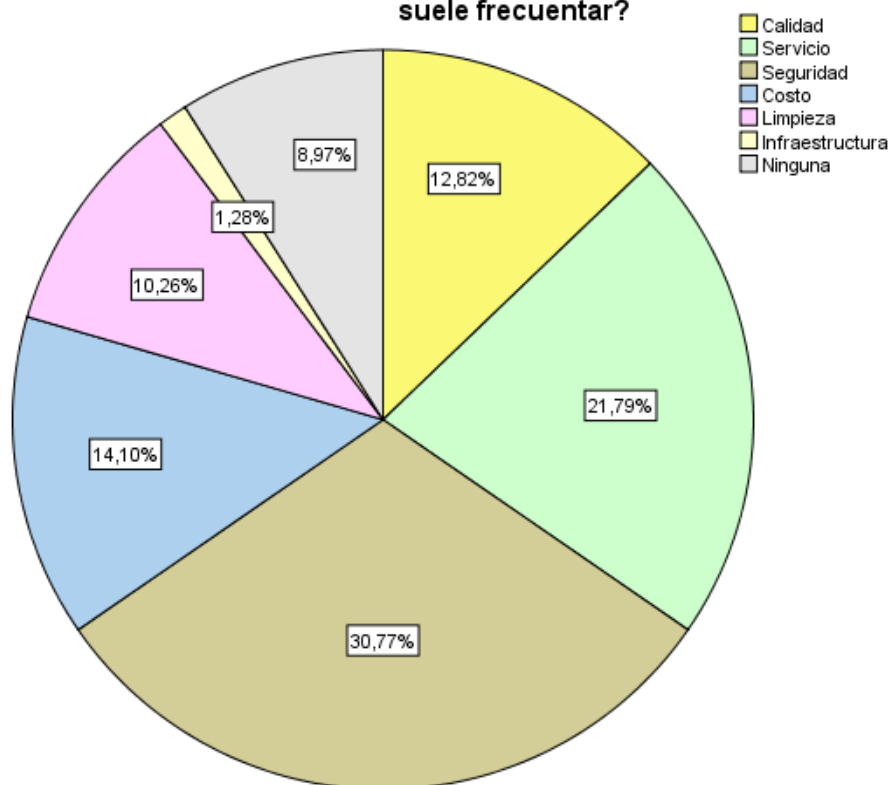


Figura 22 Mejorar en las Zonas 1 y 2

Análisis

Mediante las encuestas los resultados obtenidos los encuestados nos indican que el 30.7% debería de mejorar la seguridad de los alrededores, el 21.7 prefiere que se mejore la limpieza de los establecimientos, el 14.1% pide que se estandarice los costos que se manejan a que en muchos de los establecimientos los precios se

encuentran adulterados, el 12.8% prefiere que se mejore la infraestructura de los establecimientos, como podemos observar los encuestados solicitan que se mejoren algunos de los aspectos de los alrededores de los establecimientos de alimentos y bebidas.

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS OFERTA

- Hotel Real Audiencia

Para aplicar la entrevista se realizó a los establecimientos de segunda categoría del Centro Histórico y de La Mariscal el restaurante Panorámico HRA el cual cuenta con distintivo Q de calidad , se encuentra ubicado en la calle Bolívar OE3-18 y Guayaquil, la gerente de alimentos y bebidas se llama Paulina Duque es un establecimiento familiar se encuentra ubicado en la ZET 1, cuenta con personal capacitado para el funcionamiento del mismo, el restaurante maneja platos a la carta desayunos tipo buffet que son para los huéspedes del hotel y a partir del mediodía cuenta con servicio de almuerzos con varias opciones de guarniciones ensaladas y tipos de arroz, la entrevista se la realizó a Paulina Duque Gerente del área de alimentos y bebidas.



Figura 23 Restaurante Panorámico HRA
Fuente (Audiencia, 2015)

- Cafetería Endulce

Para realizar la entrevista se aplicó a la cafetería “ENDULCE” es un establecimiento que se encuentra en funcionamiento desde el año 2006 es un negocio familiar, el establecimiento es de segunda categoría el cual no cuenta con el Distintivo Q de Calidad , se encuentra ubicado en la Guayaquil N6-56 y Olmedo este pertenece a la ZET, el propietario y gerente del establecimiento se llama Franklin Utreras, el establecimiento cuenta con personal capacitado para el funcionamiento del mismo, la cafetería se dedica a la repostería, pastelería, panadería y chocolatería, la entrevista se la realizó a Franklin Utreras dueño del establecimiento.

