Diagnóstico de la calidad en los servicios de alimentos y bebidas en Tequisquiapan

Diagnostic in the quality of catering services in Tequisquiapan

ARELLANO-ROCHA, Francisco Javier†*, GONZÁLEZ-NERI, Aarón Iván, PÉREZ-BRAVO, Julia y VILLARREAL-ALCALDE, Jorge Gabriel

Universidad Autónoma de Querétaro, Cerro de las Campanas S/N, Centro Universitario, Querétaro, Qro. C.P. 76010.

ID 1^{er} Autor: *Francisco Javier, Arellano-Rocha* / **ORC ID:** 0000-0001-8530-9936, **Researcher ID Thomson:** X-2120-2018, **CVU CONACYT ID:** 953180

ID 1^{er} Coautor: *Aarón Iván, González-Neri* / **ORC ID:** 0000-0002-4082-0746, **Researcher ID Thomson:** X-3196-2018, **CVU CONACYT ID:** 503735

ID 2^{do} Coautor: *Julia, Pérez-Bravo* / **ORC ID:** 0000-0002-1310-0145, **Researcher ID Thomson:** N-3319-2018, **CVU CONACYT ID:** 501992

ID 3^{er} Coautor: *Jorge Gabriel, Villarreal-Alcalde* / **ORC ID:** 0000-0003-3101-3683, **Researcher ID Thomson:** X-3222-2018, **CVU CONACYT ID:** 999686

DOI: 10.35429/JTIP.2019.6.3.14.22

Recibido 03 de Enero, 2019; Aceptado 30 Junio, 2019

Resumen

El propósito de esta investigación fue realizar una medición de la calidad de los servicios de alimentos y bebidas a través de la opinión de los visitantes locales, nacionales y extranjeros, en el Pueblo Mágico de Tequisquiapan, Qro., para determinar acciones que ayudaron a mejorar sus servicios y el impacto turístico en la zona. La metodología empleada fue mixta, ya que se utilizó el método cuantitativo basado en literatura sobre el tema, donde se muestran varios análisis como el del Foro Económico Mundial, publicado en los cuadernos de Turismo de la Universidad de Murcia. Asimismo, se realizó un análisis cualitativo al aplicar una encuesta donde se investiga sobre la calidad que prestan los establecimientos visitados y se verificó si contaban con un certificado emitido por el organismo oficial mexicano. Posterior a ello, se presentaron los resultados que nos permitieron ver el alto grado de aceptación que tienen los establecimientos. Sin embargo, las certificaciones de calidad no son comunes entre los empresarios. Se consideró entregar propuestas que podrán ser consideradas por la CANIRAC, el H. Ayuntamiento, la oficina de Turismo y los particulares que así lo desearon para darle seguimiento y cumplimiento a la calidad en los servicios turísticos.

Diagnóstico, Calidad, Alimentos-Bebidas

Abstract

The purpose of this research was to do a measuring of the catering services quality through the opinion of local, national and foreign visitors, in the Magic Town of Tequisquiapan, Qro., in order to determine some actions that helped improve their services and the touristic impact in the zone. The methodology used was mixed, using the quantitative method based on literature about the topic, where there were shown several analysis as in the World Economic Forum, published on the Tourism notebooks in the University of Murcia. Likewise, a qualitative analysis was done when it was applied a survey where it is asked about the quality in the catering services visited by consumers and it was also done a revision of the certifications given by the Mexican official government. After that, the results obtained let us know the high level of acceptance that the caterers have. Nevertheless, the certificates of quality are not common among the businessmen. It was considered to give the proposals that could help to the Bureau of Restaurants, the County City, the Local Ministry of Tourism and to private companies who want to know about them to continue solving and fulfill with quality in the touristic caterers.

Diagnostic, Quality, Catering-Services

Citación: ARELLANO-ROCHA, Francisco Javier, GONZÁLEZ-NERI, Aarón Iván, PÉREZ-BRAVO, Julia y VILLARREAL-ALCALDE, Jorge Gabriel. Diagnóstico de la calidad en los servicios de alimentos y bebidas en Tequisquiapan. Revista de Tecnologías en Procesos Industriales. 2019. 3-6: 14-22

* Correspondencia del Autor (francisco.arellano@uaq.mx)

† Investigador contribuyendo como primer autor.

