

**UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR-UNIB.EESCUELA DE  
GASTRONOMIA**



**Título del Trabajo**

Plan de Mejora de los procesos operativos del emprendimiento gastronómico Bella Vista

Trabajo de Titulación para la obtención del Título de Licenciado en Gastronomía

**Autores:**

Aigaje Sarmiento Luis Ramiro

Orquera Quiroz Brandon Williams

Director del Trabajo de Titulación:

Mgst. Fabian Terán

Quito, Ecuador

Agosto del 2022

Quito, 11 de agosto 2022

## CARTA DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Mgst. Juan Romero  
Director(a) de la Carrera de Gastronomía  
Presente.

Yo, Mgst. Fabian Terán, Director del Trabajo de Titulación realizado por estudiante **Luis Aigaje y Brandon Orquera** de la carrera de **Gastronomía**, informo haber revisado el presente documento titulado **Plan de Mejora de los procesos operativos del emprendimiento gastronómico Bella Vista**, el mismo que se encuentra elaborado conforme al Reglamento de titulación, establecido por la UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR, UNIB.E de Quito y el Manual de Estilo institucional; por lo tanto, autorizo su presentación final para los fines legales pertinentes.

En tal virtud autorizo a los Señores a que concedan a realizar el anillado del trabajo de titulación y su entrega en la secretaria de la Escuela.

Atentamente,



Firmado digitalmente por:  
FABIAN  
EDUARDO TERAN  
CANO

**Mgst. Fabian Terán**  
Director del Trabajo de Titulación



**Anexo 2b**

**Carta de Autoría del trabajo**

Los criterios emitidos en el presente Trabajo de Titulación "Plan de Mejora de los procesos operativos del emprendimiento gastronómico Bella Vista", así como también los contenidos, ideas, análisis conclusiones y propuesta(s) son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor(a) del presente documento.

Autorizo a la Universidad Iberoamericana del Ecuador (UNIB.E) para que haga de este documento disponible para su lectura o lo publique total o parcialmente, de considerarlo pertinente, según las normas y regulaciones de la Institución, citando la fuente.

Luis Aigaje

Nombre y Firma del estudiante

No. De cedula de ciudadanía: 1727311886

Quito,07/09/2022





**Anexo 2b**

**Carta de Autoría del trabajo**

Los criterios emitidos en el presente Trabajo de Titulación "Plan de Mejora de los procesos operativos del emprendimiento gastronómico Bella Vista", así como también los contenidos, ideas, análisis conclusiones y propuesta(s) son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor(a) del presente documento.

Autorizo a la Universidad Iberoamericana del Ecuador (UNIB.E) para que haga de este documento disponible para su lectura o lo publique total o parcialmente, de considerarlo pertinente, según las normas y regulaciones de la Institución, citando la fuente.

Brandon Orquera

Nombre y Firma del estudiante

No. De cedula de ciudadanía: 1751987452

Quito,07/09/2022



## **DEDICATORIA**

A Dios, por guiarnos en cada una de las diferentes etapas de nuestra vida y ayudarnos a lograr una meta más en nuestras vidas.

A mis padres, por darnos la posibilidad de estudiar y apoyarnos en cada momento de nuestras vidas y para alcanzar todo lo que nos proponemos.

## **AGRADECIMIENTO**

Al personal del establecimiento Bella Vista por darnos la oportunidad de realizar el proyecto de investigación y aportar toda la información requerida

A la Universidad Iberoamericana del Ecuador por ser mi casa de estudio.

A los profesores, los cuales nos han ayudado en el camino de nuestra trayectoria académica con el aprendizaje requerido para salir adelante

Al profesor de Dirección del Trabajo de Titulación, Mgst. Fabián Terán y al profesor de Trabajo de Titulación, Dr. (PhD) Dioni Villalobos los cuales ha guiado esta investigación con aportes teóricos y metodológicos.

## ÍNDICE GENERAL

|  |     |
|--|-----|
| CARTA DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN ..... | II  |
| DEDICATORIA.....                                   | V   |
| AGRADECIMIENTO.....                                | VI  |
| ÍNDICE GENERAL.....                                | VII |
| LISTA DE TABLAS.....                               | X   |
| LISTA DE GRÁFICOS.....                             | XII |
| RESUMEN .....                                      | XIV |
| INTRODUCCIÓN .....                                 | XV  |
| CAPÍTULO I .....                                   | 1   |
| EL PROBLEMA .....                                  | 1   |
| Planteamiento del problema .....                   | 1   |
| Formulación del Problema .....                     | 3   |
| Objetivos de la investigación .....                | 3   |
| Objetivo General .....                             | 3   |
| Objetivos Específicos.....                         | 4   |
| Justificación e Impacto de la Investigación.....   | 4   |
| Alcance de la investigación.....                   | 5   |
| CAPÍTULO II .....                                  | 6   |
| MARCO TEÓRICO.....                                 | 6   |
| Antecedentes de la investigación .....             | 6   |