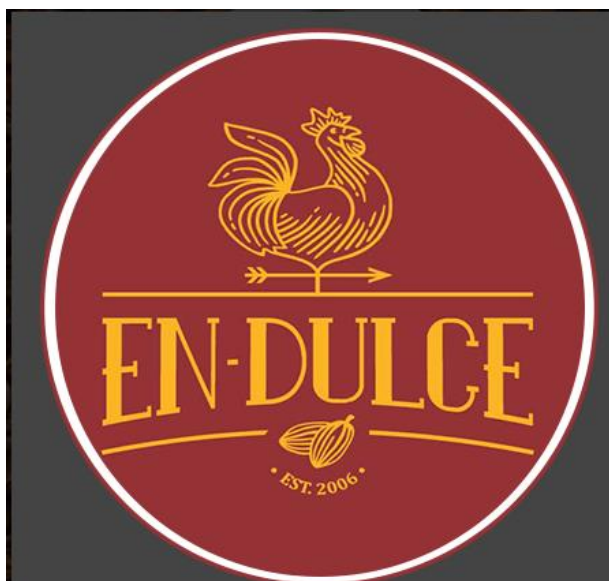


Figura 24 Cafetería En-Dulce

Fuente (Endulce, 2006)

Tabla 28
Gestión administrativo

ÁMBITO A: Gestión administrativa						
Administrativo: 47%						
	HOTEL REAL AUDIENCIA			CAFETERÍA HRA		
	DATOS			DATOS		
	C	NC	NA	C	NC	NA
Cuenta con un manual organizacional en el que conste: misión, visión, objetivos y políticas que son de conocimiento del personal.	X				X	
Dentro de sus políticas organizacionales se establece: la no promoción de la prostitución y la no venta de estupefacientes.	X					X
El establecimiento respeta la identidad religiosa, cultural, política y de género de sus colaboradores.	X				X	
Dentro de sus políticas organizacionales se prioriza la contratación de proveedores locales.	X				X	
Cuenta con un reglamento de higiene y seguridad, con la finalidad de prevenir y disminuir los riesgos del trabajo y mejorar el ambiente laboral.	X				X	
El establecimiento cuenta con un plan de evacuación, aprobado por la autoridad competente	X				X	

Análisis

Mediante las entrevistas aplicadas se puede observar la diferencia que existe entre el establecimiento que si posee el distintivo Q de Calidad y el que no cuenta con ello, la parte administrativa es fundamental en el desarrollo del establecimiento el Restaurante Panorámico HRA, cuenta con un reglamento administrativo el cual está a la disposición tanto de los colaboradores del establecimiento como de los comensales, el mismo que esta abalado y respaldado por la entidades competentes.

Por otro lado la cafetería En- Dulce si cuenta con el reglamento administrativo pero este solo está de una forma empírica no se encuentra establecido en un reglamento o esta abalado por las entidades necesarias el reglamento que manejan en la cafetería lo manejan internamente entre el personal que labora en el mismo, pero ahí que descarta que el funcionamiento de la parte administrativa de la cafetería es realmente buena no es necesario tener un documento en el cual se encuentre escrito todas las reglas y condiciones para laborar en el establecimiento.

Tabla 29
Responsabilidad social

ÁMBITO B: Responsabilidad social empresarial							
Protección y conservación ambiental: 59%							
	HOTEL REAL AUDIENCIA			CAFETERÍA HRA			
	DATOS			DATOS			
	C	NC	NA	C	NC	NA	
Cuenta con productos biodegradables para la limpieza del establecimiento.	X				X		
Minimiza la compra de insumos altamente contaminantes tales como: aerosoles, plásticos, químicos, pesticidas, desechables, entre otros.	X				X		
Informa a los clientes de aquellas medidas de sostenibilidad adoptadas por el establecimiento que puedan repercutir en los servicios del mismo.			X				X
Los aceites usados son entregados a los gestores ambientales autorizados por la autoridad ambiental local.			X				X
Se cuenta con un documento donde se detalle las acciones necesarias para el uso y ahorro de agua, y es difundido a todo el personal de la empresa.	X				X		
Se cuenta con un documento donde se detalle las acciones necesarias para el uso y ahorro de energía, y es difundido a todo el personal de la empresa.	X						X