Introducción

En la siguiente información se encontrará un diagnóstico de la calidad en los servicios turísticos de tipo gastronómico, establecimientos de alimentos y bebidas, en el municipio de Tequisquiapan, Qro., Pueblo Mágico y turístico con historia de visitantes desde principios del siglo anterior.

Para aumentar y garantizar el número de visitantes, uno de los factores de gran importancia de las empresas de la zona, es precisamente la calidad en sus servicios. Es decir, el reconocimiento general por los visitantes quienes hacen saber que en el Pueblo Mágico de Tequisquiapan hay oferta de calidad de servicios de alimentos y bebidas, con calidad certificada.

Para ello, se debe determinar una población para aplicar el diagnóstico y se consideró el siguiente aspecto: medir la calidad de establecimientos que ofrezcan en un mismo momento, la atención a 40 personas, es decir, que en sus establecimientos cuenten con un promedio de atención de 10 mesas con 4 sillas cada una, lo cual indica que si es igual a 40 o mayor, será evaluada y si es un establecimiento que ofrece un número de atención de comensales menor a 40, entonces no se considera para este diagnóstico.

Una vez hecha la revisión, se consideran 72 establecimientos de alimentos y bebidas ubicados en el municipio de Tequisquiapan con 40 o más espacios para atención de comensales. Se mencionó que se habían elegido 75 establecimientos, pero 3 no aceptaron participar en la encuesta. Por lo que el 96% sí autorizó la aplicación y el 4% lo negó como se muestra en la siguiente gráfica.

Gráfico 1 Establecimientos participantes en la encuesta
Fuente: Elaboración Propia

También se hizo revisión a las posibilidades de análisis en cuanto a la calidad y certificación con las que cuentan los establecimientos. Para la apertura, es obligatorio por ley, contar con la licencia sanitaria y con la licencia de operación municipal, lo cual no permite ver sus características de calidad.

Sin embargo, se ofrece una certificación en México, la cual otorga la SECTUR (Secretaría de Turismo, organismo federal), titulada Distintivo H, donde de acuerdo a la norma mexicana: NMX-F-605-NORMEX-2004 Alimentos Manejo Higiénico en el Servicio de Alimentos Preparados para la Obtención del Distintivo H, se deben de cumplir con un grupo valioso e importante de requisitos. El certificado tiene la intención de garantizar el manejo adecuado, higiénico y salubre de los alimentos y bebidas, por lo que incluye a la Secretaría de Salud, para la expedición del dictamen y distintivo H.

También hay otras certificaciones como las ISO y el distintivo M, entre otros reconocimientos especiales. Las ISO basadas en normas internacionales y mexicanas, otorgados por los organismos certificadores autorizados para ello, que garantizan la misma calidad en todo el mundo, solamente cumpliendo con lo establecido en sus reglamentos y normas. El distintivo M, es expedido por la SECTUR, y tiene la intención de capacitar, supervisar, emitir el distintivo a aquellos establecimientos que cumplen con los requisitos, pero además conlleva a obtener recursos financieros, en ocasiones a fondo perdido y en otras no, para modernizar tu establecimiento. Si logras la certificación, recibirás capital de estímulo por la obtención.

Para cumplir con el propósito de este diagnóstico se propuso la aplicación de un instrumento cuestionario con 6 preguntas, para aplicarse en los establecimientos a los clientes salientes, y se organizó un equipo de 35 personas para la aplicación de los mismos, todos estudiantes de la universidad estatal en la localidad, distribuyendo 20 instrumentos por establecimiento. El instrumento incluyó preguntas sobre la aceptación de los alimentos y del servicio, sobre el precio, sobre el establecimiento y su recomendación a otros visitantes, sobre la identificación del distintivo H a la vista de los comensales y sobre otras certificaciones como la ISO o distintivo M, lo cual fue referido sin problema.

Al final se identifica claramente que la investigación es muy congruente con la búsqueda de la información, la opinión de los comensales al salir de los establecimientos es muy similar en los 72 lugares, excepto por uno, donde se menciona que no será recomendado y que se ha identificado el lugar como sucio, sin cuidado, pésimo ambiente, incluso con insectos a la vista, pero todos los demás, fueron evaluados en un rango de 4 a 5 puntos en su totalidad.