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| Bases teóricas .....                  | 8  |
| Plan de Mejora .....                  | 8  |
| Proceso .....                         | 9  |
| Procesos operativos.....              | 9  |
| Emprendimiento .....                  | 10 |
| Emprendimiento Gastronómico.....      | 11 |
| Emprendedor .....                     | 11 |
| Restaurante .....                     | 12 |
| Clasificación de restaurantes .....   | 13 |
| Tipos de restaurantes .....           | 14 |
| CAPÍTULO III .....                    | 16 |
| METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN ..... | 16 |
| Naturaleza de la investigación .....  | 16 |
| Enfoque de la investigación .....     | 16 |
| Nivel de la investigación.....        | 16 |
| Diseño de la investigación.....       | 17 |
| Tipo de investigación .....           | 17 |
| Población y muestra .....             | 17 |
| Población .....                       | 17 |
| Muestra .....                         | 18 |
| Cálculo de la Muestra .....           | 19 |



|  |    |
|--|----|
| Sustituyendo la fórmula.....   | 19 |
| Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....                  | 20 |
| Técnica de recolección de datos.....                                   | 20 |
| Instrumento de recolección de datos .....                              | 20 |
| Operacionalización de la variable.....                                 | 20 |
| Técnica Encuesta .....   | 25 |
| Cuestionario para los trabajadores: .....                              | 25 |
| Cuestionario para los Clientes: .....                                  | 28 |
| Validez y Confiabilidad.....   | 30 |
| Validez.....   | 30 |
| Confiabilidad.....   | 30 |
| Confiabilidad del instrumento para los clientes: .....                 | 31 |
| Confiabilidad del instrumento para los Trabajadores: .....             | 31 |
| CAPÍTULO IV .....  | 32 |
| ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS .....                      | 32 |
| Resultados de la investigación .....                                   | 32 |
| Resultados del cuestionario para Trabajadores .....                    | 32 |
| Resultados del cuestionario para clientes.....                         | 43 |
| Plan de Mejora de los procesos operativos de la producción .....       | 53 |
| Plan de mejora de los procesos operativos del servicio al Cliente..... | 54 |
| CAPÍTULO V .....   | 57 |

|   |       |
|---|-------|
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....                          | 57    |
| Conclusiones .....  | 57    |
| Recomendaciones.....  | 58    |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....                               | 60    |
| ANEXO.....  | LXIII |
| Anexo 1: Validación de los instrumentos .....                 | LXIII |
| Anexo 2: Encuesta digitalizada clientes.....                  | LXVII |
| Anexo 3: Evidencia, numero de encuestados (clientes) .....    | LXX   |
| Anexo 4: Encuesta digitalizada trabajadores.....              | LXXI  |
| Anexo 5: Evidencia número de encuestados (Trabajadores) ..... | LXXIV |
| Anexo 6: Evidencia aplicación de los instrumentos .....       | LXXV  |

### LISTA DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| <b>Tabla 1:</b> Operacionalización de la variable .....   | 21 |
| <b>Tabla 2:</b> Tabla de validación de expertos de la universidad .....   | 30 |
| <b>Tabla 3:</b> confiabilidad del instrumento para clientes .....   | 31 |
| <b>Tabla 4:</b> Confiabilidad del instrumento para trabajadores.....  | 31 |
| <b>Tabla 5:</b> El establecimiento adquiere materia prima de calidad.....   | 33 |
| <b>Tabla 6:</b> Los trabajadores conocen las temperaturas adecuadas para cada uno delos productos .....               | 34 |
| <b>Tabla 7:</b> Cada producto es almacenado dentro de una percha o zona específica para garantizar su salubridad..... | 35 |
| <b>Gráfico 3:</b> Cada producto es almacenado dentro de una percha o zona específica para                             | X  |

|   |    |
|---|----|
| garantizar su salubridad.....   | 35 |
| <b>Tabla 8:</b> Al momento de utilizar los productos estos son descongeladosadecuadamente.<br>.....               | 36 |
| <b>Tabla 9:</b> Utilizan receta estándar para la preparación de sus productos .....                               | 37 |
| <b>Tabla 10:</b> Se generan grandes cantidades de desperdicios al momento de tratar la<br>materia prima .....     | 38 |
| <b>Tabla 11:</b> Utilizan utensilios adecuados para preparar los alimentos .....                                  | 39 |
| <b>Tabla 12:</b> Existe riesgo de la contaminación cruzada e el establecimiento .....                             | 40 |
| <b>Tabla 13:</b> El tiempo de cocción de los alientos son los correctos .....                                     | 41 |
| <b>Tabla 14:</b> Los trabajadores están correctamente higienizados al momento de manipular<br>los alimentos ..... | 42 |
| <b>Tabla 15:</b> La infraestructura del establecimiento es óptima para el consumo de los<br>alimentos.....        | 43 |
| <b>Tabla 16:</b> El establecimiento cumple con los parámetros de bioseguridad.....                                | 44 |
| <b>Tabla 18:</b> La atención por parte de los trabajadores es amigable.....                                       | 46 |
| <b>Tabla 19:</b> El emplatado de los productos es de su agrado .....  | 47 |
| <b>Tabla 20:</b> El precio va acorde a la calidad del producto.....   | 48 |
| <b>Tabla 21:</b> Existe diversidad de platos para el consumo .....  | 49 |
| <b>Tabla 22:</b> La capacidad de respuesta de las órdenes es eficaz y eficiente .....                             | 50 |
| <b>Tabla 23:</b> Los alimentos llegan con la temperatura correcta al momento del consumo                          | 51 |
| <b>Tabla 24:</b> El establecimiento cuenta con diferentes métodos de pago. ....                                   | 52 |
| <b>Tabla 25:</b> Plan de mejora de los procesos operativos de la producción .....                                 | 54 |
| <b>Tabla 26:</b> Plan de mejora de los procesos operativos del servicio al cliente .....                          | 55 |