CONTINUA

En caso que el establecimiento utilice sistemas alternativos de energía como: solar, eólica, geotérmica o biomásica, deberá contar con registros de su uso y mantenimiento. Registros de uso y mantenimiento.	X	X
En caso que el establecimiento utilice sistemas alternativos de agua deberá contar con registros de uso y mantenimiento.	X	X
Los residuos son entregados a la red de recolección pública, gestores ambientales autorizados o son depositados en los puntos de recolección existentes en la ciudad.	X	X

Análisis

En las entrevistas que se realizó se destaca que el establecimiento que cuenta con la normativa Q de Calidad cuenta con ciertos aspectos como el establecimiento utilice sistemas alternativos de energía como: solar, eólica, geotérmica o biomásica, deberá contar con registros de su uso y mantenimiento. Registros de uso y mantenimiento, el establecimiento cuenta con energía solar y si cuenta con lo mencionado anteriormente.

En cambio la cafetería En Dulce cuenta con medidas de cuidado al no utilizar sistemas que sean altamente riesgosos pero no tiene un manual donde este estipulado el uso, los cuidados y el funcionamiento que se le tiene que dar al mismo.

Tabla 30
Infraestructura y equipamiento

ÁMBITO C: Infraestructura y equipamiento						
Equipamiento del área de cocina: 43%						
	HOTEL REAL AUDIENCIA			CAFETERÍA HRA		
	DATOS			DATOS		
	C	NC	NA	C	NC	NA
El área de cocina cuenta con sistemas de ventilación natural, ductos de ventilación y/o campanas de extracción evitando la acumulación de olores.	X				X	
El área de cocina cuenta con sistemas de refrigeración y congelación y/o cuartos fríos mixtos o por separado.	X				X	
El área de almacenamiento de productos congelados está correctamente dividida.	X				X	
Cuenta con litos (toallas de tela) en buen estado para secar utensilios de cocina.	X				X	
Las tablas para picar son plásticas y se diferencian para cada clase de alimentos.	X				X	
El área de cocina cuenta con utensilios de cocina como pinzas, tenacillas, cucharas y tenedores para la manipulación de alimentos.	X				X	

Análisis

Mediante la entrevista se observó que el restaurante cuenta con un sistema de ventilación directo en cambio la cafetería es un establecimiento pequeño y se encuentra en el primer piso de 5 pisos por lo cual hicieron una tubería de ventilación que va desde el primer al 5to piso por lo cual no es tan apropiada la ventilación del establecimiento,

Los dos establecimientos cuentan con sus áreas divididas con los sistemas de refrigeración necesarias para el cuidado y buen manejo del establecimiento, el

restaurante no cuenta con tablas de picar divididas por colores en cambio la cafetería tiene bien definidas para que no existan motivos de contaminación.

Tabla 31
Calidad de servicio

ÁMBITO D: Calidad de servicio y atención al cliente						
Personal: 33%						
	HOTEL REAL AUDIENCIA			CAFETERÍA HRA		
	DATOS			DATOS		
	C	NC	NA	C	NC	NA
El personal se encuentra uniformado de acuerdo al concepto del establecimiento y cuenta con su placa o credencial identificativa.	X				X	
El personal de preparación de alimentos debe contar con: chaqueta de cocina, pantalón de cocina, zapatos antideslizantes, cabello recogido y protección respectiva: malla, champiñón o cofia, uñas cortas y protección de manos.	X				X	
El personal de preparación de alimentos no utiliza pulseras, relojes, anillos, aretes y otros accesorios que puedan entrar en contacto	X				X	

Análisis

En cuanto al servicio el personal que se desarrolla en las dos empresas está correctamente uniformado y sin utilizar ningún tipo objeto que no esté acorde con el uniforme, maneja su uniforme impecable y con su respectivo distintivo del establecimiento al cual pertenecen.