Gráfico 2 Establecimientos recomendados
Fuente: Elaboración Propia

Un dato importante es saber que ninguno de los establecimientos cuenta con el distintivo H a la vista de los comensales. Lo cual es preocupante, pero es un dato arrojado por la investigación. Sin embargo, en referencia a la certificación ISO, no se mencionó por persona alguna. Sin embargo, de los 72 establecimientos, 20 fueron identificados con el distintivo M a la vista de los comensales. Esta información se pudo corroborar en las tablas que se emiten para la comprobación vía internet de la vigencia de ambos distintivos H y M.

El dato de no contar con distintivo H, es preocupante y se debería hacer un nuevo análisis para conocer a través de los empresarios, por qué no cuentan con el distintivo y establecer las estrategias para que lo tengan. O también buscar qué es lo que provoca que no cuenten con este distintivo.

Metodología o método de investigación

La metodología para poder conocer el índice de restaurantes o establecimientos que se planteó fue usando un método cuantitativo, partiendo de lo general a lo particular, ya que se usó un modelo basado en un artículo de los cuadernos de Turismo de la Universidad de Murcia, España, sobre la competitividad del Turismo de México en un análisis mundial.

También se consideró un análisis cualitativo porque se conoció el nivel de calidad y certificación de los establecimientos y el nivel de aceptación que tienen.

El método consiste en seleccionar una muestra de los establecimientos de restaurantes en la zona del centro histórico de la ciudad de Tequisquiapan, Qro.

Una vez que se contó con la población a analizar, se elaboró un instrumento de evaluación para aplicar una encuesta a la población que ha recibido los servicios. Esta encuesta se elaboró con apoyo de los estudiantes de la universidad local.

La encuesta analizó de acuerdo a los resultados obtenidos y se conjuntó una tabla con los resultados para su análisis. Las preguntas fueron muy sencillas, si les ha agradado el servicio, si les ha agradado el precio, si les han gustado los alimentos y bebidas, si recomendarían el lugar, si se identifica que está certificado con el distintivo H, si cuentan con otros distintivos o certificaciones que estén a la vista como ISO, distintivo M, entre otras certificaciones y reconocimientos.

Los datos se conjuntan en la tabla y se analizan. Los establecimientos analizados son:

Nombre de establecimiento	Nombre de establecimiento
1. K'puchinos Restaurant Bar	37. Marcelino Taco & Vino
2. Madre Selva	38. La Valentina
3. La Palapa Sensorial	39. Esquites Don Lucas
4. La Fortaleza	40. Bugambilias
5. Camino a Bremen	41. Rojo guajillo
6. Bashir & Co.	42. Tacos Arandas
7. El Pecado Restaurante	43. Las Frías Don Tigüe
8. Quilombo Grill	44. Restaurante Bar La Troje
9. Pozolería Kauil	45. Enchiladas La Magdalena
10. Gorditas las Crucitas	46. El Regocijo Restaurante Bar
11. La Puerta	47. La Zarza Restaurante-Bar & Lounge
12. Viña Tx	48. Restaurante Bocanegra
13. Rincón Austriaco	49. La Casa de Mamá Lucy
14. Laysu	50. Museo del Queso y del Vino Restaurante
15. Restaurante Bar Caprichos	51. Mi café restaurante & café
16. La Charamusca	52. El Inquisidor
17. Chocolate molinillo	53. El Campanario
18. La Quercia	54. Il Duomo di Milano
19. Godzila Sushi	55. Restaurante El Muelle
20. Casa Revuelta	56. Pimienta y Sal
21. El Maravillas	57. La Casa del Horno
22. La Bicicleta	58. Restaurante Il Fornetto
23. Cilantro & perejil	59. Don Chava Taquería
24. Restaurante las Brasas	60. El Zacatecano
25. Il Sapore italiano	61. Tacos El Güero
26. Villa Romantik	62. La Italia Restaurante
27. El Portal del Cabrito	63. La Chorchá
28. Sonora Beef	64. La Taberna de J&R
29. La Tentación del jardín	65. La Veranda
30. Rincón Mexicano	66. Hotel Plaza
31. Ristorante Pizzeria Caterin	67. Hotel Relox
32. La Piadina Wine & Kitchen	68. Hotel Maridelfi
33. La Spezia	69. Pizzas Don Rigo
34. Los Choriquesos de Zenón	70. Restaurante Taurino
35. El Atorón	71. Restaurante Museo de Tierra de Alonso
36. Luca Grill	72. El Portal de Doña Tere

Tabla 1. Lista de establecimientos. Elaboración propia.