## LISTA DE GRÁFICOS

|  |    |
|--|----|
| <b>Gráfico 1:</b> El establecimiento adquiere materia prima de calidad.....                                      | 33 |
| <b>Gráfico 2:</b> Los trabajadores conocen las temperaturas adecuadas para cada uno de los productos. ....       | 34 |
| <b>Gráfico 4:</b> Al momento de utilizar los productos estos son descongelados adecuadamente. ....               | 36 |
| <b>Gráfico 5:</b> Utilizan receta estándar para la preparación de sus productos. ....                            | 37 |
| <b>Gráfico 6:</b> Se generan grandes cantidades de desperdicios al momento de tratar la materia prima. ....      | 38 |
| <b>Gráfico 7:</b> Utilizan utensilios adecuados para preparar los alimentos. ....                                | 39 |
| <b>Gráfico 8:</b> Existe riesgo de la contaminación cruzada en el establecimiento. ....                          | 40 |
| <b>Gráfico 9:</b> El tiempo de cocción de los alimentos son los correctos.....                                   | 41 |
| <b>Gráfico 10:</b> Los trabajadores están correctamente higienizados al momento de manipular los alimentos. .... | 42 |
| <b>Gráfico 11:</b> La infraestructura del establecimiento es óptima para el consumo de los alimentos.....        | 43 |
| <b>Gráfico 12:</b> El establecimiento cumple con los parámetros de bioseguridad. ....                            | 44 |
| <b>Gráfico 13:</b> Los baños se encuentran en óptimas condiciones. ....  | 45 |
| <b>Gráfico 14:</b> La atención por parte de los trabajadores es amigable. ....                                   | 46 |
| <b>Gráfico 15:</b> El emplatado de los productos es de su agrado.....  | 47 |
| <b>Gráfico 16:</b> El precio va acorde a la calidad del producto. ....   | 48 |
| <b>Gráfico 17:</b> Existe diversidad de platos para el consumo.....  | 49 |
| <b>Gráfico 18:</b> La capacidad de respuesta de las órdenes es eficaz y eficiente. ....                          | 50 |

**Gráfico 19:** Los alimentos llegan con la temperatura correcta al momento del consumo. .... 51

**Gráfico 20:** Cuentan con diferentes métodos de pago. .... 52

Luis Aigaje y Brandon Orquera. PLAN DE MEJORA DE LOS PROCESOS OPERATIVOS DEL EMPRENDIMIENTO GASTRONÓMICO. Carrera: Gastronomía.

Universidad Iberoamericana del Ecuador. Quito Ecuador 2022. Agregar número de páginas totales pp 75.

## RESUMEN

En Ecuador los emprendimientos gastronómicos son muy conocidos por la diversidad gastronómica y cultural del país según la Actividad Emprendedora Temprana (TEA) 1 de cada 3 ecuatorianos llegan a emprender por la facilidad que existe en el país sin embargo muchos de ellos se enfocan al ámbito gastronómico pero no cumplen los diversos procesos correctos para la manipulación de alimentos o no tienen los conocimientos adecuados para trabajar en el ámbito gastronómico por lo cual cometen muchas fallas al momento de elaborar comida. La investigación tuvo el objetivo mejorar a un emprendimiento gastronómico con los diferentes procesos operativos de producción y de servicio al cliente para el negocio Bella Vista, realizando un plan de mejora para descubrir con un diagnóstico de las fortalezas y las debilidades del negocio. Este estudio se fundamentó en un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y el tipo fue de campo. La población estuvo conformada por 7 trabajadores y 630 clientes dando una muestra de 239 clientes encuestados lo que ayudó al diagnóstico de los procesos de servicio al cliente. La técnica aplicada para obtener la información fue la encuesta y el instrumento empleado el cuestionario realizado para cada parte, trabajadores con 10 preguntas y clientes con 10 preguntas validado por 3 expertos, y determinando la confiabilidad de cada instrumento por el Alfa de Cronbach. Se obtuvo un plan de mejora para los procesos operativos y otro para los procesos de servicio al cliente mejorando las falencias encontradas en los diagnósticos realizados. Por otro lado, se recomienda aplicar las diferentes propuestas para dar un mejor valor al emprendimiento Gastronómico Bella Vista.

**Palabras Clave:** Emprendimiento, Plan de Mejora, Procesos, Servicio al cliente, Producción

## INTRODUCCIÓN

El turismo gastronómico se encuentra en constante cambio debido a las diferentes combinaciones de productos o cultura que se encuentra en cada país o región, actualmente los emprendimientos gastronómicos son los negocios que más auge tienen debido a la alta demanda de variedad gastronómica que posee cada país, Ecuador se caracteriza por ser un país con un alto índice de emprendedores según la TEA 1 de cada 3 personas adultas en el Ecuador busca emprender considerando que el Ecuador es un país con diversas riquezas naturales muchas personas se dedican a emprender en el ámbito cultural o gastronómico sin embargo muchas personas no tienen el conocimiento o los estudios necesarios para realizar un buen emprendimiento por lo tanto muchos negocios no pueden mantenerse a lo largo del tiempo especialmente en los negocios gastronómicos siempre existe una mala planificación o no realizan adecuadamente los procesos de operación del negocio.

En este sentido, surge la presente investigación que tiene como objetivo central la elaboración de un plan de mejora de los procesos operativos de un emprendimiento gastronómico llamado Bella Vista ubicado en el sector del Centro Histórico de Quito con la finalidad de ayudar al negocio diagnosticando sus falencias y brindando una solución para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Para ello, en primer lugar, se elabora un diagnóstico sobre los procesos operativos de producción y de servicio al cliente para luego establecer las falencias encontradas y elaborar un plan de mejora.

