



ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

PROPUESTA DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA  
IMPLEMENTACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS EN LOS  
ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE LA ISLA SAN  
CRISTÓBAL – GALÁPAGOS

AUTOR

ANGYE CECIBEL GÓMEZ GALARZA

AÑO

2020



**ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO**

**PROPUESTA DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN  
DE BUENAS PRÁCTICAS EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y  
BEBIDAS DE LA ISLA SAN CRISTÓBAL – GALÁPAGOS**

Trabajo de titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos  
para optar por el título de Licenciada en Administración de Empresas Hoteleras  
y Turísticas

Profesor Guía

Diego Julián Bonilla Urbina

Autora

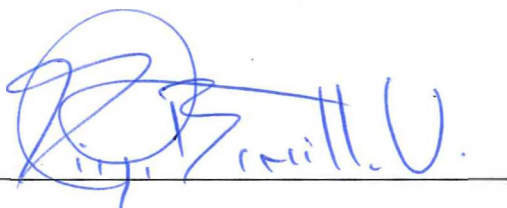
Angye Cecibel Gómez Galarza

Año

2020

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido el trabajo “Propuesta de Desarrollo Turístico para la Implementación de Buenas Prácticas en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas de la Isla San Cristóbal – Galápagos”; a través de reuniones periódicas con la estudiante Angye Cecibel Gómez Galarza, en el semestre 2020-10, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.



Diego Julián Bonilla Urbina

**Magister en Manejo de Áreas Protegidas y  
Desarrollo Sostenible**

C.I. 1709258626

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, “Propuesta de Desarrollo Turístico para la Implementación de Buenas Prácticas en los establecimientos de Alimentos y Bebidas en la Isla San Cristóbal – Galápagos”; de la estudiante Angye Cecibel Gómez Galarza, en el semestre 2020-10, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.



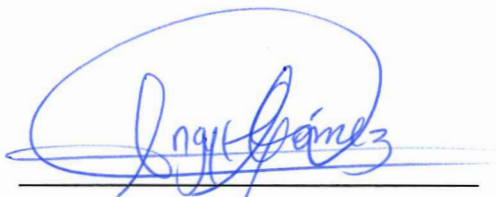
---

Cosme Alonso Marín Niño

C.I.: 0923342976

### DECLARACIÓN DEL ESTUDIANTE

"Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se ha citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes".



Angye Cecibel Gómez Galarza

C.I. 2000059291

## **AGRADECIMIENTOS**

Gracias a Dios por guiarme y bendecirme. Gracias a mi madre Rita por ser mi principal apoyo e inspiración a mis metas, por creer en mi; gracias a todo su amor, esfuerzo y por enseñarme a no rendirme jamás y seguir adelante a pesar de las adversidades. A mi novio Ángel, por su amor en todo momento, por todo su apoyo en el momento justo. A mi amigo y colega David, por su ayuda y amistad incondicional desde el primer día.

Finalmente, pero no menos importante a mi tutor Diego por su paciencia, motivación y compartir sus valiosos conocimientos durante este proceso.

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo y cada uno de mis logros a mi madre Rita, se merece esto y mucho más, por todo el sacrificio, esfuerzo y amor brindado hacia mi durante todo el proceso de esta etapa tan importante de mi vida. También a Ángel, gracias a ellos logré empezar y culminar mis estudios a través de su apoyo, por hacerme sentir su amor y protección al cuidar de mí a pesar de la distancia y por alentarme a superarme cada día.

## RESUMEN

El presente proyecto de titulación tuvo como objetivo principal el generar un programa de desarrollo turístico con énfasis en la implementación de “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas en los Establecimientos de A&B de Pto. Baquerizo Moreno”, con el propósito de aportar para con el desarrollo de la comunidad y la conservación de los frágiles ecosistemas del archipiélago.

Capítulo N° 1. Se describe la contextualización del proyecto, es decir, se expone el marco teórico que da sustento a la presente investigación, se relaciona explícitamente con conceptos vinculados al desarrollo sostenido y la gestión de la calidad, para asociarlos al servicio de alimentos y bebidas, de cual se relata su historia, su relación e importancia en el ámbito turístico.

Capítulo N° 2. Se caracteriza a San Cristóbal, lugar del presente proyecto, destacando información relacionada a: i. Descripción de la zona de influencia del proyecto; ii. Aspectos sociales y culturales; iii. Información económica; iv. Aspectos ambientales, y; v. Actores locales involucrados del proyecto.

Capítulo N° 3. Muestra la caracterización del sistema turístico del cantón, en la cual se destaca la descripción y análisis de: i. Oferta y demanda turística; ii. Superestructura; iii. Resultados del sondeo de opinión aplicada en el presente proyecto, y; iv. Cumplimiento de los indicadores de la norma “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas.

Capítulo N° 4. Contiene el diseño del programa de desarrollo turístico con énfasis en la implementación de “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas de Pto. Baquerizo Moreno” la cual se fundamenta con la delimitación de sus ejes estratégicos y plan de acción.

Capítulo N° 5. Finalmente, en este capítulo se desarrolla el “Modelo de Gestión” propuesto para la optimización del programa de desarrollo turístico planteado a través de la presente investigación.



## **ABSTRACT**

The main objective of this project was to generate a tourism development program with emphasis on the implementation of “Quality Standards and Good Practices in the Food and Beverage Establishments of Pto. Baquerizo Moreno”, with the purpose of contributing to with the development of the community and the conservation of the fragile ecosystems of the Galapagos archipelago.

Chapter N° 1. The contextualization of the project is described, that is to say, the theoretical framework that supports this research is exposed, it is explicitly related to concepts related to sustained development and quality management, to associate them with the food service and drinks, of which its history.

Chapter N° 2. San Cristóbal is characterized, place of the present project, highlighting information related to: i. Description of the area of influence of the project; ii. Social and cultural aspects; iii. Economic information; iv. Environmental aspects, and; v. Local actors involved in the project.

Chapter N° 3. It shows the characterization of the tourist system of the San Cristóbal canton, which highlights the description and analysis of: i. Tourism supply and demand; ii. Superstructure; iii. Results of the opinion poll applied in this project, and; iv. Compliance with the indicators of the standard “Quality Standards and Good Practices of Sustainable Tourism.

Chapter N° 4. Contains the design of the tourism development program with emphasis on the implementation of “Quality Standards and Good Practices in the Food and Beverage Establishments of Pto. Baquerizo Moreno” which is based on the delimitation of its strategic axes and action plans.

Chapter No. 5. Finally, in this chapter the “Management Model” proposed for the optimization of the tourism development program proposed through this research is developed.

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
Objetivos.....	3
Objetivo General:.....	3
Objetivos Específicos:.....	3
Justificación.....	3
Métodos, técnicas e instrumentos .....	5
1 CAPITULO I. MARCO TEORICO.....	6
2 CAPÍTULO II.- CARACTERIZACIÓN SITUACIONAL TERRITO .....	12
2.1 Caracterización de la zona de influencia del proyecto .....	12
2.1.1. Aspectos generales.....	12
2.1.2. Aspectos ambientales.....	14
2.2. Aspectos sociales – culturales.....	17
2.3. Información económica y ocupación.....	22
2.4. Historia de las Islas Galápagos .....	24
2.5. Atractivos turísticos de la isla San Cristóbal .....	25
3 CAPITULO III. CARACTERIZACIÓN DEL SISTEMA TURÍSTICO DEL TERRITORIO.....	29
3.1. Análisis de la situación turística.....	29
3.1.1. Análisis de la oferta actual .....	29
3.1.2. Sub actividades turísticas del cantón San Cristóbal.....	29
3.1.3..... Mano de obra de los establecimientos turísticos en el cantón..	31
3.1.4. Categorización de los establecimientos turísticos del Cantón San Cristóbal .....	32
3.1.5. Categorización de los establecimientos de alimentos y bebidas de la parroquia de Pto. Baquerizo Moreno.....	33
3.1.6. Establecimientos que tienen el distintivo de calidad turística. ....	36
3.2. Análisis de la demanda actual .....	37
3.2.1. Principales países emisores.....	37
3.2.2. Perfil de los turistas según los principales países emisores .....	38
3.2.3. Edad y género .....	39
3.3. Análisis de superestructura .....	39

3.4. Diagnóstico – problematización .....	41
3.4.1. Muestra .....	41
3.4.2. Contenido de la encuesta de sondeo de opinión dirigida a clientes externos.....	42
3.4.3. Resultados .....	43
3.5.2. Análisis global del cumplimiento de la norma .....	73
<b>4 Capítulo IV. DISEÑO DE LA PROPUESTA .....</b>	<b>82</b>
4.1. Duración del programa y vida útil .....	83
4.2. Beneficiarios .....	84
4.2.1. Beneficiarios directos .....	84
4.2.2. Beneficiarios indirectos .....	84
4.3. Delimitación y definición de ejes estratégicos para la implementación de un programa de desarrollo turístico Puerto Baquerizo Moreno.....	85
4.4. Desarrollo de estrategias y plan de acción .....	86
4.5. Cronograma del proyecto .....	86
4.6. Presupuesto consolidado del proyecto .....	90
<b>5 CAPITULO V. DESARROLLO DE LA PROPUESTA .....</b>	<b>91</b>
5.1 Fases y modelo de gestión del programa de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible para el sector de alimentos y bebidas de Puerto Baquerizo Moreno.....	91
5.1.1. Fases del programa .....	91
5.2. Modelo de gestión del programa .....	92
5.3. Fuentes de financiamiento .....	96
5.4. Matriz de seguimiento y evaluación .....	97
<b>6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>98</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>101</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>107</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura Nº 1.-</b> Ubicación de las Islas Galápagos.....	12
<b>Figura Nº 2.-</b> Ubicación geográfica de la zona de emplazamiento del proyecto (Isla San Cristóbal).....	13
<b>Figura Nº 3.-</b> División Política de las Islas Galápagos. ....	14
<b>Figura Nº 4.-</b> Registros en sitios de visita cercanos a áreas pobladas de San Cristóbal .....	26
<b>Figura Nº 5.-</b> Establecimientos turísticos del Cantón San Cristóbal .....	31
<b>Figura Nº 6.-</b> Empleados del sector turístico de San Cristóbal.....	31
<b>Figura Nº 7.-</b> Categorización de los establecimientos de A&B del cantón San Cristóbal. ....	35
<b>Figura Nº 8.-</b> Ubicación geográfica de los restaurantes seleccionados en el cantón San Cristóbal. ....	36
<b>Figura Nº 9.-</b> Ecuación para el cálculo de la muestra .....	41
<b>Figura Nº 10.</b> Análisis global sobre la nacionalidad de procedencia de los clientes atendidos por los restaurantes participantes en el proyecto, en el periodo del 10 de octubre al 15 de noviembre de 2019.....	45
<b>Figura Nº 11.-</b> Análisis global sobre la frecuencia que visitan los clientes los restaurantes participantes en el proyecto, en el periodo del 10 de octubre al 15 de noviembre de 2019. ....	46
<b>Figura Nº 12.-</b> Resultado global de la pregunta No 1 del cuestionario de satisfacción .....	47
<b>Figura Nº 13.-</b> Resultado global de la pregunta No 2 del cuestionario de satisfacción .....	48
<b>Figura Nº 14.-</b> Resultado global de la pregunta No 3 del cuestionario de satisfacción .....	49
<b>Figura Nº 15.-</b> Resultado global de la pregunta No 4 del cuestionario de satisfacción .....	50
<b>Figura Nº 16.-</b> Resultado global de la pregunta No 5 del cuestionario de satisfacción .....	51

<b>Figura Nº 17.-</b> Resultado global de la pregunta No 6 del cuestionario de satisfacción .....	52
<b>Figura Nº 18.-</b> Resultado global de la pregunta No 7 del cuestionario de satisfacción .....	53
<b>Figura Nº 19.-</b> Resultado global de la pregunta No 8 del cuestionario de satisfacción .....	54
<b>Figura Nº 20.-</b> Resultado global de la pregunta No 9 del cuestionario de satisfacción .....	55
<b>Figura Nº 21.-</b> Resultado global de la pregunta No 10 del cuestionario de satisfacción .....	56
<b>Figura Nº 22.-</b> Resultado global de la pregunta No 11 del cuestionario de satisfacción .....	57
<b>Figura Nº 23.-</b> Resultado global de la pregunta No 12 del cuestionario de satisfacción .....	58
<b>Figura Nº 24.-</b> Resultado global de la pregunta No 13 del cuestionario de satisfacción .....	59
<b>Figura Nº 25.-</b> Porcentaje de cumplimiento de la Norma de Calidad y BPTS por ámbitos de el Restaurante Midori.....	62
<b>Figura Nº 26.-</b> Porcentaje de cumplimiento de la Norma de Calidad y BPTS por ámbitos de el Restaurante Miconia .....	63
<b>Figura Nº 27.-</b> Porcentaje de cumplimiento de la Norma de Calidad y BPTS por ámbitos de el Restaurante Calypso.....	64
<b>Figura Nº 28.-</b> Porcentaje de cumplimiento de la Norma de Calidad y BPTS por ámbitos de el Restaurante Cangrejo Loco.....	66
<b>Figura Nº 29.</b> Porcentaje de cumplimiento de la Norma de Calidad y BPTS por ámbitos de el Restaurante Rosita. ....	67
<b>Figura Nº 30.</b> Porcentaje de cumplimiento de la Norma de Calidad y BPTS por ámbitos de el Restaurante Nativo. ....	69
<b>Figura Nº 31.-</b> Porcentaje de cumplimiento de la Norma de Calidad y BPTS por ámbitos de el Restaurante Cris Burguer. ....	70
<b>Figura Nº 32.-</b> Porcentaje de cumplimiento de la Norma de Calidad y BPTS por ámbitos de el Restaurante Descanso Marinero.....	71

<b>Figura N° 33.-</b> Porcentaje de cumplimiento de la Norma de Calidad y BPTS por ámbitos de Giuseppe's Restaurant. ....	72
<b>Figura N° 34.-</b> Porcentajes de cumplimiento del ámbito Mandatorio de los establecimientos partícipes en el proyecto.....	74
<b>Figura N° 35.-</b> Porcentajes de cumplimiento del ámbito Organizacional y de Soporte, de los establecimientos partícipes en el proyecto.....	75
<b>Figura N° 36.-</b> Porcentajes de cumplimiento del ámbito de Edificación, de los establecimientos partícipes en el proyecto. ....	76
<b>Figura N° 37.-</b> Porcentajes de cumplimiento del ámbito de Responsabilidad Ambiental, de los establecimientos partícipes en el proyecto. ....	77
<b>Figura N° 38.-</b> Porcentajes de cumplimiento del ámbito de Responsabilidad Social, de los establecimientos partícipes en el proyecto.....	78
<b>Figura N° 39.-</b> Porcentajes de cumplimiento del ámbito de Seguridad y Salud Ocupacional, de los establecimientos partícipes en el proyecto.....	79
<b>Figura N° 40.-</b> Porcentajes de cumplimiento del ámbito de Buenas Prácticas de Manufactura, de los establecimientos partícipes en el proyecto. ....	81
<b>Figura N° 41.-</b> Porcentajes de cumplimiento del ámbito de Atención al Cliente de los establecimientos partícipes en el proyecto. ....	82
<b>Figura N° 42.-</b> Estructura básica del programa de calidad .....	83
<b>Figura N° 43.</b> Delimitación y definición de los ejes estratégicos.....	86
<b>Figura N° 44.-</b> Fases del Programa de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para los establecimientos de A&B de Puerto Baquerizo Moreno.....	91
<b>Figura N° 45.-</b> .- “Modelo de Gestión del programa de desarrollo turístico con énfasis en la implementación de “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas de Pto. Baquerizo Moreno” .....	95

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla Nº 1.-</b> Generación de residuos sólidos en San Cristóbal .....	18
<b>Tabla Nº 2.-</b> Instituciones educativas de el Cantón San Cristóbal.....	21
<b>Tabla Nº 3.-</b> Ocupaciones por rama de actividad.....	22
<b>Tabla Nº 4.-</b> Total de establecimientos turísticos en San Cristóbal .....	23
<b>Tabla Nº 5.-</b> Atractivos turísticos y sus actividades permitidas según su cantón. ....	25
<b>Tabla Nº 6.-</b> Actores locales del cantón San Cristóbal .....	28
<b>Tabla Nº 7.-</b> Establecimientos de turísticos del cantón San Cristóbal. ....	29
<b>Tabla Nº 8.-</b> Categorización de los establecimientos turísticos del cantón San Cristóbal. ....	31
<b>Tabla Nº 9.-</b> Establecimientos de alimentos y bebidas de la parroquia Pto. Baquerizo Moreno que son parte del Catastro Turístico 2018. ....	33
<b>Tabla Nº 10.-</b> Perfil de turistas según su país emisor.....	36
<b>Tabla Nº 11.-</b> Actores locales que están presenten en la zona de influencia del presente proyecto.....	38
<b>Tabla Nº 12.-</b> Resultados de la aplicación de la ecuación para la disposición de la muestra a ser aplicada en cada uno de los establecimientos de alimentos & bebidas de la parroquia de Pto. Baquerizo Moreno .....	39
<b>Tabla Nº 13.-</b> Número de encuestas aplicadas por establecimiento de alimentos & bebidas de la parroquia de Pto. Baquerizo Moreno.....	41
<b>Tabla Nº 14.-</b> Porcentaje de cumplimiento restaurante “Midori” .....	58
<b>Tabla Nº 15.-</b> Porcentaje de cumplimiento restaurante “Miconia” .....	59
<b>Tabla Nº 16.-</b> Porcentaje de cumplimiento restaurante “Calypso” .....	64
<b>Tabla Nº 17.-</b> Porcentaje de cumplimiento del restaurante “Cangrejo Loco” ....	62
<b>Tabla Nº 18.</b> Porcentaje de cumplimiento del restaurante “Rosita”. ....	63
<b>Tabla Nº 19.</b> Porcentaje de cumplimiento del restaurante “Nativo Bar y Café”. ....	65
<b>Tabla Nº 20.-</b> Porcentaje de cumplimiento del restaurante “Cris Burguer”.....	66

<b>Tabla N° 21.-</b> Porcentaje de cumplimiento del restaurante “Descanso Marinero” .....	67
<b>Tabla N° 22.-</b> Porcentaje de cumplimiento del restaurante “Guiseppe” .....	68
<b>Tabla N° 23.-</b> Estrategias y plan de acción .....	86
<b>Tabla N° 24.-</b> Cronograma para la implementación de un Programa de Calidad.....	89
<b>Tabla N° 25.-</b> Presupuesto consolidad de el proyecto.....	90
<b>Tabla N° 26.-</b> Matriz seguimiento y evaluación del programa del proyecto .....	96



## INTRODUCCIÓN

“Las islas Galápagos se encuentran situadas en el Océano Pacífico a 972 km del oeste de la costa ecuatoriana, de las cuales posee 5 islas principales: San Cristóbal, Floreana, Fernandina, Santa Cruz e Isabela, conformando así un total de 13 islas grandes, otras 6 islas las cuales podrían ser consideradas medianas, 42 islotes pequeños y más de 26 rocas” (INOCAR, 2011).

Son conocidas nacional e internacionalmente, por ser uno de los lugares altamente conservado y protegido del mundo, razón por la cual posee varias entidades protectoras que, tienen el mismo propósito de cuidar, conservar y proteger Galápagos, entre ellas se puede mencionar al Sistema Nacional de Áreas Protegidas, Patrimonio Natural de la Humanidad, Parque Nacional Galápagos, entre otras (Parque Nacional Galápagos, 2014).

Entre todas sus islas e islotes, se destacará la isla San Cristóbal, capital de la provincia, la cual hoy en día es conocida a nivel mundial por su belleza natural y endémica; cuenta con 7.199 habitantes según el censo del 2015; y, su cabecera cantonal Puerto Baquerizo Moreno (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, p. 18, 2015). En el 2018 se logró registrar un total de ingreso de 275.817 turistas a las Islas Galápagos, de los cuales el 66% son de origen extranjero (182.037 turistas), frente a un 34% de turistas nacionales (93.780 turistas). Por lo que cabe mencionar que, respecto a la puerta de entrada de los turistas hacia las islas, el 76% de arribos (209.403 turistas) fueron por el aeropuerto de Baltra, en la isla Santa Cruz y el 24% de arribos (66.414 turistas) ingresaron por el aeropuerto de la isla San Cristóbal (Observatorio de Turismo Galápagos, p. 6, 2018)

Se debe destacar que, dentro de las modalidades y actividades económicas ligadas al turismo dentro de la provincia de Galápagos, se deben basar principalmente en una serie de factores, como: i. Fortalecimiento de la cadena de valor local; ii. Conservación del entorno; iii. Ámbitos ambientales; iv.

Principios de Sostenibilidad; v. Calidad en los servicios turísticos ofrecidos. Todo lo anteriormente mencionado desarrollado por medio de modelos de turismo factibles para la conservación y protección de los ecosistemas, bajo el consentimiento a lo dispuesto dentro del reglamento de la Ley Orgánica de Régimen Especial de Galápagos (Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas, p. 11, 2016).

Actualmente, según información del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Cristóbal existen un total de: “21 establecimientos de alimentos y bebidas”, divididos entre las categorías de: i. Cafetería; ii. Fuentes de Soda; y, iii. Restaurantes. Cabe resaltar que para el presente trabajo de titulación se tomarán en cuenta únicamente a los establecimientos establecidos dentro del área de restauración. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Cristóbal, 2018).

Es importante mencionar, en el comienzo del presente proyecto piloto que, por medio de información adquirida por el Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos, se estima que un 63% de los propietarios de los establecimientos de alimentos y bebidas en Puerto Baquerizo Moreno, isla San Cristóbal, no recibieron una preparación adecuada para la creación de sus negocios, tanto para su administración, como para la implementación y desarrollo de buenas prácticas de turismo sostenible y calidad en el servicio dentro de cada establecimiento; por lo cual, iniciaron la creación de sus empresas en base a su experiencia y de manera empírica (CGREG, 2017).

Lo antes mencionado, es fundamental para ofrecer un producto y servicio de calidad a un mercado turístico que cada vez es más exigente, también es importante citar que dentro de las Islas Galápagos no se cuenta con una institución de educación superior o cualquier institución similar, que pudiera impartir los conocimientos necesarios a los pobladores para así adquirir las bases precisas para crear un negocio con todos los manuales de calidad y

buenas prácticas, tanto para la producción de sus productos como en el servicio.

En este contexto, a través del presente trabajo de investigación se evidenciará el estado actual de los restaurantes participantes en el proyecto, con el fin de determinar sus fortalezas y debilidades, para de esta manera desarrollar estrategias y un adecuado plan de acción y, posteriormente la implementación de un Programa de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible en los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón San Cristóbal.

## **Objetivos**

### **Objetivo general:**

- Generar una propuesta de desarrollo turístico para la implementación de buenas prácticas de turismo sostenible para los establecimientos de alimentos y bebidas que operan en Puerto Baquerizo Moreno, isla San Cristóbal.

### **Objetivos específicos:**

- Realizar el diagnóstico de la situación actual, entorno a la calidad del servicio e implementación de buenas prácticas de turismo sostenible, que presentan los establecimientos de alimentos y bebidas que operan en Pto. Baquerizo Moreno, isla San Cristóbal.
- Evaluar los procesos internos de cada uno de los establecimientos de alimentos y bebidas que operan en Pto. Baquerizo Moreno, isla San Cristóbal.
- Diseñar un programa de desarrollo turístico con énfasis en la “Implementación de Estándares de Calidad y de Buenas Prácticas de Turismo Sostenible en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas en Pto. Baquerizo Moreno”.
- Generar un modelo de gestión para la optimización del programa de desarrollo turístico con énfasis en la “Implementación de Estándares de Calidad y de Buenas Prácticas de Turismo Sostenible en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas de Pto. Baquerizo Moreno”.

## **Justificación**

Una vez que las empresas hayan comprendido y reconocido la importancia que tiene la calidad y la fidelidad del cliente a través de la misma, el siguiente paso a considerar debería ser el como lograr conseguir lo anteriormente mencionado. Los servicios y/o productos ofrecidos por los establecimientos deben conservar aquellas particularidades que sus clientes demanden y valoricen, con el propósito de alcanzar sus expectativas o incluso superarlas (Pamies D, 2004).

En este contexto, y con la finalidad de cumplir lo antes citado, la calidad debe ser adoptada por todos los integrantes de la empresa, extendiendo cada una de sus normas y estándares a cada área de la organización (Vargas & Aldana, 2014).

Por lo anteriormente citado, una vez que se hayan detectado las debilidades dentro de cada una de las áreas en los establecimientos de alimentos y bebidas de Puerto Baquerizo Moreno, en la isla San Cristóbal, se ha considerado necesario el proponer la implementación de un programa de desarrollo turístico con énfasis en la implementación de “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas de Pto. Baquerizo Moreno”, el cual otorgará la posibilidad de definir procesos y acciones, los mismos que permitirán ofrecer un servicio de alta calidad a sus clientes, adquirir y mejorar los conocimientos y el desempeño de sus colaboradores y, además de incrementar la competitividad y productividad de la empresa.

De igual manera, con lo anteriormente mencionado, el presente proyecto de titulación se puede vincular con el Objetivo N°5 del Plan del Buen Vivir, el cual nos menciona “Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017), el objetivo antes mencionado

pertenece a la Política 5.1. la cual se refiere a “generar empleo digno y de calidad, incentivando al sector productivo a aprovechar las infraestructuras y capacidades instaladas, las cuales les permitan incrementar la productividad y valor, para satisfacer con calidad y desarrollar la oferta de manera estratégica” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017). De igual manera, dicho proyecto está articulado con la línea de investigación de la Universidad de las Américas sobre “salud y bienestar”, por lo que se lo puede vincular con el lineamiento de la Escuela de Hospitalidad y Turismo que corresponde a “la creación y mejora continua de empresas turísticas y de hospitalidad” (Universidad de las Américas, 2017)

### **Métodos, técnicas e instrumentos**

Para viabilizar el programa de desarrollo turístico propuesto, el mismo que hace énfasis a la implementación de “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas de Pto. Baquerizo Moreno”, se aplicó una metodología de investigación con enfoque mixto, en la que se involucró el análisis y recolección de datos cuantitativos y cualitativos, acreditando datos verbales, visuales, numéricos y textuales, con la finalidad de realizar conclusiones, producto de toda la información recolectada y así obtener una mayor comprensión de la presente problemática (Sampieri, 2014, pág. 534).

La investigación descriptiva, permite recoger y/o medir información de un objetivo, grupo o proceso del que se necesite analizar. (Sampieri, 2014, pág. 92). Adicionalmente permite describir las tendencias de la población o de los grupos, en este caso de los establecimientos de alimentos y bebidas, mostrando con precisión los ángulos de una situación dentro de las áreas de interés a analizar como: operativa, comercial y administrativa; lo que también permite al investigador definir y visualizar lo que se medirá, hipótesis, posibles soluciones y quienes estarán involucrados en la recolección de datos (Sampieri, 2014, pág. 92).

Para el enfoque cuantitativo, tomando en cuenta que “la calidad en el servicio se define y percibe por medio del enfoque general el consumidor cerca del predominio global del producto y servicio recibido por parte del establecimiento” (Camisón, Cruz y González, p. 896, 2006), se utilizó el modelo de sondeo de opinión, el cual permitió medir las opiniones de los clientes de manera individual con relación al tema de investigación en curso, es decir, el servicio de cada establecimiento (Champagne, 2002). De igual forma, dicho sondeo de opinión se destinó a los clientes externos de cada restaurante ya sean turistas nacionales, extranjeros o locales, quienes fueron los que recibieron el servicio.

Finalmente, se empleó la lista de verificación de la normal de “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para Establecimientos de A&B”, otorgada por la empresa Turismo Práctico y Gestión Ambiental S.A., presentando como objetivo principal determinar los resultados sobre el cumplimiento e incumplimiento de cada ámbito expuesto en la citada norma dentro de los establecimientos participantes en el presente proyecto.

Adicional, es necesario mencionar que, la práctica de este modelo permite visualizar de manera clara a aquellos aspectos que ayudarán a alcanzar un objetivo en común, el mismo que es “La mejora de calidad del servicio de la empresa”. Dichos aspectos son: a. Definir la diferencia entre percepción y expectativa de los clientes; b. Señalar los componentes claves que determinan las expectativas, como por ejemplo las experiencias con el servicio y comunicación externa (Camisón, Cruz y González, 2006, Pp. 918-923).

## **1 CAPITULO I. MARCO TEORICO**

Para la elaboración del presente proyecto fue necesario realizar una minuciosa exploración de varios términos, con el objetivo de facilitar una mejor comprensión de este. En este contexto, a continuación, se conceptualizan aquellos términos más relevantes que constituyen la columna vertebral del

presente trabajo de titulación, el mismo que establece la propuesta para la implementación de buenas prácticas de turismo en los establecimientos de alimentos y bebidas de la isla San Cristóbal, provincia de Galápagos.

En relación a la restauración, se puede definir como restaurante al establecimiento público que ofrece el servicio de alimentos y bebidas, para ser consumidos dentro del mismo local, mediante la toma de pedidos y a cambio de precios designados (Real Academia Española, s.f.).

A pesar de hoy en día tener un concepto claro, a lo largo de la historia ha sido difícil tratar de determinar el comienzo de restauración como tal. Gracias a hallazgos de documentos escritos prehistóricos encontrados en Egipto en el año 512 a.C., sobre testimonios de viajeros quienes se detenían a comer y beber en paraderos públicos, así se logró interpretar la existencia de lugares que ofrecían un servicio de alimentos y bebidas, pero que ofrecía un menú limitado; así mismo, en Roma se creó el primer establecimiento denominado “taberna” en el siglo XVI, el cual estaba dedicado a hombres de negocios y personas en general, a quienes sus labores no les permitía comer en casa (Ecuador Inmediato, 2010).

Posteriormente, en 1765 nació el primer establecimiento denominado ya como “restaurante” ubicado en la Rue Des Poulies de París, dicho establecimiento cobraba precios muy excesivos por lo que se lo catalogaba como un lugar exclusivo, su creador fue el cocinero Dossier Boulanger, quien para atraer sus primeros comensales decidió colocar un letrero afuera de su local la siguiente frase en latín: “*Venid ad me omnes qui stomacho laboratis, et ego restaurabo vos*” que en español significa: “*Venid a mi hombres de estómago cansado, que yo os restauraré*”, lo cual también se convirtió en su sello y pasó de servir “caldos restaurantes” a ofrecer platos a la carta, y así, gracias a ello y a la Revolución Francesa, fueron apareciendo imitaciones de la creación de Boulanger a lo largo de Europa y el mundo (La Vanguardia, 2018).

En este sentido, luego de la segunda guerra mundial las personas posibilitadas económicamente comenzaron a comer fuera de casa y por ende frecuentar restaurantes, lo que ayudo a la evolución de dichos establecimientos y de la gastronomía, por lo que la restauración fue evolucionando de la mano con el turismo (Academia Argentina de Gastronomía, 2012).

Sin lugar a duda, esta actividad ha motivado desde un inicio, al desplazamiento de los habitantes fuera de su lugar usual de residencia, propiciando así la generación de la actividad turística.

Según la Organización Mundial del Turismo, “el turismo es el acontecimiento cultural, social y económico, que incluye a personas que se trasladan a lugares fuera de su lugar de residencia tradicional por motivos personales, de ocio o de negocio” (OMT, 1994).

Cabe resaltar, que el turismo comenzó de la mano con la historia de la humanidad, ya que se puede tomar como a los primeros turistas a las personas nómadas, quienes ya realizaban la actividad de desplazamiento fuera de su lugar habitual con frecuencia sin establecerse en un solo lugar (Deza, 2008). Por lo cual, el turismo ha ido cambiando conforme el hombre ha ido evolucionando, adaptándose así a sus necesidades, las mismas que con el tiempo se vuelven más exigentes.

Gonzáles y Ramos (2014), nos dicen que “el conocer la historia del turismo, su importancia y como ha llegado a ser hasta hoy, sin duda ayuda a valorarlo”

Se puede decir, que el turismo se ha mantenido motivado según la época como, por ejemplo: ocio, trabajo, motivos migratorios, religión, comercio, entre otros más. Por ello, las etapas del turismo mundial se han dividido en: i. Edad Antigua - 3000 a.C al 476 d.C, ii. Edad Media- 477 d.C al 1453, iii. Edad moderna - 1454 al 1789, iv. Edad Contemporánea - 1790 en adelante (Gonzáles P. y Ramos J. 2014).