El instrumento incluyó 6 preguntas de las cuales de la pregunta 1 a la 4 eran con evaluación de 0 a 5 puntos, y las dos últimas eran para responder si o no. Las preguntas fueron las siguientes:

Pregunta	Forma de evaluar / Responder
1. ¿Le ha agradado el servicio que ha recibido?	Se podía elegir entre 0 y 5 puntos
2. ¿El precio por los servicios recibidos le agradó?	Se podía elegir entre 0 y 5 puntos
3. ¿Le han gustado los alimentos y bebidas del establecimiento?	Se podía elegir entre 0 y 5 puntos
4. ¿Recomendaría el establecimiento a otros visitantes y comensales?	Se podía elegir entre 0 y 5 puntos
5. ¿Identifica Usted el distintivo H en el establecimiento?	Se podía responder si o no
6. ¿El establecimiento cuenta con otra certificación o distintivo como ISO o M, algún otro reconocimiento?	Se podía responder si o no

Tabla 2 Preguntas y forma respuesta o valor Fuente: Elaboración Propia

El instrumento seleccionado se imprimió para reproducirlo y en promedio aplicarlo a 20 comensales al salir de haber realizado el pago de un consumo. En la mayoría de los establecimientos se tuvo éxito en la aplicación.

De primera instancia se aplicaron 5 instrumentos a prueba y se hicieron correcciones de algunas preguntas que estaban mal redactadas. Después el instrumento se pudo aplicar sin complicaciones. Al ser 72 establecimientos seleccionados que cumplieron con el espacio y montaje de al menos 10 mesas con 4 sillas cada una, para atender al mismo tiempo a 40 comensales, del universo total de establecimientos y locales, el número de restaurantes quedó en 75, pero dos no aceptaron que se aplicara la encuesta. Se eligió la cantidad de 20 instrumentos por cada local, lo que arrojó el total de instrumentos de 1,440.

En las preguntas de preferencia y recomendación, gusto y precio, el valor de la respuesta es de 0 a 5 puntos. Y en la pregunta sobre las certificaciones la respuesta es sí o no.

Los resultados se reportaron en forma de texto y en base a lo mostrado en las gráficas.

RESULTADOS

Como ya se mencionó, para aplicar la encuesta con los instrumentos, se organizó un equipo de 35 personas. Se determinó aplicar 20 instrumentos por establecimiento, lo que arrojó un total de 1,440 instrumentos, y se aplicaron en el periodo de mayo a septiembre de 2018. La información se capturó y se obtuvieron los siguientes resultados del análisis y síntesis de la información obtenida.

Los comensales para las preguntas número 1 a 4, decidieron en general otorgar el valor entre 4 y 5 puntos, lo que habla muy bien de los servicios que se prestan. Solamente se logra despuntar un aglomerado de 10 establecimientos que tienen baja evaluación en el precio, ya que los servicios que ofrecen son más caros.

Gráfico 3 Evaluación de precio y recomendación
Fuente: Elaboración Propia

En un análisis adicional, la información reporta que este grupo de establecimientos ofrecen un mejor servicio y los lugares están mejor ambientados, de mejor vista, mejor decoración y también es notoria una mucho mejor oferta gastronómica. Desde luego que los factores de buen servicio, buen establecimiento y buen lugar, provoca que los empresarios establezcan un precio mayor en la oferta gastronómica.

Otro aspecto de interés, se indica que no hay crítica a los alimentos y bebidas, ya que la preferencia y gusto se queda evaluada en promedio entre los valores 4 y 5.

En respuesta al precio, la observación general es que escasos establecimientos no fueron reconocidos por su precio alto. Los demás no presentaron problema. Un establecimiento tuvo una nota muy baja en la evaluación de recomendación, derivado de la pésima higiene en el establecimiento.