Así pues, para el desarrollo de los objetivos planteados se considera cómo se define y elabora un plan de mejora. Según (Proaño y et al, 2017) un plan de mejora busca como objetivo mejorar el rendimiento y la disminución del fracaso y el desarrollo de competencias dentro de un mercado.

Por otra parte, se debe tomar en cuenta las definiciones de los procesos para dar un concepto a las variables de estudio. Según (Quiroa, 2019) los procesos son una serie de actividades que se relacionan para generar un resultado final.

En lo que respecta a la metodología esta se enmarca en un enfoque cuantitativo por llevar un proceso secuencial y objetivo, un nivel descriptivo por realizar un diagnóstico de las características del establecimiento, teniendo un diseño no experimental porque no se manipula la variable y un tipo de investigación de campo por la recopilación de datos se realiza mediante encuestas el cual es la técnica de la investigación junto a su instrumento el cuestionario.

La investigación se encuentra organizada en cinco capítulos, el capítulo I denominado el problema contiene el planteamiento del problema junto a su alcance y justificación, el capítulo II contempla el marco teórico el cual contiene los antecedentes y las bases teóricas donde se definen las variables de la investigación, en el capítulo III se detalla el marco metodológico exponiendo los procedimientos junto a las técnicas e instrumentos empleados en el estudio para la recopilación de los datos, en el capítulo IV se obtienen resultados y se tabulan dando interpretación a los datos recopilados, finalmente se presenta el capítulo V el cual describe conclusiones por cada objetivo y se dan recomendaciones derivadas del presente estudio.



# CAPÍTULO I

## EL PROBLEMA

Este capítulo presenta el planteamiento del problema junto a los objetivos de la investigación su justificación y el alcance que tiene.

### Planteamiento del problema

El turismo gastronómico está en un cambio constante debido a las diversas combinaciones de productos que se encuentran en las diferentes regiones, por ello resultan diferentes negocios de comida bajo un estudio de mercado de criterio propio, los cuales se conocen como emprendimientos gastronómicos. Al respecto, Borja, Carvajal y Vite (2020) refieren que:

El emprendimiento es el acto de crear un negocio o negocios con el cual se espera generar ganancias. Los emprendedores desempeñan un papel clave en cualquier economía, especialmente por el hecho de que a partir de sus habilidades y la iniciativa necesaria puedan anticipar las necesidades de los individuos y aportar con nuevas ideas en el mercado. (pág. 2)

Actualmente los emprendimientos gastronómicos son una parte esencial alrededor del mundo debido a la alta demanda de satisfacer la variedad gastronómica de cada país.

El Ecuador se caracteriza por su diversidad gastronómica y porque posee cuatro regiones que se destacan por su comida tradicional o también llamada comida criolla, donde existen variedades de emprendimientos gastronómicos, los cuales dan flote a su diversidad de platos típicos. Según el índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA), una (1) de cada tres (3) personas adultas gestiona o piensa en la creación de un nuevo negocio o hereda un emprendimiento con 3.5 años de antigüedad, por ello el indicador de emprendimiento en el país se ha mantenido como uno de los más altos de América Latina en estos últimos años (Global Entrepreneurship Monitor,2017).

Considerando que el Ecuador es un país con diversas riquezas naturales, muchas personas buscan maneras diferentes de cubrir sus necesidades y optan por crear un emprendimiento para su desarrollo económico.

Actualmente, los emprendimientos y el turismo están pasando por una crisis sanitaria, el 11 de marzo del 2020 el COVID-19 fue declarado pandemia por la OMS ya que tuvo un gran impacto económico y social a nivel mundial. Suarez, Quezada, Ruiz y Ronquillo de Jesús (2020) menciona:

Que en la entrevista dada por el director general de la OMS Tedros Adhanom Ghebreyesus, declaro que el COVID-19 paso a un estado de pandemia debido al impacto que tuvo por todo el mundo. No obstante, añadió que nunca antes hemos visto una pandemia que pueda controlarse al mismo tiempo. Esto nos asegura de que la lucha por combatir este virus no ha terminado y que tarde o temprano lo podremos controlar. (pag.2)

El desempeño de la economía mundial ya era débil antes de la pandemia del COVID19, con esta irrupción obligó a muchas empresas a realizar procesos de reingeniería acelerada con el objeto de adaptarse a las nuevas exigencias del mercado, tratando de encontrar en esta realidad ideas que permitiesen posicionarse con nuevos productos y servicios.

Esta realidad de la pandemia de la COVID -19 ha afectado en iguales condiciones al sector turismo con pérdida de empleos a escala internacional en general y en Ecuador en particular (Arsuaga, 2020). Al respecto, algunos expertos señalan que la recuperación turística puede tardar 70 meses; es decir a mediano plazo, hasta llegara alcanzar los niveles previos a la pandemia, siendo la principal razón el riesgo de nuevos rebrotes y una eventual recuperación gradual en años posteriores (Aguirre, 2020).

En el Ecuador, la cuarentena duró aproximadamente seis (6) meses en los cuales muchos negocios quebraron y otros tuvieron problemas económicos por la falta de clientes. En un estudio realizado por la Cámara de Comercio de Quito (2020), se registró que el 82% de las empresas funcionaron entre el 0% y el 30% de su capacidad instalada; mientras que, el 70% de las empresas turísticas y gastronómicas no generaron ingresos complicando aún más la estabilidad laboral de sus empleados.

Las pérdidas del sector turístico son inmensas y las consecuencias sociales sobre quienes laboraban en él son muy graves, dado que muchas de esas actividades han sido cerradas momentánea o definitivamente.