Cada época marcando hitos a través de los siglos, por ejemplo: a. Edad Antigua: los griegos, realizaron los primeros desplazamientos tomados como viajes, debido a los juegos olímpicos que se realizaban en la época; por otro lado, Heródoto, padre de los escritos del turismo, describe viajes realizados en dicha época; b. Edad Media: surge el tipo de viajes por motivos de peregrinaciones religiosas, la actividad del hospedaje y se cree la existencia de guías de viajeros con información sobre los lugares visitados y a los que cruzarían; c. Edad Moderna: Grand Tour, los jóvenes aristócratas al culminar sus estudios realizaban viajes para obtener experiencia y así completar sus conocimientos, adicional se presentó la revolución industrial, en la cual se creó la base del turismo de masas; d. Edad Contemporánea: comienzan a surgir productos turístico como el turismo de montaña o de salud, de igual forma surgen los pioneros del turismo como lo fue Thomas Cook, quien fue la primera persona quien creo el primer viaje organizado de la historia (Gonzáles P. y Ramos J, 2014).

Cada acontecimiento permitió obtener un concepto definido sobre el turismo y su futuro, por lo que se puede decir que, gracias a ellos, el sector turístico camina hacia una tecnología sofisticada que a la vez ayuda a ofrecer un mejor servicio y producto, que satisfaga a un mercado cada vez más exigente (Gonzáles P. y Ramos J, 2014).

Además, se deberá tener claro el concepto sobre “turismo sostenible”, por lo que se puede decir que, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo “el turismo sostenible es aquel que busca satisfacer las necesidades tanto de los turistas como de la comunidad, donde se encuentra establecido y a su vez busca mejorar y proteger sus oportunidades dentro de varios ámbitos” (2008). Lo que se logrará haciendo un uso óptimo y responsable de los recursos ambientales, pero a su vez conservarlos; además de respetar sus cualidades socioculturales y garantizar que las operaciones económicas sean beneficiosas a los miembros de la comunidad (Rainforest Alliance, 2008).

En este contexto, al tratar el ámbito de turismo sostenible, es necesario establecer que son las “buenas prácticas de turismo sostenible”. Es así, que referidas prácticas tienen como finalidad fortalecer la administración de una empresa a través de una gestión sostenible, cubriendo en su totalidad los aspectos socioculturales, empresariales y ambientales; permitiendo la generación de una operación eficiente y responsable, consciente de conservar su entorno, para así lograr la satisfacción de los clientes y de la comunidad en general” (Rainforest Alliance, 2008).

Por otro lado, es necesario tener en cuenta que toda actividad productiva, entre ellas la restauración, además de aplicar las buenas prácticas de turismo sostenible, debe considerar obligatoriamente la aplicación de estándares de calidad de manera transversal en su negocio, los mismos que son considerados como la estrategia más fuerte ante la competencia de una empresa.

“La calidad de un producto o servicio no es lo que se puso en él. Es lo que el cliente obtiene de ellos” (Peter Drucker, s.f.)

Por lo que, también es fundamental tener clara la definición de calidad y su etimología con una perspectiva mayormente alineada hacia el sector de servicios, para ello se citará a varios conocidos como los “Maestros de la calidad”, quienes han proveído valiosos aportes y con los cuales se ha logrado llegar a obtener un concepto claro y concreto sobre la misma.

Según la Real Academia Española (2019), la palabra calidad proviene del latín “*qualitas*” que se refiere a particularidades de algo, y significa “propiedad o conjunto de propiedades esenciales a algo, y su término permite evaluar y determinar su valor.”

Según J. M. Juran definía a la calidad como “la adecuación al uso, satisfaciendo las necesidades del cliente” y para una definición más profunda se debe saber que ésta se refiere a la adecuación al uso, ramificada en dos

direcciones: a. características del producto para satisfacer las necesidades del cliente; y, b. la ausencia de deficiencias (Juran, 1990, p. 14).

De modo similar, W. Edwards Deming nos dice que “la calidad se trata de una cadena de cuestionamientos que dirige hacia una mejora continua de las operaciones y procesos, destinados a proveer más satisfacción a los clientes, a costes cada vez más bajos” (Deming, 1989, p. 141).

Por último, el señor Rafael Piccolo aporta otro concepto sobre calidad, que dice: “calidad es un proceso de mejora continua, en el cual todas y cada una de las áreas de la compañía deben participar activamente, con el fin de lograr la satisfacción del cliente, e incluso aumentar su productividad, adquirido con esfuerzo y disciplina de todos sus colaboradores” (Navarro, 2018).

Cabe resaltar, que con el pasar del tiempo los consumidores son más exigentes con las empresas que ofrecen servicios y/o productos, por lo que es elemental que las organizaciones comprendan la importancia de implementar un sistema de mejora continua, por medio del cual se pueda satisfacer las necesidades del consumidor o incluso anticiparse a ellas, y de esta manera llegar incluso a fidelizar al cliente (Álvarez I., Álvarez G., y Bullón. 2006).

Sin lugar a duda, el diseño y puesta en marcha de un sistema de calidad en una empresa traería una serie de beneficios, entre los cuales se puede citar: satisfacción de los clientes, satisfacción del personal de la empresa, optimización de resultados, reducción de costes y agilidad en los procesos, incluso la eliminación de defectos (Álvarez I., Álvarez G., y Bullón. 2006).

Por consiguiente, tomando en cuenta los conceptos antes citados, cabe señalar que específicamente la actividad de restauración a nivel global ha llegado a ocupar un sitio muy importante en la industria del turismo. Es así, que en los últimos años en Pto. Baquerizo Moreno, capital de la provincia insular de Galápagos, según el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Cristóbal (2017), el número de emprendimientos que prestan el servicio de

alimentos & bebidas se ha incrementado sustancialmente, llegando a un total de 33 establecimientos, catalogados entre restaurantes, cafeterías y bar-restaurante, los mismos que aportan con un 32% a la economía local, generando así fuentes de empleo para los habitantes de la localidad. Es importante mencionar, que para el desarrollo del presente trabajo de titulación se tomó en cuenta al universo total de los comercios catalogados como “restaurantes”, los mismos que constan en el Catastro Turístico del Cantón San Cristóbal, emitido por el GAD Municipal de San Cristóbal (2018); Donde, gran parte de dichos comercios han sido creados de forma empírica, y varios de sus propietarios no tienen una educación superior, por lo que carecen de conocimientos sobre la importancia de implementación de sistemas de mejora de la calidad y buenas prácticas de turismo sostenible en sus establecimientos.

## 2 CAPÍTULO II.- CARACTERIZACIÓN SITUACIONAL DEL TERRITORIO

### 2.1 Caracterización de la zona de influencia del proyecto

#### 2.1.1. Aspectos generales

##### A. Contexto territorial

“Las islas Galápagos se encuentran situadas en el Océano Pacífico en una de las zonas de mayor actividad volcánica en el planeta, a 972 km (525 millas náuticas) del oeste de la costa ecuatoriana (Figura No. 1), siendo sus coordenadas exactas son 01°40´N 01°36´S y 092° 01´W” (INOCAR, 2011).



Figura Nº 1.- Ubicación de las Islas Galápagos.

Tomado de: Google Imágenes, 2019.

El archipiélago es de origen volcánico, y geológicamente, en contraste de otras regiones del planeta, son consideradas relativamente jóvenes (3-5 millones de años); tiene una superficie total de 8.010 km<sup>2</sup>, de los cuales el 96,7 % corresponden a Parque Nacional, y el restante 3,3% a áreas colonizadas (agrícolas y urbanas) en las islas Floreana, Santa Cruz y San Cristóbal (DPNG, 2014).



**Figura Nº 2.-** Ubicación geográfica de la zona de emplazamiento del proyecto, Cantón San Cristóbal; Parroquia urbana: Pto. Baquerizo Moreno

Tomado de: Google Imágenes, 2019.

Las 5 islas principales, que superan los 500 km<sup>2</sup> son: i. Santiago (no habitada); ii. Fernandina (no habitada); iii. San Cristóbal (7.199 habitantes); iv. Isabela (2.344 habitantes); v. Santa Cruz (15.701 habitantes). Mientras que las 8 islas que poseen una dimensión entre 14 y 173 km<sup>2</sup> son: i. Floreana (150 habitantes); ii. Marchena; iii. Genovesa; iv. Baltra; v. Santa Fe; vi. Española; y, vii. Pinzón. Cabe resaltar también, la presencia de 5 islas no habitadas, entre 1 y 5 km<sup>2</sup> que son: Rábida, Tortuga, Wolf, Darwin y Bartolomé; y finalmente, 42 islotes de 1 km<sup>2</sup> o menos (INOCAR, 2010).

### **B. Ubicación geográfica de la zona de influencia directa del proyecto**

El presente proyecto de investigación se llevará a cabo en Pto. Baquerizo Moreno, capital de la provincia de Galápagos, la misma que se localiza al suroeste de la isla San Cristóbal (Figura No. 2), y posee una superficie total de

558 km<sup>2</sup>, de los cuales 83,9 % es áreas protegida, y el 16,1% corresponde a áreas colonizadas (DPNG, 2014).

### C. División política

Administrativamente, el archipiélago es una de las 24 provincias de la República del Ecuador, y está constituido por tres cantones, los cuales son: i. San Cristóbal; ii. Santa Cruz, e; iii. Isabela, siendo sus cabeceras cantonales, Pto. Baquerizo Moreno, Pto. Ayora y Pto. Villamil, respectivamente (Figura No. 3).



**Figura Nº 3.-** División Política de las Islas Galápagos.

Tomado de: Google Imágenes, 2019.

## 2.1.2. Aspectos ambientales

### A. Clima y altitud

El Archipiélago de Galápagos – del cual forma parte la isla San Cristóbal – posee un clima subtropical. Existe una época de lluvias fuertes y calor, que va de enero a mayo y una temporada que posee menos precipitaciones y temperaturas menores que van de junio a diciembre.

Sin lugar a dudas, el clima de las islas Galápagos está determinado por varios factores, como son: i. Ubicación geográfica; ii. Altitud; iii. Formación geológica; iv. Vientos, pero sobre todo; vi. Corrientes oceánicas. Así, la corriente cálida de Panamá que ingresa desde el norte hacia las Galápagos entre los meses de

diciembre a fines de mayo, trayendo consigo un clima cálido – húmedo, con una temperatura ambiental promedio de 25°C a 28°C (Ecuador Explorer, 2018).

Mientras tanto, entre los meses de junio a fines de noviembre, el archipiélago recibe la influencia de la corriente fría de Humboldt, la cual llega del sur y crea un clima frío, produciendo una temperatura ambiental promedio baja de 21°C, llegando incluso a los 16°C, acompañada de vientos fuertes y fríos. De igual forma la temperatura del mar baja, y a menudo es muy movido, a pesar de ello la vida marina se prolifera y es perfecto para practicar actividades como buceo y snorkel (Ecuador Explorer, 2018).

## **B. Flora y fauna**

Es importante indicar que el mayor atractivo del archipiélago de Galápagos, y por el cual es reconocido mundialmente, es su gran biodiversidad de flora y fauna única en el mundo, y cuyos ancestros arribaron hace millones de años, cambiando y adaptándose al medio ambiente con el fin de sobrevivir. Es por tal razón, entre otros aspectos, que el 8 de septiembre de 1978 Galápagos fue declarado Patrimonio Natural de la Humanidad, título declarado por parte de la UNESCO, al cumplir con todos los requisitos implantados por dicho organismo. Gracias a ello, también ayudó a impulsar un mayor esfuerzo por la conservación y protección de los ecosistemas de Galápagos, y restaurar aquellos que ya han sido alterados (Parque Nacional Galápagos, s.f.).

En cuanto a la isla San Cristóbal específicamente, ésta es famosa por su gran variedad de fauna y flora endémica y nativa, cuyas especies únicas se distribuyen, según el Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos (2015), en 4 zonas de vida, las cuales son:

- I. Zona litoral: se encuentra a poca distancia de la línea costera, a 10 m aproximadamente, en ella se puede encontrar vegetación adaptada a un ambiente salobre, por ejemplo el mangle negro.

- II. Zona árida: ubicada un poco más alejada de la línea costera alrededor de 180 msnm, aquí se puede observar cactus opuntia.
- III. Zona de transición: empieza desde los 200 msnm, se considera zona de vegetación de transición, donde se destaca la presencia de especies como el guayabillo.
- IV. Zona húmeda: subdividida entre varias zonas como:
  - a. Zona de Scalesia, entre 200 y 500 m de altura y es conocida por ser un área de cultivo y ganadería.
  - b. Zona de Pampa, desde los 500 msnm o más y está compuesta por helechos y ciperáceas esencialmente.
  - c. Zona de Miconia, va desde los 450 a 600 msnm, y se caracteriza por la presencia de un arbusto endémico llamado cacaotillo (*Miconia robinsoniana*).

En este contexto, entre las especies de plantas endémicas (EN) y nativas (NT) más representativas de la isla San Cristóbal, podemos citar a: Calandrinia galapagosa (EN); Algodoncillo (EN); Cactus candelabro (EN); Supirrosa endémica (EN); Miconia robinsoniana (EN); Manzanillo (NT); Mangle rojo (NT); Lechuga de mar de Galápagos (NT); Cactus gigante (EN); entre varias especies más, las mismas que pueden ser observadas en varios sectores de la isla (Darwin foundation, 2018)

Así mismo, se puede apreciar un sin número de especies de fauna nativa (NT) y endémica (EN) para el archipiélago de Galápagos, y que están presentes desde la zona marina costera hasta la parte alta de la isla San Cristóbal, entre los que se pueden mencionar a: lobos marinos (EN), tiburón martillo (NT), fragatas (NT), gaviotas de cola bifurcada (NT), piqueros patas azules (EN), piqueros nazca (NT), pinzones de Galápagos (EN), iguanas marinas de Galápagos (EN); y por su puesto, una de las especies más representativas de la provincia, las tortugas gigantes o Galápagos (EN), en el cantón se puede encontrar específicamente una clase de tortugas, es decir, la *C. chathamensis*; las cuales se pueden observar en estado natural al noreste de la isla, en el sector conocido como



Punta Pitt; y en estado semi natural, en el centro de visitantes, y crianza de tortugas terrestres conocido como “Centro de Crianza de Tortugas Terrestres David Rodríguez”, ubicado al sur de la isla a 22,4 km, a 40 minutos de Pto. Baquerizo Moreno (Darwin Foundation, 2018).

## **2.2. Aspectos sociales – culturales**

### **A. Población y sexo.**

San Cristóbal se encuentra conformado por 1 parroquia urbana conocida como Puerto Baquerizo Moreno, la cual es el puerto de la isla, es donde se concentra la mayor cantidad de población y donde se realiza la mayoría de actividades político – administrativas; adicional cuenta con dos parroquias llamadas: i. Parroquia rural El Progreso, ubicada en la parte alta de la isla a 7 km específicamente; donde se centra la gran cantidad de actividades relacionadas a la agricultura y ganadería; y, ii. Parroquia rural Floreana, ubicada en la isla del mismo nombre, la cual a pesar de ser una isla diferente y ubicada a 121 km de distancia y 2 horas en lancha desde San Cristóbal, también es considerada parte de la administración de la Municipalidad de San Cristóbal (GAD Municipal de San Cristóbal, 2015).

De acuerdo al último Censo de Población y Vivienda, realizado en el año 2015, el cantón cuenta con un total de 7.199 habitantes, de los cuales en su mayoría de población se centra en el área urbana y se dividen de la siguiente manera: i. Puerto Baquerizo Moreno, con una población de 6.553 habitantes (91,03%); ii. El Progreso, cuenta con 535 habitantes (7,43%); y, iii. Floreana, con un total de 111 habitantes (1,54%), también, se debe considerar a la población flotante, cuya población no es considerada administrativamente inscrita en el censo de población ya que residen temporalmente, esta comunidad cuenta con un porcentaje significativo del 8%. De manera general en San Cristóbal, se considera que dentro de su población el 52,4% son hombres y el 47,6% son mujeres (INEC, 2015).

Según el plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón San Cristóbal 2015-2019, el 76.5% de la población se considera mestiza, y su porcentaje restante se encuentra dividido entre blanco (8.8%), indígena (6.5%), afro descendiente (2.7%), mulato (2.3%), montubio (1.4%) y otros (1.4%) (GAD Municipal de San Cristóbal, 2015). Así también, en los censos elaborados en los periodos del año 2001, 2010 y 2015 se pudo registrar un porcentaje de analfabetismo en San Cristóbal del 1.3%. Adicional, se conoce que existe el porcentaje del máximo nivel de instrucción de la población residente habitual del cantón de 25 años o más, que se divide como educación básica (31,84%), educación superior (28.03%), pero del 100% de las personas graduadas de colegios solo el 26% deciden terminar un carrera de tercer nivel, a esto se le puede atribuir la carencia de universidades de nivel superior en la provincia de Galápagos (CGREG, 2014).

### **B. Calidad del agua**

El agua que se consume en el catón San Cristóbal, el 89,9% se lo realiza a través de red pública, un 1,60% por otra fuente, 8% por carro repartidor, 0.2% por grieta o pozo, y, 0.2% por agua de lluvia. Cabe mencionar que en el año 2013 se inauguró la planta potabilizadora de agua en San Cristóbal; a pesar de ello, según el censo de condiciones de vida elaborado en el 2015, la población del cantón califica a la calidad de agua entre los rangos de regular y mala con un 82,7% (CGREG, 2015, pp. 77-78).

### **C. Saneamiento**

Con respecto al procesamiento de desechos sólidos, se debe mencionar que desde el año 2006, el GAD Municipal del Cantón San Cristóbal con el apoyo de entidades internacionales, han podido implementar un programa de manejo de residuos sólidos, el que incluye una ordenanza sobre la recolección periódica de los residuos orgánicos, reciclables y no reciclables, llegando así al 94,6% de viviendas del cantón, las mismas que se realizan por medio de carro recolector (CGREG, 2015, p. 81).

En el cantón existe un Centro de Gestión Integral, el mismo que fue inaugurado en el año 2007, en el cual se almacenan y procesan todos los desechos y demás residuos que se recolecta de la población, se clasifican dichos residuos por su sector de generación, como se puede observar en la siguiente tabla:

**Tabla Nº 1.-** Generación de residuos sólidos en San Cristóbal

<b>GENERACIÓN DE RESIDUOS SOLIDOS EN SAN CRISTOBAL</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>
Producción Per-cápita	0.559
Total de desechos sólidos (Ton/día)	4.17
Sector comercial (%)	20
Sector residencial (%)	67
Sector rural (%)	13
Embarcaciones turísticas (Ton/día)	0.8
Embarcaciones turísticas (%)	0.19

Tomado de: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón San Cristóbal 2015-2019, p 68.

En cuanto al alcantarillado, se reporta que una cobertura del 99% de la población, estando así el cantón San Cristóbal a la cabecera en este ámbito (CGREG, 2015, p. 78).

#### **D. Energía y telefonía**

El 100% de la población de la isla San Cristóbal se abastece de energía eléctrica a través de una central de energía térmica con equipos generadores a diésel. Además, cuenta con un parque eólico ubicado en la parte alta de la isla, en el cerro San Joaquín específicamente, el mismo que aporta al año el 32% de la demanda energética (CGREG, 2015).

En relación a las comunicaciones, la comunidad cuenta con servicio de telefonía fija por parte de la compañía nacional de telecomunicaciones CNT, y llega a un 88,7% de la población, ciertas viviendas no cuentan con dicho servicio por su

localización. La telefonía móvil en el cantón es alta, y su servicio se lo adquiere a través de las compañías Claro, CNT y Movistar; a pesar de ello el servicio de internet posee una cobertura muy baja (CGREG, 2015, p. 148)

### **E. Movilidad**

En relación a la movilidad, Puerto Baquerizo Moreno cuenta con un total de 36,21 km de vías, de este el 15% son asfaltadas (9% en buen estado y 6% en mal estado), 42% de vías adoquinadas y finalmente, el 42% del resto de sus vías son de tierra. Para acceder al resto de islas pobladas se lo puede hacer únicamente por vía aérea o vía marítima; la isla cuenta con un aeropuerto, que ofrece el servicio de transporte aéreo, ya sea para el continente o entre las demás islas que cuentan con aeropuerto (Baltra e Isabela), dicho aeropuerto es el segundo en dimensiones en comparación al aeropuerto de la isla Baltra. Cabe resaltar, que en el año 2011 ingresaron por medio del aeropuerto de la isla San Cristóbal un total de 112.125 personas (CGREG, 2015, p. 132).

Por otra parte, la movilidad marítima de las islas también es importante, ya que varias actividades económicas dependen en gran parte de este sistema, como lo son las actividades de pesca, turismo, transporte inter-islas, transporte de pasajeros entre los puertos, como también el transporte de carga desde el Ecuador continental hacia la provincia. En tal razón, en la actualidad San Cristóbal cuenta con 4 muelles principales, uno por el cual se realiza el embarque y desembarque de carga, otro utilizado específicamente para actividades pesqueras, y dos para actividades turísticas y de la población (CGREG, 2015, p. 136).

### **F. Educación**

El cantón San Cristóbal cuenta con varios establecimientos educativos de educación básica y bachiller, los cuales registran un total de 154 docentes y 2.198 estudiantes, en la siguiente tabla se puede observar de manera más detallada cada establecimiento y su ubicación:

**Tabla Nº 2.-** Instituciones educativas de el Cantón San Cristóbal.

<b>INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE EL CANTÓN</b>				
<b>Nombre de la institución</b>	<b>Niveles de educación</b>	<b>Total de estudiantes</b>	<b>Total de docentes</b>	<b>Parroquia</b>
Escuela Básica Fiscal Carlos Darwin	Hasta 10mo Educación básica	89	10	El Progreso
Escuela Básica Fiscal Amazonas	Hasta 10mo Educación básica	24	3	Santa María - Floreana
Escuela Básica Fiscal Alejandro Alvear	Hasta 10mo Educación básica	516	32	Pto. Baquerizo Moreno
Escuela Básica Fisco Misional San Cristóbal - Campus "Pedro Pablo Andrade"	Hasta 10mo Educación básica	582	32	Pto. Baquerizo Moreno
Colegio Fiscomisional San Cristóbal - Campus Alejandro Humboldt	Desde 8vo de básica a 3ro de bachillerato	425	29	Pto. Baquerizo Moreno
U. E. Liceo Naval	Inicial a 3ro de Bachillerato	315	23	Pto. Baquerizo Moreno
Colegio Fisco Misional Ignacio Hernández	Desde 8vo de básica a 3ro de bachillerato	247	25	Pto. Baquerizo Moreno
<b>TOTAL</b>		<b>2.198</b>	<b>154</b>	

Tomado de: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón San Cristóbal 2015-2019, pp. 29-30.

Adicional, es importante mencionar que, en el tema sobre el analfabetismo, se sabe que el 97,58% de la población del cantón sabe leer, y el 2,42% no (GAD Municipal de San Cristóbal, 2015, p. 35).

## **G. Salud**

La isla San Cristóbal cuenta con el hospital general "Oskar Jandl", el cual fue inaugurado el 22 de diciembre del 2014. Adicional al mismo, el cantón también cuenta con otras instituciones dedicadas a la prestación de servicios de salud, como: i. Subcentro de salud El Progreso; ii. Puesto de salud en Floreana; iii. Dispensario del IESS; y, iv. Dispensario de la Zona Naval (GAD Municipal de San Cristóbal, 2015).

Sin embargo, el mencionado hospital y demás instituciones no cubre en su totalidad las necesidades de salud de los residentes de la isla, lo cual se ha

convertido en un tema de preocupación entre los habitantes, ya que carecen de doctores especialistas en varias ramas y del equipo tecnológico necesario para atender las diversas afecciones a la salud, por lo cual los pobladores se ven obligados en su mayoría a trasladarse al Ecuador continental, en busca de una mejor atención médica especializada, según sus necesidades.

Cabe resaltar, que en adquisición de bienes para el consumo, salud, servicios básicos y de educación, San Cristóbal y Galápagos en general se encuentra en estado de dependencia con el Ecuador continental (CGREG, 2015).

Entre las principales enfermedades que se presentan en el cantón, son: i. Paratosis (425 casos); ii. IVU (238 casos); iii. EDA (143 casos); iv. Anemia (168 casos); v. Gastritis (48 casos); entre otras enfermedades (Hospital Oscar Jandl, 2011).

### **2.3. Información económica y ocupación**

Según datos estadísticos de el Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos, en base al Censo del año 2010, se estima que el total de número de habitantes de San Cristóbal el 29.1% (3637 personas) pertenece a la población económicamente activa, dividiéndolo en mujeres con el 38.8% (1410 mujeres) del 100%, y un 61.2% (2227 hombres), y la población en edad para trabajar esta establecida entre los 15 hasta los 64 años (CGREG, 2015).

En términos generales, como se puede apreciar en la siguiente tabla las principales ocupaciones del cantón son las actividades vinculadas al trabajado de servicios y vendedores (20.3%); seguido de, ocupaciones elementales (14.3%); luego, oficiales operarios y artesanos (12.4%), de igual manera al observar los porcentajes de la población económicamente activa de Galápagos en general, se pudo apreciar que San Cristóbal tiene un índice mayor de técnicos y profesionales de nivel medio con un 5.4%, en comparación a Santa Cruz e Isabela (Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos, 2010).

**Tabla Nº 3.-** Ocupación por rama de actividad - San cristóbal

<b>OCUPACIÓN POR RAMA DE ACTIVIDAD - SAN CRISTÓBAL</b>	
<b>Categoría o rama de actividad</b>	<b>Número</b>
Administración pública y defensa	696
Otras actividades	403
Comercio al por mayor y menor	399
Construcción	271
No declarado	264
Enseñanza	263
Actividades de alojamiento y servicios de comida	241
Transporte y almacenamiento	222
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	162
Industrias manufactureras	137
Actividades de los hogares como empleadores	135
Trabajador nuevo	87

Tomado de: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón San Cristóbal 2015-2019, p. 63

Las cifras antes citadas, de la población ocupada por rama de actividad, revelan en primer lugar a actividades de administración pública y defensa (19,13%); seguido de otras actividades (11,08%); luego actividades de comercio al por mayor y menor (10,97%). La actividad turística, según datos del 2015, genera alrededor del 17,7% empleos directos, para poder visualizar de una mejor manera sobre las actividades económicas proveniente netamente del turismo y sus establecimientos, se debe citar la siguiente tabla informativa:

**Tabla Nº 4.-** Total de establecimientos turísticos en San Cristóbal

<b>ACTIVIDADES RELACIONADAS AL TURISMO EN SAN CRISTÓBAL</b>	
<b>ACTIVIDAD</b>	<b>Número</b>
Alojamiento	79
Alimentos y bebidas	21
Operación e intermediación	44
Transporte turístico: Terrestre y marítimo	56
Otras actividades como: Guías naturalistas	167
Pescadores	512

Tomado de: Catastro de oferta turística del GAD Municipal de San Cristóbal, 2018.

Finalmente, se debe mencionar que las actividades de alojamiento y servicio de comidas, a pesar de estar ligadas directamente al turismo, es decir, a una actividad que con los años ha ido incrementado y destacando dentro de la provincia, dicha actividad se encuentra en el puesto N° 7 con un 6,62%. Por lo cual se debe considerar al turismo como una alternativa para incrementar la economía de la provincia, tomando en cuenta que hoy en día la actividad turística ha aumentado y se ha convertido de gran importancia.

#### **2.4. Historia de las Islas Galápagos**

La historia de las Islas Galápagos empezó con su descubrimiento histórico, el que se debe al obispo de Castilla de Oro (Panamá) llamado Fray Tomás de Berlanga, el 10 de marzo de 1535, el obispo realizaba un viaje a Perú por orden del rey de España, al ser arrastrado por la corriente durante algunos días, llega a las islas describiéndolas como un lugar tranquilo, en el que divisó también varias especies como los Galápagos, iguanas y aves mansas, esto y al verificar su posición fue lo que ayudó a confirmar que se trataba de una de las islas centrales de Galápagos (Black, 2017). Más tarde, luego de la visita de Tomás de Berlanga a las islas, varios navegantes europeos más llegaron a ellas, entre los que se puede mencionar a Richard Hawkins en 1593 y James Colett en 1793, este último dejó varias descripciones botánicas sobre especies singulares en las islas, adicional el fue el creador del conocido "Post Office" ubicado en la isla Floreana, donde depositaban la correspondencia para que sea retirada por otros barcos que pasaban y esta sea llevada al puerto más cercano o a Europa y Estados Unidos directamente (Black, 2017, p. ).

Durante todo aquel tiempo transcurrido, Galápagos fue tierra de nadie, es decir, ninguna nación tomó posesión de ellas, por lo cual en 1831 el general José Villamil plasmó la idea de colonizarlas, dicha misión fue autorizada por el general Juan José Flores, el entonces Presidente de la República del Ecuador, el 12 de febrero de 1832 el coronel Ignacio Hernández y su navío, arribaron a la isla Charles (Santa María), tomando posesión del archipiélago, añadiéndolo



como patrimonio nacional y llamándolo “Archipiélago del Ecuador” (Larrea, 1960, pp. 132-133).

Con el propósito de probarlas, se trasladaron a varios sentenciados a muerte desde el Ecuador continental hacia Galápagos, posteriormente, el general Villamil con el propósito de colonizarlas, se nombró gobernador de Floreana y comenzó a transportar varios animales de granja, como ganado vacuno, aves de corral y caballos; con el tiempo la gran mayoría de las personas que llegaron con él, se trasladaron a la isla San Cristóbal, entonces llamada Chatham, los mismo que se asentaron en dicha isla (Larrea, 1960, p. 136).

Así empezó la colonización de Galápagos y de la Isla San Cristóbal en sí, luego de ello, el 1866 arribó a San Cristóbal Manuel J. Cobos, convirtiéndose en el primer propietario de la isla antes citada, fundó la primera colonia de nombre “El Progreso”, la misma que se establecía en la parte alta de la isla hasta hoy en la actualidad, Cobos y su colonia fueron conocidos por sus plantaciones de café y caña de azúcar; también se lo conocía por ser duro y cruel con sus trabajadores y familias, como consecuencia de ello, estos se rebelaron y lo asesinaron en 1904, a pesar de ello, la colonia permaneció en la isla y se radicaron en ella (Descubriendo Galápagos, s.f.).