Los promedios generales de cada pregunta son como sigue: la pregunta 1, donde se indica si les agradó el servicio recibido tuvo un promedio de 4.18; en la pregunta 2 donde se indica sobre el precio y su aceptación tuvo un promedio de 3.56; para la pregunta, la número 3, sobre el gusto de los alimentos y bebidas del establecimiento el promedio fue de 4.27, remarcando que fue el más alto de las 4 preguntas; la pregunta cuatro en relación a si recomendaría el establecimiento a otros visitantes y comensales, recibió un promedio de 4.13 puntos como se muestra en la gráfica siguiente.

Gráfico 4 Preguntas y valores obtenidos
Fuente: Elaboración Propia

En cuanto a la pregunta donde se solicita si habrá una futura recomendación del establecimiento, solamente un restaurante quedó muy afectado en la evaluación, ya que no se recomienda derivado incluso de unas anotaciones adicionales, donde se reporta que el lugar está muy desagradable y no le gusta a la gente, pero la gastronomía que ofrece es excelente. Además, se hizo una visita al lugar y en efecto, se confirma por completo las observaciones vertidas en la encuesta.

En referencia al análisis de los resultados de las dos siguientes preguntas, un aspecto más relevante es que ninguno cuenta con el distintivo H a la vista. Es menester realizar un estudio a mayor profundidad donde se permita identificar cuántos establecimientos cuentan con este distintivo. Sin embargo, se hizo una visita a las autoridades del turismo local en Tequisquiapan y se indica que ni la cámara CANIRAC que tiene sede en San Juan del Río, ni ellos, contaban con un censo donde se indique el grado de certificación con este distintivo.

En referencia al distintivo M, Moderniza, también expedido por la Secretaría de Turismo, el 27.7% de los establecimientos cuentan con él. No reportado por los instrumentos de investigación en la encuesta, sino por la oficina de turismo local, ya que ellos han instrumentado un programa bajo este esquema, el cual les ha otorgado recursos a los empresarios y sus establecimientos que lo obtienen. Este dato no es muy confiable porque se revisaron los reportes vigentes y la información es completamente diferente.

Discusión

La información importante a destacar en los resultados es que los establecimientos de gastronomía analizados en el municipio son aceptables, de buen servicio y aceptación en lo que venden, los precios son accesibles o corresponden a lo que se ofrece, y los servicios en general son aceptables, además de que serían recomendados siempre.

Se tiene la impresión de que ser un Pueblo Mágico y de que la belleza del lugar provoca que los servicios se adapten de igual forma para ser atractivos. Además de que se ofrezcan con calidad.

En su artículo de Cadena Badilla et al, mencionan que, si un establecimiento desea lograr el éxito en el sector de los alimentos y bebidas, es decir, el sector restaurantero, es verdaderamente muy importante medir el grado de satisfacción de los clientes y comensales cuando ya se ha recibido un servicio. Y conocemos que la publicidad o mercadotecnia de boca en boca y el tener a un comensal, cliente, cautivo, es reflejo de su aceptación y regresa a consumir, es una excelente forma de medición de la calidad. (Cadena-Badilla et al, 2016).

Cuando uno hace estas mediciones, que son de carácter vital y de gran importancia ya que permitirá que los administradores, gerentes, el personal que debe tomar decisiones, se hacen, ayudan los resultados de las mediciones a encontrar las áreas de oportunidad, las áreas donde se debe de mejorar. (Cadena-Badilla et al, 2016).

La aportación del artículo de la Medición de la calidad de los Restaurantes en Sonora, México, es muy buena y útil, sin embargo, se trató de hacer un comparativo haciendo uso de análisis de datos cuantitativos, y en el estudio que se hizo en Tequisquiapan, solamente se aplican análisis de resultados, sin varianza, regresión ni otras aplicaciones, que, para otros tipos de estudio, es valioso, pero para el estudio de Tequisquiapan y su industria restaurantera, no es conveniente por la simplicidad de lo que se busca.

También se hicieron análisis de la población por rangos de edad, por sexo, por grado académico, en el estudio del artículo de Cadena-Badilla et al, ya que, en las sesiones de planeación de nuestro equipo de trabajo en Tequisquiapan, se consideró que no serían esos datos de mayor importancia, lo más requerido era saber si había pagado por sus servicios y si deseaba responder las preguntas que le teníamos planeadas. (Cadena-Badilla et al, 2016). Es un artículo de referencia excelente porque afirma la necesidad de analizar y conocer la calidad de los servicios restauranteros, pero su metodología y método cuantitativo no es similar, desechando algunos datos más precisos de la población consultada.