Adicionalmente, Caicedo (2021) menciona que el patrimonio puede ser justificado por la aprobación de la gastronomía y comida tradicional de sus habitantes, quienes son los encargados de consumir, promover y proteger este legado; por otra parte, hay que tener en cuenta que, en un mundo globalizado, el patrimonio es cambiante, pues la cultura y sociedad también lo son, por lo que es necesaria la aceptación (de dicho patrimonio) por los agentes sociales que conforman un país, región o ciudad.

La pandemia evidenció la fragilidad del sistema turístico en el Ecuador, donde el confinamiento siguió parámetros similares a los que se dieron a nivel global. Esto puede explicarse en gran medida al hecho que, al tratarse de un evento sin precedentes en la historia reciente, no se contaba con protocolos claros de acción.

En la actualidad varios negocios de la ciudad de Quito reabrieron sus puertas para reactivar la economía, sin embargo, las medidas restrictivas no permiten un funcionamiento al 100%, es por esta razón que la actividad económica de los emprendimientos gastronómicos de la Plaza Grande está afectada de manera negativa y por ende la del emprendimiento gastronómico Bella Vista.

### ***Formulación del Problema***

¿Cómo estructurar un plan de mejora de los procesos operativos del emprendimiento gastronómico Bella Vista?

### **Objetivos de la investigación**

#### ***Objetivo General***

Proponer un plan de mejora de los procesos operativos en el emprendimiento gastronómico Bella Vista, ubicado en la ciudad de Quito en el sector del Centro Histórico.

### **Objetivos Específicos**

Diagnosticar la situación actual de los procesos operativos de producción y servicio al cliente en el emprendimiento gastronómico Bella Vista, a partir de encuestas.

Determinar las falencias que presentan los procesos operativos de producción y servicio al cliente en el emprendimiento gastronómico Bella Vista, a partir del diagnóstico realizado.

Diseñar un plan de mejora de los procesos operativos de producción y servicio al cliente en el emprendimiento gastronómico Bella Vista.

### **Justificación e Impacto de la Investigación**

La presente investigación es importante porque ayuda a desarrollar un plan de mejora de los diversos procesos operativos del emprendimiento gastronómico Bella Vista logrando transformar la gestión del negocio para un incremento de los ingresos diseñado a partir de la realidad encontrada en el lugar

De igual manera, este estudio genera un aporte social, debido a que proporciona una opción para que mejore el emprendimiento y ofrezca mejores productos y atención a los comensales que hacen vida o visitan el emprendimiento.

Esta investigación va dirigida al señor “Miguel Ángel Gómez Rodríguez” propietario del emprendimiento gastronómico Bella Vista con el fin de desarrollar un plan de mejora de los procesos operativos de este establecimiento.

También va dirigida a la universidad, enfocada a los estudiantes que desean desarrollar proyectos de investigación similares teniendo una guía de cómo desarrollar un plan de mejora, a la igual manera a estudiantes de otras universidades para que tengan una base de investigaciones similares que busquen información o sirva de antecedentes para sus investigaciones.

Finalmente, se tiene un aporte metodológico, ya que esta investigación sirve de base para otros estudios que aborden acciones para potenciar emprendimientos gastronómicos. Además, los cuestionarios diseñados pueden ser aplicados para llevar a cabo diagnósticos de procesos operativos de producción y atención al cliente.

### **Alcance de la investigación**

El proyecto de investigación se va a realizar en el Centro Histórico de Quito se encuentra ubicado en el centro sur de la ciudad de Quito, en el emprendimiento gastronómico Bella vista ubicado cerca de la Av. Chile.

El proyecto de la investigación enfocado en el emprendimiento gastronómico Bella Vista pretende utilizar técnicas para su recolección de datos como es la encuesta y su instrumento un cuestionario para la recolección de información de sus clientes y sus trabajadores, durante el periodo comprendido entre abril y agosto 2022.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

Este capítulo presenta los antecedentes de la investigación, las bases teóricas y la fundamentación legal que sustentan el desarrollo de los objetivos planteados en el estudio.

#### **Antecedentes de la investigación**

En primer lugar, se tiene la investigación realizada por Villacrés (2020) para obtener el título profesional de Licenciada en Hotelería y Turismo en la Universidad Técnica de Babahoyo, titulado “Análisis de la oferta gastronómica en la Ciudad de Babahoyo, para la propuesta de un Plan de mejora”, la cual tuvo como finalidad elaborar un plan de mejora para fomentar el desarrollo turístico gastronómico en la referida ciudad, además mantener niveles altos de satisfacción de los clientes, lo cual generaría mayor cantidad de turistas y de personas que habitan en el mismo cantón, beneficiando a la población en general al crearse más plazas de empleo.

El estudio se desarrolló enmarcado en un enfoque cualitativo con la finalidad de determinar la percepción sobre como fomentar el turismo gastronómico, a partir de entrevistas, dentro de la presente investigación se tomó bases acerca de desarrollo de un plan de mejora juntos a las diferentes técnicas utilizadas para la recopilación de datos del establecimiento considerando como un base de este proyecto se tuvo en cuenta el desarrollo de los objetivos y de la técnica del instrumento del cuestionario

En segundo lugar, se tiene la investigación desarrollada por Gómez y Vivanco(2021) para obtener el título de Licenciatura en Gastronomía por la Universidad de Guayaquil, titulada “Plan Estratégico para el desarrollo del turismo gastronómico y sostenible en el Cantón Mocache de la Provincia de los Ríos”. El estudio se llevó a cabo enmarcada en una metodología mixta (cualitativo y cuantitativo), aplicando las técnicas encuestas, entrevistas, trabajo de campo, focus group, observación y análisis de documentos.