## **2.5. Atractivos turísticos de la isla San Cristóbal**

### **A. Atractivos naturales**

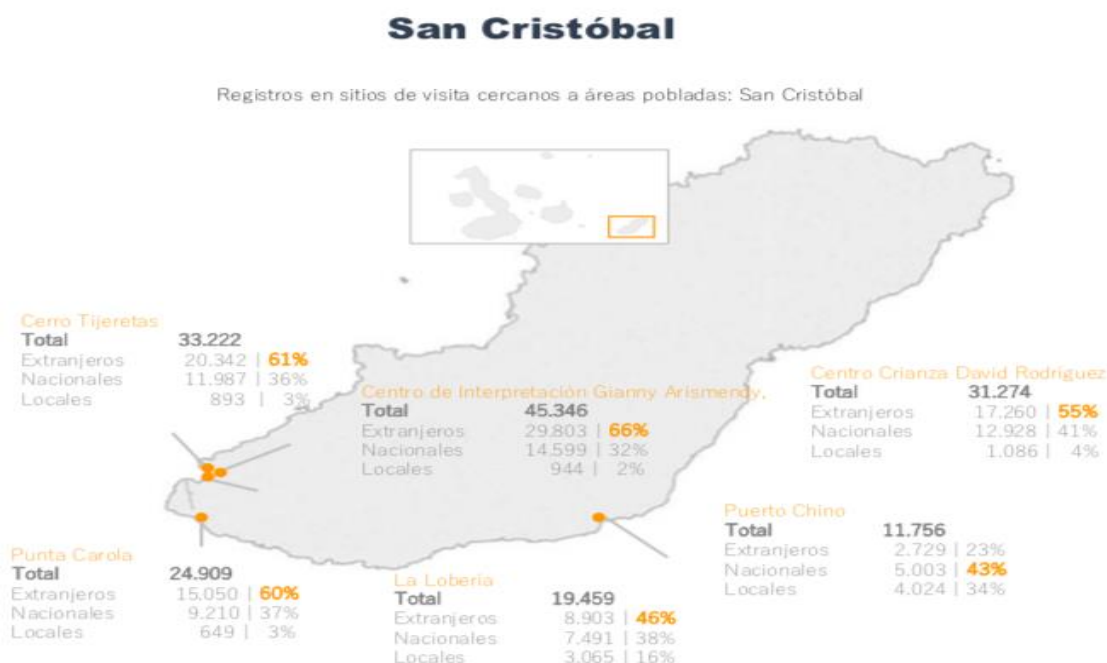
La isla San Cristóbal posee varios atractivos turísticos naturales que, en la actualidad, en su gran mayoría, son reconocidos a nivel mundial, estos y sus especies son el motivo por el cual gran cantidad de turistas nacionales e internacionales visitan el cantón cada año, para una mejor visualización de algunos de sus atractivos y sus actividades permitidas en los mismo, se facilita la siguiente tabla:

**Tabla Nº 5.- Atractivos turísticos y sus actividades permitidas según su cantón.**

ATRATIVOS TURISTICOS Y SUS ACTIVIDADES PERMITIDAS SEGÚN SU SITIO DE VISITA	
Sitio de visita	Actividades permitidas
León Dormido	Snorkel y buceo
Bahía Rosa Blanca	Caminata, snorkel, panga ride, descanso pesca vivencial
Centro de Interpretación	Caminata
Laguna "El Junco"	Caminata
Puerto Chino	Campamento, snorkel, surf
La Lobería	Caminata, snorkel, surf
Cerro Tijeretas	Caminata, snorkel, panga ride
Cerro Brujo	Caminata, snorkel, panga ride, kayak,
Centro de Crianza Jacinto Gordillo	Caminata
Playa Punta Carola	Caminata, snorkel, panga ride, kayak, surf
Punta Pitt	Caminata, snorkel, panga ride

Tomado de: Parque Nacional Galápagos, 2014, pp. 105-106

También, es importante conocer el registro de turistas que visitaron varios de los sitios turísticos antes mencionados, para ello se adjunta la siguiente imagen:



**Figura Nº 4.- Registros en sitios de visita cercanos a áreas pobladas de San Cristóbal**

Tomado de: Estadísticas turismo Galápagos, 2018, p.32

## **B. Atractivos culturales**

Dentro de este ámbito podemos mencionar al patrimonio cultural tangible e intangible, se entiende como patrimonio intangible al uso de representaciones y conocimientos, junto con instrumentos y espacios culturales que son propios de la comunidad, dicho patrimonio cultural inmaterial es transmitido de generación en generación, con el fin de mantener presente su historia e identidad (GAD Municipal de San Cristóbal, 2015, pp. 52-53).

En efecto de lo antes mencionado, quiere decir, que se entiende como bienes culturales inmateriales, a las siguientes festividades realizadas en el cantón: i. Anexión territorial de las islas Galápagos a Ecuador; ii. Provincialización de Galápagos; iii. Pase del Niño; iv. Semana Santa; v. Día de Difuntos; vi. Creencias de la Guayaba; vii. Pesca Artesanal; viii. Pirata Thomas Lewis; entre otras festividades (GAD Municipal de San Cristóbal, 2015, p. 53).

También, se debe tomar en cuenta los bienes inmuebles y muebles culturales, los bienes inmuebles se refiere a las obras o producciones realizadas por el ser humano, los cuales no pueden ser trasladados y provienen de diferentes períodos de la historia, dentro de esta categoría se pueden destacar: i. Antigua cárcel de Manuel J. Cobos; ii. Edificio de la Segunda Zona Naval; iii. Galapagos Service; iv. Taller de la antigua base militar BETA; entre otros. En cuanto a los bienes muebles, se refieren a la evidencia material de un proceso de evolución del cantón y de su pueblo, y aquellos que si se pueden movilizar; dentro de este se puede destacar a “El Cañon” ubicado dentro de la Segunda Zona Naval (GAD Municipal de San Cristóbal, 2015, p. 55).

### **2.6. Actores Locales**

A continuación, se detallarán los diferentes actores locales, su tipo y sus funciones, los mismo que influyen y ayudan a promover el turismo dentro del cantón de San Cristóbal:

Tabla N° 6.- Actores locales del cantón San Cristóbal

NOMBRE DEL ACTOR	TIPO DE ACTOR	FUNCIÓN DEL ACTOR EN EL TERRITORIO
Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Cristóbal	Público	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Está encargado de generar el desarrollo sostenible en el cantón, a través de una adecuada planificación estratégica cantonal.</li> <li>· Prestar servicios básicos y públicos al cantón, como agua potable, luz eléctrica, alcantarillado. (GAD Municipal de San Cristóbal, 2015)</li> </ul>
Ministerio del Turismo	Público	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Registro turístico.</li> <li>· Licencia de Guías.</li> <li>· Establecer la regulación, rectoría, planificación, gestión y promoción del turismo.</li> <li>· Registro de establecimientos turístico.</li> <li>· Catastro turístico.</li> <li>· Inventario de atractivos turísticos.</li> </ul>
Parque Nacional Galápagos	Público	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Velar por el adecuado manejo de los ecosistemas y su biodiversidad.</li> <li>· Establecer estagegias de manejo que permitan la consecución de servicio de calidad en beneficio de la población local y visitantes (Parque Nacional Galápagos, 2017).</li> </ul>
Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos	Público	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Administrar la provincia de Galápagos, por medio de una adecuada planificación y ordenamiento territorial, que permita garantizar la conservación del entorno natural y el buen vivir de sus habitantes (Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos, 2015).</li> </ul>
Asociación Projects Galápagos	Comunitario	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Programa de aprendizaje y servicio comunitario PASEC. Educación ambiental, reforestación, limpiezas costeras, diferentes programas con el fin de la conservación del medio ambiente de la isla San Cristóbal con la ayuda de la comunidad.</li> </ul>
Operadores de establecimientos de alimentos	Privado	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Participa en la actividad turística.</li> </ul>

y bebidas en el territorio.		<ul style="list-style-type: none"> <li>· Promueve y aumenta el turismo.</li> <li>· Ofrece servicio de alimentos y bebidas</li> </ul>
Comunidad de San Cristóbal	Organismo Regional	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Fomenta el turismo entre la comunidad y los turistas.</li> <li>· Genera una buena imagen y confianza a los turistas.</li> </ul>

### 3 CAPITULO III. CARACTERIZACIÓN DEL SISTEMA TURÍSTICO DEL TERRITORIO

#### 3.1. Análisis de la situación turística.

##### 3.1.1. Análisis de la oferta actual

Para el análisis de la actual oferta turística que se da a lugar en el cantón San Cristóbal, y específicamente en la parroquia de Puerto Baquerizo Moreno, se procedió a la recopilación y análisis de dos fuentes secundarias; la primera adquirida de el Catastro Turístico 2018, y la segunda, de el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015 – 2019; emitidos por el GAD Municipal del Cantón San Cristóbal.

Cabe resaltar, que citadas fuentes de información fueron consideradas en el presente estudio, debido a ser las más actualizadas y, de sobre manera, por provenir de los entes de control – tanto seccional como central – de la actividad turística en el territorio local y nacional.

##### 3.1.2. Sub actividades turísticas del cantón San Cristóbal.

Conforme al Catastro Turístico 2018 del Cantón San Cristóbal, la parroquia de Pto. Baquerizo Moreno tiene un total de 147 establecimientos turísticos, los mismos que se clasifican en las sub actividades turísticas de: i. Alojamiento; ii. Alimentos & Bebidas; iii. Operación e intermediación, y; iv. Servicios de transporte terrestre turístico, de acuerdo con lo que se cita en la Tabla No. 7.

**Tabla N° 7.-** Establecimientos de turísticos del cantón San Cristóbal.

Establecimientos turísticos del cantón San Cristóbal				
ACTIVIDAD	Número de establecimientos	Número de empleados	Número de habitaciones	Número de camas
Alojamiento	79	220	709	1324
<b>Alimentos &amp; bebidas</b>	<b>21</b>	<b>88</b>	-	-
Operación e intermediación	44	83	-	-
Serv. Trans. Terrestre Turístico	3	14	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>147</b>	<b>405</b>	<b>709</b>	<b>1324</b>

**Tomado de:** Catastro de oferta turística del GAD Municipal de San Cristóbal, 2018.

De acuerdo al Observatorio de Turismo Galápagos, para el año 2015 el número de establecimientos turísticos del cantón San Cristóbal era superior al reporte del Catastro Turístico 2018, emitido por el GAD Municipal del citado cantón, esto en razón a que varios locales de hospedaje y alimentos & bebidas cerraron. Por otro lado, en el año 2015 se registran alrededor de 35 agencias turísticas, entre agencias y operadoras, pero para el año 2018 se presenta un total de 44 agencias. A pesar de ello, en términos generales se puede calcular que el catastro turístico del cantón decreció un aproximado del 8% en el período 2015 – 2018, lo que provocó la disminución de empleados de 512 a 405 (107 empleados menos), es decir, decreció alrededor de un 21%.

Por otro lado, el Catastro Turístico 2018 del Cantón San Cristóbal, revela que el mayor número de establecimientos turísticos de Puerto Baquerizo Moreno corresponde a la sub actividad de alojamiento con un 54% del total del catastro; en segundo lugar la sub actividad de operación e intermediación con un 31%; en tercer lugar la sub actividad de alimentos y bebidas representando con un 13%; y, finalmente, en cuarto lugar la sub actividad de servicios de transporte terrestre turístico con el 2% del catastro de la parroquia (Figura N° 5).

### ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS CANTÓN SAN CRISTOBAL



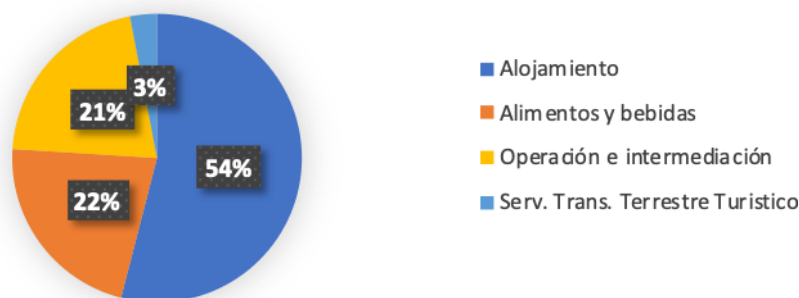
**Figura N° 5.- Establecimientos turísticos del Cantón San Cristóbal**

**Tomado de:** Catastro de oferta turística del GAD Municipal de San Cristóbal, 2018.

#### 3.1.3. Mano de obra de los establecimientos turísticos en el cantón San Cristóbal.

En relación a la mano de obra que genera la actividad turística en el cantón San Cristóbal, el catastro municipal señala que los establecimientos turísticos generan un total de 405 plazas de trabajo, encabezando por la sub actividad de alojamiento con un 54% (220 empleados); seguido por la sub actividad de alimentos & bebidas con un 22% (88 empleados); continuando con, pero no con mucha diferencia, la sub actividad de operación e intermediación con el 21% (83 empleados); y, finalmente, mucho más abajo, la sub actividad de servicio de transporte terrestre turístico con un 3% (14 empleados), como se puede apreciar en la Figura N° 6.

### EMPLEADOS DEL SECTOR TURÍSTICO DE SAN CRISTÓBAL



**Figura N° 6.- Empleados del sector turístico de San Cristóbal.**

**Tomado de:** Catastro de oferta turística del GAD Municipal de San Cristóbal, 2018.

Se debe mencionar también, que tomando en cuenta el número total de empleados (405) relacionados directamente a la actividad turística en la parroquia Pto. Baquerizo Moreno, existe un margen de diferencia muy pequeño del 4 % entre número de empleados mujeres y número de empleados hombres, donde el género femenino representa el 52% (212 personas), mientras que el género masculino el restante 48% (193 personas).

#### **3.1.4. Categorización de los establecimientos turísticos del Cantón San Cristóbal**

De acuerdo con el Catastro Turístico 2018 del cantón San Cristóbal, la categorización turística (Tabla No. 7) señala que en la sub actividad de “Alimentos & Bebidas”, ámbito de estudio del presente trabajo de investigación, 12 establecimientos son de segunda categoría, 08 de tercera y 01 de cuarta categoría. Mientras tanto, en el sub ámbito de “Alojamiento” 55 establecimientos son considerados de tres estrellas, 04 de cuatro estrellas, 01 de cinco estrellas, y 19 de categoría única. En cuanto a la sub actividad de “Operación e Intermediación”, el cantón cuenta 01 mayorista y 43 minoristas. Por último, los “Servicios de transporte terrestre turístico” se categorizan como categoría única.

Cabe resaltar, que la información antes citada es un factor fundamental dentro del presente proyecto de investigación, ya que nos permite identificar a los establecimientos de alimentos y bebidas con su respectiva categorización, la misma que se basa en la cualificación de varios parámetros, entre los que se pueden citar: **i.** La calidad en del servicio; **ii.** Características de la infraestructura, y; **iii.** Nivel de capacitación del personal, entre otros aspectos.



**Tabla Nº 8.-** Categorización de los establecimientos turísticos del cantón San Cristóbal.

Categorización de los establecimientos turísticos del cantón San Cristóbal					
CATEGORIA	SUB ACTIVIDADES				TOTAL
	Alimentos & bebidas	Alojamiento	Operación e intermediación	Serv. Trans. Terrestre Turístico	
Segunda	12	0	0	0	12
Tercera	8	0	0	0	8
Cuarta	1	0	0	0	1
3 estrellas	0	55	0	0	55
4 estrellas	0	4	0	0	4
5 estrellas	0	1	0	0	1
Categoría única	0	19	0	3	22
Mayoristas	0	0	1	0	1
Minoristas	0	0	43	0	43
<b>TOTAL</b>	21	79	44	3	147

**Tomado de:** Catastro de oferta turística del GAD Municipal de San Cristóbal, 2018.

### **3.1.5. Categorización de los establecimientos de alimentos y bebidas de la parroquia de Pto. Baquerizo Moreno**

A continuación, basándose en el Catastro Turístico 2018 del cantón San Cristóbal, se detalla de una forma más profunda el aspecto relacionado a la sub actividad de alimentos & bebidas que se da a lugar específicamente en la parroquia de Pto. Baquerizo Moreno. En este contexto, referido catastro señala que en la actualidad la parroquia de Pto. Baquerizo Moreno cuenta con un total de 06 cafeterías, 01 fuente de soda, y 14 restaurantes, tal como se puede constatar en la Tabla No. 9, la misma que contiene información detallada de cada establecimiento.

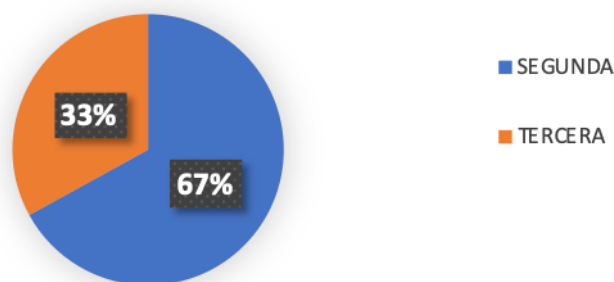
**Tabla N° 9.-** Establecimientos de alimentos y bebidas de la parroquia Pto. Baquerizo Moreno que son parte del Catastro Turístico 2018.

CATEGORIA	NOMBRE COMERCIAL	NUMERO DE REGISTRO	PROPIETARIO	CLASIFICACIÓN	N° DE EMPLEADOS	N° MESAS	N° SILLAS
Segunda	Cris Burger Factory	2001501387	Bastidas Hidalgo Cristian Daniel	Fuente de soda	4	8	32
	Bar Restaurante Olimpo	2001500987	Vizcaino López Giovanny Guillermo	Restaurante	5	16	52
	Calypso	2001500289	Terán Ordoñez Lucía	Restaurante	21	23	86
	Cormorán	2001500027	Mora Jaime Edith	Restaurante	7	9	40
Segunda	Galápagos Dreams Restaurante	2001501451	Liseth Nathaly Balladares Calderón	Restaurante	4	12	50
	The Mockingbird	2001501338	Picón Cisneros Nelson Ricardo	Restaurante	5	16	64
	Rokas & Kactus	2001500292	Ballesteros Matapuncho José Adán	Restaurante	3	7	28
	Giuseppe's Restaurant	2001501379	Paldino Mayorga Giuseppe Demetrio	Restaurante	4	11	44
	Miconia	2001500033	Cobos Zavala Henry	Restaurante	4	10	40
	Rosita	2001500041	Rumipamba Rumipamba Marlene	Restaurante	3	10	40
Tercera	El Cangrejo Loco	2001500991	Mogolbay Jaime Jonathan Jhon	Restaurante	3	7	28
	El Descanso Marinero	2001500467	Jaime Hurtado Estrella Marina	Restaurante	4	6	24
	El Rancho Manabita	2001500963	Loor Mero Denny Marilú	Restaurante	2	20	60
	Nativo	2001501334	Ramírez Zavala Cindy Glenda	Restaurante	3	9	36
	Midori	2001501291	Intriago Intriago Carlos Vinicio	Restaurante	5	14	56
<b>TOTAL</b>					<b>77</b>	<b>178</b>	<b>680</b>

**Tomado de:** Catastro del GAD Municipal del Cantón San Cristóbal, 2018

Adicionalmente, cabe resaltar que de acuerdo con la categorización el 67% de los establecimientos asentados en la parroquia de Pto. Baquerizo Moreno son de “segunda categoría”; mientras que el restante 33% son de “tercera categoría”, tal como se puede apreciar en la Figura N° 7.

**CATEGORIZACIÓN ESTABLECIMIENTOS DE A&B DE LA  
PARROQUIA DE PTO. BAQUERIZO MORENO**



**Figura N° 7.-** Categorización de los establecimientos de A&B del cantón San Cristóbal.

**Tomado de:** Catastro de oferta turística del GAD Municipal de San Cristóbal, 2018.

Cabe resaltar, que para el presente estudio se procedió al levantamiento de información primaria y secundaria de nueve establecimientos de alimentos y bebidas del gran total (15 establecimientos), debido a que seis locales (Bar Restaurante Olimpo, Cormorán, Galápagos Dreams Restaurante, The Mockingbird, Rokas & Kactus, El Rancho Manabita), fueron excluidos por los siguientes motivos: i. Falta de colaboración de los propietarios, y; ii. Establecimientos en liquidación y cierre definitivo.

En este contexto, los 09 establecimientos de alimentos y bebidas, categorizados como “Restaurantes”, de acuerdo al Catastro Turístico 2018 del Cantón San Cristóbal, que formaron parte del presente estudio son: i. Cris Burguer Factory; ii. Calypso; iii. Giuseppe´s Restaurant; iv. Miconia; v. Rosita; vi. El Cangrejo Loco; vii. El Descanso Marinero; viii. ix. Nativo, y; x Midori

Con relación a la ubicación de los 09 establecimientos que formaron parte del presente trabajo de titulación, todos ellos se asientan en la zona de influencia turística de Pto. Baquerizo Moreno, tal como se puede apreciar en la Figura



Nº8.

**Figura Nº 8.-** Ubicación geográfica de los restaurantes seleccionados en el cantón San Cristóbal.

**Tomado de:** Google maps, 2018.

### 3.1.6. Establecimientos que tienen el distintivo de calidad turística.

Como información adicional, se debe dar a conocer que en el cantón el único establecimiento turístico que ha implementado sistemas de gestión de la calidad, el mismo que le permitió en el año 2015 obtener el “Distintivo Q” a la Calidad Turística otorgado por el Ministerio de Turismo del Ecuador, es el Restaurante “Miconia”. Sin embargo, cabe recalcar que en la actualidad el referido Distintivo no ha sido renovado desde el año 2016; adicionalmente, se pudo constatar, tal como se puede evidenciar a través de la presente investigación, que citado establecimiento requiere mejorar en varios de sus ámbitos de gestión, para así lograr obtener un alto nivel de calidad en su servicio.

Cabe resaltar, que ninguno de los establecimientos de alimentos y bebidas de Pto. Baquerizo Moreno, aparte del restaurante Miconia, ha implementado procesos de gestión de la calidad, lo que convierte al presente trabajo de investigación en una herramienta de gran utilidad para la implementación del sistema de gestión de turismo sostenible y calidad turística, para así brindar al turista un servicio de primer nivel.

### **3.2. Análisis de la demanda actual**

Para la exploración y determinación de la demanda turística en la zona de influencia directa del presente proyecto de investigación, en primer lugar se tomó en cuenta información estadística emitida por el Ministerio de Turismo del Ecuador y la Dirección del Parque Nacional Galápagos, y posteriormente – en una segunda fase de investigación – se realizó un sondeo de opinión en el que se aplicaron un promedio de 40 encuestas (Anexo N° 1) en cada establecimiento de alimentos y bebidas que formaron parte del proceso en la parroquia de Pto. Baquerizo Moreno.

En relación con la cantidad de las visitas turísticas, en el año 2018 se registró el ingreso de 275.817 turistas a las islas Galápagos, de los cuales el 66% (182.037) fueron extranjeros y el 44% (93.780) nacionales (Dirección del Parque Nacional Galápagos, 2018). Cabe mencionar, que citadas cifras presentan un 14% de crecimiento respecto al ingreso de turistas registrados en el año 2017, y se considera una de las cifras más altas desde el inicio de registro de visitantes en la provincia.

Por otro lado, el 24% (66.414) de los turistas registrados en el año 2018 arribaron directamente al aeropuerto de la isla San Cristóbal, lo cual representó un crecimiento de arribos por dicho aeropuerto del 22% (11.901) en comparación al año 2017 (Ministerio de Turismo, 2018).

#### **3.2.1. Principales países emisores**

El Observatorio de Turismo de Galápagos señala, que existen varios países emisores de turistas, siendo los más destacados los siguientes: **i.** Ecuador con un 34% (94 mil) turistas nacionales, esta cifra nos revela que el turismo nacional ha aumentado significativamente en el último año un 23% más; **ii.** Estados Unidos, que representa el 28% (76 mil) del turismo total; **iii.** Reino Unido con un 5% (13 mil) turistas; **iv.** Alemania con el 4% (12 mil) turistas; y, **v.** Canadá con un 3% (10 mil) turistas.

A nivel del continente, se revela que América representa el 71% de los turistas que ingresan a Galápagos, continuando con Europa con el 21%, seguido de Asia con un 4%, África con un 3%, y finalmente, Oceanía con el 1%, que en conjunto aportan con el 8% de turismo a la provincia (MINTUR, 2018).

### 3.2.2. Perfil de los turistas según los principales países emisores

A continuación, se detalla la información relacionada con el perfil de los visitantes que han ingresado a la provincia según los principales países emisores, donde se reflejará el total de turistas, su edad promedio, estadía promedio, y su tipo de hospedaje (embarcación o hotel en tierra). Es necesario recalcar, que la presente información se pudo obtener gracias al análisis de las Tarjetas de Control de Tránsito emitidas por el Consejo de Gobierno de la Provincia de Galápagos, como también a los registros obtenidos diariamente por la Dirección del Parque Nacional Galápagos.

**Tabla N° 10.- Perfil de turistas según su país emisor.**

País	Nº Turistas	Edad promedio	Estadía en mediana	Hospedaje mayoritario
Ecuador	93780	37 años	4 días	97% en tierra
Estados Unidos	76096	47 años	7 días	61% a bordo
Reino Unido	12629	45 años	7 días	55% a bordo
Alemania	11793	44 años	6 días	76% en tierra
Canadá	9560	49 años	7 días	53% a bordo

**Tomado de:** Ministerio de Turismo de Ecuador, 2018

### **3.2.3. Edad y género**

Se refleja que la edad promedio de los turistas nacionales es de 37 años, dentro del cual existe un 15% de visitantes menores de 12 años, seguido de turistas entre las edades de 21 a 40 años. Por otro lado, en cuando a turistas extranjeros se observa que su edad promedio es de 45 años, dentro los cuales un 17% son visitante de entre 21 a 30 años o 51 a 70 años que representa el 20%.

En cuanto al género de los turistas, según los datos adquiridos, el género femenino supera con una leve mayoría a los turistas de género masculino; es decir, las mujeres simbolizan el 54% de turistas extranjeros, a comparación de los hombres con el 46%; de igual manera, las mujeres constituyen el 55% de turistas nacionales frente al 45% de hombres (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018).

### **3.3. Análisis de superestructura**

Se entiende por superestructura turística a toda entidad pública y privada que ayudan al soporte, fomento y al desarrollo del turismo dentro del cantón de San Cristóbal, dentro del cual existen varios actores que en conjunto se encargan del desarrollo del turismo, con el fin de satisfacer tanto a sus turistas como a su comunidad. En este contexto, en la Tabla No. 11 se pueden observar los actores locales que están presentes en la zona de influencia del presente proyecto, haciendo especial énfasis en su vínculo para con la implementación de buenas prácticas de turismo y modelo de gestión.

**Tabla Nº 11.- Actores involucrados locales que están presentes en la zona de influencia del presente proyecto**

Actores involucrados locales que están presentes en la zona de influencia del presente proyecto			
Tipo de actor	Actor local	Implementación de Buenas Prácticas de Turismo	Modelo de gestión
Público	Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Cristóbal	Promover el desarrollo turístico a nivel cantonal.	Promover en el cantón San Cristóbal el desarrollo sostenible de su territorio, a través de una adecuada implementación del plan estratégico.
			Catastro de establecimientos turísticos
			Patente municipal para los negocios locales
			Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de San Cristóbal.
	Ministerio del Turismo	Promover e impulsar el turismo de Ecuador	Licencia Única Anual de Funcionamiento
			Licencia para Guías de turismo que operan dentro de la provincia
			Establecer la regulación, rectoría, planificación, gestión y promoción del turismo.
			Registro de establecimientos turístico.
			Inventario de atractivos turísticos.
	Parque Nacional Galápagos	Impulsar y fomentar la conservación y turismo sostenible	Patentes de operación turística
			Establecer estrategias de manejo que permitan la consecución de servicio de calidad en beneficio de la población local y visitantes (Parque Nacional Galápagos, 2017).
	Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos	Control migratorio y actividades turísticas	Administrar la provincia de Galápagos, por medio de una adecuada planificación y ordenamiento territorial, que permita garantizar la conservación del entorno natural y el buen vivir de sus habitantes (Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos, 2015).
Comunitario	Asociación Projects Galapagos	Vinculación a la comunidad en la conservación del cantón	Servicio comunitario PASEC. Educación ambiental, reforestación, limpiezas costeras, conservación del medio ambiente de la isla San Cristóbal con la ayuda de la comunidad.



Privado	Operadores de establecimientos de alimentos y bebidas en el territorio.	Fomenta y desarrollo de turismo dentro del cantón.	Aportan y participan en la actividad turística
			Ofrece servicio de alimentos y bebidas para satisfacer las necesidades de turistas y la comunidad

**Tomado de:** Dirección del Parque Nacional Galápagos, 2017; Gobierno Autónomo Descentralizado de San Cristóbal, 2015; Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos, 2015; Asociación Projects Galápagos, 2015.

### 3.4. Diagnóstico – problematización

#### 3.4.1. Muestra

Con la finalidad de aplicar las encuestas de sondeo de opinión, previamente establecidas, con el objetivo de establecer el grado de satisfacción de los clientes externos de cada uno de los emprendimientos de alimentos & bebidas que participaron en el presente proyecto (total de 09 establecimientos), se procedió a establecer la muestra a ser analizada en cada uno ellos, a través de la aplicación de la siguiente ecuación (Figura N° 9), donde N= población; n= muestra; y, e= margen de error.

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

**Figura N° 9.- Ecuación para el cálculo de la muestra**

**Tomado de:** Departamento de Matemáticas, UDLA 2014.

Es importante recalcar que, al tratarse de un trabajo de titulación con un margen de tiempo para su desarrollo muy limitado, se procedió a tomar el 10 % de cada muestra, de acuerdo con las instrucciones dadas por la Coordinación de Titulación de la Universidad de Las Américas. En este contexto, a continuación (Tabla No. 12) se detallan matricialmente los resultados obtenidos y citados en el presente literal.

**Tabla N° 12.-** Resultados de la aplicación de la ecuación para la disposición de la muestra a ser aplicada en cada uno de los establecimientos de alimentos & bebidas de la parroquia de Pto. Baquerizo Moreno

Resultados de la aplicación de la ecuación para el establecimiento de la muestra a ser aplicada en cada uno de los establecimientos de alimentos & bebidas de la parroquia de Pto. Baquerizo Moreno			
No.	Establecimiento de alimentos & bebidas	Muestra calculada	10 %de la muestra calculada
1.	Restaurante Midori	397,11	40
2.	Restaurante "Cris Burguer"	395,61	40
3.	Restaurante "Calypso"	392,18	39
4.	Restaurante "Cangrejo Loco"	377,26	38
5.	Restaurante "Descanso Marinero"	383,32	38
6.	Restaurante "Miconia"	379,06	38
7.	Restaurante "Nativo"	383,01	38
8.	Restaurante "Rosita"	391,32	39
9.	"Giuseppe's" Restaurant	390,83	39
<b>TOTAL</b>			<b>349</b>

### 3.4.2. Contenido de la encuesta de sondeo de opinión dirigida a clientes externos.

Con relación a la encuesta de sondeo de opinión que fue aplicada en cada uno de los 09 establecimientos de alimentos & bebidas que formaron parte del presente trabajo de investigación. A continuación, se detalla el contenido de cada una de las secciones las 6 secciones previamente establecidas.

**Sección N° 1.-** Proporcionó datos generales del cliente. En esta sección se solicitó información relacionada a: la nacionalidad, edad, género, país de residencia, número de personas que la acompañan y correo electrónico (Figura N° 10).

**Sección N° 2:** Permitió saber con qué frecuencia visitan el restaurante. Para tal efecto se estableciendo un rango entre: i. Diariamente; ii. Varias o una vez a la semana; iii. Varias o una vez al mes; iv. Alguna vez a lo largo del año, y; v. Primera vez (Figura N° 10).

**Sección Nº 3:** Proporcionó información para conocer y analizar el nivel de satisfacción del cliente dentro del restaurante, estableciendo un rango entre: i. Muy satisfecho; ii. Satisfecho; iii. Regular, e; v. Insatisfecho.

**Sección Nº 4:** Proporcionó información sobre la experiencia de los clientes con los alimentos ofrecidos por el restaurante, para lo cual se estableció el mismo rango de la anterior sección.

**Sección Nº 5:** Proporcionó información sobre los clientes en función a su experiencia con el restaurante, estableciendo un rango entre: i. Muy posiblemente; ii. Posiblemente; iii Tal vez, y; iv. Ninguna posibilidad.

**Sección Nº 6:** Finalmente, se procedió a realizar 2 preguntas abiertas:

- i. ¿Qué es lo que más le gusto del restaurante?
- ii. ¿Qué podemos hacer para que el servicio del restaurante sea mejor?

### **3.4.3. Resultados**

Con relación a los resultados obtenidos en las encuestas de sondeo de satisfacción del cliente externo, cabe resaltar que éstas fueron aplicadas en cada uno de los establecimientos de alimentos y bebidas que participaron del proyecto, en el período comprendido entre el 10 de octubre al 15 de noviembre de 2018, teniendo como resultado la aplicación de un total de 360 encuestas, distribuidas en cantidades de la siguiente manera:

**Tabla N° 13.-** Número de encuestas aplicadas por establecimiento de alimentos & bebidas de la parroquia de Pto. Baquerizo Moreno

Número de encuestas aplicadas por establecimiento de alimentos & bebidas de Pto. Baquerizo Moreno.		
No.	Establecimiento de alimentos & bebidas	No. de encuestas aplicadas
1.	Restaurante Midori	40
2.	Restaurante "Cris Burguer"	40
3.	Restaurante "Calypso"	39
4.	Restaurante "Cangrejo Loco"	38
5.	Restaurante "Descanso Marinero"	38
6.	Restaurante "Miconia"	38
7.	Restaurante "Nativo"	38
8.	Restaurante "Rosita"	39
9.	"Giuseppe's" Restaurant	39
<b>TOTAL</b>		<b>349</b>

En este contexto, y teniendo como referencia lo antes citado, a continuación, se dan a conocer los resultados obtenidos en cada sección de la encuesta por cada establecimiento.

