

RESUMEN

El presente trabajo de titulación es acerca de un estudio de satisfacción de los consumidores en restaurantes y cafeterías del Distrito Metropolitano de Quito bajo el enfoque de Marketing Experiencial , con la finalidad de determinar aquellos factores que intervienen en las experiencias que hoy en día se ofrece al consumidor. El Modelo SERVQUAL al ser una herramienta aplicada para medir la satisfacción del cliente sirvió como guía para establecer los parámetros de estudio dentro de la encuesta que se realizó a 384 personas. El contraste de nivel de servicio entre restaurantes y cafeterías de la ciudad de Quito , es muy marcado pues el reglamento para establecimientos de alimentos y bebidas es obsoleto, espor ello que no se ha regularizado un control de nivel de servicio que agregue valor a las experiencias que viven en el día a día los consumidores. Según el catastro oficial del año 2017 otorgado por el Ministerio de Turismo , a través de la asesora Evelyn Peñaherrera se ha determinado que la mayor concentración de restaurantes y cafeterías están ubicados al Norte de Quito , específicamente en el sector de la Mariscal , es ahí donde se dio foco para que los consumidores puedan manifestar sus opiniones respecto a estos establecimientos. La importancia de ir más allá del tangible como tal y poder brindar un servicio completo , que además tenga como factor diferenciador una ventaja competitiva o valor agregado que permita a los establecimientos mencionados anteriormente incrementar el nivel de satisfacción de sus clientes.

Palabras Clave:

- **SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**
- **MARKETING EXPERIENCIAL**
- **EXPERIENCIA**
- **SERVICIO**
- **RESTAURANTES/CAFETERÍAS**

ABSTRACT

The present titling work is about a study of consumer satisfaction in restaurants and Coffee Shops of the Metropolitan District of Quito under the approach of Experiential Marketing, with the purpose of determining those factors that intervene in the experiences that nowadays are offered to the consumer. The SERVQUAL Model, being an applied tool to measure customer satisfaction, served as a guide to establish the study parameters within the survey that was carried out on 384 people. The contrast in the level of service among restaurants and cafeterias in the city of Quito, It is very marked because the regulation for food and drink establishments is obsolete, due to the fact that a service level control has not been regularized that adds value to the experiences that consumers live in. According to the official cadastre of the year 2017 granted by the Ministry of Tourism, through the adviser Evelyn Peñaherrera it has been determined that the largest concentration of restaurants and coffee shops are located north of Quito, specifically in the sector of La Mariscal, where the focus was given so that the consumers can express their opinions about these establishments. The importance of going beyond the tangible as such and being able to provide a complete service, which also has as a differentiating factor a competitive advantage or added value that allows the establishments mentioned above to increase the level of satisfaction of their customers.

Keywords:

- **CUSTOMER SATISFACTION**
- **EXPERIENTIAL MARKETING**
- **EXPERIENCE**
- **SERVICE**
- **RESTAURANTS / COFFE SHOP**