El segundo antecedente se tomó en cuenta para el desarrollo metodológico de la investigación y el desarrollo de los instrumentos para la recopilación de los datos tomando en cuenta que es una investigación de tipo mixta la cual dio la orientación necesaria para escoger que tipo de metodología se usara en la presente investigación, también se tomó en cuenta como se desarrollaron las bases teóricas del trabajo.

En tercer lugar, se tiene la investigación realizada por Bustos y Navarrete (2021) para obtener el grado de Ingeniería Comercial por la Universidad de Guayaquil, titulado “Estrategias promocionales para la captación de clientes de emprendimientos gastronómicos en el sector del guasmo sur”, el cual tuvo como finalidad diseñar estrategias promocionales para la captación de clientes en emprendimientos gastronómicos en el referido sector.

El tercer antecedente que se escogió ayudo al desarrollo del planteamiento del problema enfocado en dar un punto macro después meso y por ultimo micro el cual proporciono información de los emprendimientos gastronómicos y como se desarrolla la gastronomía y los emprendimiento en las diferentes regiones del mundo por su diversidad, dentro de este antecedente se tomó en cuenta parte delas diferentes mejoras para la atención al cliente y como su desarrollo puede ser beneficioso para incrementar los diferentes puntos de los procesos operativos del servicio al cliente.

Como cuarto antecedente corresponde al autor Aguirre(2020) para obtener el título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, elaborado por la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, su título “Plan de mejora de los procesos operativos de cocina del establecimiento Comida Árabe Falafel” esta investigación tuvo como objetivo realizar un plan de mejora de diferentes procesos dentro del establecimiento marcando diferentes directrices para aportar al negocio, esta investigación tiene una metodología mixta la cual ayudó a determinar resultados mediante la observación y la técnica de encuesta para obtener los puntos fuerte del negocio y las debilidades.

Este último antecedente mostró la manera correcta de cómo se realiza la encuesta y su instrumento el cuestionario dando las diferentes directrices dentro de la operacionalización de la variable de los procesos operativos de producción y de

servicio al cliente los cuales se toman en cuenta para realizar el cuestionario y determinar los problemas del emprendimiento gastronómico Bella Vista.

### **Bases teóricas**

Las bases teóricas constituyen la investigación pues con ellas se sustenta el trabajo de investigación, una buena base teórica forma y construye el análisis de los resultados que se obtiene en el trabajo, sin una base teórica el instrumento diseñado o la técnica utilizada carece de validez (Mendoza, 2018).

### ***Plan de Mejora***

Un plan de mejora es un proceso se genera para utilizar y alcanzar la calidad máxima de un negocio u organización de una manera progresiva para poder obtener resultados eficaces y eficientes los cuales se generan con sinergia que contribuyan al proceso (Proaño, Soler y Bernabéu, 2017)

El plan debe tener como objetivo la mejora del rendimiento y la disminución del fracaso para ser un plan de excelencia y mejorar el desarrollo de las competencias por lo tanto este deber ser un eje de cualquier mejora (Proaño y etal, 2017).

Para elaborar un plan de mejorar se necesitan 6 pasos a seguir los cuales identificamos como: Identificar el área de mejora, detectar las principales causas del problema, formular el objetivo, seleccionar las acciones de mejora, realizar una planificación y por último llevar un seguimiento (Proaño y etal, 2017).

- Identificar el área de mejora: Se identifica las fortalezas y debilidades después de a ver realizado un diagnóstico (Proaño y etal, 2017).
- Detectar las principales causas del problema: Después del diagnóstico y el análisis de las fortalezas y debilidades se identifica la principal cusa (Proaño y etal, 2017).
- Formular el objetivo: Se plantea objetivos prioritarios para el negocio u organización (Proaño y etal, 2017).
- Seleccionar las acciones de mejora: Para cada fortaleza y debilidad se realiza una acción o acciones de mejora (Proaño y etal, 2017).



- Realizar una planificación: Se planifica un grupo de trabajo para realizar cada acción planteada (Proaño y etal, 2017).
- Llevar un seguimiento: Por último, se designa una tabla con fechas donde se realizará cada acción a seguir para el mejoramiento de los problemas (Proaño y etal, 2017).

Lo importante para lograr los éxitos esperados en la aplicación de esta técnica es definir de manera exacta el área a mejorar, definiendo claramente los problemas a solucionar, y en función de estos estructurar el plan de acción a seguir definiendo objetivos claros, actividades, responsables e indicadores que permita evaluar el proceso de mejora todo esto dentro de un periodo determinado y bien definido (Proaño y etal, 2017).

### **Proceso**

Un proceso es una secuencia de diferentes acciones que se llevan al cabo para lograr un fin determinado, un concepto aplicado a ámbitos como empresas, negocios, química, informática entre otros (Westrelcher, 2022).

### **Procesos operativos**

El proceso operativo es la entrada de una serie de actividades que se relacionan mutuamente para generar un resultado final (Quiroa, 2019).

Las razones fundamentales por las que estos procesos operativos son importantes para una empresa son:

- Influyen en la satisfacción del cliente.
  - De ellos depende la rentabilidad y el éxito de la empresa.
  - Agregan valor a los clientes.
  - Sirven de apoyo a otros tipos de procesos que se implementan en la empresa.
- (Quiroa, 2019)

Dentro de los procesos operativos que ayuden a implementar valor y afecten directamente al resultado final de cada producto

entregado al cliente hay que tomar en cuenta todos los diferentes procesos operativos que propone Quiroa (2019).