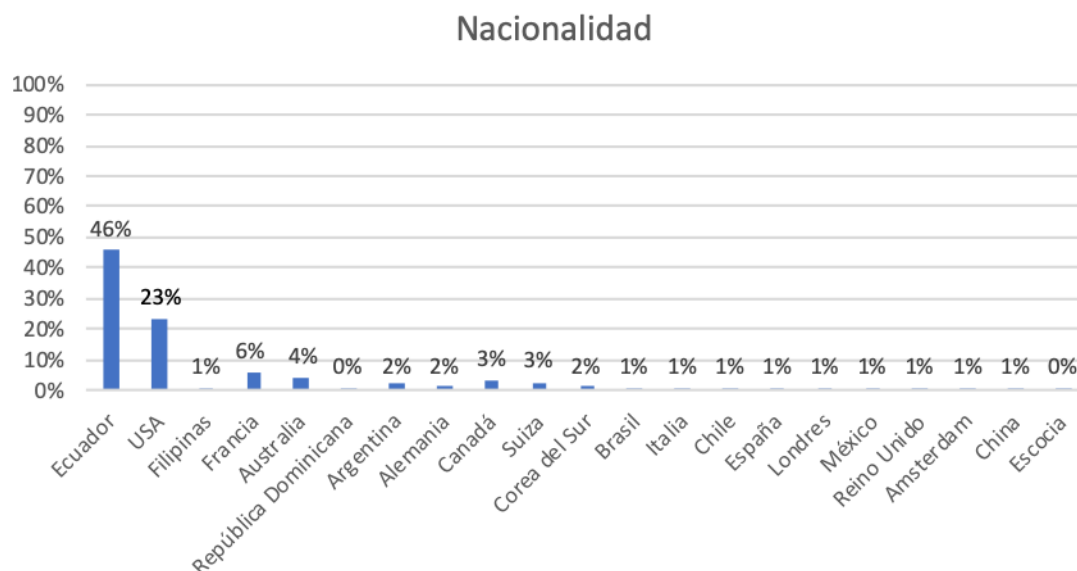
#### **A. Sección 1 - Perfil del cliente externo de cada restaurante**

##### **A.1. Análisis global del perfil del cliente externo**

Con el objetivo de obtener un análisis más concreto en relación al perfil de los clientes externos que hacen uso de los servicios de los 09 restaurantes que participaron en el presente trabajo de investigación, se procedió a unificar los resultados, obteniendo los siguientes resultados – debidamente promediados:

**Nacionalidad:** De las 349 personas encuestadas en los establecimientos participantes, se pudo establecer que: un 46% son de Ecuador; 23% de Estados Unidos; 6% de Francia; 4 % Australia; 3% de Canadá y Suiza; un 2% de Argentina y Alemania, y; 1% de Filipinas, Brasil, Italia, Chile, España,

Inglaterra, México, Reino Unido, Holanda, China y Escocia, respectivamente (Figura No. 10). En cuanto a los turistas nacionales específicamente, se determinó que estos proceden de ciudades como Quito y Guayaquil mayormente, y de la misma localidad.



**Figura N° 10.** Análisis global sobre la nacionalidad de procedencia de los clientes atendidos por los restaurantes participantes en el proyecto, en el periodo del 10 de octubre al 15 de noviembre de 2019.

**Edad promedio:** Se estableció una edad promedio global de 36 años.

**Número de acompañantes:** El número de acompañantes promedio es de 3 personas.

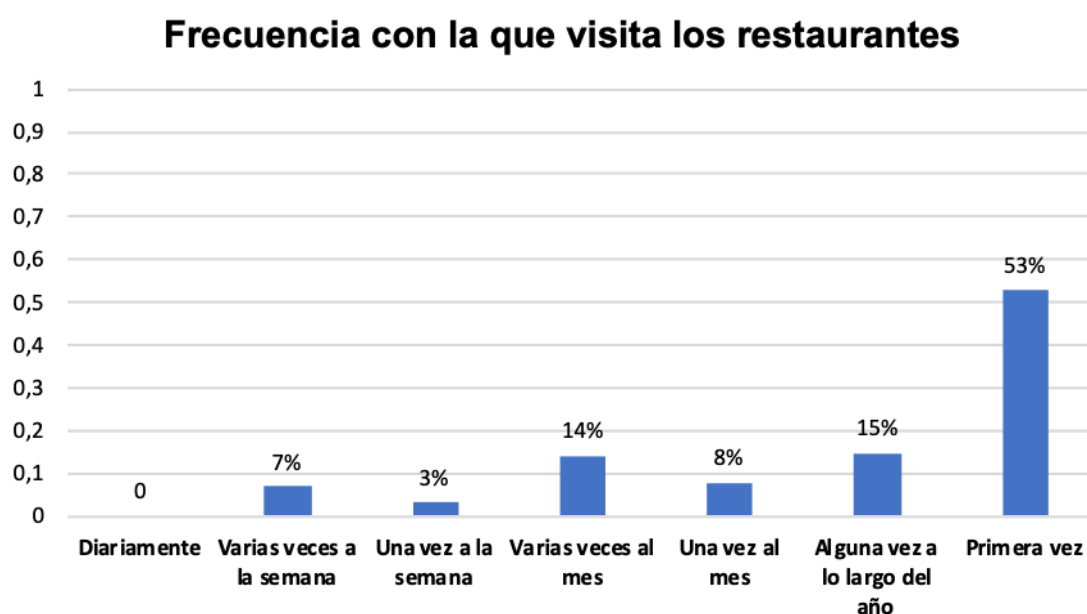
**Género:** El género global determinante es de un 54% femenino y 46% masculino.

## B. Sección 2.- Frecuencia con la que se visita el restaurante

### B.1. Análisis global de la frecuencia con la que visitan los clientes los establecimientos de alimentos & bebidas

Para en análisis global sobre la frecuencia con la que visitan los clientes los restaurantes en general en Pto. Baquerizo Moreno, gracias a la información obtenida de las encuestas, se pudo establecer que un 53% de los clientes

asistieron por primera vez, porcentaje que está relacionado al incremento de turistas nacionales y extranjeros en el último año en la isla San Cristóbal, con una estadía promedio de 6 noches 5 días, factor que ha contribuido al aumento de afluencia de turistas a los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón. Adicionalmente, cabe citar que un 15% de los clientes en general aceden algunas veces al año; un 14% varias veces al mes; 8% una vez al mes; 7% varias veces a la semana, y; un 3% una vez a la semana. Estos últimos porcentajes están relacionados con los clientes locales.



**Figura Nº 11.-** Análisis global sobre la frecuencia que visitan los clientes los restaurantes participantes en el proyecto, en el periodo del 10 de octubre al 15 de noviembre de 2019.

### C. Sección 3.- Breve análisis sobre el nivel de satisfacción del cliente

Para la recolección de información sobre el nivel de satisfacción del cliente en cada uno de los nueve establecimientos que participaron en el presente estudio, se utilizó la aplicación de una encuesta con preguntas cerradas, las mismas que luego de analizarlas nos dieron como resultado los puntos que se señalan por pregunta a continuación.

## C.1. Resultados

**Pregunta 1.** La amabilidad de la persona que le tomo el pedido

### C.2. Análisis global sobre la amabilidad del personal

De igual forma, es importante analizar de manera global el trato que recibieron los clientes por parte del personal de los establecimientos que formaron parte del presente proyecto de investigación. En este contexto, los resultados globales señalaron que un 43% de los clientes calificaron la amabilidad de la persona que los atendió como “muy satisfecho”; un 44% como “satisfecho”; un 12% como “regular”, y; un 1% como insatisfecho (Figura N° 12).

Sin lugar a duda, referidos porcentajes nos permiten concluir, en términos generales que, el servicio brindado por el personal de servicio de todos los locales participantes, específicamente relacionado a la amabilidad con la que atiende al cliente, éste no cubre adecuadamente con los estándares de calidad del servicio al cliente, lo cual perjudica directamente al adecuado desarrollo y fidelización del sector de alimentos y bebidas de Pto. Baquerizo Moreno. Razón por la cual se recomienda la implementación de un “Programa de Capacitación Continuo” en el ámbito de “Atención al Cliente”.



**Figura N° 12.-** Resultado global de la pregunta No 1 del cuestionario de satisfacción

**Pregunta 2.** La persona que le tomo el pedido habla correctamente y da respuesta a sus inquietudes con claridad.

### C.3. Análisis global el comportamiento del personal

Así mismo, gracias a las encuestas realizadas dentro del periodo determinado, se pudo obtener información detallada dentro de esta pregunta. Los resultados establecieron que un 45% de los clientes se considerando “muy satisfechos” frente al desempeño y colaboración del personal para aclarar y solucionar sus inquietudes, un 41% como “satisfecho”, un 13% como “regular” y 1% como “insatisfecho”. (Figura N° 13)

Mencionados resultados permiten concluir que los restaurantes no poseen un porcentaje aceptable y óptimo, debido a que se encuentran por debajo del 80% como mínimo para establecerse como un restaurante con un servicio y atención de calidad hacia los clientes, por lo que se recalca la importancia de implementar un programa de capacitación continua en dicho ámbito.



**Figura N° 13.-** Resultado global de la pregunta No 2 del cuestionario de satisfacción

**Pregunta 3.** La apariencia de las personas que trabajan en el restaurante (se ven arregladas y limpias).



#### C.4. Análisis global sobre la apariencia del personal

Para el análisis global sobre la apariencia del personal que trabaja en los restaurantes seleccionados para el presente proyecto, como se puede observar en la Figura N° 14, el 52% de los clientes que visitaron los establecimientos calificaron al personal dentro del parámetro como “muy satisfecho”, un 45% como “satisfecho”, 2% como “regular” y 1% como “insatisfecho”, a consecuencia de lo que supieron manifestar ciertos clientes. Los resultados mostrados permiten concluir y reflejan la necesidad, que presentan los propietarios de cada establecimiento, sobre implementar vestimenta adecuada para sus colaboradores y sus actividades diarias, además de insistir en una correcta presentación de su imagen personal presente a los clientes, con la finalidad de que aumenten su satisfacción.



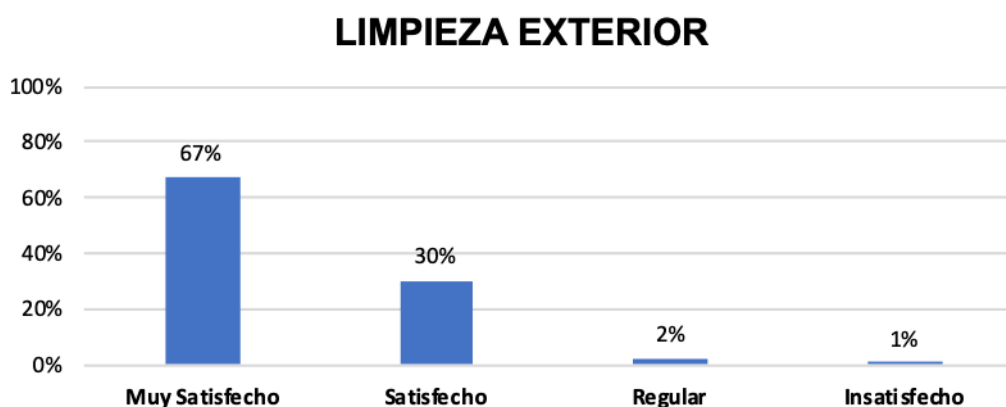
**Figura N° 14.-** Resultado global de la pregunta No 3 del cuestionario de satisfacción

**Pregunta 4.** La limpieza exterior del restaurante.

#### C.5. Análisis global sobre la limpieza exterior del restaurante

Por consiguiente, para el análisis global sobre la limpieza exterior de los restaurantes participantes en el presente proyecto, los resultados obtenidos por medio de las encuestas aplicadas en el periodo del 10 de octubre al 15 de diciembre, permitieron establecer que un 67% de los clientes que visitaron los

establecimientos, califico la limpieza exterior como “muy satisfecho” y un 30% como “satisfecho”, lo cual permite señalarlo como un porcentaje de nivel considerable, gracias al cuidado y responsabilidad de sus colaboradores y propietarios. Pero, igualmente se puede observar que un 2% calificaron como “regular” y 1% como “insatisfecho”. Los presentes porcentajes (Figura N° 15), concluyen que, a pesar de obtener un nivel aceptable dentro de este ítem, aun es necesario poner énfasis sobre la importancia de mantener todas sus áreas limpias para la adecuada presentación del establecimiento hacia los clientes y turistas que visitan el cantón.



**Figura N° 15.-** Resultado global de la pregunta No 4 del cuestionario de satisfacción.

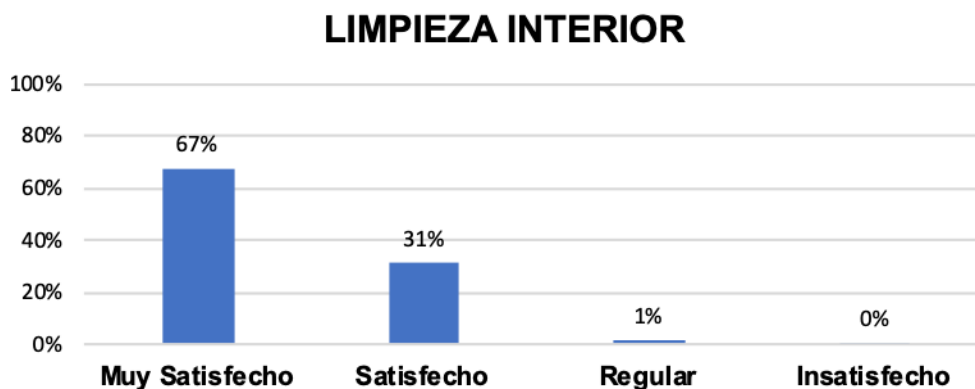
**Pregunta 5.** La limpieza interior del restaurante.

### **C.6. Análisis global sobre la limpieza interior de los restaurantes**

Así mismo, se debe realizar el adecuado análisis global sobre la limpieza interior de los establecimientos participantes en el proyecto de investigación. En ese sentido, los resultados globales obtenidos indicaron que un 67% de los clientes encuestados calificaron la limpieza interior como “muy satisfecho”; un 31% como “satisfecho”; y, 1% como regular (Figura N° 16).

Por consecuente, citados porcentajes permiten concluir, de forma general, que la limpieza de las áreas internas de los restaurantes participantes se encuentra dentro de un nivel considerable. A pesar de ello, se puede mejorar con la

implementación de hojas de registro de limpieza de las áreas internas necesarias, para así controlar de manera apropiada este factor y ofrecer un mejor servicio a los clientes que visitan los establecimientos.

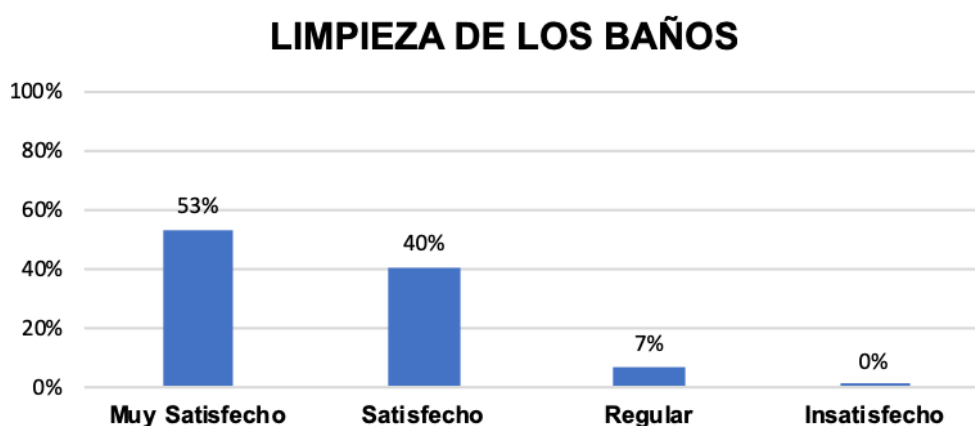


**Figura N° 16.-** Resultado global de la pregunta No 5 del cuestionario de satisfacción.

**Pregunta 6.** La limpieza de los baños.

### **C.7. Análisis global sobre la limpieza de los baños**

Se puede observar en la Figura N° 17 que, dentro de la presente pregunta, la mayoría de los clientes encuestados que visitaron los establecimientos calificaron de manera significativa la limpieza de los baños, es decir como “muy satisfecho” (53%) y como “satisfecho” (40%). Sin embargo, un 7% califico como “regular”, por lo que permite concluir que, se debe ir mejorando este aspecto e implementar los debidos registros de limpieza en esta área, lo cual es también es importante para ser un establecimiento de calidad.

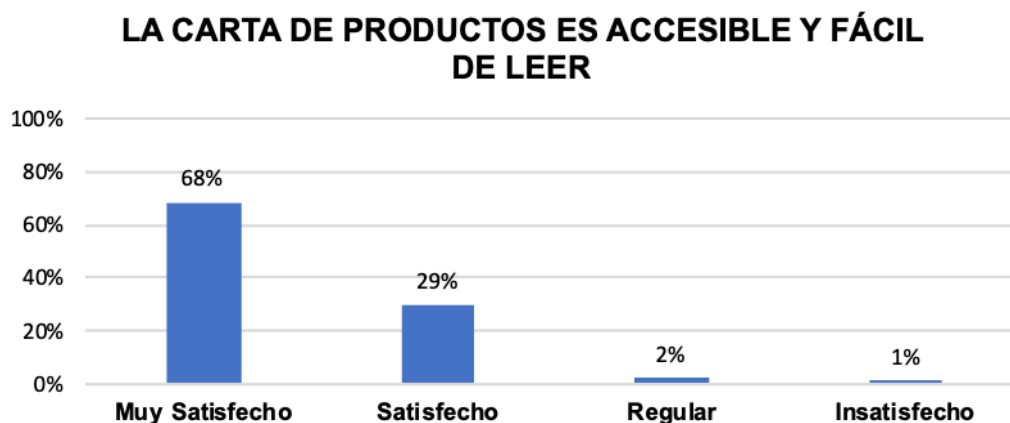


**Figura N° 17.-** Resultado global de la pregunta No 6 del cuestionario de satisfacción

**Pregunta 7.** La carta de productos es accesible y fácil de leer

#### **C.8. Análisis global sobre la carta de productos del establecimiento.**

De forma global, para el análisis de la presente pregunta dentro los establecimientos participantes, se puede observar en la Figura N° 18 que, de manera general, obtuvieron un porcentaje significativo, ya que sus clientes manifestaron que dentro de la carta de productos si obtuvieron la información necesaria y a su alcance, para realizar sus pedidos. Por lo cual, calificaron un 68% como “muy satisfecho” y un 29% como “satisfecho”; a pesar de ello, también existieron clientes no del todo conformes, por lo que calificaron un 2% como “regular” y 1% como “insatisfecho”. Concluyendo que existieron varios motivos para la obtención de los citados resultados, como el no encontrar el valor de ciertos productos y la importancia de tener que mejorar la presentación de los menús de algunos de los establecimientos.

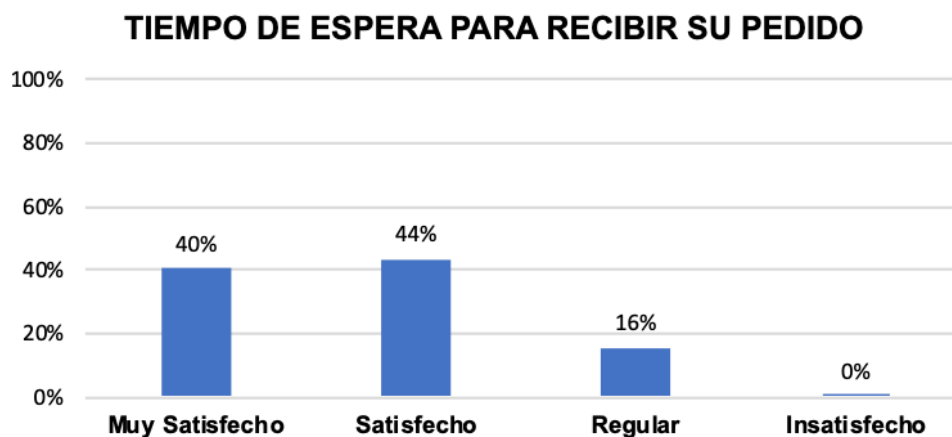


**Figura N° 18.-** Resultado global de la pregunta No 7 del cuestionario de satisfacción.

**Pregunta 8.** El tiempo de espera para recibir su pedido.

### **C.9. Análisis global sobre el tiempo de espera.**

Según la información recolectada por medio de las encuestas aplicadas, como se puede observar claramente en la Figura N° 19, que el nivel alcanzado, de manera global, por parte de los establecimientos no es el más óptimo ya que, el 40% de sus clientes calificaron el tiempo de espera de sus pedidos dentro del parámetro como “muy satisfecho”, un 44% como “satisfecho” y un 16% como “regular”. Su demora en este ítem se debe a varios motivos, como la falta de personal, falta de coordinación entre los colaboradores y sus actividades, y que en ciertas ocasiones el establecimiento se encontraba a su máximo aforo. Los mencionados porcentajes permiten concluir que, una adecuada organización, mejora de proceso de producción, experiencia previa sobre producción de alimentos y apropiada planificación de turnos del personal, son factores decisivos para ofrecer un servicio de calidad.



**Figura N° 19.-** Resultado global de la pregunta No 8 del cuestionario de satisfacción

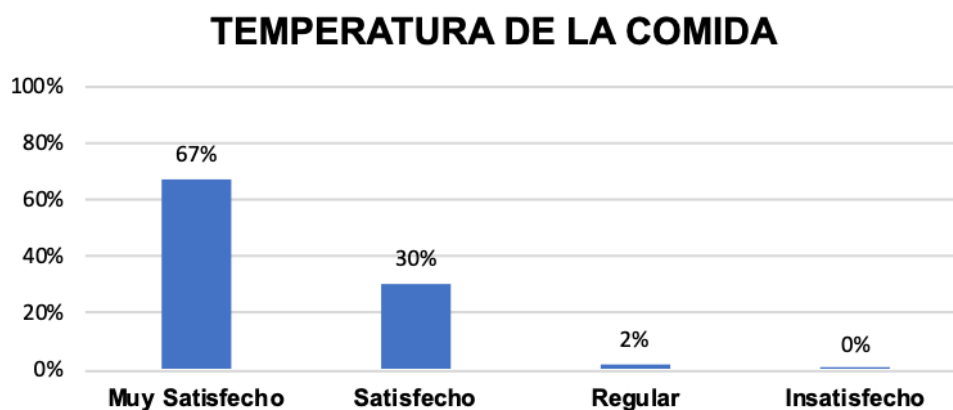
**D. Sección 4 - Experiencia de los clientes con los productos del restaurante**

**D.1. Resultados:**

**Pregunta 9.** Temperatura de la comida.

**D.2. Análisis global sobre la temperatura de la comida.**

Como se puede observar en la Figura N° 20, gracias a las encuestas de sondeo de opinión aplicadas a los restaurantes participantes en el proyecto de investigación, se puede concluir que, los establecimientos fueron calificados dentro de un nivel bueno, ponderado como “muy satisfecho” (67%) y “satisfecho” (30%); sin embargo existe un 2% calificado como “regular”, el cual considero que la temperatura de su pedido no fue óptima lo cual no alcanzo su nivel de satisfacción, dentro del mercado de alimentos y bebidas es fundamental ofrecer productos con su temperatura adecuada, ya que son los principales productos del establecimiento y lo que los clientes esperan recibir, debido a ello existen varios factores que es indispensable mejorar, como su comunicación, organización, proceso de producción y compromiso con los objetivos de satisfacción de clientes de cada establecimiento.

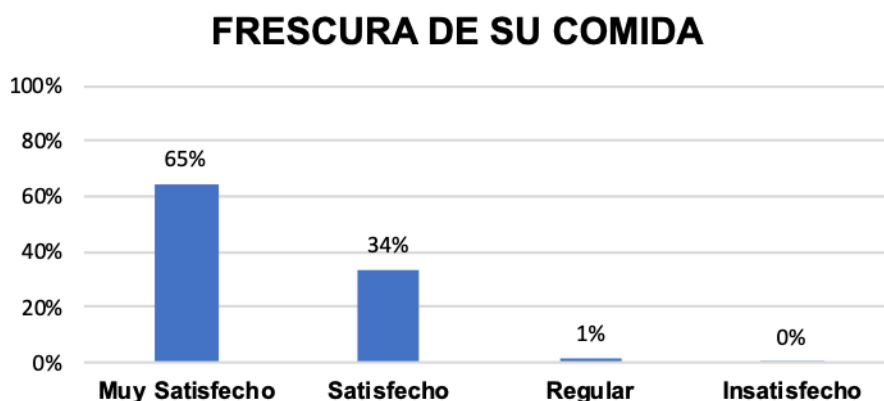


**Figura N° 20.-** Resultado global de la pregunta No 9 del cuestionario de satisfacción

**Pregunta 10.** La frescura de la comida

**D.3. Análisis global sobre la frescura de la comida**

Como se puede observar en la Figura N° 21, gracias a los datos obtenidos por medio de las encuestas aplicadas dentro del periodo del 10 de octubre al 15 de noviembre, a los restaurantes partícipes del presente proyecto de investigación; un 99% de los encuestados que visitaron los establecimientos consideraron que el nivel de frescura de los alimentos estuvo en óptimas condiciones y fue el esperado por ellos, ponderando así un 65% como “muy satisfecho” y 31% como “satisfecho”. Al ser mayoría establecimientos que ofrecen en sus platos productos como mariscos, y al ser San Cristóbal un lugar en el cual se encuentra fácilmente dichos servicios debe ser sencillo y primordial el cuidar la frescura de lo que se entrega a los comensales, para así ofrecer productos de calidad y fidelizar al cliente. En este contexto, se debe recalcar la importancia de obtener y controlar el adecuado almacenamiento de los alimentos, adquirir equipos en óptimas condiciones para el mencionado almacenamiento y un sistema PEPS, para un mayor control de los alimentos que poseen los establecimientos.



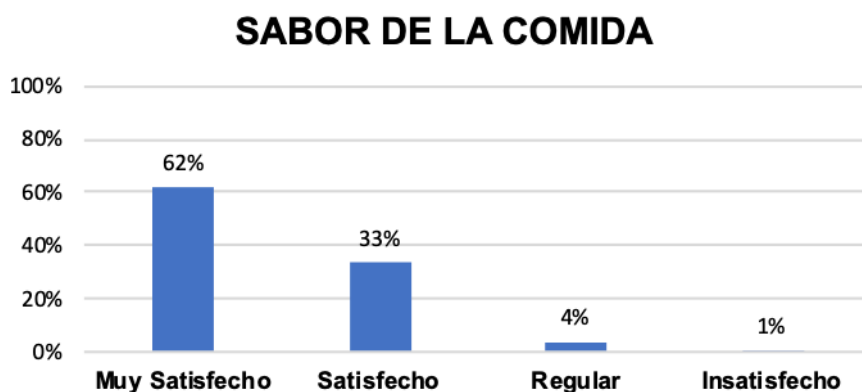
**Figura N° 21.-** Resultado global de la pregunta No 10 del cuestionario de satisfacción.

**Pregunta 11.** El sabor de su comida.

#### **D.4. Análisis global sobre el sabor de la comida.**

Dentro de la presente pregunta, como se puede observar en la Figura N° 22 los establecimientos obtuvieron un nivel satisfactorio, el mismo que en general cumplió con las expectativas de los clientes y en ciertos casos las superaron. Por esta razón, un 62% de los encuestados calificaron el sabor como muy “satisfecho” y un 33% como “satisfecho”. A pesar de ello, ésta presenta un 4% que calificó el sabor de la comida ofrecida por los establecimientos participantes en el proyecto, como “regular” y 1% como “insatisfecho”; se pueden presentar varios motivos, como la falta de interés por parte de los propietarios, en la actualización de sus menús para así mejorar el sabor y llamar la atención de los clientes; además, la necesidad de implementar y/o mejorar las capacitaciones sobre procesos de producción de alimentos en el personal, mencionadas mejoras pueden incrementar la productividad y competitividad de cada establecimiento.





**Figura N° 22.-** Resultado global de la pregunta No 11 del cuestionario de satisfacción

### E. Sección 5 – Experiencia de los clientes en el restaurante

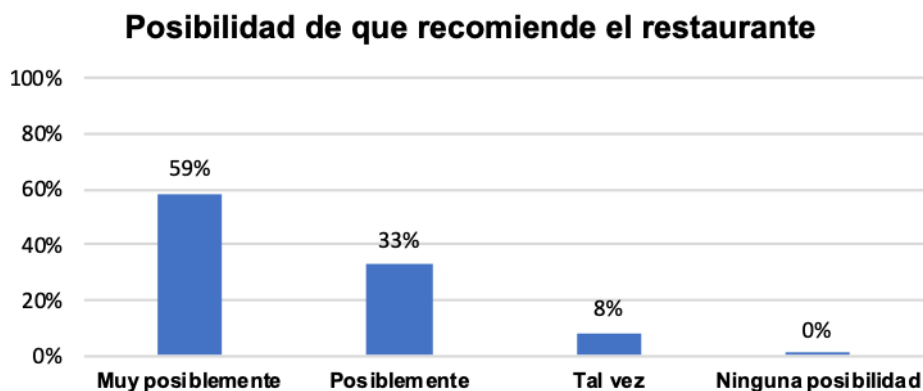
**Pregunta 12.** ¿Que probabilidades hay de que recomiende este restaurante a un amigo o familiar?

#### **D.5. Análisis global sobre la posibilidad de recomendar el restaurante**

Como se puede observar en la Figura N° 23, el 92% de los clientes encuestados en los establecimientos colaboradores en el presente proyecto de investigación, consideraron la posibilidad de recomendar los establecimientos, ya que en su mayoría alcanzaron sus expectativas y la experiencia dentro de los mismo fue satisfactoria, lo cual les hace querer promocionarlo, ponderando mencionado porcentaje entre 59% como “muy posiblemente” y 33% como “posiblemente”. A pesar de ello un 8% cree que deben mejorar ciertos aspectos como el servicio y limpieza de estos, por lo que se califico dentro del parámetro como “tal vez”.

A pesar de haber obtenido un porcentaje considerable dentro del presente ítem, es fundamental implementar, mejorar y mantener un sistema de capacitaciones para sus colaboradores, como: i. Innovación de productos; ii. Servicio al cliente, calidad; iii. Buenas prácticas de manufactura; iv. Procesos

de producción, entre otras. Con la finalidad de fidelizar y satisfacer a los clientes y, por consecuente aumentar la competitividad de la empresa.



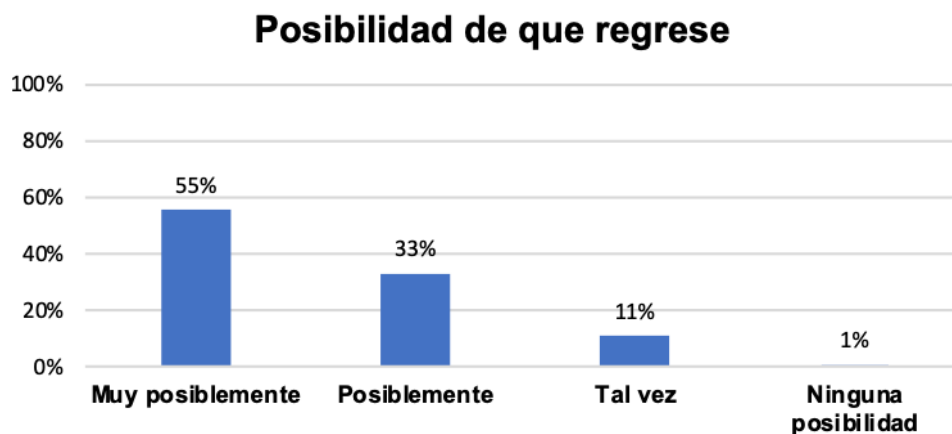
**Figura N° 23.-** Resultado global de la pregunta No 12 del cuestionario de satisfacción

**Pregunta 13.** ¿Qué probabilidades hay de que regrese a lo largo del próximo mes?

#### **E.6. Análisis global sobre la posibilidad de regresar**

Como se puede observar en la Figura N° 24, gracias a la información recolectada por medio de la aplicación de encuestas de sondeo de opinión, en el periodo del 10 de octubre al 15 de noviembre, se puede reflejar que un 88% de los clientes encuestados que visitaron los establecimientos consideran la posibilidad de volver a estos, ponderando mencionado porcentaje entre: 55% calificado dentro del parámetro como “muy posiblemente” y el 33% como “posiblemente”. Se debe recalcar que un gran porcentaje de los comensales son clientes locales y los clientes extranjeros supieron recalcar que su estadía en la provincia es corta, por lo cual no se les hacía muy posible volver, por ello el 11% consideró en “tal vez” volver y 1% como “ninguna posibilidad”. En general, se puede concluir que la experiencia ofrecida por parte de los negocios fue satisfactoria para las personas, pero se debe mejorar varios aspectos, como: i. Capacitaciones sobre atención al cliente; ii. Registro y control de limpieza de las áreas y equipos de los establecimientos; iii.