CAPITULO V

APORTE DEL PROYECTO

Según el análisis que se realizó se observa una ausencia de aplicación de calidad en los establecimientos de alimentos y bebidas por lo cual Quito Turismo como representante y como el que otorga el Distintivo tendría que realizar cada cierto periodo una inspección para saber si los establecimientos cumplen con la normativa que el Distintivo Q de calidad proporciona a los mismos, claro que hacer inspecciones paulatinas sería costoso para el estado por lo que propongo que el estado cree un tipo de sistema computarizado al cual los establecimientos estén anclados y sean los mismos establecimientos quienes acudan a Quito Turismo a conseguir la inspección saliendo el capital de los mismos establecimientos ya que el reconocimiento es para ellos mismos.

La calidad que se maneja en los establecimientos de alimentos y bebidas de segunda categoría esta entre los servicios más destacados de los servicios que se ofrecen a nivel nacional por lo cual se busca mantener la calidad en cuanto a servicio a productos y mantener personal altamente capacitado el cual cumpla con todos los requisitos para poder laborar en uno de los establecimientos.

Crear una academia que sea de Quito Turismo la cual brinde servicios de formación personal la cual sea capaz de crea profesionales capaces de administrar dirigir y controlar establecimientos de alimentos y bebidas, aplicando herramientas que sean necesarias para el manejo de los establecimientos, capacitando en varias áreas como sería marketing contabilidad negocios este deberá contar con personal altamente capacitado y que este programa se encuentre vinculado a la red socio empleo nacional para así anclar al personal con las altas entidades de Alimentos y bebidas a nivel nacional.

Otra de los aportes que se realizarían es que Quito Turismo se encargue de realizar diversas actividades como por ejemplo capacitaciones para que los mismos colaboradores de los establecimientos sepan los beneficios, las reglas y los aspectos

fundamentales que se tienen que cumplir, para que lo apliquen en los establecimientos y así la inspección sea favorable y así estaría en constancia mejora para los mismos.

Realizar una mejora a los establecimientos que no cumplen con los requisitos necesarios para obtener el Distintivo Q de Calidad ya que no cuentan con los instrumentos necesarios para la elaboración de manuales que son obligatorios para poder formar parte de los establecimientos de alimentos y bebidas que pertenecen al Distintivo Q de calidad.

El estudio de este proyecto permite conocer las necesidades y requerimientos que tienen los consumidores, de esta manera se prevé los requerimientos para poder brindar un servicio de calidad manteniendo un estándar de calidad elevado el cual pueda competir con diferentes establecimientos nacionales como internacionales.

El presente proyecto servirá como herramienta de información para futuras investigaciones, la misma que estará a disposición de los establecimientos de alimentos y bebidas que crean necesaria la aplicación del análisis establecido en el mismo y que les ayude para re direccionar de manera adecuada sus procesos y estándares de calidad en cuanto al servicio y al desempeño de su establecimiento.

A. Conclusiones

- Después de la investigación realizada en los establecimientos de alimentos y bebidas de segunda categoría que tienen o no el distintivo Q de calidad es importante destacar que mucho de los establecimientos cumplen con la normativa necesaria para el desarrollo y buen funcionamiento de los mismos ya que el Distintivo Q de calidad pide que se cumpla una normativa de reglas y normas las cuales son indispensables para el buen funcionamiento de los establecimientos que disponen de este distintivo.
- Se observa una limitada aplicación de calidad en los establecimientos de alimentos y bebidas por parte de los colaboradores, ya que se limitan las capacitaciones para los mismos.
- Se concluye que los establecimientos cumplen con los requisitos mínimos que ofrece el Distintivo Q de calidad, pero no hacen algo más para mejorar se cree que se conforman con el hecho de obtener el distintivo y no cumplen a cabalidad con todos los aspectos que forman parte de un establecimiento de alimentos y bebidas y todo lo que este conlleva.
- Existe mucho personal empírico el cual tiene los conocimientos suficientes para tener en correcto funcionamiento a un establecimiento e alimentos y bebidas.

B. Recomendaciones

- Se recomienda que Quito Turismo realice campañas informativas de lo que es el Distintivo Q y los beneficios que trae obtener el mismo ya que la mayoría de establecimientos no saben lo que implica por lo cual los estándares de calidad que se manejan en los establecimientos de alimentos y bebidas son limitados y no son los más acordes con el servicio que se busca brindar.
- Se recomienda que los dueños de los establecimientos de alimentos y bebidas tengan mayor interés en obtener el distintivo Q de calidad y así tengan más apertura para que el funcionamiento como el servicio de los establecimientos sean los más acordes con el desarrollo del mismo.
- Se sugiere a los establecimientos de alimentos y bebidas se tome en cuenta lo analizado de la demanda los requerimientos que los consumidores necesitan para brindarles un servicio diferenciado y de calidad y que estos regresen y que se lleven la satisfacción de pagar lo justo por un verdadero servicio.