Se utilizó una escala que se aplica en SERVQUAL y SERVQUALING, donde manejan los valores de 1 a 5 en la evaluación del instrumento en las respuestas, pero no maneja el valor nulo, cuando hay respuestas con ese nivel. Se reconoce su buena intención de usar esas escalas, pero en Tequisquiapan se adaptó a las necesidades locales. (Cadena-Badilla et al, 2016).

Otro aspecto importante de este artículo de Cadena-Badilla et al es que: “Se considera que una (sic) Restaurante está otorgando un buen servicio al cliente, cuando el nivel de calidad en el servicio rebasa la medida de 3.4. Sólo hasta entonces se puede afirmar con certeza que se está prestando un servicio de buena calidad”. (Cadena-Badilla et al, 2016). En el análisis que se hizo en Tequisquiapan, las primeras 4 preguntas, todas estuvieron por encima de la media mencionada en cuanto a la respuesta otorgada por los comensales encuestados. Esto nos permite confirmar que la calidad analizada es de calidad y demostrable.

Por otro lado, hubo un establecimiento el cual fue mencionado que no se recomendaría y en notas adicionales, inscriben que el lugar está de muy mal ver, sucio, desagradable, que no se ha ocupado en la limpieza, pintura y mejoras al establecimiento, pero los demás, son destacados por los aspectos contrarios que son mejores, se salva su gastronomía que es reconocida, aceptada, buen precio, solamente el establecimiento no ofrece la calidad que se requiere.

Otro aspecto a destacar es que ningún establecimiento cuenta con la certificación o distintivo H que es especializado en servicios de alimentos y bebidas por la SECTUR y la SSA, lo cual sorprende porque se esperaba que hubiera muchos establecimientos con el mismo certificado de los 72 estudiados.

En referencia al distintivo M, Moderna por la SECTUR también presenta irregularidad, no todos los establecimientos cuentan con éste, pero hay presencia en 20 de 72, es decir representa el 27.7% de los mismos.

La característica a destacar es que el mismo departamento u oficina de Turismo del municipio, promueve el distintivo M además de que a los establecimientos que lo obtienen, les otorgan en préstamo a fondo perdido, no recuperable para el organismo, fondos para mejorar los establecimientos.

Veamos con referencia a la teoría investigada en referencia a la calidad en los servicios turísticos, se indica que México es un país líder dentro del turismo mundial, y se hicieron unas revisiones a los datos estadísticos del FEM, Foro Económico Mundial, donde se reportan estos resultados. (Ibáñez, 2011).

Su metodología para un análisis macroeconómico de nuestro país en el sector turismo es bueno y cuenta con suficientes tablas, cuadros, gráficas que son la evidencia de lo consultado. Sin embargo, para el caso de Tequisquiapan y su industria restaurantera que ofrecen los servicios de alimentos y bebidas, se tuvo que analizar en forma específica, en forma local. Se aplicó una encuesta a un universo con las características de atención a por lo menos 40 comensales al mismo tiempo, lo cual implica que se debe de contar con suficientes mesas y sillas, los cubiertos, loza, cristalería, mantelería, y una serie de instrumentos para la prestación del servicio.

En la zona de producción, se tiene que contar con una organización de cocina fría, caliente y repostería, lo cual hace la gran diferencia entre los establecimientos pequeños, medianos y grandes.

Agradecimientos

Se consultó la referencia del Diagnóstico situacional turístico, gastronómico y ambiental en el corredor ecológico Llanganates-Sangay entre Agoyán y Shell, el cual es un estudio en el Ecuador sobre una región turística con habitantes originarios, su estudio es muy amplio, sin embargo, no se especializa en lo gastronómico. Presenta información muy interesante y atractiva, también cuadros y mapas que describen las características ontogeográficas de una región ecuatoriana cercana al Amazonas. Sin embargo, y reconociendo que el estudio es bastante bueno, su aportación no es de utilidad para el estudio que se realizó en Tequisquiapan, el cual se basa en la búsqueda de la calidad de los servicios gastronómicos. (Velástegui et al, 2019)