Presentación del personal; iv. Procesos de producción de alimentos y almacenamiento; entre otras. Con la finalidad de ofrecer un servicio y productos de mejor calidad, y por consecuente ser considerados restaurantes de calidad.



**Figura N° 24.-** Resultado global de la pregunta No 13 del cuestionario de satisfacción

**F. Sección 6 – Breve análisis sobre los elementos que más le complacieron al cliente externo**

Con el objetivo de determinar de manera global cuales fueron los elementos que más les agradaron y complacieron a los clientes externos que visitaron los restaurantes seleccionados, dentro de la Sección 6 se establecieron tres preguntas, las mismas que fueron:

1. ¿Qué es lo que más le gustó del restaurante?

El 92% de los clientes indicaron que lo que más le agrado del establecimiento fue el sabor de su comida y la variedad que encontró de productos ofrecidos dentro del menú de cada restaurante.

2. ¿Qué podemos hacer para que el servicio del restaurante sea mejor?

Varios de los clientes coincidieron que en ciertos establecimientos sería de gran ayuda el bajar los precios, es decir, que exista concordancia entre el precio y la calidad ofrecida por parte de ciertos restaurantes, además de mejorar el idioma inglés para un mejor servicio.

### **3.5. Análisis de cumplimiento de la norma “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para Establecimientos de Alimentos & Bebidas”**

En el presente numeral se detallan los resultados obtenidos por cada uno de los restaurantes que participaron en el presente proyecto de investigación, al aplicar la norma “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para Establecimientos de Alimentos & Bebidas”, de la organización Turismo Práctico & Gestión Ambiental.

Referida herramienta permitió obtener, por cada establecimiento, su estado actual de cumplimiento de cada indicador que contiene la norma, con el objetivo de proponer – de estimarse necesario – la implementación del sistema de gestión integral de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible, basado en la aplicación de lineamientos tanto de la Normativa ISO 14001, como también de ISO 9001, ISO 26000 y OHSAS 18001.

Cabe recordar, que para la obtención del “Distintivo de Calidad y Buenas Prácticas Turísticas”, otorgado por el cumplimiento de la norma anteriormente citada, el emprendimiento debe cumplir con:

- ✓ Cumplimiento del 100% de los indicadores del ámbito Mandatorio;
- ✓ Obtención del 80 % de cumplimiento promedio del todos los ámbitos que conforman la norma (i. Mandatorios; ii. Organizacional y de soporte; iii, Edificación; iv. Responsabilidad Ambiental; v. Responsabilidad Social; vi. Seguridad y Salud Ocupacional; vii. Buenas Prácticas de Manufactura, y; viii. Atención al Cliente, y;
- ✓ No obtener menos del 50% en ninguno de los ámbitos antes citados.

#### **3.5.1. Análisis individual de cumplimiento de la norma**

Teniendo como referencia lo citado en el numeral 5, a continuación se detallan los resultados obtenidos al aplicar la cita norma en cada uno de los 09 establecimientos participantes en el presente proyecto de investigación.

### i. Restaurante “Midori”

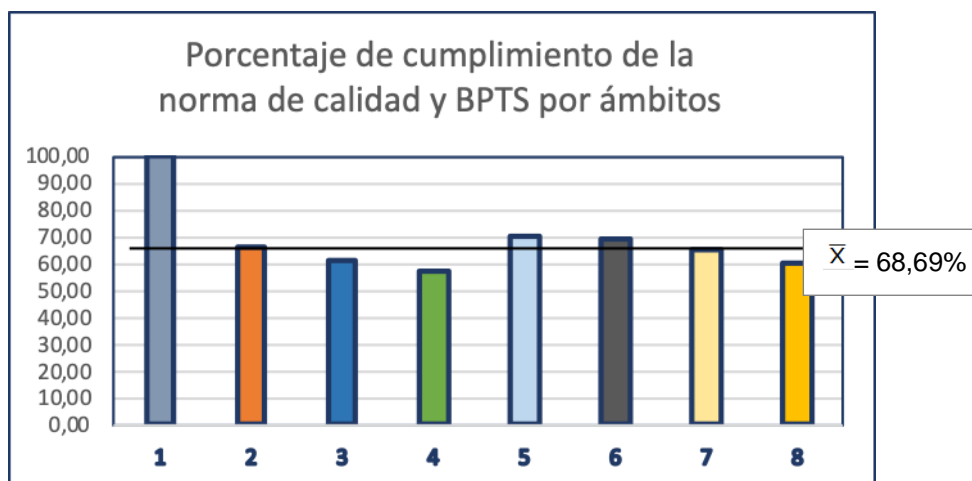
Como se puede observar en la Tabla N° 14 y Figura N° 25, el restaurante Midori, al aplicar la norma “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para Establecimientos de Alimentos & Bebidas”, obtuvo el 100% de cumplimiento del ámbito “Mandatorios”, lo que refleja un cumplimiento total de los requisitos legales para su funcionamiento.

En relación al resto de ámbitos de la norma (Organizacional y de Soporte; Edificación; Responsabilidad Social; Responsabilidad Ambiental; Seguridad y Salud Ocupacional; Buenas Prácticas de Manufactura, y; Atención al Cliente), en ninguno de ellos se observa un porcentaje inferior al 50 %; sin embargo, tampoco en ninguno de ellos se registra un cumplimiento igual o mayor al 80%, obteniendo como promedio general entre todos los ámbitos del 68,9% (Tabla N° 14 y Figura N° 25), lo que le restringe a la obtención del “Distintivo de Calidad y Buenas Prácticas Turísticas”.

En conclusión, el restaurante Midori requiere – a pesar de tener un 100% de cumplimiento del ámbito “Mandatorios”, el cual certifica que cumple con todos los requisitos legales para su funcionamiento, de la generación y puesta en ejecución de un sistema de gestión integral de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible.

**Tabla N° 14.-** Porcentaje de cumplimiento restaurante “Midori”

Porcentaje de cumplimiento		
N.	Ámbitos de la Norma	% Cumplimiento
1	Mandatorios	100,00
2	Organizacional y soporte	66,67
3	Edificación	61,11
5	Responsabilidad ambiental	57,14
6	Responsabilidad social	70,00
7	Seguridad y Salud ocupacional	69,23
8	Buenas Prácticas de Manufactura	65,38
9	Atención al cliente	60,00
Promedio total de cumplimiento (%)		<b>68,69</b>



**Figura N° 25.-** Porcentaje de cumplimiento de la Norma de Calidad y BPTS por ámbitos de el Restaurante Midori

#### i. Restaurante “Miconia”

Como se puede visualizar en la Tabla N° 15 y Figura N° 26, el restaurante Miconia, al aplicar la norma “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para los Establecimientos de Alimentos & Bebidas”, obtuvo el 100% de cumplimiento del ámbito “Mandatorios”, lo que manifiesta un cumplimiento total de los requisitos legales para su funcionamiento.

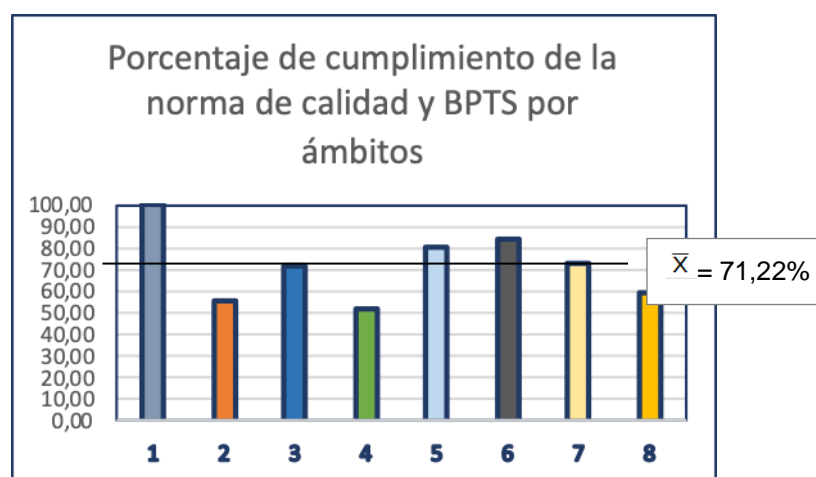
En relación al resto de ámbitos de la norma (Edificación; Responsabilidad Social; Responsabilidad Ambiental; Seguridad y Salud Ocupacional; Buenas Prácticas de Manufactura, y; Atención al Cliente), en ninguno de ellos se observa un porcentaje inferior al 50 %; a excepción del ámbito Organizacional y de Soporte el cual posee un 44,44%.; sin embargo, tampoco en ninguno de ellos se registra un cumplimiento igual o mayor al 80%, obteniendo como promedio general entre todos los ámbitos del 71,22% (Tabla N° 15 y Figura N° 26), lo que le restringe a la obtención del “Distintivo de Calidad y Buenas Prácticas Turísticas”.

En conclusión, el restaurante Miconia requiere – a pesar de tener un 100% de cumplimiento del ámbito “Mandatorios”, el cual certifica que cumple con todos los requisitos legales para su funcionamiento, de la generación y puesta en

ejecución de un sistema de gestión integral de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible.

**Tabla N° 15.-**Porcentaje de cumplimiento restaurante “Miconia”.

Porcentaje de cumplimiento		
N.	Ámbitos de la Norma	% Cumplimiento
1	Mandatorios	100,00
2	Organizacional y soporte	44,44
3	Edificación	66,67
5	Responsabilidad ambiental	57,14
6	Responsabilidad social	80,00
7	Seguridad y Salud ocupacional	84,62
8	Buenas Prácticas de Manufactura	76,92
9	Atención al cliente	60,00
Promedio total de cumplimiento (%)		<b>71,22</b>



**Figura N° 26.-** Porcentaje de cumplimiento de la Norma de Calidad y BPTS por ámbitos de el Restaurante Miconia

## ii. Restaurante “Calypso”

Por otro lado, como se puede visualizar en la Tabla N° 16 y Figura N° 27, el restaurante Calypso, al aplicar la norma “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para Establecimientos de Alimentos & Bebidas”, obtuvo el 100% de cumplimiento del ámbito “Mandatorios”, lo que refleja un cumplimiento total de los requisitos legales para su funcionamiento, al igual que los establecimientos anteriores.

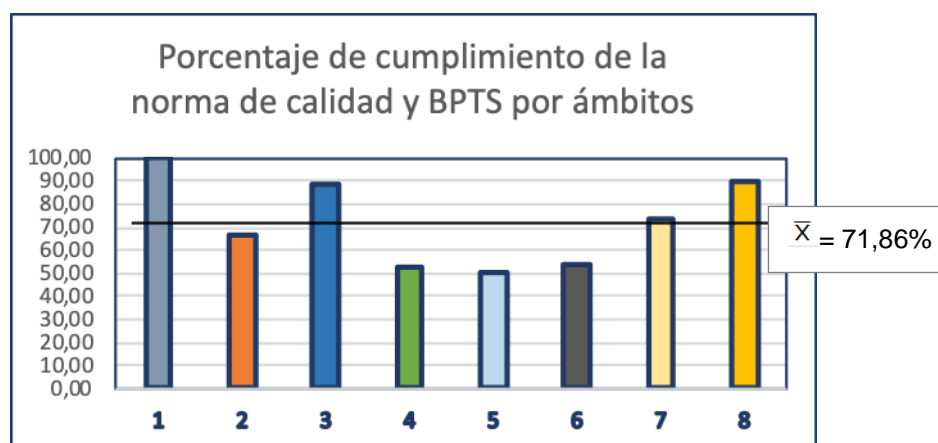
En relación al resto de ámbitos de la norma (Organizacional y de Soporte; Edificación; Seguridad y Salud Ocupacional; Responsabilidad Ambiental; Buenas Prácticas de Manufactura, y; Atención al Cliente), en ninguno de ellos

se observa un porcentaje inferior al 50 %, a excepción del ámbito de Responsabilidad Social, el cual alcanzó un 50% exacto; sin embargo, tampoco en ninguno de ellos se registra un cumplimiento igual o mayor al 80%, obteniendo como promedio general entre todos los ámbitos del 71,86% (Tabla N° 16 y Figura N° 27), lo que le restringe a la obtención del “Distintivo de Calidad y Buenas Prácticas Turísticas”.

En conclusión, el restaurante Calypso requiere – a pesar de tener un 100% de cumplimiento del ámbito “Mandatorios”, el cual certifica que cumple con todos los requisitos legales para su funcionamiento, de la generación y puesta en ejecución de un sistema de gestión integral de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible.

**Tabla N° 16.-** Porcentaje de cumplimiento restaurante “Calypso”.

Porcentaje de cumplimiento		
N.	Ámbitos de la Norma	% Cumplimiento
1	Mandatorios	100,00
2	Organizacional y soporte	66,67
3	Edificación	88,89
5	Responsabilidad ambiental	52,38
6	Responsabilidad social	50,00
7	Seguridad y Salud ocupacional	53,85
8	Buenas Prácticas de Manufactura	73,08
9	Atención al cliente	90,00
Promedio total de cumplimiento (%)		<b>71,86</b>



**Figura N° 27.-** Porcentaje de cumplimiento de la Norma de Calidad y BPTS por ámbitos de el Restaurante Calypso.



### iii. Restaurante “Cangrejo Loco”

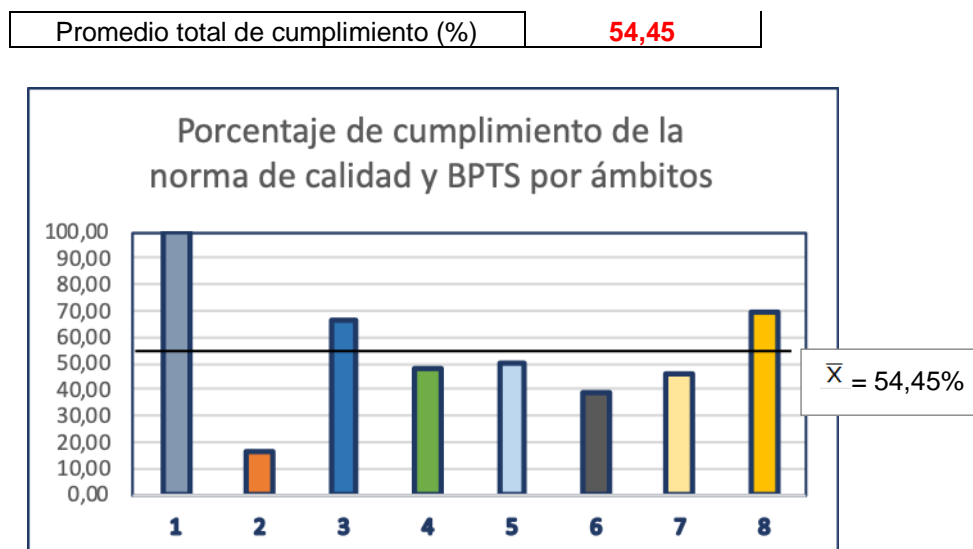
Por otra parte, como se puede observar en la Tabla N° 17 y Figura N° 28, el restaurante Cangrejo Loco, al aplicar la norma “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para Establecimientos de Alimentos & Bebidas”, obtuvo el 100% de cumplimiento del ámbito “Mandatorios”, lo que refleja un cumplimiento total de los requisitos legales para su funcionamiento, al igual que los establecimientos anteriores.

En relación al resto de ámbitos de la norma (Organizacional y de Soporte; Seguridad y Salud Ocupacional; Responsabilidad ambiental; Buenas Prácticas de Manufactura; Responsabilidad Social; y, Atención al Cliente), en ninguno de ellos se observa un porcentaje inferior al 50 %, a excepción del ámbito de Organizacional y soporte donde se observar un porcentaje inferior (16,67%); sin embargo, tampoco en ninguno de ellos se registra un cumplimiento igual o mayor al 80%, obteniendo como promedio general entre todos los ámbitos del 54,45% (Tabla N° 17 y Figura N° 28), lo que le restringe a la obtención del “Distintivo de Calidad y Buenas Prácticas Turísticas”.

En conclusión, el restaurante Cangrejo Loco requiere – a pesar de tener un 100% de cumplimiento del ámbito “Mandatorios”, el cual certifica que cumple con todos los requisitos legales para su funcionamiento, de la generación y puesta en ejecución de un sistema de gestión integral de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible.

**Tabla N° 17.-** Porcentaje de cumplimiento del restaurante “Cangrejo Loco”.

Porcentaje de cumplimiento		
N.	Ámbitos de la Norma	% Cumplimiento
1	Mandatorios	100,00
2	Organizacional y soporte	16,67
3	Edificación	66,67
5	Responsabilidad ambiental	47,62
6	Responsabilidad social	50,00
7	Seguridad y Salud ocupacional	38,46
8	Buenas Prácticas de Manufactura	46,15
9	Atención al cliente	70,00



**Figura N° 28.-** Porcentaje de cumplimiento de la Norma de Calidad y BPTS por ámbitos de el Restaurante Cangrejo Loco.

#### iv. Restaurante “Rosita”

Como se puede visualizar en la Tabla N° 18 y Figura N° 29, el restaurante Rosita, al aplicar la norma “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para Establecimientos de Alimentos & Bebidas”, obtuvo el 88,89% de cumplimiento del ámbito “Mandatorios”, lo que refleja la falta de cumplimiento total de los requisitos legales para su funcionamiento.

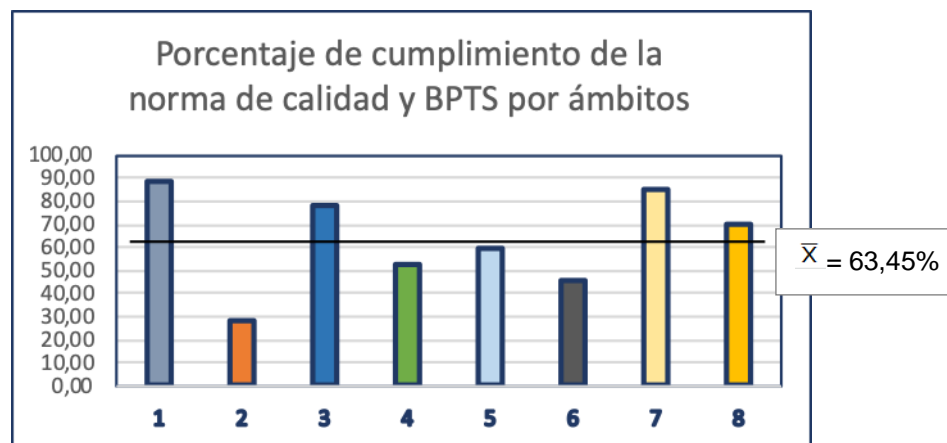
En relación al resto de ámbitos de la norma (Edificación; Responsabilidad Social; Responsabilidad Ambiental; Buenas Prácticas de Manufactura, y; Atención al Cliente), en ninguno de ellos se observa un porcentaje inferior al 50 %, a excepción de los ámbitos Organizacional y soporte el cual obtuvo un 27,78% y Seguridad y salud ocupacional que obtuvo un 46,15%; sin embargo, tampoco en ninguno de ellos se registra un cumplimiento igual o mayor al 80%, obteniendo como promedio general entre todos los ámbitos del 73,45% (Tabla N° 18 y Figura N° 29), lo que le restringe a la obtención del “Distintivo de Calidad y Buenas Prácticas Turísticas”.

En conclusión, el restaurante Rosita requiere – al no de tener un 100% de cumplimiento del ámbito “Mandatorios”, se requiere mantener al día todos los documentos necesarios, los mismos que certifiquen que cumple con todos los requisitos legales para su correcto funcionamiento, de la generación y puesta

en ejecución de un sistema de gestión integral de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible.

**Tabla N° 18.** Porcentaje de cumplimiento del restaurante “Rosita”.

Porcentaje de cumplimiento		
N.	Ámbitos de la Norma	% Cumplimiento
1	Mandatorios	88,89
2	Organizacional y soporte	27,78
3	Edificación	77,78
5	Responsabilidad ambiental	52,38
6	Responsabilidad social	60,00
7	Seguridad y Salud ocupacional	46,15
8	Buenas Prácticas de Manufactura	84,62
9	Atención al cliente	70,00
Promedio total de cumplimiento (%)		<b>63,45</b>



**Figura N° 29.** Porcentaje de cumplimiento de la Norma de Calidad y BPTS por ámbitos de el Restaurante Rosita.

#### v. Restaurante “Nativo”

Como se puede visualizar en la Tabla N° 19 y Figura N° 30, el restaurante Nativo, al aplicar la norma “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para Establecimientos de Alimentos & Bebidas”, obtuvo el 12,50% de cumplimiento del ámbito “Mandatorios”, lo que refleja la falta de cumplimiento total de los requisitos legales para su funcionamiento, siendo este el porcentaje más bajo registrado a comparación de los demás establecimientos. En relación al resto de ámbitos de la norma (Edificación; Responsabilidad Social; Responsabilidad Ambiental; Buenas Prácticas de Manufactura, y; Atención al Cliente), en ninguno de ellos se observa un

porcentaje inferior al 50 %, a excepción de los ámbitos Organizacional y soporte el cual obtuvo un 22,22% y Seguridad y salud ocupacional que obtuvo un 38,46%; sin embargo, tampoco en ninguno de ellos se registra un cumplimiento igual o mayor al 80%, obteniendo como promedio general entre todos los ámbitos del 43,95% (Tabla N° 19 y Figura N° 30), lo que le restringe a la obtención del “Distintivo de Calidad y Buenas Prácticas Turísticas”.

En conclusión, el restaurante Nativo requiere – al no de tener un 100% de cumplimiento del ámbito “Mandatorios”, se requiere mantener al día todos los documentos necesarios, de manera ordenada y en un área en donde se los pueda visualizar fácilmente, los mismos que certifiquen que cumple con todos los requisitos legales para su correcto funcionamiento y además de obtener porcentajes tan bajos en la mayoría de sus ámbitos, de la generación y puesta en ejecución de un sistema de gestión integral de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible.

**Tabla N° 19.** Porcentaje de cumplimiento del restaurante “Nativo Bar y Café”.

Porcentaje de cumplimiento		
N.	Ámbitos de la Norma	% Cumplimiento
1	Mandatorios	12,50
2	Organizacional y soporte	22,22
3	Edificación	72,22
5	Responsabilidad ambiental	52,38
6	Responsabilidad social	50,00
7	Seguridad y Salud ocupacional	38,46
8	Buenas Prácticas de Manufactura	53,85
9	Atención al cliente	50,00
Promedio total de cumplimiento (%)		<b>43,95</b>



**Figura N° 30.** Porcentaje de cumplimiento de la Norma de Calidad y BPTS por ámbitos de el Restaurante Nativo.

**vi. Restaurante “Cris Burger”**

Como se puede observar en la Tabla N° 20 y Figura N° 31, el restaurante Cris Burguer, al aplicar la norma “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para Establecimientos de Alimentos & Bebidas”, obtuvo el 77,48% de cumplimiento del ámbito “Mandatorios”, lo que refleja la falta de cumplimiento total de los requisitos legales para su funcionamiento.

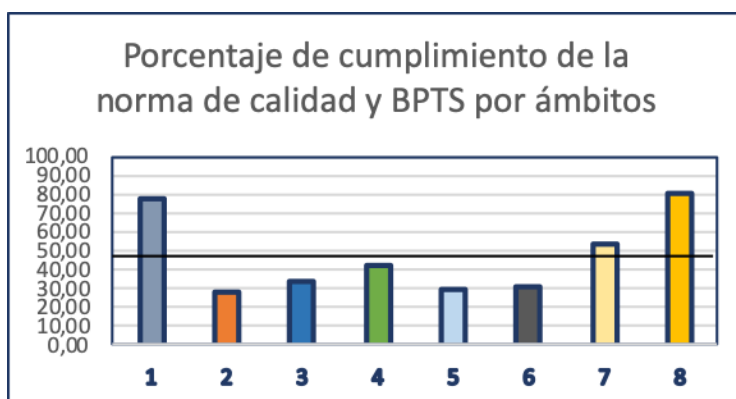
En relación al resto de ámbitos de la norma (Edificación; Responsabilidad Ambiental; Organizacional y soporte; Responsabilidad ambiental; Seguridad y salud ocupacional; y, Responsabilidad Social), en todos ellos se observa un porcentaje inferior al 50 %, a excepción de los ámbitos Buenas Prácticas de Manufactura el cual obtuvo un 53,85% y Atención al Cliente que obtuvo un 80%; sin embargo, tampoco en ninguno de ellos se registra un cumplimiento igual o mayor al 80%, obteniendo como promedio general entre todos los ámbitos del 47,05% (Tabla N° 20 y Figura N° 31), lo que le restringe a la obtención del “Distintivo de Calidad y Buenas Prácticas Turísticas”.

En conclusión, el restaurante Cris Burguer requiere – al no de tener un 100% de cumplimiento del ámbito “Mandatorios”, se requiere mantener al día todos los documentos necesarios, los mismos que certifiquen que cumple con todos los requisitos legales para su correcto funcionamiento y además de obtener porcentajes tan bajos en la mayoría de sus ámbitos, de la generación y puesta en ejecución de un sistema de gestión integral de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible.

**Tabla N° 20.-** Porcentaje de cumplimiento del restaurante “Cris Burguer”.

Porcentaje de cumplimiento		
N.	Ámbitos de la Norma	% Cumplimiento
1	Mandatorios	77,78
2	Organizacional y soporte	27,78
3	Edificación	33,33
5	Responsabilidad ambiental	42,86
6	Responsabilidad social	30,00
7	Seguridad y Salud ocupacional	30,77

8	Buenas Prácticas de Manufactura	53,85
9	Atención al cliente	80,00
Promedio total de cumplimiento (%)		<b>47,05</b>



$$\bar{X} = 47,05\%$$

**Figura N° 31.-** Porcentaje de cumplimiento de la Norma de Calidad y BPTS por ámbitos de el Restaurante Cris Burguer.

#### vii. Restaurante “Descanso Marinero”

Como se puede visualizar en la Tabla N° 21 y Figura N° 32, el restaurante Descanso Marinero, al aplicar la norma “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para Establecimientos de Alimentos & Bebidas”, obtuvo el 100% de cumplimiento del ámbito “Mandatorios”, lo que refleja el cumplimiento total de los requisitos legales para su funcionamiento.

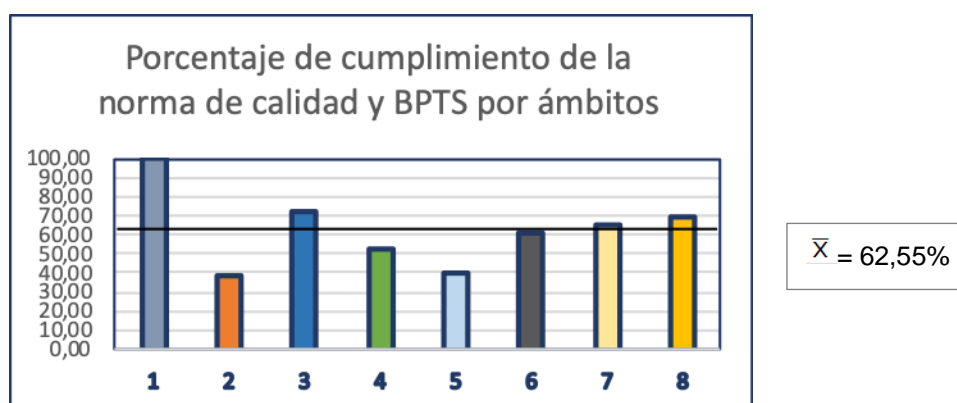
En relación al resto de ámbitos de la norma (Edificación; Responsabilidad Ambiental; Seguridad y Salud Ocupacional; Buenas Prácticas de Manufactura, y; Atención al Cliente), en ninguno de ellos se observa un porcentaje inferior al 50 %, a excepción de los ámbitos Organizacional y soporte el cual obtuvo un 38,89% y Responsabilidad Social que obtuvo un 40%; sin embargo, tampoco en ninguno de ellos se registra un cumplimiento igual o mayor al 80%, obteniendo como promedio general entre todos los ámbitos del 62,55% (Tabla N° 21 y Figura N° 32), lo que le restringe a la obtención del “Distintivo de Calidad y Buenas Prácticas Turísticas”.

En conclusión, el restaurante Descanso Marinero requiere – a pesar de tener un 100% de cumplimiento del ámbito “Mandatorios”, el cual certifica que cumple con todos los requisitos legales para su funcionamiento, de la

generación y puesta en ejecución de un sistema de gestión integral de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible.

**Tabla N° 21.-** Porcentaje de cumplimiento del restaurante “Descanso Marinero”.

Porcentaje de cumplimiento		
N.	Ámbitos de la Norma	% Cumplimiento
1	Mandatorios	100,00
2	Organizacional y soporte	38,89
3	Edificación	72,22
5	Responsabilidad ambiental	52,38
6	Responsabilidad social	40,00
7	Seguridad y Salud ocupacional	61,54
8	Buenas Prácticas de Manufactura	65,38
9	Atención al cliente	70,00
Promedio total de cumplimiento (%)		<b>62,55</b>



**Figura N° 32.-** Porcentaje de cumplimiento de la Norma de Calidad y BPTS por ámbitos de el Restaurante Descanso Marinero.

#### viii. Giuseppe's Restaurant

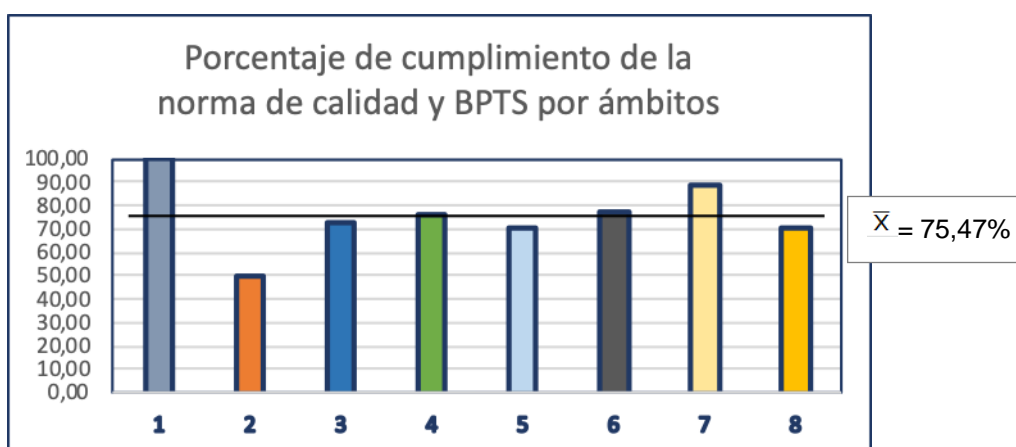
Como se puede observar en la Tabla N° 22 y Figura N° 33, el restaurante Giuseppe, al aplicar la norma “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para Establecimientos de Alimentos & Bebidas”, obtuvo el 100% de cumplimiento del ámbito “Mandatorios”, lo que refleja un cumplimiento total de los requisitos legales para su funcionamiento. En relación al resto de ámbitos de la norma (Organizacional y de Soporte; Edificación; Responsabilidad Social; Responsabilidad Ambiental; Seguridad y Salud Ocupacional; Buenas Prácticas de Manufactura, y; Atención al Cliente), en

ninguno de ellos se observa un porcentaje inferior al 50 %; sin embargo, tampoco en ninguno de ellos se registra un cumplimiento igual o mayor al 80%, a excepción del ámbito Buenas Prácticas de Manufactura el cual obtuvo un 88,46%, obteniendo como promedio general entre todos los ámbitos del 75,47% (Tabla N° 22 y Figura N° 33), lo que le restringe a la obtención del “Distintivo de Calidad y Buenas Prácticas Turísticas”.

En conclusión, el restaurante Giuseppe requiere – a pesar de tener un 100% de cumplimiento del ámbito “Mandatorios”, y de obtener porcentajes más altos a comparación del resto de establecimientos participantes en el proyecto, certifica que cumple con todos los requisitos legales para su funcionamiento, de la generación y puesta en ejecución de un sistema de gestión integral de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible.