- Proceso operativo de Producción: Es el proceso que se realiza para realizar el producto final que es entregado al cliente.
- Proceso operativo de Marketing y ventas: Tiene que ver con el diseño realizado al desarrollo del producto final y como promocionarlo para llegar al cliente.
- Proceso operativo de Facturación y ventas: El propósito es generar documentos de compromiso para el pago de productos vendidos y entregados llevando un control adecuado dentro de este proceso.
- Proceso operativo de Servicio al cliente: Permite atender cualquier duda e inquietud que se pueda presentar dentro de la atención de la entrega del producto final.

Dentro de los procesos operativos tenemos diferentes características (Quiroa, 2019).

- Transforman de todas las entradas en salidas de producto final haciendo uso de recursos
- Procesos más dinámicos y se pueden cambiar y mejorar
- Buscan alcanzar un resultado final
- Se enfoca en satisfacer las necesidades de los clientes
- Se realizan y se relacionan en un proceso que puede hacer otra persona dentro de esa misma empresa

### ***Emprendimiento***

Según Hidalgo (2017) “En términos económicos, “emprender” es iniciar la búsqueda de generación de valor, a través de la creación o expansión de una actividad económica por medio de la identificación y explotación de nuevos productos, procesos o mercados” (pág.2) Los emprendedores, al desarrollar nuevos negocios para satisfacer las necesidades de la población, permiten incrementos de productividad y generan la mayor parte del empleo, Entonces, se genera más y mejor empleo que contribuye al incremento del valor agregado de la economía.

La generación de estos emprendimientos de calidad depende de todo un ecosistema integrado que recoge aspectos personales de los individuos, las condiciones del mercado, el acceso a recursos financieros e información, así como la intervención de los gobiernos

a través de programas y proyectos públicos que favorecen (en mayor o menor grado) la formación de ambientes de negocios propicios para que los emprendedores lleven a cabo sus iniciativas y obtengan beneficios (Andrade, 2021).

De acuerdo con el Global Entrepreneurship Monitor 2013 Ecuador es el país latinoamericano con el mayor índice de creación de negocios de la región. El emprendimiento en Ecuador está mayormente orientado hacia actividades de comercio y a productos vendidos en el mercado doméstico. Se lleva a cabo para aprovechar una oportunidad de negocio que permita obtener mayores ingresos, independencia económica y la satisfacción de necesidades.

La formación de emprendedores y nuevas empresas es una prioridad cuando se trata de promover el desarrollo económico y social de los países, por ello es necesario determinar cuál es su contribución a estos objetivos. El emprendimiento resulta importante por sus efectos positivos en la generación de empleos y en el crecimiento económico (Andrade, 2021).

El emprendimiento es una característica estructural de las economías latinoamericanas, en parte, como respuesta a los altos niveles de desempleo que enfrenta la región y que a través del autoempleo se convierte en una alternativa para obtener ingresos (Andrade, 2021).

### ***Emprendimiento Gastronómico***

Es una clasificación del emprendimiento consta en realizar un emprendimiento a base de la cultura gastronómica de un país o una región, Los emprendimientos gastronómicos tienden a ser una de las opciones muy frecuentes al momento de desarrollar una idea de negocios en tiempos de crisis. Por ende, es importante desarrollar instrumentos que apoyen al emprendedor al logro de sus metas organizacionales, con el fin de poder incrementar la participación de mercado. Los emprendimientos gastronómicos necesitan implementar factores claves para asegurarla viabilidad en momentos de crisis (Reyes, 2020).

### ***Emprendedor***

Un emprendedor es aquella persona que busca solventar alguna necesidad mediante una idea innovadora y sacarla adelante por sus propios medios, y se establecen

características diferentes de un perfil del emprendedor tales como: Creatividad e innovación, Confianza en sí mismo, Perseverancia, Capacidad para manejar problemas y Aceptación del riesgo (Paz, García y Jesús, 2020).

En cuanto a los tipos de emprendedores

- Emprendedor Inversionista: Esta en busca de rentabilidad, su dinero con proyectos novedosos.
- Emprendedor Persuasivo: Es quien inicia un proyecto suele liderar más que desarrollar el producto o servicio.
- Emprendedor Visionario: Se adelanta a las tendencias del momento y pone su esfuerzo y negocio en productos que serán clave en el futuro.
- Emprendedor Especialista: Tiene un perfil más técnico que empieza un proyecto empresarial sus conocimientos están centrados en el sector en el que se encuentre.
- Emprendedor Oportunista: Conoce el mercado sabe detectar las oportunidades de negocios y los pasos que debe seguir.
- Emprendimiento Empresarial: Ya sabe del mundo de la empresa, pero asume el riesgo para emprender sin embargo le gusta consolidar los proyectos.

### ***Restaurante***

Un restaurante o restorán es un establecimiento comercial en el mayor de los casos, público donde se paga por la comida y bebida, para ser consumidas en el mismo local o para llevar. Hoy en día existe una gran variedad de modalidades de servicio y tipos de cocina. (Pita, 2021)

Por otro lado, Cruz (2010) indica que no importa que denominación de tenga un establecimiento, si es buffet, familiar, servicio francés, servicio inglés, etc. Mientras este dirigido a un público y este tenga una recompensa monetaria por brindar un servicio el servicio de alimentos y bebidas se denominará restaurante.