La metodología que se describe es cualitativo-cuantitativa y no es lo que corresponde a este proyecto. El estudio no hace impacto o influencia en esta investigación con el equipo de colaboradores y estudiantes. (Velástegui et al, 2019)

Por otro lado, la referencia del artículo El Servicio de gastronomía y su impacto para el desarrollo turístico en Bahía de Caráquez, trata sobre la medición de los servicios y se realiza para identificar la situación de los mismos una vez que han enfrentado el siniestro del terremoto que sucedió en esta zona. (Quintero et al, 2019)

Ellos clasifican en diferentes categorías sus establecimientos. Mientras que en este estudio lo que se presenta, no se hace así, más bien se elaboró una clasificación por número de comensales que se pueden atender en un mismo tiempo para identificar la población muestra.

En el estudio de referencia se analizan otros aspectos como deuda y tipo de construcción, pero se descarta no omitiendo que está muy interesante la propuesta que hacen para futuras ocasiones hacer una simulación o para otros tipos de estudio. (Quintero et al, 2019)

En el artículo titulado Percepción del turista sobre el servicio de alimentos y bebidas. Sitio, Playa Bajoalto, Cantón El Guabo, El Oro, Ecuador, la metodología se identifica como muy buena. Incluso la determinación de la muestra está bien presentada. (Armijos et al, 2019)

Para este estudio se aprovechan los datos, aunque no sirvieron como modelo, pero si como base para el estudio en Tequisquiapan. Quizá se recomiende como lectura para la determinación de muestras y análisis de población. (Armijos et al, 2019)

La lectura de diferentes fuentes similares siempre es de gran ayuda para todo este tipo de estudios, se recomendó una investigación muy interesante sobre su estudio y la forma de diseñar y presentar su metodología para abordar los datos y posteriormente para presentar los resultados. (Cáceres-Jeréz et al, 2019)

El artículo se titula Relación entre el exceso de peso y la manipulación de alimentos en servicios de alimentación, Bucaramanga, Colombia, sin embargo, la intensidad del estudio en Tequisquiapan es muy diferente. No coinciden para nada muy a pesar de que el objetivo central es los alimentos y las bebidas. (Cáceres-Jeréz et al, 2019)

Se tomarán sus ideas propuestas para futuros estudios o evaluaciones en relación a los servicios de alimentos y bebidas.

El artículo Sistema informático de apoyo a la toma de decisiones en los servicios de restauración de la red hotelera en Cuba, es un estudio muy útil, presenta el uso de la tecnología para el análisis de la información, sin embargo, su objetivo es la restauración de una red hotelera, muy útil por el concepto de manejo de datos, pero no es útil como referencia para el análisis de la calidad de los servicios de alimentos y bebidas. (Ynfante et al, 2018)

Se concluye que se agradece la información de las referencias consultadas, además se informa que no hubo presupuesto ni apoyo en financiamiento para esta investigación. Los agradecimientos se dirigen exclusivamente para el equipo de colaboradores que participaron en este estudio y para los estudiantes que trabajaron en la encuesta, captura, organización de la información, análisis y entrega de resultados.

Conclusiones

Muy interesante estudio que buscó la calidad de los servicios turísticos del tipo alimentos y bebidas en la ciudad de Tequisquiapan. En referencia a la calidad de los productos que se venden la población indicó que no hay problema en ninguno de los establecimientos. Todos fueron evaluados en forma satisfactoria. Solamente en uno de los establecimientos, lo que se indicó fue falta de higiene y mejor vista de las instalaciones.

El precio que fue otro factor evaluado, tampoco tuvo una evaluación deficiente, ya que el precio correspondió al tipo de establecimientos que se presentaron y evaluaron. Pero en general, la población encuestada indicó no tener inconveniente y aceptó los precios de manera agradable.

Otro factor de análisis fue la posibilidad de recomendación del establecimiento y no hubo inconveniente derivado de que el grupo de establecimientos fue reconocido para recomendar ampliamente excepto uno que presentó problemas de higiene y buena presentación del local e instalaciones.

De las 4 preguntas básicas, la calidad es aceptable en la generalidad de los servicios, la calidad tiene excelente evaluación.