**Tabla N° 22.-** Porcentaje de cumplimiento del restaurante “Guiseppe”.

Porcentaje de cumplimiento		
N.	Ámbitos de la Norma	% Cumplimiento
1	Mandatorios	100,00
2	Organizacional y soporte	50,00
3	Edificación	72,22
4	Responsabilidad ambiental	76,19
5	Responsabilidad social	70,00
6	Seguridad y Salud ocupacional	76,92
7	Buenas Prácticas de Manufactura	88,46
8	Atención al cliente	70,00
Promedio total de cumplimiento (%)		<b>75,47</b>



**Figura N° 33.-** Porcentaje de cumplimiento de la Norma de Calidad y BPTS por ámbitos de Giuseppe’s Restaurant.



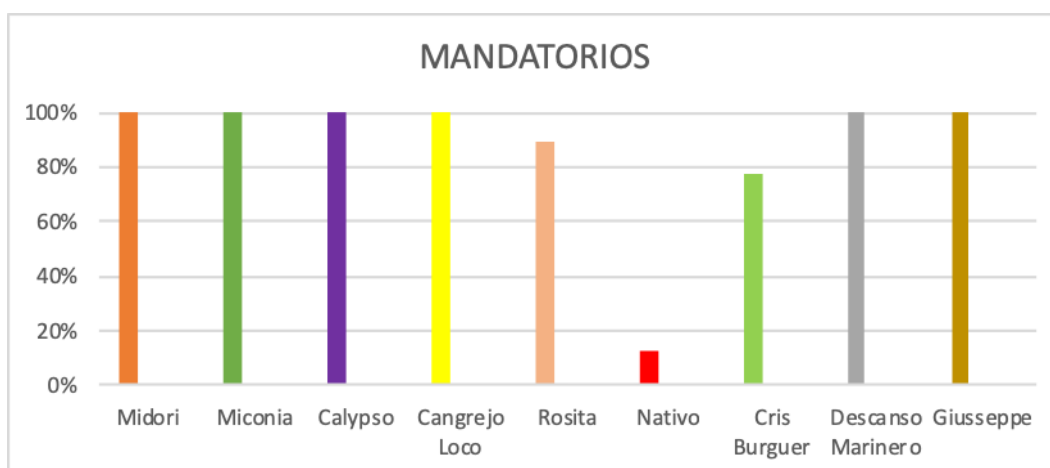
### 3.5.2. Análisis global del cumplimiento de la norma

A continuación, se detallan los resultados globales obtenidos por los 09 establecimientos participantes en el presente proyecto de investigación. Cabe señalar, que los resultados se los presenta por cada uno de los ámbitos que forman parte de la norma “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para Establecimientos de Alimentos & Bebidas”

#### i. Análisis del cumplimiento del ámbito “Mandatorio”.

Como se puede observar en la Figura N° 34, un número de 06 establecimientos (i. Midori; ii. Miconia; iii. Calipso, iv. Cangrejo Loco; v. Descanso Marinero, y; v. Giuseppe) CUMPLEN con el 100% de los indicadores que forman parte del ámbito “Mandatorio”; mientras que los 03 establecimientos restantes (i. Rocita; ii. Nativo, y; iii. Cruz Burguer) NO CUMPLEN con todos los indicadores de carácter obligatorio para su funcionamiento.

Sin lugar a dudas, el hecho del NO CUMPLIMIENTO de los indicadores obligatorios por parte de los restaurantes: i. Rosita con un 88,9%; ii. Cris Burger con un 77,78%, y; iii. Nativo con 12,5%, revela – de acuerdo a la información levantada en el campo – el descuido de sus administradores y/o propietarios para con la actualización de los permisos, certificados y licencias, entre otros documentos que son otorgados por las diferentes instituciones y/u organismos de control, lo cual perjudica al adecuado desenvolvimiento de las actividades administrativas de gestión y control, que se dan a lugar en la parroquia de Pto. Baquerizo Moreno.



**Figura N° 34.-** Porcentajes de cumplimiento del ámbito Mandatorio de los establecimientos partícipes en el proyecto.

**ii. Análisis del cumplimiento del ámbito “Organizacional y de soporte”**

En relación al cumplimiento de los indicadores que forman parte del ámbito “Organizacional y de soporte”, como se puede observar en la Figura N° 35, ninguno de los 09 establecimientos tiene un porcentaje igual o superior al 80%, lineamiento necesario para – de llegar a cumplir similar porcentaje promedio entre todos los demás ámbitos – ser merecedor del “Distintivo de Calidad y Buenas Prácticas Turísticas”.

Con este antecedente, es necesario puntualizar que 04 establecimientos poseen un cumplimiento igual o superior al 50% (Midori 66,67%; Miconia 44,44%; Calypso 66,67%, y; Giuseppe 50%); mientras que los restantes 05 establecimientos poseen un porcentaje de cumplimiento muy inferior al 50% (Cangrejo Loco 16,67%; Rosita 27,7%; Nativo 22,22%; Cris Burguer 27,78%, y; Descanso Marinero 38,89%).

Así, tomando en cuenta los porcentajes antes citados, se obtuvo un porcentaje promedio de cumplimiento del ámbito de “Organización y de Soporte” de tan solo el 40,07%, lo que refleja - en los 09 establecimientos que forman parte del presente proyecto - la existencia de serias debilidades en los aspectos relacionados a la generación e implementación de:

- Políticas empresariales;
- Matrices de control y seguimiento;
- Programas de capacitación, y;
- Programas de comunicación, información y divulgación.



**Figura Nº 35.-** Porcentajes de cumplimiento del ámbito Organizacional y de Soporte, de los establecimientos partícipes en el proyecto.

### iii. Análisis del cumplimiento del ámbito “Edificación”

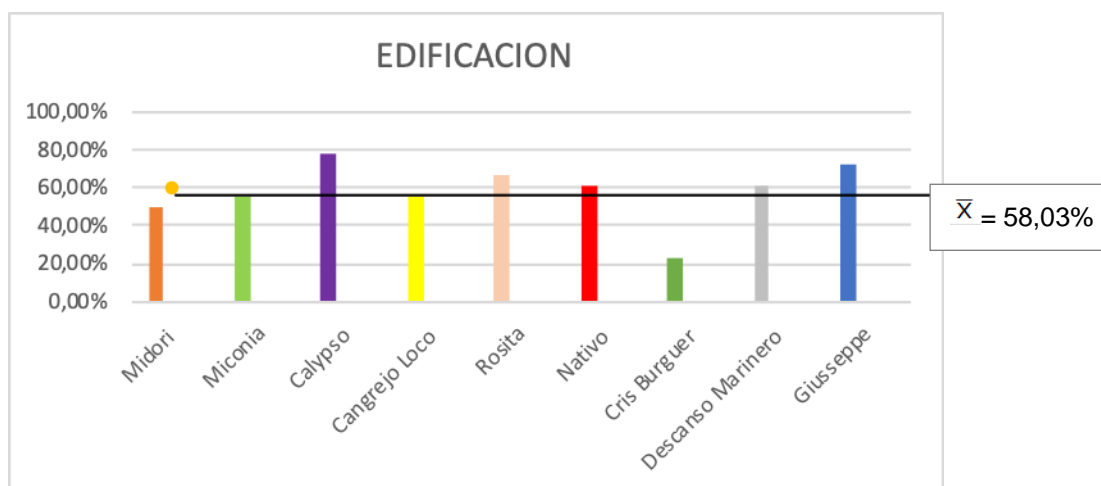
En relación al cumplimiento de los indicadores que forman parte del ámbito “Edificación”, como se puede observar en la Figura Nº 36, tan sólo 01 de establecimientos (Calypso 88,89%) tiene un porcentaje igual o superior al 80%, lineamiento necesario para – de llegar a cumplir similar porcentaje promedio entre todos los demás ámbitos – ser merecedor del “Distintivo de Calidad y Buenas Prácticas Turísticas”.

Con este antecedente, es necesario puntualizar que 07 establecimientos poseen un cumplimiento igual o superior al 50% (Midori 61,11%; Miconia 72,22%; Cangrejo Loco 66,67%; Rosita 77,78%; Nativo 77,22%, y; Descanso Marinero 72,22); mientras que 01 establecimiento (Cris Burguer) presenta un porcentaje de cumplimiento de tan sólo el 33,33%.

Así, tomando en cuenta los porcentajes antes citados, se obtuvo un porcentaje promedio de cumplimiento del ámbito de “Edificación” de tan solo el 58,03%, lo que refleja la existencia de serias debilidades en los aspectos de relacionados a la edificación, donde se da a lugar las operaciones de alimentos y bebidas, específicamente en los sub ámbitos y/ espacios de:

- Cocina;

- Comedor;
- Servicios higiénicos o baterías sanitarias;
- Bodegas;
- Área de colaboradores (personal);
- Mantenimiento y control, y;
- Accesibilidad



**Figura N° 36.-** Porcentajes de cumplimiento del ámbito de Edificación, de los establecimientos partícipes en el proyecto.

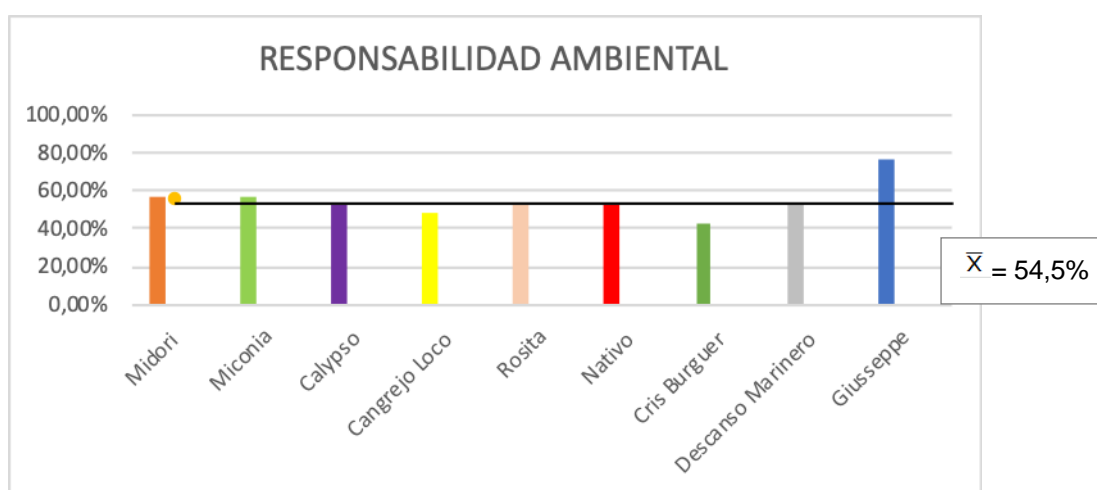
#### iv. Análisis del cumplimiento del ámbito “Responsabilidad ambiental”

En relación al cumplimiento de los indicadores que forman parte del ámbito “Responsabilidad ambiental”, como se puede observar en la Figura N° 37, ningún establecimiento tiene un porcentaje igual o superior al 80%, lineamiento necesario para – de llegar a cumplir similar porcentaje promedio entre todos los demás ámbitos – ser merecedor del “Distintivo de Calidad y Buenas Prácticas Turísticas”.

Con este antecedente, es necesario puntualizar que 07 establecimientos poseen un cumplimiento igual o superior al 50% (Midori 57,14%; Miconia 52,38%; Calypso 52,38%; Rosita 52,38%; Nativo 52,38%; Descanso Marinero 52,38%, y; Guisseppe 76,19%); mientras que 02 establecimientos presentan un porcentaje de cumplimiento del 47,62% y 42,68% (Cangrejo Loco y Cris Burguer respectivamente).

Así, tomando en cuenta los porcentajes antes citados, se obtuvo un porcentaje promedio de cumplimiento del ámbito de “Responsabilidad ambiental” de tan solo el 54,5%, lo que refleja la existencia de serias debilidades en los aspectos de relacionados a la Responsabilidad Ambiental, donde se debe destacar el cumplimiento de procesos que permiten contribuir con el adecuado manejo de los recursos y su entorno natural, donde destacan los sub ámbitos de:

- Biodiversidad;
- Insumos;
- Agua;
- Energía;
- Residuos y desechos, y;
- Ruido y vibración.



**Figura Nº 37.-** Porcentajes de cumplimiento del ámbito de Responsabilidad Ambiental, de los establecimientos partícipes en el proyecto.

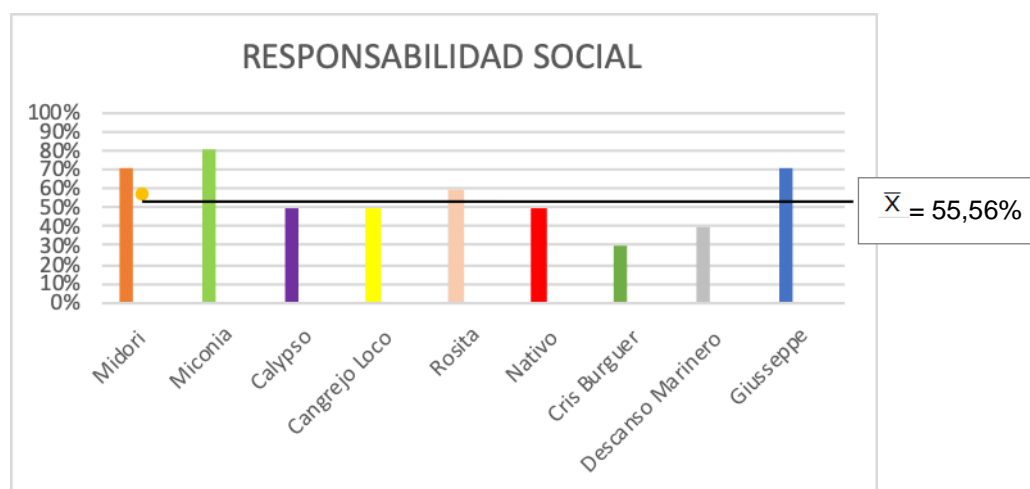
#### **v. Análisis del cumplimiento del ámbito “Responsabilidad Social”**

En relación al cumplimiento de los indicadores que forman parte del ámbito “Responsabilidad Social”, como se puede observar en la Figura Nº 38, tan sólo un establecimiento tiene un porcentaje igual o superior al 80% (Miconia 80,00%), lineamiento necesario para – de llegar a cumplir similar porcentaje promedio entre todos los demás ámbitos – ser merecedor del “Distintivo de Calidad y Buenas Prácticas Turísticas”.

Con este antecedente, es necesario puntualizar que 06 establecimientos poseen un cumplimiento igual o superior al 50% (Midori 70,00%; Calypso 50,00%; Cangrejo Loco 50%; Rosita 60,00%; Nativo 50,00%, y; Guisseppe 70,00%); mientras que 02 establecimientos presentan un porcentaje de cumplimiento del 30% y 40% (Cris Burguer y Descanso Marinero respectivamente).

Así, tomando en cuenta los porcentajes antes citados, se obtuvo un porcentaje promedio de cumplimiento del ámbito de “Responsabilidad Social” del 55,56%, lo que refleja la existencia de serias debilidades en los aspectos de relacionados a la Responsabilidad Social, donde se deben tomar en cuenta a los sub ámbitos de:

- Patrimonio y comunidad;
- Difusión y comunicación, y;
- Capacitación en aspectos de responsabilidad social empresarial.



**Figura N° 38.-** Porcentajes de cumplimiento del ámbito de Responsabilidad Social, de los establecimientos partícipes en el proyecto.

#### vi. Análisis del cumplimiento del ámbito “Salud y Seguridad Ocupacional”

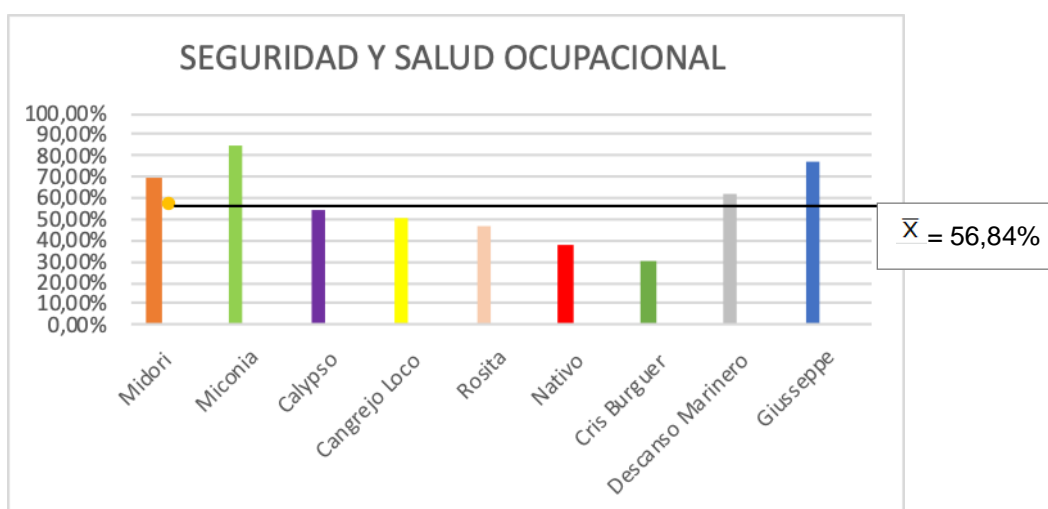
En relación al cumplimiento de los indicadores que forman parte del ámbito “Salud y Seguridad Ocupacional”, como se puede observar en la Figura N° 39, tan sólo 01 establecimiento tiene un porcentaje igual o superior al 80%

(Miconia 84,62), lineamiento necesario para – de llegar a cumplir similar porcentaje promedio entre todos los demás ámbitos – ser merecedor del “Distintivo de Calidad y Buenas Prácticas Turísticas”.

Con este antecedente, es necesario puntualizar que 04 establecimientos poseen un cumplimiento igual o superior al 50% (Midori 69,23%; Calypso 53,85%; Descanso Marinero 61,54% y; Guisseppe 76,92%); mientras que 04 establecimientos presentan un porcentaje de cumplimiento del 38,46%; 46,15%; 38,46%, y 30,77% (Cangrejo Loco, Rosita, Nativo y Cris Burguer respectivamente).

Así, tomando en cuenta los porcentajes antes citados, se obtuvo un porcentaje promedio de cumplimiento del ámbito de “Salud y Seguridad Ocupacional ” del 56,84%, lo que refleja la existencia de serias debilidades en los aspectos de relacionados a la Salud y Seguridad Ocupacional, teniendo como bases fundamentales a los sub ámbitos de:

- Bienestar ocupacional;
- Instalaciones y equipos;
- Señalética, y;
- Prevención y mitigación de catástrofes y accidentes.



**Figura Nº 39.-** Porcentajes de cumplimiento del ámbito de Seguridad y Salud Ocupacional, de los establecimientos partícipes en el proyecto.

## **vii. Análisis del cumplimiento del ámbito “Buenas Prácticas de Manufactura”**

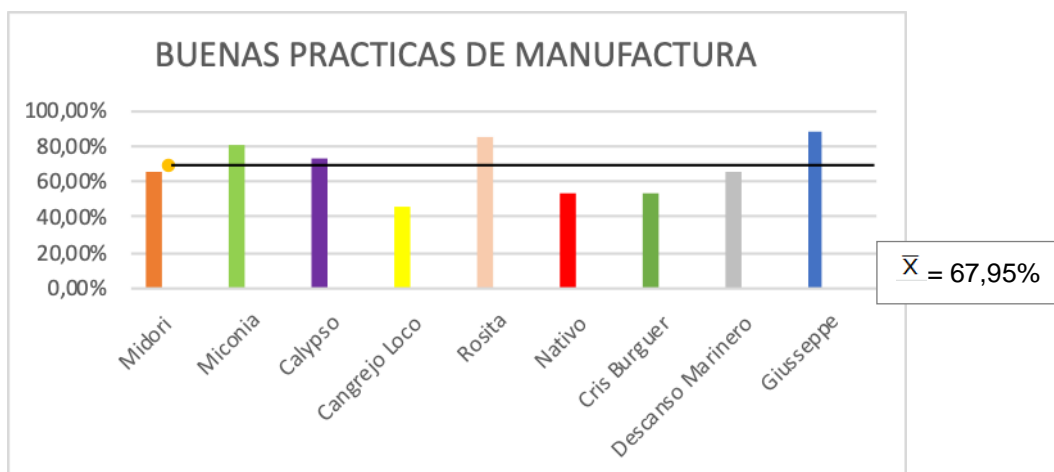
En relación al cumplimiento de los indicadores que forman parte del ámbito “Buenas Prácticas de Manufactura”, como se puede observar en la Figura N° 40, un total de 02 establecimiento tiene un porcentaje igual o superior al 80% (Guissepe 88,46% y Rosita 84,62), lineamiento necesario para – de llegar a cumplir similar porcentaje promedio entre todos los demás ámbitos – ser merecedor del “Distintivo de Calidad y Buenas Prácticas Turísticas”.

Con este antecedente, es necesario puntualizar que 06 establecimientos poseen un cumplimiento igual o superior al 50% (Midori 65,38%; Miconia 73,08%; Calypso 73,08%; Nativo 53,85%; Cris Burguer 53,85%; Descanso Marinero 63,38%), mientras que 01 establecimiento (Cangrejo Loco) presenta un porcentaje de cumplimiento del tan sólo el 46,15%.

Así, tomando en cuenta los porcentajes antes citados, se obtuvo un porcentaje promedio de cumplimiento del ámbito de “Buenas Prácticas de Manufactura” del 67,95%, lo que refleja la existencia de serias debilidades en los aspectos de relacionados a la adecuada manipulación y preparación de alimentos, en el que se destacan los sub ámbitos de:

- Instalaciones en general;
- Pisos, paredes, repisas, techos y drenajes;
- Iluminación;
- Calidad del aire y ventilación;
- Servicios higiénicos y limpieza personal;
- Disposición de desechos sólidos y líquidos;
- Equipos y utensilios;
- Obligaciones del personal;
- Agua y hielo;
- Procesamiento, envasado, etiquetado y almacenamiento, y;
- Aseguramiento y control de la calidad.





**Figura Nº 40.-** Porcentajes de cumplimiento del ámbito de Buenas Prácticas de Manufactura, de los establecimientos partícipes en el proyecto.

#### viii. Análisis del cumplimiento del ámbito “Atención al Cliente”

En relación al cumplimiento de los indicadores que forman parte del ámbito “Atención al Cliente”, como se puede observar en la Figura Nº 41, un total de 02 establecimiento tiene un porcentaje igual o superior al 80% (Calypso 90%; Cris Burguer 80%), lineamiento necesario para – de llegar a cumplir similar porcentaje promedio entre todos los demás ámbitos – ser merecedor del “Distintivo de Calidad y Buenas Prácticas Turísticas”.

Con este antecedente, es necesario puntualizar que los restantes 07 establecimientos poseen un cumplimiento igual o superior al 50% (Midori 60%; Miconia 60%; Cangrejo Loco 70%; Rosita 70%; Nativo 50%; Descanso Marinero 70%, y; Giusseppe 70%).

Así, tomando en cuenta los porcentajes antes citados, se obtuvo un porcentaje promedio de cumplimiento del ámbito de “Atención al Cliente” del 70%, lo que refleja la existencia de debilidades en los aspectos de relacionados a la atención al cliente, en el que se destacan los sub ámbitos de:

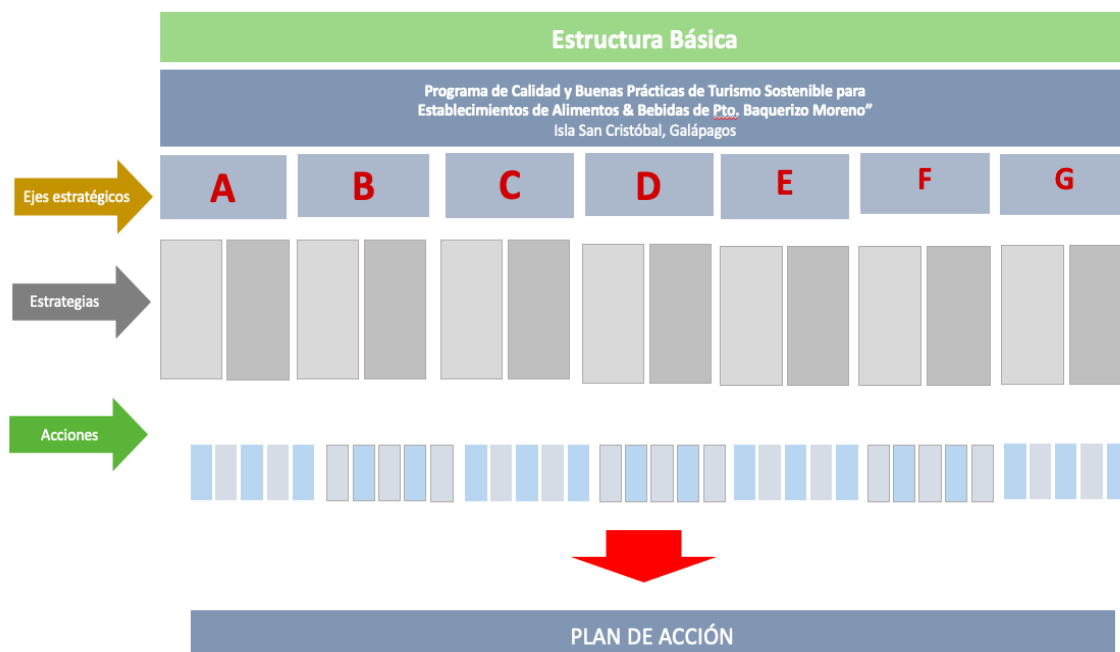
- Procesos;
- Imagen y actitud;
- Comunicación e información, y;
- Capacitación.



**Figura Nº 41.-** Porcentajes de cumplimiento del ámbito de Atención al Cliente de los establecimientos partícipes en el proyecto.

#### 4 Capítulo IV. DISEÑO DE LA PROPUESTA

Teniendo como antecedente los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, por medio del cual se estableció: **i.** El grado de cumplimiento de los indicadores de la norma “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible”, y; **ii.** El grado de Satisfacción del Cliente, de los emprendimientos (a. Midori; b. Cris Burguer; c. Calypso; d. Cangrejo Loco; e. Descanso Marinero; f. Miconia; g. Nativo; h. Rosita; y, i. Giuseppe’s) que ofrecen el servicio de alimentos y bebidas en Pto. Baquerizo Moreno, isla San Cristóbal, en el presente capítulo se presenta el “Diseño de una Propuesta” que se fundamenta en la generación de un programa de desarrollo turístico con énfasis en la implementación de “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas de Pto. Baquerizo Moreno”, el mismo que se estructura en base al establecimiento e implementación de: **i.** Ejes estratégicos; **ii.** Estrategias; **iii.** Acciones, y; **iv.** Seguimiento del Plan de Acciones (Figura No. 42), con el propósito de aportar a la “Mejora de la Calidad”.



**Figura Nº 42.-** Estructura básica del programa de calidad

En este contexto, para la adecuada implementación del programa de desarrollo turístico con énfasis en la implementación de “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas de Pto. Baquerizo Moreno”. , a continuación, se detalla: i. La delimitación y definición de ejes estratégicos; ii. Planteamiento de estrategias y acciones; iii. Cronograma y presupuesto. Además de señalar previamente la duración y vida útil del programa, como también especificar quienes serán beneficiarios directos e indirectos del mismo, bajo un trabajo conjunto entre el sector privado de alimentos y bebidas, y el sector público presente en la zona de influencia directa del proyecto (GAD Municipal del Cantón San Cristóbal y Delegación del Ministerio de Turismo del Ecuador).

#### 4.1. Duración del programa y vida útil

La propuesta de implementación del programa de desarrollo turístico con énfasis en la implementación de “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas de Pto.

Baquerizo Moreno”, presentada a través del presente trabajo de titulación, tiene una duración de 6 meses, y una vida útil de 1 año. Donde, cabe señalar que la vida útil de 1 año se debe al proceso de auditoría anual, como también al requerimiento anual de capacitación y actualización de conocimientos.

## **4.2. Beneficiarios**

### **4.2.1. Beneficiarios directos**

Los beneficiarios directos del programa de desarrollo turístico con énfasis en la implementación de “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas de Puerto Baquerizo”, “son los 09 establecimientos que formaron parte de la presente investigación, siendo estos: **i.** Restaurante “Midori”; **ii.** Cris Burguer; **iii.** Restaurante “Calypso”; **iv.** Restaurante “Cangrejo Loco”; **v.** Restaurante “Descanso Marinero”; **vi.** Restaurante “Miconia”; **vii.** Restaurante “Nativo”; **viii.** Restaurante “Rosita”, y; **ix.** Giuseppe’s Restaurant), quienes a través de la implementación de los indicadores de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible podrán gozar de los beneficios que son parte inherente de la aplicación de un sistema de calidad y mejora continua en una empresa, como también aquellos beneficios que serán definidos formalmente por el GAD Municipal del Cantón San Cristóbal y la Delegación del Ministerio de Turismo.

### **4.2.2. Beneficiarios indirectos**

Los beneficiarios indirectos del programa de desarrollo turístico con énfasis en la implementación de “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas de Pto. Baquerizo Moreno” son: **i.** Los comensales (clientes) locales que frecuentan los emprendimientos de alimentos y bebidas; **ii.** Los turistas nacionales y extranjeros que visitan los restaurantes, y; **iii.** Los clientes internos, es decir los colaboradores de cada uno de los emprendimientos, que forman parte del presente proyecto de investigación.

### 4.3. Delimitación y definición de ejes estratégicos para la implementación de un programa de desarrollo turístico Puerto Baquerizo Moreno

Teniendo como referencia los resultados de la presente investigación, los mismos que fueron obtenidos, en los 09 establecimientos de alimentos y bebidas participantes, a través del: i. Sondeo de opinión para establecer el nivel de satisfacción de los establecimientos participantes, y; ii. Diagnóstico de cumplimientos de la norma “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para Establecimientos de Alimentos & Bebidas”, a continuación (Figura No. 43) se detallan los los ejes estratégicos que forman parte de la propuesta del “Programa de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para Establecimientos de Alimentos & Bebidas de Pto. Baquerizo Moreno” que se propone a través del presente proyecto de titulación.

Además, es importante señalar que no se ha mencionado en el presente ítem el ámbito “Mandatorio”, por cuanto es un requisito obligatorio que deben cumplir las empresas para su adecuada operación; en el caso de que estos no se llegarán a cumplir, las empresas no pueden ser consideradas dentro de un programa de calidad.





**Figura Nº 43.** Delimitación y definición de los ejes estratégicos

#### **4.4. Desarrollo de estrategias y plan de acción**

Teniendo como referencia los ejes estratégicos, previamente establecidos en el numeral 4.3, para la implementación del programa de desarrollo turístico con énfasis en la implementación de “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas de Pto. Baquerizo Moreno” , a continuación, se detalla el respectivo plan de acción en conjunto con sus estrategias y acciones a ejecutar.