Bibliografía

- J.R. (viernes de agosto de 2009). *Quality trends*. Obtenido de SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD – UN CAMINO HACIA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE: <http://qualitytrends.squalitas.com/index.php/item/108-sistemas-de-gestion-de-la-calidad-un-camino-hacia-la-satisfaccion-del-cliente-parte-i>
- Ávila, B. (8 de mayo de 2006). *Vari Educa*. Obtenido de La investigación descriptiva: <http://bit.ly/1cpcUkD>
- Bobeta, M. M. (2006). *Introducción a la gestión de stocks*. España: Vigo.
- Caicedo, G. (Octubre de 2007). *Repositorio ESPE*. Obtenido de Plan de marketing.
- Carlos, S. (7 de Marzo de 2008). *Metodología de la investigación*. Obtenido de Clasificación de la investigación: <http://bit.ly/1as3RQ4>
- Dura, U. (1992). *Gestión de calidad*. Madrid: Díaz De Santos.
- Esteve, M. (2000). *Oferta y demanda de cualificaciones profesionales en el mercado de trabajo*. Barcelona: Graficas rey.
- García. (2007). *Propuesta de diseño de gestión de la calidad*. Quito. Obtenido de Escuela de Ciencias: <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/362/1/CD-0781.pdf>
- Gómez. (22 de Abril de 2014). *Blog de Gabriela Gómez*. Obtenido de CLASIFICACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.: <http://gabrielaomez.blogspot.es/1398202396/clasificacion-de-establecimientos-de-alimentos-y-bebidas/>
- Héctor, A. (2006). *Introducción a la metodología de investigación*. Mexico: Aumed.net.
- Jácome Cevallos, P. H. (2007). *Estudio de Mercado de para Prefrita en las Ciudades*. Quito: UCE.
- Juran, J. M. (1979 Juran Institute). *J.M Juran y el liderazgo para la calidad*. Madrid: Díaz de Santo. S.A. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=rZgoVdPhJCAC&printsec=frontcover&dq=te>

oria+de+la+calidad+segun+juran&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjU2oiHwbzJAhWB
RSYKHbcWBwMQ6AEIGzAA#v=onepage&q&f=false

Milton, S. (2003). *Economía contemporánea*. New York: Reverte.

Peralta, M. (2007). *Architectural guide of Quito*. Quito: Trama.

Ponsati, E. G. (2004). *Gestión de la calidad*. España: Edicions UPC.

RAMON, M. (01 de NOVIEMBRE de 2009). *Los servicios de alimentos y bebidas*.

Obtenido de Los servicios de alimentos y bebidas:
<http://rincondeluniversitario.blogspot.com/2009/11/los-servicios-en-alimentos-y-bebidas.html>

René, M. (2002). *Quito inesperado: de la memoria a la mirada crítica*. Quito: Abya Yala.

Turismo, Q. (2004). *Quito Turismo*. Obtenido de Reglas técnicas de la ZET:

<http://www.quito-turismo.gob.ec/component/content/article/8-nuestros-servicios/514-reglas-tecnicas-zonas-especiales-turisticas>

Turismo, Q. (Marzo de 2014). *Quito*. Obtenido de Quito:

<http://www.quito.com.ec/la-ciudad>

Turismo, Q. (Marzo de 2014). *Quito Turismo*. Obtenido de Quito Turismo:

<http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/destacados/3-distintivo-q>

Turismo, Q. (Febrero de 2015). *Reglas técnicas de la ZET*. Obtenido de Reglas

técnicas: <http://bit.ly/1JYZVRk>

Wilmar, G. (13 de Mayo de 2009). *Recolección de datos*. Obtenido de Técnicas de

recolección de datos: <http://bit.ly/IW7P5p>

Teoría de Deming 8.2 1 párrafo

https://books.google.com.ec/books?id=sBoWshpcZQAC&pg=PA9&dq=teoria+de+c+alidad+de+deming&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjE_9WhjIfMAhVC9h4KHVH0A0MQ6AEIITAB#v=onepage&q=teoria%20de%20calidad%20de%20deming&f=fals

e