La parte que presenta dificultades, se concluye que es en la certificación de los servicios. Hay dos formas de certificación, una por distintivo H que es emitido por SECTUR y SSA en conjunto. Otra certificación de estos establecimientos es el distintivo M que entrega la SECTUR. En la segunda no hay problema, pero tampoco es algo muy solicitado por los establecimientos ya que solamente el 27.7% lo tiene y lo expone en sus negocios.

La dificultad es en el distintivo H que aparentemente en la evaluación, ningún establecimiento lo presenta, lo cual se confirma ya que en una revisión en ese año de la vigencia de los negocios con este distintivo en la página web del emisor indica que son solamente 5 establecimientos con distintivo H en Tequisquiapan, pero de los cuales en tres de ellos se repite el nombre, así que solamente 3 son realmente los establecimientos con esta certificación de calidad.

En referencia a otras certificaciones, no hay establecimiento alguno que la presente, la muestre o se tenga conocimiento de alguna.

Para finalizar, se considera que se ha hecho un análisis importante de la calidad de los servicios turísticos de tipo alimentos y bebidas, y los resultados de la encuesta son satisfactorios, donde se requiere de realizar convenios, capacitación, incluso la aplicación de un estudio para conocer las razones por las cuales los empresarios no participan de las certificaciones, lo cual podría arrojar interesantes datos y resultados para concretar y mejorar la calidad de los servicios.

Referencias

- Armijos Salinas, J. L., Bustamante, K. J., & Calle Iñiguez, M. P. (2019). Percepción del turista sobre el servicio de alimentos y bebidas. Sitio, Playa Bajoalto. Alén González, M.E., Fraiz Brea, J.A. (2006). Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor. Su evaluación en el ámbito del Turismo Termal. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, Vol. 12, núm. 1. Pp. 251-272. Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa. Vigo, España.
- Cáceres-Jérez, M. L., Gamboa-Delgado, E. M., & Silva-Mora, M. L. (2019). Relación entre el exceso de peso y la manipulación de alimentos en servicios de alimentación. Bucaramanga, Colombia. Revista de la Facultad de Medicina, 67(1), 45-50.
- Cadena-Badilla, Jesús Martín, Vega-Robles, Arturo, Real Pérez, Isidro et al (2016) Medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por Restaurantes en Sonora, México. Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias, vol. V. Núm. 17, pp. 41-60, Universidad de Carabobo, Venezuela.
- Casino Martínez, A. (2001) Medición de la calidad de servicio: una aplicación a los establecimientos de alojamiento turístico 1. Estudios de Economía Aplicada, vol. 18, núm. 2. pp. 83-104. Asociación Internacional de Economía Aplicada. Valladolid, España.
- Díaz Comesaña, Ma. Eva, Rodríguez López, Nuria. (2010). La mejora de la calidad de los servicios a través de su medición. Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial 13(2): 48-55 UNMSM. ISSN: 1560-9146 (Impreso) / ISSN: 1810-993 (Electrónico).
- Ibáñez Pérez, Reyna María (2011). Diagnóstico de la calidad y competitividad del Sector Turístico en México. Cuadernos de Turismo, No. 28. Pp. 121-143. ISSN: 1139-7861. Universidad de Murcia, España.
- Lara López, J. Refugio (2002). La Gestión de la Calidad en los Servicios. Conciencia Tecnológica, núm. 19. Instituto Tecnológico de Aguascalientes. Aguascalientes, México.
- Martínez, M. Y., Vasallo, A. D., Alfonso, Y. V., & López, L. E. V. (2019). Sistema informático de apoyo a la toma de decisiones en los servicios de restauración de la red hotelera en Cuba. Ciencia Digital, 3(1), 92-106.
- Quintero, F. Á. L., Navarrete, B. C. O., Zambrano, G. V. C., & Lino, E. V. A. (2019). El servicio de gastronomía y su impacto para el desarrollo turístico en Bahía de Caráquez. TRANSITARE, 4(1).
- Velasteguí Sánchez, J. R., Poveda Morales, T. C., Utrera Velázquez, A. I., Real Garlobo, E., Fonseca, C., & Galicia, L. (2019). Diagnóstico situacional turístico, gastronómico y ambiental en el corredor ecológico Llanganates-Sangay entre Agoyán y Shell. Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores, 6.