Tabla Nº 23.- Estrategias y plan de acción

ESTRATEGIAS Y PLAN DE ACCIÓN			
ÁMBITO	Estrategias de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para los establecimientos de Alimentos & Bebidas del Puerto Baquerizo Moreno		
SUB ÁMBITO	Calidad Turística		
EJES ESTRATÉGICOS	ESTRATEGIAS	ACCIONES	INDICADORES
<b>1.- Sistema de Gestión Organizacional y de Soporte</b>	1. 1. Generación de políticas empresariales.	Socializar con el personal las políticas empresariales	80% de políticas empresariales implementadas al finalizar el proyecto
		Implementar las políticas empresariales	
	1.2. Generación de un sistema matricial para control y seguimiento de actividades y procesos en todas las áreas operativas, administrativas y financieras	Socializar con el personal el sistema matricial para el control y seguimiento.	El 100% del personal han sido informado sobre el sistema matricial de control y seguimiento
		Capacitar al personal en el uso del sistema matricial para el control y seguimiento.	100% del personal capacitado en sistema de control y seguimiento
<b>2.- Sistema de Gestión de Desarrollo y Mantenimiento</b>	2.1. Generación de un plan de desarrollo y mantenimiento de infraestructura.	Socializar con el personal el plan de desarrollo y mantenimiento de la infraestructura.	Mantenimiento del 100% de equipos e infraestructuras anualmente

<b>de Infraestructura</b>		Implementar con el personal el plan de desarrollo y mantenimiento de la infraestructura.	
	2.2. Generación de un sistema matricial para llevar el control de actividades y procesos de mantenimiento de equipos e infraestructura.	Socializar con el personal el sistema matricial para el mantenimiento del equipamiento e infraestructura.	Sistema matricial implementado para el control de mantenimiento
		Capacitar al personal en el uso del sistema matricial para el mantenimiento de los equipos e infraestructura.	
<b>3.- Sistema de Gestión de Responsabilidad Ambiental</b>	3.1. Evaluación del Plan actual de Impacto Ambiental del establecimiento	Socializar con el personal las políticas ambientales y el programa de gestión ambiental	Evaluación del impacto medioambientales de las empresas
		Implementar políticas ambientales y un programa de gestión ambiental	
	3.2. Generación de sistemas de producción más limpios, para aumentar y mejorar el nivel de gestión en responsabilidad ambiental de los restaurantes	Capacitar al personal sobre la Norma ISO 14001	Sistema de monitoreo medioambiental implementado
		Implementar un sistema de monitoreo ambiental	
	Capacitar al personal sobre el sistema de monitoreo ambiental		
<b>4.- Sistema de Gestión de Responsabilidad Social</b>	4.1. Evaluación inicial del Sistema actual de Responsabilidad Social del establecimiento	Socializar con el personal sobre las políticas de responsabilidad social, para incrementar su participación	Integrar de forma sustentable y ordenada, las políticas de Gestión de Responsabilidad Social alineadas a las estrategias
		Implementar políticas de responsabilidad social empresarial	
	4.2. Generación de objetivos empresariales por medio de	Capacitar al personal sobre la Norma ISO 26000	Capacitar mínimo al 80% del personal sobre la Norma ISO



	compromisos estratégicos, para aumentar su competitividad y productividad	Implementar y fomentar el interés en capacitaciones sobre responsabilidad social empresarial	26000
<b>5.- Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional</b>	5.1. Generación de un Plan de seguridad y políticas de seguridad, Salud Ocupacional, y prevención de riesgos	Socializar con el personal las políticas de seguridad, salud ocupacional y prevención de riesgos.	Seguridad y salud del cliente interno
		Capacitar al personal sobre el plan de seguridad empresarial	
	5.2. Generación de un manual y reglamentos necesarios con el fin de fortalecer aspectos, como: bienestar ocupacional, señalética, prevención y mitigación de catástrofes y accidentes	Toma de medidas de protección, con el fin de prevenir riesgos laborales	Implementación de medidas de protección
		Socializar al personal sobre el sistema de control de cumplimiento del manual y reglamentos	
Capacitar al personal sobre el sistema de control de cumplimiento			
<b>6.- Sistema de Gestión Buenas Prácticas de Manufactura</b>	6.1. Generación de procesos para obtener una producción de alimentos de manera segura	Implementar con el personal un sistema para mejorar la distribución del ambiente y de los equipos a utilizar para la producción, para aumentar su productividad	Personal 100% capacitado al finalizar el proyecto
		Socializar con el personal sobre las políticas de buenas prácticas de manufactura	
	6.2. Generación de un Sistema de Gestión de Buenas Prácticas de Manufactura, para así mejorar los conocimientos y procesos actuales de manipulación de alimentos	Capacitar al personal sobre Buenas Prácticas de Manufactura e Higiene	Elaboración de un manual de buenas Prácticas de Manufactura
		Socializar al personal sobre la implementación de hojas de registro, para el control de limpieza de equipos y edificación	

<b>7.- Sistema de Gestión de Atención al Cliente</b>	7.1. Generación de encuestas de satisfacción del cliente, con el fin de conocer la opinión actual	Socializar con el personal la importancia y beneficios de conocer la opinión de los clientes sobre el establecimiento.	Número de encuestas de satisfacción aplicadas a los clientes de forma trimestral
		Implementar las encuestas de satisfacción del cliente	
	7.2. Aumentar el nivel de satisfacción de los clientes, por medio de la mejora continua de los procesos operativos dentro de los restaurantes, y así incrementar su competitividad y productividad	Implemento y actualización de capacitaciones anuales sobre Atención al Clientes.	Personal 100% capacitado sobre servicio al cliente, al término del proyecto
		Capacitar al personal sobre la Norma ISO 9001	

#### 4.5. Cronograma del proyecto

Teniendo como antecedente, los resultados obtenidos en la presente investigación, a continuación (Tabla No. 23) se detalla el cronograma de las acciones propuestas para la implementación y cumplimiento eficaz del programa de desarrollo turístico con énfasis en la implementación de “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas de Pto. Baquerizo Moreno”.

Además, es importante mencionar que el tiempo invertido en la aplicación del Programa de Calidad, es recuperable; es decir, las empresas copartícipes en la aplicación del Programa de Calidad serán beneficiadas económicamente, además de sus propietarios y colaboradores, ya que ellos también podrán adquirir y mejorar nuevos conocimientos para su desempeño laboral, y de esta manera cumplir con las necesidades y la satisfacción de sus clientes.







#### 4.6. Presupuesto consolidado del proyecto

Con relación al presupuesto requerido para la ejecución del programa de desarrollo turístico con énfasis en la implementación de “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas de Pto. Baquerizo Moreno”, a continuación (Tabla Nº 25) se detallan cada una de las acciones con su respectivo presupuesto.

**Tabla Nº 25.-** Presupuesto consolidado de el proyecto.

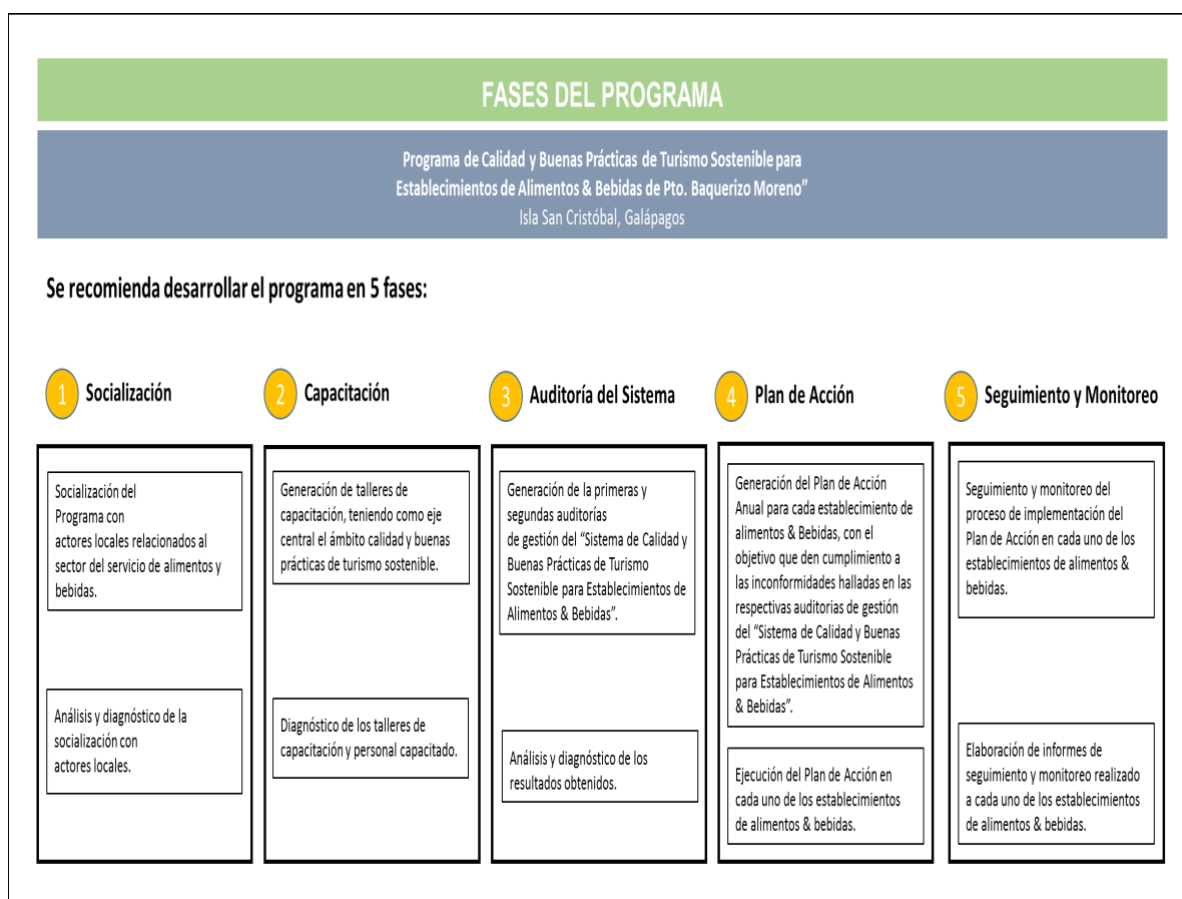
PRESUPUESTO CONSOLIDADO						
CATEGORIAS DE PRESUPUESTO/RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL (\$)	FINANCIAMIENTO	TOTAL (\$)
					G.A.D Municipal San Cristóbal	
<b>A. Capacitaciones</b>						4500,00
Manejo de la Norma	Horas	10	50,00	500,00	500,00	500,00
Atención al cliente	Horas	10	50,00	500,00	500,00	500,00
Calidad turística	Horas	10	50,00	500,00	500,00	500,00
Buenas Prácticas de Manufactura	Horas	10	50,00	500,00	500,00	500,00
Norma ISO 9001	Horas	10	50,00	500,00	500,00	500,00
Norma ISO 26000	Horas	10	50,00	500,00	500,00	500,00
Norma ISO 14001	Horas	10	50,00	500,00	500,00	500,00
Gestión ambiental	Horas	10	50,00	500,00	500,00	500,00
Sistema de auditorias	Horas	10	50,00	500,00	500,00	500,00
<b>B. Equipo</b>						97,50
Flash USB	Unidad	1	13,50	13,50	13,50	13,50
Grabadora	Unidad	1	84,00	84,00	84,00	84,00
<b>C. Materiales</b>						100,00
Suministros de oficina	Kit	1	100,00	100,00	100,00	100,00
<b>D.Asistencia Técnica</b>						19800,00
Consultor	Mes	6	1650,00	9900,00	9900,00	9900,00
Asesor	Mes	6	1650,00	9900,00	9900,00	9900,00
<b>E. Promoción / Divulgación / Comunicación</b>						1000,00
Impresión de manuales	Unidad	100	10,00	1000,00	1000,00	1000,00
<b>TOTAL</b>						25497,50

## 5 CAPITULO V. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

### 5.1 Fases y modelo de gestión del programa de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible para el sector de alimentos y bebidas de Puerto Baquerizo Moreno

#### 5.1.1. Fases del programa

Con el objetivo de optimizar el desarrollo del programa de desarrollo turístico con énfasis en la implementación de “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas de Pto. Baquerizo Moreno”, propuesto a través del presente trabajo de titulación, se recomienda que éste sea desarrollado en las siguientes cuatro fases, como se puede observar en la Figura N° 44.



**Figura N° 44.-** Fases del Programa de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para los establecimientos de A&B de Puerto Baquerizo Moreno

## 5.2. Modelo de gestión del programa

En este contexto, mediante un análisis teórico para la definición del modelo de gestión se llegó a definir un concepto clave: “*Proceso de Gestión de Desarrollo Turístico Sostenible*”, entendido como un sistema que permite orientar o reorientar el desarrollo turístico en un determinado territorio, permitiendo así alcanzar los objetivos planteados dentro de un proceso que puede presentar cambios cualitativos y cuantitativos de acuerdo a los postulados de la comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo (1988).

En tal razón, se identifica el programa de desarrollo turístico con énfasis en la implementación de “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas de Pto. Baquerizo Moreno” como un proceso de cambio cualitativo y cuantitativo, producto de la participación de los actores locales y la voluntad, en este caso de los prestadores de servicios de alimentos y bebidas de Puerto Baquerizo Moreno.

### A. La Gestión de desarrollo local

El municipio del Cantón San Cristóbal, con vocación turística claramente definida, está en la capacidad de estimular aquellos procesos que fomenten el desarrollo turístico, como es el caso del programa de desarrollo turístico con énfasis en la implementación de “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas de Pto. Baquerizo Moreno” (Observar literal B en Figura N° 45), el mismo que es planteado por el presente trabajo de titulación.

De ser aceptado y adoptado el referido programa por parte del GAD del Municipio del Cantón San Cristóbal, éste deberá ser gestionado e impulsado como parte de su “Sistema Integrado de Desarrollo del Turismo con Base Local” (Observar literal A en Figura N° 45).

### B. Descripción de los componentes del modelo y sus relaciones

Sobre la gestión pública del turismo que ejerce el GAD del Municipio de San Cristóbal inciden una serie factores del entorno, como son: i. La demanda y



competencia turística; **ii.** Políticos; **iii.** Leyes y Normativas legales, tanto nacionales como locales; **iiii.** Económicos; **iv.** Socioculturales; **v.** Naturales; **vi.** Tecnológicos; **vii.** Institucionales; **viii.** Demográficos, entre otros (Figura N° 45).

La gestión y representación del programa de desarrollo turístico con énfasis en la implementación de “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas de Pto. Baquerizo Moreno” en el modelo de gestión planteado está a cargo del gobierno local (Municipio de San Cristóbal, a través de su Dirección de Turismo).

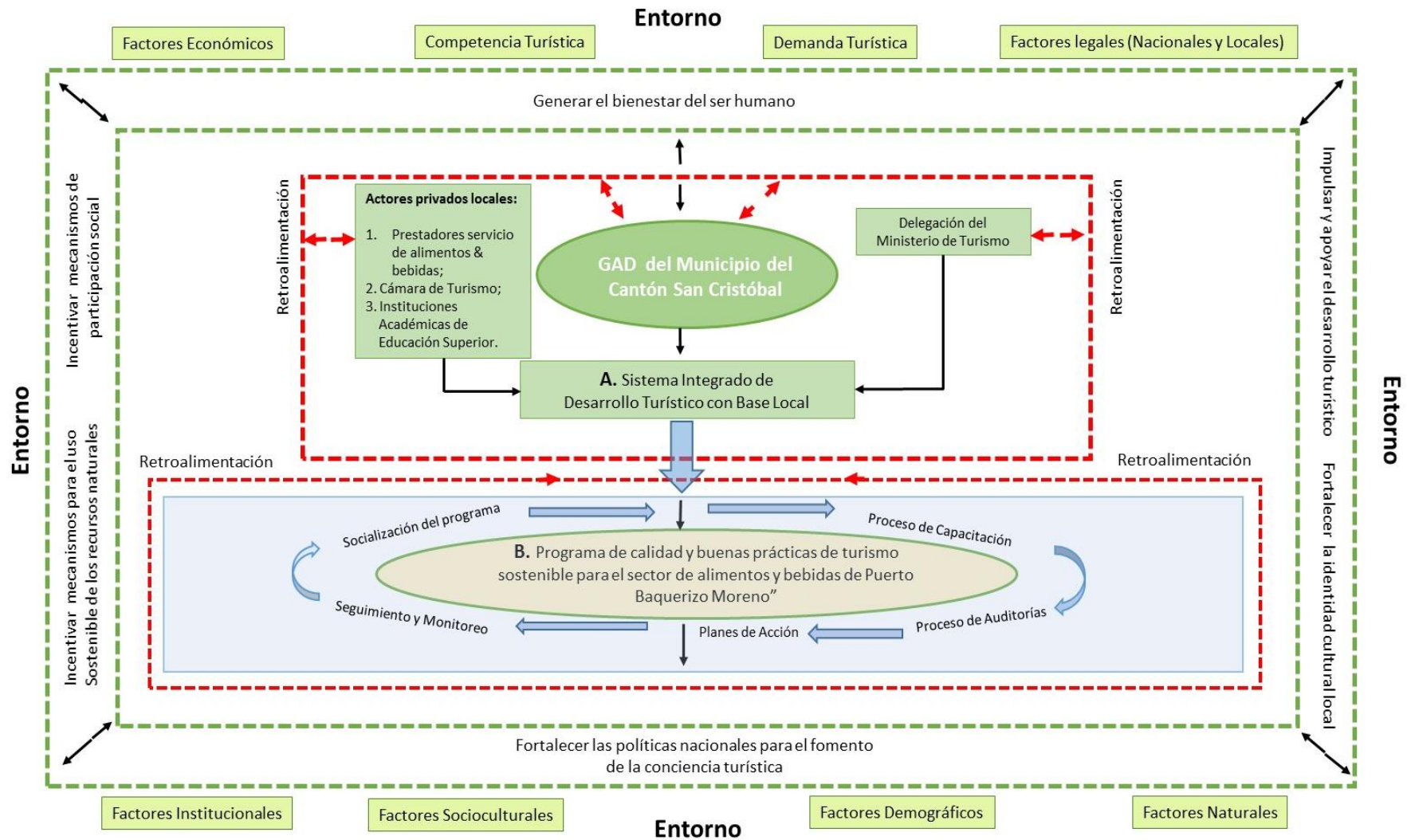
Así, entre los actores locales tenemos: **i.** Prestadores del servicio de alimentos & bebidas; **ii.** Delegación del Ministerio de Turismo; **iii.** Cámara de Turismo Cantonal, y; **iv.** Instituciones académicas de Educación Superior con sede o proyectos de vinculación en el cantón (Figura N° 45).

Cabe resaltar, que se reconoce el papel rector del GAD del Municipio de San Cristóbal como responsable de la implementación del programa de desarrollo turístico con énfasis en la implementación de “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas de Pto. Baquerizo Moreno” “, pues es la institución investida de autoridad y competencia para coordinar y regular las políticas y estrategias locales. Así mismo, el gobierno local (Municipio de San Cristóbal) para lograr mejores resultados en la implementación del programa, debe reconocer sus competencias y las del organismo central del turismo (Ministerio de Turismo del Ecuador) en el ámbito territorial, y establecer la integración de ambas partes.

De acuerdo con Ferriol (2011), las relaciones esenciales que establecen el diseño de un modelo se definen como aquellas interrelaciones externas e internas de los componentes principales y decisivos que caracterizan la esencia del objeto y que lo sustentan teóricamente, en este caso: la gestión del turismo desde el gobierno local.

Con los elementos analizados, se concibe el modelo propuesto en la Figura N° 45, la cual expresa las relaciones y los flujos informativos que se establecen entre componentes que lo conforman, las entradas y las salidas, y brinda una visión sistémica de la gestión del programa de desarrollo turístico con énfasis en la implementación de “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas de Pto. Baquerizo Moreno”.

**Figura Nº 45.-** “Modelo de Gestión del programa de desarrollo turístico con énfasis en la implementación de “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas de Pto. Baquerizo Moreno”



Fuente: Modificado de Diego Bonilla Urbina, 2017.

### C. Premisas para la implementación del modelo

El modelo cuenta con un conjunto de premisas que son necesarias para su adecuada implementación, funcionamiento y desarrollo, y estas son:

- ✓ **Voluntad política y empoderamiento del gobierno municipal:** aceptación por parte del gobierno municipal de aplicar el modelo de gestión para la implementación del “Programa de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible para el sector de alimentos y bebidas de Puerto Baquerizo Moreno”. Así como también, empoderarse de la ejecución de las acciones que sean necesarias para lograr un buen término los procesos que integran el programa.
- ✓ **Disposición y compromiso de los actores locales:** compromiso y disposición de actores locales públicos y privados para la implementación del programa.
- ✓ **Institucionalización del “Programa de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible para el sector de alimentos y bebidas de Puerto Baquerizo Moreno”:** creación de mecanismos legales y formales que permitan institucionalizar el programa por parte del GAD Municipal del Cantón San Cristóbal

#### 5.3. Fuentes de financiamiento

Por medio de la información recolectada y plan de acción a implementar en los establecimientos de alimentos y bebidas en Puerto Baquerizo Moreno, se estima que el valor final para la implementación del mencionado Programa de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible, es de aproximadamente \$25.497,50 USD, de los cuales, las capacitaciones necesarias estarán bajo la dirección del G.A.D Municipal de San Cristóbal. Mencionada entidad, poseen entre sus objetivos el mejoramiento de la calidad del servicio turístico ofrecido a los clientes nacionales e internacionales.

#### 5.4. Matriz de seguimiento y evaluación

A continuación, se detallará la matriz necesaria de seguimiento y evaluación de las fases del programa de calidad, con la finalidad de controlar y cumplir adecuada y ordenadamente cada una de las fases planteadas.

**Tabla Nº 26.-** Matriz de seguimiento y evaluación del programa del proyecto:

<b>MATRIZ DE SEGUIMIENTO Y EVALUACION</b>		
<b>FASES DEL PROGRAMA</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>SEGUIMIENTO Y EVALUACION</b>
1.- Socialización	Socialización del programa con el 100% de los actores locales de A&B	Evaluación a los actores locales
2.- Capacitación	100% del personal capacitado, con el fin de cubrir las necesidades de las empresas	Capacitaciones dictadas / Capacitaciones planificadas
3.- Auditoría del sistema	Aplicación de auditorías de la Norma de Calidad y BPTS realizadas al 100% de las empresas participantes	Análisis y presentación del diagnóstico obtenido
4.- Plan de acción	Creación de 01 plan de acción para cada empresa	Número de acciones ejecutadas dentro del plan de acción / Número de acciones planteadas
5.- Seguimiento y monitoreo	Cumplimiento del 100% de las acciones planteadas en el programa de calidad	Informes de seguimiento y monitoreo anuales

## 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Por medio de herramientas y técnicas de investigación implementadas en el presente proyecto de titulación, las cuales han sido detalladas y explicadas en el ítem de *Métodos, técnicas e instrumentos*, se propuso la implementación de un programa de desarrollo turístico con énfasis en la implementación de “Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas de Pto. Baquerizo Moreno”, categorizados como “restaurantes”, (Restaurantes: i. Midori; ii. Calypso; iii. Cangrejo Loco; iv. Descanso Marinero; v. Miconia; vi. Rosita; vii. Giuseppe; viii. Nativo; y, ix. Cris Burguer); los mismos que poseen ventajas competitivas como el estar ubicados dentro de la zona de mayor afluencia turística del cantón como lo es el sector llamado “Malecón de San Cristóbal”, mencionado sector es acontecido por una importante cantidad de potenciales clientes para los establecimientos, tanto internacionales como nacionales, dentro de este último se debe destacar a los clientes locales, quienes al mantener una permanencia continua dentro del cantón, poseen mayor posibilidades de visitar las empresas dedicadas a la restauración.

Con el fin de determinar la situación actual sobre los procesos de las empresas, se procedió a la aplicación de dos herramientas: i. Encuestas de sondeo de opinión y ii. Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible perteneciente a la autoría de la organización “Turismo Práctico y Gestión Ambiental” por medio de la cual se pudo obtener un porcentaje global promedio de todas las empresas colaboradoras. En este contexto, en la aplicación de las encuestas se pudo determinar las debilidades de los restaurantes percibidas por los clientes, los mismos que requieren mejorar varios aspectos como: i. Atención al cliente; ii. El tiempo de espera de su pedido; y, iii. La frescura de los productos. Concluyendo así, la necesidad de capacitaciones para los colaboradores sobre servicio al cliente, optimización del tiempo de producción y buenas prácticas de manufactura.

Por otra parte, los establecimientos obtuvieron un cumplimiento promedio del 87% dentro del ámbito mandatorio, se debe recalcar que dicho ámbito se refiere al cumplimiento obligatorio de ciertos requisitos para su adecuado funcionamiento, por lo cual la mencionada herramienta refleja a varias empresas que no cumplen con citados requisitos (i. Rosita 88,89%; ii. Nativo 12,50%; y, iii. Cris Burguer 77,78%), lo que permite concluir que existe una falta de importancia en obtener su documentación vigente y en regla, según los parámetros establecidos por los organismos de control nacionales y locales, por lo anteriormente mencionado se recomienda a dichas empresas tomar las medidas correctivas necesarios con el fin de alcanzar los mandatos pertinentes y de esta manera prevenir futuras sanciones.

Por consiguiente, en cuanto al cumplimiento del resto de los ámbitos expuestos en la mencionada Norma de Estándares se obtuvo un porcentaje promedio de 63,02%, se debe recalcar que para acceder a la citada norma de calidad los establecimientos deben cumplir mínimo con el 80% de sus indicadores y a su vez no decrecer del 50%. Por consiguiente, los ámbitos que obtuvieron una baja valoración fueron: i. Organizacional y de Soporte (41,30%); ii. Responsabilidad ambiental (54,50%); y, iii. Responsabilidad Social (55,56%), por otro lado, los ámbitos que obtuvieron una alta valoración en la evaluación fueron: i. Mandatorios (100%); ii. Atención al cliente (70%); y, iii. Buenas Prácticas de Manufactura (67,95).

Posteriormente, teniendo en relación estos resultados se concluye que las empresas no han trabajado bajo un correcto sistema de calidad y buenas prácticas, para lo cual se propone el diseño y desarrollo de un Programa de Calidad y Buenas Practicas de Turismo Sostenible en los establecimientos copartícipes en el proyecto, por medio de un plan de acción en el cual se destacarán varias fases del programa a implementar, como: i. Socialización del proyecto con el personal de las empresas; ii. Capacitaciones se servicio, calidad, buenas prácticas, entre otras; para los colaboradores de los negocios; iii. Auditorias internas de las empresas; iv. Aplicación del citado plan de acción, y, v. Seguimiento y monitoreo de la implementación. Lo antes mencionado, con

el propósito de mejorar la calidad en el servicio y productos proporcionados por los restaurantes.

De igual forma, para la ejecución del proyecto se planteó un presupuesto en conjunto con el cronograma de acciones a aplicar y su tiempo determinado a hacer implementadas, es importante realizar hincapié que, las compañías participantes realizarán una inversión recuperable ya que, el proyecto beneficiará a la empresa incrementando su productividad y competitividad, sus colaboradores aumentar su nivel de conocimiento y, además, cumplirán con las necesidades y satisfacción de sus clientes.

Finalmente, se recomienda a los establecimientos tomar en cuenta los diagnósticos realizados y la propuesta de implementación de un Programa de Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible, en conjunto con sus acciones, capacitaciones, estrategias y políticas a implementar; con la finalidad de mejorar sus procesos y alcanzar, o incluso superar, la satisfacción de sus clientes.

Prestar mayor atención a sus clientes, a través de la aplicación de encuestas de satisfacción y sondeo de opinión; para así conocer las falencias de cada empresa, poder mejorarlas y además, fortalecer al personal juntamente con sus propietarios, con la ayuda de capacitaciones encaminadas a la calidad en el servicio, atención al cliente, manejo de inglés intermedio, buenas prácticas de manufactura, entre otros, con el objetivo de incentivarlos a mejorar e incrementar sus conocimientos y ofrecer un servicio de calidad.



## REFERENCIAS

- Academia Argentina de Gastronomía, (2012). *Origen de la palabra restaurante*. Recuperado de <https://academiaargentinagastronomia.com/members/origen-de-la-palabra-restaurante>
- Álvarez I., Álvarez G. y Bullón J. (2006). *Introducción a la calidad. Aproximación a los Sistemas de Gestión y Herramientas de Calidad*. España, Ideas Propias Editorial.
- Atehortúa F, Bustamante R, Valencia J. (2008). *Sistema de gestión integral: Una sola gestión, un solo equipo*. Universidad de Antioquia. Disponible en <https://books.google.com.ec/books?id=15nVyh1Fn6MC&pg=PA30&dq=seguridad+y+salud+ocupacional&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj7urDovaHmAhhWBuVkkHWfjBu4Q6AEISDAG#v=onepage&q=seguridad%20y%20salud%20ocupacional&f=false>
- Camisón C., Cruz S., & González T. (2006). *Gestión de la Calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid, Pearson Education S.A.
- Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos, (2016). *Plan de Desarrollo Sustentable y Ordenamiento Territorial del Régimen Especial de Galápagos*. Puerto Baquerizo Moreno – San Cristóbal. Disponible en [https://www.gobiernogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/04/Plan-Galapagos-2015-2020\\_12.pdf](https://www.gobiernogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/04/Plan-Galapagos-2015-2020_12.pdf)
- Darwin Foundation, (2018). *Atlas de Galápagos, especies nativas e invasoras*. Recuperado de [https://www.darwinfoundation.org/images/research/Atlas\\_de\\_Galapagos\\_Ecuador.pdf](https://www.darwinfoundation.org/images/research/Atlas_de_Galapagos_Ecuador.pdf)
- Deming J. W. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis*. Madrid, Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de: <https://books.google.com.ec/books?id=d9WL4BMVHi8C&printsec=frontcover&dq=concepto+de+calidad+según+deming&hl=es&sa=X&ved=0ahU>

[Kewjh\\_JW25JnIAhVsS98KHb4-DDcQ6AEIKDAA#v=onepage&q&f=false](https://www.google.com/search?q=Kewjh_JW25JnIAhVsS98KHb4-DDcQ6AEIKDAA#v=onepage&q&f=false)

Denton K. D. (1991). *Calidad en el servicio a los clientes*. Madrid, Ediciones Díaz de Santos.

Descubriendo Galápagos, (s.f.). *Asentamientos permanentes, las primeras colonias*. Recuperado de <http://descubriendogalapagos.ec/descubre/historia-humana/asentamientos-permanentes/las-primeras-colonias/>

Deza Mónica P, (2008). *Consumidores Nómadas*. España, Cristina Seco Editorial.

EcosTravel, (s.f.). *San Cristóbal, Galapagós – Ecuador*. Recuperado de <https://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/sancristobal.php>

Ecuador Explorer. (2018). *Conocimientos básicos sobre el clima en el Ecuador continental y las Islas Galápagos*. Recuperado de <http://www.ecuadorexplorer.com/es/html/el-clima-de-ecuador.html>

Ecuador Inmediato, (2010). *Orígenes e historia del restaurante*. Recuperado de <http://www.ecuadorinmediato.com/hoyenlacocina/Informacion/Origenesdorestaurante.html>

Fernández R. (2016). *¿Qué es y como realizar un Blueprint?* Recuperado de <https://www.pqs.pe/xperience/que-es-y-como-realizar-un-blueprint>

Fernández R. (2016). *Customer Journey Map: entendiendo lo que siente y espera el cliente*. Recuperado de <https://www.pqs.pe/xperience/customer-journey-map-cliente>

Flores, C. (2010). *Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)*. Disponible en [http://www.fgsalazar.net/LANDIVAR/ING-PRIMERO/boletin20/URL\\_20\\_IND01\\_BPM.pdf](http://www.fgsalazar.net/LANDIVAR/ING-PRIMERO/boletin20/URL_20_IND01_BPM.pdf)

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Cristóbal, (2017). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial. Recuperado de <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Cristóbal, (2015). *Puerto Baquerizo Moreno*. Recuperado de

<http://sancristobalgalapagos.gob.ec/web/index.php/san-cristobal/2-san-cristobal>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Cristóbal, (2015). *Información San Cristóbal*. Recuperado de <http://sancristobalgalapagos.gob.ec/web/index.php/san-cristobal/2-san-cristobal/27-informacion-san-cristobal>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Cristóbal, (2018). *Catastro de establecimientos turísticos en San Cristóbal*. Galápagos, Ecuador.

Gonzales P. y Ramos J. R. (2014). *Introducción al Turismo*. México. Grupo Editorial Patria.

Google Maps, (s.f.). *Ubicación geográfica de los restaurantes seleccionados en el cantón San Cristóbal*. Disponible en <https://www.google.com/maps/@-0.9016589,-89.6154468,16z/data=!3m1!4b1!4m2!6m1!1s1T0pYXtW7eTNz4pfTUUAOqLd5FwrGvwE6>

Green Destinations, (2019). *Guía para destinos turísticos*. Recuperado de <http://greendestinations.org/wp-content/uploads/2018/09/GD-Guide-for-Destinations-Spanish.pdf>

Guía para la implementación de la Norma ISO 45001. (s.f.). *Sistemas de Gestión de la seguridad y salud en el trabajo*. Disponible en [https://www.diba.cat/documents/467843/172263104/GUIA\\_IMPLEMENTACION\\_ISO45001.pdf/5da61652-f814-4aa7-9f45-01cf8117c772](https://www.diba.cat/documents/467843/172263104/GUIA_IMPLEMENTACION_ISO45001.pdf/5da61652-f814-4aa7-9f45-01cf8117c772)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, (2015). *Principales resultados Censo de Población y Vivienda Galápagos 2015*.

Juran J.M. (1990). *Juran y el liderazgo para la calidad: manual para ejecutivos*. Madrid, Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=rZgoVdPhJCAC&printsec=frontcover&dq=concepto+de+calidad+según+juran&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjTtPDP6JnIAhWFdd8KHYN4AikQ6AEIKDAA#v=onepage&q=adecuación%20para%20el%20uso&f=false>

- La Vanguardia, (2018). *Así es como nació el primer restaurante de la historia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/comer/sitios/20180906/451384675191/primer-restaurante-historia-origen.html>
- Medina M. (2000). *Evaluación de la calidad asistencial del servicio de ayuda a domicilio*. España, Editum.
- Ministerio de Turismo, (2015). *Estadísticas de demanda, oferta y economía de las islas 2014-2015*. Galápagos, Ecuador.
- Ministerio de Turismo, (2019). *Galápagos es reconocido como el mejor destino sostenible de América*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/galapagos-es-reconocido-como-el-mejor-destino-sostenible-de-america/>
- Ministerio del ambiente, (2015). *Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador*. Recuperado de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/areas-protegidas/parque-nacional-galapagos>
- Montoya L. (2006). *Teoría de públicos*. Colombia, Universidad de Medellín. Recuperado de [https://books.google.com.ec/books?id=f80nQlahOAsC&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=f80nQlahOAsC&hl=es&source=gbs_navlinks_s)
- Navarro M. A. (2018). *Gestión de departamentos de servicio de alimentos y bebidas*. Málaga, IC Editorial.
- Observatorio de Turismo de Galápagos, (2018). *Estadísticas del turismo en Galápagos*. Ministerio de Turismo del Ecuador, Galápagos.
- Organización Mundial del Turismo [OMT]. (1994). *Entender el Turismo. Glosario Básico*. Obtenido de <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossarysprev.pdf>
- Oviedo, A. (2019). *Manual de Sistema Ambiental ISO 14001: Sistema de Gestión Ambiental*. Recuperado de [https://books.google.com.ec/books?id=fGiMDwAAQBAJ&dq=RESPONSABILIDAD+AMBIENTAL+ISO&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=fGiMDwAAQBAJ&dq=RESPONSABILIDAD+AMBIENTAL+ISO&hl=es&source=gbs_navlinks_s)

- Pamies D. (2004). *De la calidad del servicio a la fidelidad del cliente*. ESIC Editorial. Disponible en [https://books.google.com.ec/books?id=9Nk8sWMj0BcC&pg=PA37&dq=importancia+de+la+calidad+en+la+prestacion+de+servicios&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi7ttK\\_hr3mAhVOjlkKHV9yCG4Q6AEILzAB#v=onepage&q=importancia%20de%20la%20calidad%20en%20la%20prestacion%20de%20servicios&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=9Nk8sWMj0BcC&pg=PA37&dq=importancia+de+la+calidad+en+la+prestacion+de+servicios&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi7ttK_hr3mAhVOjlkKHV9yCG4Q6AEILzAB#v=onepage&q=importancia%20de%20la%20calidad%20en%20la%20prestacion%20de%20servicios&f=false)
- Parque Nacional Galápagos, (2014). *Plan de manejo de las áreas protegidas de Galápagos para el buen vivir*. Puerto Ayora, Galápagos.
- Parque Nacional Galápagos, (s.f.). *Aumenta la población de Calandrina de la isla San Cristóbal*. Recuperado de <https://www.galapagos.gob.ec/aumenta-la-poblacion-de-la-calandrinia-en-la-isla-san-cristobal/>
- Parque Nacional Galápagos, (s.f.). *Galápagos cumple 40 años como Patrimonio Natural de la Humanidad*. Recuperado de <http://www.galapagos.gob.ec/galapagos-cumple-40-anos-como-patrimonio-natural-de-la-humanidad/>
- Rainforest Alliance, (2015). *Guía de buenas prácticas de turismo sostenible para comunidades de turismo sostenible para comunidades de Latinoamérica*. Nueva York, Estados Unidos.
- Real Academia Española, (2019). *Calidad*. Recuperado de <https://dle.rae.es/srv/fetch?id=6nVpk8P>
- Real Academia Española, (s.f.). *Definición Restaurante*. Recuperado de <https://dle.rae.es/?id=WECJvpa>
- Reglamento especial de turismo en áreas naturales protegidas, (2016). *Turismo en la Provincia de Galápagos*. Pág. 11. Disponible en <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/RETANP-19-01-2016.pdf>
- Rodríguez, D. (2011). *Gestión Organizacional*. Ediciones UC. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=uNwoCAAQBAJ&pg=PA288&dq=qué+es+la+gestion+organizacional+de+una+empresa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj89dKFuKDmAhWEq1kKHco7CPEQ6AEIJzAA#v=onepage>

[&q=qué%20es%20la%20gestión%20organizacional%20de%20una%20empresa&f=false](#)

Sampieri R. H. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F., Interamericana Editores S.A.

Vargas & Aldana, (2014). *Calidad y Servicio: Conceptos y herramientas*. Ecoe Ediciones. Disponible en <https://books.google.com.ec/books?id=57-4DQAAQBAJ&pg=PT99&dq=la+calidad+no+solo+se+centra+en+un+proceso+productivo+sino+también+administrativo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKewjFxsqaiL3mAhXps1kKHVZOB9YQ6AEIJzAA#v=onepage&q=la%20calidad%20no%20solo%20se%20centra%20en%20un%20proceso%20productivo%20sino%20también%20administrativo&f=false>

Wulf, E. (2018). *Responsabilidad Social Empresarial*. Editorial Universidad de la Serena. Disponible en <https://books.google.com.ec/books?id=ymKtDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=responsabilidad+social+empresarial&hl=es&sa=X&ved=0ahUKewigpfzGuqHmAhWlrFkKHUmeDOoQ6AEIJzAA#v=onepage&q=responsabilidad%20social%20empresarial&f=false>

## **ANEXOS**

# Anexo 1. Modelo de encuestas SERVQUAL-español

## Encuesta de Satisfacción de Servicios

Gracias por preferirnos, queremos seguir mejorando y su opinión es importante para nosotros, le agradeceremos nos brinde unos minutos de su valioso tiempo para compartirnos su experiencia.

Nacionalidad:..... Edad:..... Género:.....  
 País de residencia..... Número de personas que le acompañan:.....  
 Dirección de correo electrónico:.....

¿Con qué frecuencia visita el restaurante ?

a. Diariamente.....	<input type="radio"/>
b. Varias veces a la semana.....	<input type="radio"/>
c. Una vez a la semana.....	<input type="radio"/>
d. Varias veces al mes.....	<input type="radio"/>
e. Una vez al mes.....	<input type="radio"/>
f. Alguna vez a lo largo del año.....	<input type="radio"/>
g. Es la primera vez que visito este lugar.....	<input type="radio"/>

Califique su nivel de satisfacción con una X

Criterios a calificar	Grado de Satisfacción			
	Muy Satisfecho	Satisfecho	Regular	Insatisfecho
La amabilidad de la persona que le tomo el pedido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La persona que le tomo el pedido habla correctamente y da respuesta a sus inquietudes con claridad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La apariencia de las personas que trabajan en el restaurante (se ven arregladas y limpias)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La limpieza exterior del restaurante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La limpieza interior del restaurante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La limpieza de los baños	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La carta de productos es accesible y fácil de leer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El tiempo de espera para recibir su pedido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

En función a su experiencia con los alimentos ofrecidos por el restaurante

Criterios a calificar	Muy Satisfecho	Satisfecho	Regular	Insatisfecho
Temperatura de la comida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La frescura de su comida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El sabor de su comida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

En función a su experiencia en la restaurante .....

	Muy posiblemente	Posiblemente	Tal vez	Ninguna posibilidad
¿Qué probabilidades hay de que recomiende este restaurante a un amigo o a un familiar?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Qué probabilidades hay de que regrese a lo largo del próximo mes?

	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
--	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

¿Qué es lo que más le gusto del restaurante?

.....  
 .....  
 .....  
 .....

¿Qué podemos hacer para que el servicio del restaurante sea mejor?

.....  
 .....  
 .....

¡Gracias por su amable atención!



Anexo 3.- Modelo de la Norma de Buenas Prácticas y Turismo Sostenible para los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón San Cristóbal

Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de  
Turismo Sostenible para Establecimientos de  
Hospedaje y Alimentos & Bebidas  
Versión 003 - 16 - 2018

**Estándares de Calidad y Buenas Prácticas de  
Turismo Sostenible para Establecimientos de  
Hospedaje y Alimentos & Bebidas**



**Por:**

Biol. Diego Bonilla Urbina M.Sc.

© 2018 Turismo Práctico y Gestión Ambiental

No.	Ámbito	Sub ámbito	Indicador	Cumple	No Cumple
1	Mandatorios	Documentación legal	B establecimiento cuenta con el Registro de Turismo y Licencia Único Anual de Funcionamiento.		
2			B establecimiento cuenta con el permiso de funcionamiento emitido por la autoridad sanitaria nacional.		
3			B establecimiento cuenta con la copia del Pago de la Patente otorgada por el GADIP.		
4			B establecimiento cuenta con la copia de la lista de precios de su oferta.		
5			B establecimiento cuenta con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) o Régimen Simplificado Ecuatoriano (RSE), para persona natural o jurídica, según corresponda.		
6			B establecimiento cuenta con la copia del Permiso del Cuerpo de Bomberos del GADIP.		
7			B establecimiento cuenta con la copia del Permiso del ARCSA.		
8			Todo colaborador (trabajador) está afiliado al sistema de Seguridad Social o cuenta con contratos de servicios profesionales registrados ante la autoridad laboral.		
9			B establecimiento cuenta con facturas vigentes que cumplen las especificaciones de la autoridad tributaria.		

No.	Ámbito	Sub ámbito	Parámetro	Cumple	No Cumple	No Aplica
10	Organizacional y de Soporte	Políticas	B establecimiento cuenta, en formato impreso y digital, con una política empresarial, en el que incluye la misión, visión, objetivos, valores y políticas del negocio. La política empresarial es conocida por todos sus colaboradores, y se la difunde de manera impresa, electrónica y verbal.			
11			B establecimiento establece como políticas organizacionales: la no promoción de la prostitución, la no explotación de niñas, niños y adolescentes, el no acoso, hostigamiento y/o abuso sexual, y/o no venta o expendio de estupefacientes, entre otros problemas sociales. La política al respecto es clara y se la difunde de manera impresa, electrónica y verbal. El Código de Conducta contra la Explotación Sexual Comercial de Niñas, Niños y Adolescentes es conocido por todos sus colaboradores.			
12			B establecimiento respeta la identidad religiosa, cultural, política y de género de sus colaboradores, y mantiene una política clara al respecto, la misma que es difundida de manera impresa, electrónica y verbal.			
13			B establecimiento insta como políticas organizacionales la contratación de proveedores locales. La política al respecto es clara y se la difunde de manera impresa, electrónica y verbal.			
14		Soporte para la gestión	B establecimiento, cuenta con un registro de limpieza diaria, en las áreas operativas (baños, cocina, bodegas, áreas de personal, entre otras).			
15			B establecimiento, cuenta con un registro histórico de mantenimiento periódico de la maquinaria y equipo del establecimiento, de acuerdo a su uso y especificaciones técnicas, en el que se detalla al menos fecha, nombre del encargado, hora, observación, firma del encargado, próximo mantenimiento.			
16			B establecimiento, cuenta con registro de control de plagas, el mismo que se realiza por lo menos una vez al año.			
17			B establecimiento cuenta con inventario de materia prima, productos, equipo y mobiliario.			
18			B establecimiento cuenta con registros de mantenimiento general de cada área del establecimiento (administrativa, operativa y de servicio).			
19			B establecimiento, para conocer novedades y/o sugerencias de la operación del establecimiento, cuenta con registro o actas de reuniones periódicas del personal operativo y administrativo.			
20	B establecimiento, con finalidad de registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática sobre las funciones y procedimientos, cuenta con un documento en el que se detalla el perfil y funciones del personal administrativo y operativo de la empresa, y aquélla que se considere necesario para la ejecución de las actividades y tareas. Referido documento es de conocimiento de todo el personal.					

No.	Ámbito	Subámbito	Parámetro	Cumple	No Cumple	No Aplica
21	Organizacional y de Soporte	Talento Humano	El establecimiento cuenta con reglamento interno para el personal, con la finalidad que el empleador defina las obligaciones y derechos del talento humano que labora en la operación.			
22			El establecimiento, para fortalecer sus competencias laborales, ha desarrollado un programa de capacitación dirigido al personal.			
23			El establecimiento ha capacitado a al menos al 50% de sus colaboradores en temas de salud y seguridad ocupacional. Además, cuenta en su archivo con copias simples de los certificados de capacitación, como también con los respectivos registros de asistencia.			
24		Comunicación, información y divulgación	El establecimiento cuenta con información turística de la ciudad y el país, para ser brindada a sus clientes.			
25			El establecimiento para evitar a publicidad engañosa, provee información clara y fidedigna sobre sus servicios en su material promocional.			
26			Los precios ofertados por el establecimiento incluyen impuestos y el servicio (según categoría), con excepción de los establecimientos que son parte del Sistema Tributario que permite la inclusión del IVA.			
27			El establecimiento informa a los clientes sobre las medidas de sostenibilidad o adaptadas por la operación, y sobre los beneficios que éstas generan al entorno natural, social y económico.			

No.	Ámbito	Subámbito	Parámetro	Cumple	No Cumple	No Aplica
28	Edificación	Cocina	El área de cocina del establecimiento cuenta con sistemas de ventilación natural, ductos de ventilación y/o campanas de extracción, los mismos que evitan la acumulación de olores y molestias a los clientes y moradores del sector.			
29			Los pisos del área de cocina son antideslizantes y no poseen grietas. Adicionalmente cuentan con un sistema que facilita el mantenimiento y limpieza.			
30		Comedor	El comedor cuenta con el menaje necesario para atender al 100% de su aforo.			
31			El área de comedor del establecimiento cuenta con sistemas de ventilación natural, ductos de ventilación y/o campanas de extracción, los mismos que evitan la acumulación de olores y molestias a los clientes y moradores del sector.			
32		Habitaciones	Las habitaciones del establecimiento cuentan con servicio telefónico.			
33			Las habitaciones del establecimiento están dotadas por cama de colchón, protector de colchón, sábanas, cobija (s), cubrecama, y almohada(s).			
34		Servicios higiénicos o batería sanitarias	Las baterías sanitarias de las áreas de uso público del establecimiento utilizan sistema ahorrador de recurso agua, o se ha implementado medidas para su ahorro.			
35			Las baterías sanitarias, tanto de servicio al cliente como del personal del establecimiento, cuentan con: bajorrincos con tapa, dispensador de jabón, sistema de secado de manos (secador automático o dispensador de toallas de mano), dispensador de papel higiénico.			
36			El establecimiento cuenta con baterías sanitarias de uso público, tanto para hombres como para mujeres.			
37			El establecimiento cuenta con al menos un servicio higiénico asignado a personas con capacidades diferentes. Este servicio higiénico cumple las especificaciones de la autoridad competente.			
38			Bodegas	Las bodegas del establecimiento cuentan con un área especial, debidamente aislada, para el almacenamiento de sustancias tóxicas y de manejo delicado, tales como combustibles. Dichas áreas tienen constante mantenimiento y control.		
39		El área de almacenamiento de insumos secos posee estibas plásticas, de acero inoxidable y/o tableros impermeabilizados. Los alimentos no tienen contacto con el piso y las paredes. El área está seca, bien ventilada y limpia.				

No.	Ámbito	Sub ámbito	Parámetro	Cumple	No Cumple	No Aplica
40	Edificación	Área de colaboradores (personal)	El establecimiento cuenta con baños sanitarios exclusivos para uso de sus colaboradores.			
41			El establecimiento cuenta con un área destinada para el personal, en la cual guardan sus pertenencias personales.			
42			El establecimiento cuenta con un área de comedor para uso exclusivo de sus colaboradores.			
43		Mantenimiento y control	El establecimiento cuenta e implementa un programa de mantenimiento preventivo y monitoreo de: planta física; equipos mobiliario; elementos decorativos; y; dotación (mensaje). Se identifica los responsables, recursos y cronograma.			
44		Accesibilidad	El establecimiento, cuenta con accesibilidad para personas con capacidades diferentes: física, visual, auditiva o intelectual. Por ejemplo: rampas, sillas de transferencia, apoyo de señalética braille (identificación de habitaciones, ascensores, áreas de interés, manuales de orientación, carta del menú, elementos sonoros, parlantes), dispositivo de iluminación.			
45			Las áreas designadas al ingreso del personal y proveedores del establecimiento están en su totalidad libres de obstáculos y limpiezas (sinoleros, sin polvo y ordenada).			
No.	Ámbito	Sub ámbito	Parámetro	Cumple	No Cumple	No Aplica
46	Responsabilidad Ambiental	Biodiversidad	El establecimiento no mantiene especies animales y vegetales en peligro y/o amenazadas sin los permisos correspondientes de la autoridad competente.			
47			El establecimiento mantiene preferentemente especies nativas y endémicas de flora de la zona en la jardinería, espacios verdes y/o maceteros.			
48			El establecimiento no comercializa ni consume especies de flora y fauna protegidas o vedadas por la ley.			
49			El establecimiento utiliza en sus exteriores focos y/o luminarias no atrayentes de insectos, con la finalidad de evitar el cambio de comportamiento de la fauna local.			
50		Insumos	El establecimiento minimiza la compra de insumos altamente contaminantes y/o peligrosos para el uso humano y el entorno natural.			
51			El establecimiento minimiza la compra de insumos descartables, tales como platos y cubiertos. Lleva un registro de su compra para establecer la reducción en su utilización.			
52			El establecimiento utiliza productos biodegradables para la limpieza.			
53		Agua	El establecimiento implementa un programa de uso y ahorro de agua, el mismo que es de conocimiento de propietarios, directivos, personal de planta y clientes.			
54			El establecimiento, con la finalidad de evitar fugas de agua y desperdicio del recurso, cuenta con registros del mantenimiento de todos los equipos y redes de agua, en el que se detalla por lo menos fecha, nombre del encargado, hora, observación, firma del encargado, próximo mantenimiento.			
55			El establecimiento, con la finalidad de determinar acciones para optimizar el consumo de agua, cuenta con registros de consumo del líquido vital.			
56			El establecimiento cuenta con señalética de uso y ahorro de agua en las áreas destinadas al personal y clientes.			

No.	Ámbito	Sub ámbito	Parámetro	Cumple	No Cumple	No Aplica
57	Responsabilidad Ambiental	Energía	El establecimiento implementa un programa de uso y ahorro de energía que es de conocimiento de propietarios, directivos, personal de planta y clientes.			
58			El establecimiento, con la finalidad de determinar acciones para optimizar el consumo de electricidad, cuenta con registros de consumo.			
59			El establecimiento cuenta con señalética de uso y ahorro de energía en las áreas destinadas al personal y clientes.			
60			El establecimiento cuenta con equipos y artefactos adecuados para el uso y ahorro de energía.			
61			El establecimiento, para evitar posibles cortos circuitos y fugas de energía, cuenta con registros del mantenimiento de las instalaciones eléctricas, en el que se detallan por lo menos: fecha, nombre del encargado, hora, observación, firma del encargado, próximo mantenimiento.			
62			En el establecimiento no existen cajetines abiertos o cables expuestos. Todas las instalaciones eléctricas están entubadas o dentro de canchales.			
63		Residuos y desechos	El establecimiento clasifica los desechos y residuos sólidos en: i) orgánicos; ii) papel y cartón; iii) plástico y vidrio; iv) tetrá pack; v) residuos peligrosos tales como pinturas, insecticidas, preservantes, combustibles, monitores y circuitos integrados, bombillas fluorescentes y baterías.			
64			En el establecimiento, los tachos de residuos y desechos sólidos están debidamente señalados de acuerdo a su clasificación. Su almacenamiento se realiza en sitio destinado exclusivamente para este tipo de materiales.			
65			El establecimiento entrega los residuos y desechos sólidos a la red de recolección pública y/o a gestores autorizados.			
66		Ruido y vibración	El establecimiento cuenta con aislamiento acústico, con el fin de que los niveles de ruido del interior no rebasen los límites permitidos en el exterior. Los parlantes y/o amplificadores no deben estar ubicados hacia los exteriores del establecimiento.			

No.	Ámbito	Sub ámbito	Parámetro	Cumple	No Cumple	No Aplica
67	Responsabilidad Social	Patrimonio y comunidad	El establecimiento tiene como política de compra, el abastecerse de bienes, productos y servicios producidos por la comunidad, a nivel local y nacional, que incluyan los criterios ambientales, socio culturales y económicos.			
68			El establecimiento tiene como política "Contratar como parte de su personal de planta, operativo, gerencial y administrativo a pobladores de la comunidad local, bajo principios de equidad y participación".			
69			El establecimiento cuenta con registros de las inversiones, aportes en capital humano y donaciones que se destinan a la población local.			
70			El establecimiento motiva y orienta a sus clientes a visitar las áreas naturales, históricas y culturales a través de información veraz y transparente, en formato impreso y digital.			
71			El establecimiento no mantiene o exhibe piezas arqueológicas o patrimonio histórico, sin los permisos correspondientes de la autoridad competente.			
72		Difusión y comunicación	El establecimiento promueve, difunde y comunica entre sus clientes, colaboradores y demás partes interesadas, la práctica de una conducta responsable ante las comunidades locales para evitar su aculturación. Posee el respectivo código de conducta.			
73			El establecimiento promueve entre sus clientes, colaboradores y demás partes interesadas, una conducta responsable con el ambiente. Posee el respectivo código de conducta.			
74			El establecimiento informa, a sus clientes, colaboradores y demás partes interesadas, sobre los productos que son elaborados por la comunidad, como por ejemplo: mermeladas, quesos, pan, artesanías, entre otros.			
75			El establecimiento comunica su política de prohibición de actividades como: prostitución y explotación de niñas, niños y adolescentes, el acoso, hostigamiento y/o abuso sexual, expendio de drogas, entre otros problemas sociales. El Código de Conducta contra la Explotación Sexual Comercial de Niñas, Niños y Adolescentes es conocido por todos sus colaboradores.			
76		Capacitación	En el programa de capacitación continua para sus colaboradores, el establecimiento gestiona e imparte capacitación en ámbitos de sostenibilidad y RSE, donde se incluyen al menos los siguientes cursos: a) derechos humanos; b) condiciones laborales (seguridad ocupacional y prevención de accidentes); c) conservación del ambiente y su bio diversidad; d) atención a personas con discapacidad; e) código de conducta, entre otros.			

No.	Ámbito	Sub ámbito	Indicador	Cumple	No Cumple	No Aplica
77	Seguridad y Salud Ocupacional	Bienestar Ocupacional	Con la finalidad de prevenir y disminuir los riesgos del trabajo y mejorar el ambiente laboral, el establecimiento cuenta con un reglamento de higiene y seguridad.			
78			El personal del establecimiento, de acuerdo a las actividades que realiza, cuenta con vestimenta, equipos de seguridad y protección. Adicionalmente, en el uniforme se observa de manera clara el nombre del colaborador, ya sea bordado o en placa.			
79		Instalaciones y equipos	Todas las puertas y ventanas del establecimiento funcionan correctamente. Su apertura es fácil y permite una pronta evacuación en caso de emergencias.			
80			El establecimiento cuenta, en cada una de sus áreas operativas y administrativas, con un sistema de iluminación de emergencia, el mismo que funciona correctamente.			
81			El establecimiento cuenta, en cada una de sus áreas operativas y administrativas con: sensores de humo, alarmas y extintores contra incendio vigentes, y rociadores de agua (de ser el caso). Referidos equipos funcionan correctamente y están señalados según las especificaciones técnicas reglamentarias de los organismos encargados de la materia.			
82			El establecimiento posee con un botiquín de primeros auxilios básico y con medicamentos no caducados, que cuenta por lo mínimo con: gasas estériles y algodón; un paquete de vendaje de gasa en rollo de 2" ancho; dos vendajes triangulares; vendas elásticas; cinta adhesiva; agente limpiador para heridas, como todas selladas; caja de parches cutáneos; tijeras punta roma; pinzas comunes; guantes de látex; equipo resucitador, como una bolsa, respirador o mascarilla de borbollito; tablita para inmovilizar; termómetro; indicaciones para pedir ayuda de emergencia; y una red de atención de primeros auxilios.			

No.	Ámbito	Sub ámbito	Indicador	Cumple	No Cumple	No Aplica
83	Seguridad y Salud Ocupacional	Señalética	El establecimiento cuenta con un sistema de señalética que permite identificar las áreas operativas, administrativas y de uso público. En el sistema se considera, entre otros aspectos, la señalización de áreas restringidas y de uso exclusivo del personal; áreas de peligro; riesgo eléctrico; material inflamable; entre otras.			
84			Las instalaciones del establecimiento cuentan con rutas de escape y puntos de encuentro debidamente señalados, con letreros fácilmente visibles y ubicados en lugares estratégicos.			
85			El establecimiento tiene identificadas las baterías sanitarias de uso público de hombres y mujeres para facilitar su localización.			
86			El establecimiento delimita correctamente las áreas de fumadores, las mismas que están debidamente ventiladas y señaladas.			
87		Prevención y mitigación de catástrofes y accidentes	El establecimiento cuenta con un plan de evacuación, el mismo que está aprobado por la autoridad competente.			
88			El establecimiento cuenta con al menos una persona capacitada en primeros auxilios en cada turno, y dispone de una guía visible con teléfonos de emergencia y hospitales cercanos.			
89			El establecimiento cuenta con mapas de evacuación y recursos fácilmente visibles y ubicados en lugares estratégicos.			

No.	Ámbito	Sub ámbito	Indicador	Cumple	No Cumple	No Aplica
90	Buenas Prácticas de Manufactura	Instalaciones en general	En el establecimiento se realiza la manipulación de los alimentos en un ambiente estéril e higiénico.			
91		Pisos, paredes, repisas, techos y drenajes	Las paredes del área de cocina están recubiertas con un material que facilita su limpieza y desinfección, y reducen al mínimo la acumulación de suciedad o polvo.			
92			En el área de cocina las paredes, techos, pisos y drenaje están en buenas condiciones, sin grasa y limpios.			
93			El área de cocina cuenta con repisas y/o estanterías para la disposición de insumos, implementos y/o equipos. Referidas repisas y/o estanterías son de un material de fácil limpieza y lavables, que no acumulan humedad ni se oxidan, como lo es el acero inoxidable, plástico industrial, entre otros.			
94		Iluminación	En el área de cocina del establecimiento, las luminarias son de luz blanca y están protegidas herméticamente para evitar la contaminación de los alimentos en caso de rotura. De esta manera se evita la contaminación por la propagación de astillas. La luz blanca permitirá tener una mejor visualización del entorno.			
95		Cantidad del aire y ventilación	En el establecimiento, la cocina cuenta con ventilación por ductos, extractores o ventanas, evitando de esta manera la acumulación de olores y calor.			
96		Servicios higiénicos y limpieza personal	En el establecimiento, los servicios higiénicos de los colaboradores no están adosados a la cocina o áreas de bodega de alimentos. Están limpios, ventilados, con agua permanente, lavamanos, espejo, jabón líquido, gel antiséptico, toallas de papel o secador de manos, papel higiénico, inodoro con asiento y tapa, urinario (baño de hombre), lavamanos y basurero con tapa y sistema de atomización.			
97			Los servicios higiénicos de los colaboradores cuentan con letreros específicos que señalan sobre la obligatoriedad y como lavarse las manos antes de empezar sus labores y durante ellas (cada vez que salga e ingrese del área asignada) y después de usarlos servicios higiénicos.			
98		Disposición de desechos sólidos y líquidos	El establecimiento, cuenta con un sistema de recolección, almacenamiento, protección y eliminación de basura (desechos y residuos). Dentro del sistema incluye el uso de recipientes con tapa y su respectiva identificación de acuerdo al tipo de desecho o residuo, ya sean líquidos o sólidos.			
99			El establecimiento cuenta con trampas de grasa en el área de pases de la cocina. Referidos equipos tienen su debido plan de limpieza y mantenimiento, actividades			
No.	Ámbito	Sub ámbito	Indicador	Cumple	No Cumple	No Aplica
100	Buenas Prácticas de Manufactura	Equipos y utensilios	El área de cocina cuenta con, por lo menos, un lavabo de doble pazo en acero inoxidable; este tipo de material es higiénico, durable, resistente a la corrosión y fácil de limpiar, evitando la acumulación de grasa, olores y contaminación.			
101			El establecimiento, cuenta con implementos de cocina, como también con vajilla, cubiertos y cristalería en óptimas condiciones; sin signos de deterioro, desportillados o que estén rotos.			
102			En el establecimiento, las tablas de picar (cortar) son plásticas y se distinguen por colores para cada clase de alimentos.			
103			En el establecimiento, los utensilios de cocina no son de madera.			
104			El establecimiento, cuenta con lencería y menaje de cocina en buen estado. No poseen manchas, quemaduras o rasaduras.			
105			El establecimiento, en el área de preparación de alimentos cuenta con dispensadores conjuntos líquidos, desinfectante y toallas de papel para el aseo de las manos del personal.			
106		Obligaciones del personal	El personal de preparación de alimentos que trabaja en el establecimiento cuenta con chaqueta de cocina, pantalón de cocina, zapatos antideslizantes, cabello recogido y protección respectiva (malla, champiñón o cofia).			
107			El personal de preparación de alimentos que trabaja en el establecimiento no utiliza pulseras, relojes, anillos, aretes y otros accesorios que puedan entrar en contacto con los alimentos. El personal mantiene sus uñas limpias, cortas y sin esmalte.			
108			El personal que manipula los alimentos no utiliza perfumes ni maquillaje excesivo.			

No.	Ámbito	Sub ámbito	Indicador	Cumple	No Cumple	No Aplica
110	Buenas Prácticas de Manufactura	Agua y hielo	El establecimiento, para la preparación de alimentos y fabricación de hielo utiliza únicamente agua potable, de acuerdo a normas nacionales e internacionales.			
111		Procesamiento, envasado, etiquetado y almacenamiento	El establecimiento almacena los alimentos en recipientes limpios, herméticos y etiquetados con fechas de recepción y caducidad. Se aplica la norma internacional PEPS (primero en entrar, primero en salir).			
112			Los productos lácteos son almacenados en porciones de acuerdo a su tipo. Para evitar la contaminación cruzada los productos se almacenan en recipientes herméticos y en buen estado. Las carnes rojas y pescados crudos se los ubica en la parte superior del congelador, y las carnes de aves en la parte inferior, logrando de esta manera que la sangre y los residuos de la descongelación no goteen sobre el resto de alimentos.			
113			En el establecimiento no se descongela a temperatura ambiente los productos congelados. Para descongelar los alimentos la cocina posee un microondas en perfecto estado. Los alimentos también pueden ser descongelados cambiándolos del congelador al refrigerador el día anterior a su uso.			
114			En el establecimiento no están alimentos o recipientes con alimentos colocados sobre el piso.			
115		Del aseguramiento y control de calidad	El establecimiento ha brindado capacitaciones en las áreas de recepción, almacenaje, manipulación, preparación, cocción, distribución y conservación de alimentos al personal que labora en el área de alimentos y bebidas ha recibido. Además, cuenta en su archivo con copias simples de los certificados de capacitación, como también con los respectivos registros de asistencia.			
116			En las áreas de manipulación, preparación, almacenamiento y servicio de alimentos y bebidas no se mantienen almacenados productos químicos.			

No.	Ámbito	Sub ámbito	Indicador	Cumple	No Cumple	No Aplica
116	Atención al cliente	Procesos	El establecimiento, para conocer sobre las novedades y/o sugerencias de la operación, aplica encuestas de satisfacción a los clientes, y genera reportes estadísticos, los mismos que permiten tomar acciones correctivas.			
117			El establecimiento, a través de sus colaboradores, aplica soluciones viables a las inconveniencias presentadas por los clientes, a través de procedimientos debidamente identificados.			
118		Imagen y actitud	Los colaboradores del establecimiento se muestran corteses (amables) y con actitud positiva hacia los clientes y compañeros.			
119			Los colaboradores del establecimiento consideran, como parte de su servicio, su imagen personal. Visten de acuerdo a las actividades que realizan, y en el uniforme se observa de manera clara su nombre, ya sea bordado o en placa.			
120			Los colaboradores del establecimiento muestran disponibilidad para atender y ayudar a los clientes y compañeros.			
121			Los colaboradores del establecimiento convierten las quejas en oportunidades.			
122		Comunicación e información	Los colaboradores del establecimiento conocen perfectamente el destino en el que presta los servicios la operación, y brindan la información correcta a los clientes.			
123			Los colaboradores del establecimiento se expresan con claridad y escuchan con atención a los clientes y compañeros.			
124		Capacitación	El establecimiento ha inducido, formalmente, en el programa de capacitación del personal el tema de atención al cliente.			
125			El establecimiento ha capacitado al 100% de sus colaboradores en temas relacionados a la Atención al Cliente. Además, cuenta en su archivo con copias simples de los certificados de capacitación, como también con los respectivos registros de asistencia.			