Los restaurantes se pueden clasificar por características más generales tanto como del establecimiento o del tipo de servicio que brinda también cabe mencionar que un mismo establecimiento puede pertenecer a una o más categorías (Dittmer, 2002).

El autor Dittmer (2002) ofrece una clasificación de los restaurantes que se desarrolla seguidamente:

### ***Clasificación de restaurantes***

En primer lugar, tenemos establecimiento de comida rápida, tienen un tiempo de espera muy corto o nulo porque la comida se encuentra preparada o es de una preparación casi instantánea.

Los restaurantes con servicio a la mesa, negocios que tiene menú de cartas con diferentes opciones de comida atendido por meseros que se encargan del servicio de toma de pedido o cualquier alimento o bebida y sea llevado a la persona correspondiente.

Los restaurantes étnicos los cuales se especializan en la gastronomía de una cultura o región específico así mismo se los puede denominar restaurantes de especialidad donde se enfocan en servir comida de un tipo particular.

Los restaurantes fine-dining los cuales se centran en ofrecer alimentos de alta calidad preparados y servidos por personas profesionales en el área de la gastronomía.

Los establecimientos de menú limitado los cuales tienen un menú particular enfocada a un tipo de comida los cuales tiene por número limitado sin variantes dentro de estos mismos quiere decir que ninguna salsa se usa en otro platillo.

Los restaurantes de cadena son aquellos establecimientos que tienen dueños en común y ofrecen un tipo de producto o servicio igual o similar en cada uno de ellos.

Los restaurantes categorizados como tops es un establecimiento que lleva a cabo una operación de alimentos y bebidas en el piso o pisos superiores de un hotel o edificio los cuales suelen tener una vista panorámica.

Los restaurantes familiares los cuales son establecimientos que son pasados de generación en generación o son atendidos por toda la familia de un dueño.

Las cafeterías son establecimientos de servicio de alimentos que permiten al cliente ver los alimentos disponibles al momento y en casos cuentan con autoservicio.

Los restaurantes buffet es un tipo de servicio caracterizado por ofrecer una barra o barras que tienen alimentos variados e incluyen todos los tiempos y el precio por lo general es fijo sin importar toda la cantidad de alimento consumido.

Los puestos o stands son establecimiento de servicio al aire libre generalmente son alimentos en un mostrados que se consumen al instante o para llevar también están los Coffe shops los cuales son pequeños puestos que ofrecen café y algunos alimentos ligeros.

Después tenemos negocios como los autoservicios, establecimientos que ofrecen alimentos y bebidas solo para llevar, además de estas categorías ya mencionadas tenemos otros que no son tan importantes como los servicio en industrias o instituciones, servicio de banquetes en aerolíneas, servicio de membresía entre otros.

### ***Tipos de restaurantes***

- Restaurante de lujo (cinco tenedores)

Este tipo de restaurantes debe tener una organización eficaz y políticas internas y externas. La decoración de este tipo de restaurantes debe contar con los materiales de la mejor calidad: mesas, sillas, alfombras, cortinas, manteles, loza, cristalería, todo esto debe ser cuidadosamente elegido. De la misma forma, los alimentos son de la mejor calidad, preparados al momento, escogidos a la carta y servidos a la mesa.

- Restaurante de primera clase (4 tenedores)

Estos restaurantes también son conocidos como full service, se diferencia de los de lujo porque su estrategia de venta es diferente, ofrece alimentos a la carta o en menú que puede presentar de 5 a 7 diferentes tiempos de servicio, además, cuenta con una variedad limitada de bebidas alcohólicas.

Mientras los restaurantes de cinco tenedores son muy exclusivos, los de cuatro son un poco más comunes, y son los que normalmente conocemos como un buen restaurante.

- Restaurante de segunda clase (3 tenedores)

También se le conoce como restaurante turístico, se distingue de los dos anteriores porque no tiene un acceso especial para los empleados y proveedores, utilizan la misma que los clientes, pero en un horario donde no hay servicio.

El espacio de servicio es más restringido, su carta cuenta solo con seis tiempos: entremeses, sopas y cremas, verduras, huevos o pastas, especialidades de pescado, especialidades de carnes y postres, dulces, helados o fruta.

- Restaurante de tercera clase (2 tenedores)

En este tipo de restaurantes solo se necesita tener insumos resistentes sin necesidad de ser lujosos, se pueden ofrecer hasta 4 entradas. De igual forma, la entrada es compartida por clientes y personal, necesita tener baños para hombres y para mujeres, este sería considerado como un restaurante promedio, sin los lujos de restaurantes más finos, pero manteniendo una buena presentación y precios mucho más accesibles.

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Este capítulo presenta la metodología llevada a cabo para desarrollar los objetivos planteados en el estudio, describiendo la naturaleza de la investigación, esta contiene el enfoque, nivel, diseño y el tipo de estudio, adicionalmente presenta la población y la muestra a estudiar, en conjunto con las técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad, así como la descripción de las técnicas empleadas para el análisis de los datos.

#### **Naturaleza de la investigación**

##### ***Enfoque de la investigación***

El enfoque de una investigación refiere rutas que fueron construidas por científicos con la finalidad de estudiar algún tipo de tema, fenómeno o planteamiento que se haya formulado en la investigación, y se clasifican en cuantitativo, cualitativo o mixto. En cuanto al enfoque cuantitativo, este se enmarca en el paradigma positivista, se caracteriza por ser objetivo y se desarrolla de manera secuencial. Además, los datos que se obtienen son procesados estadísticamente (Hernández y Mendoza, 2018).

De esta manera, la presente investigación se fundamentó en el enfoque cuantitativo, debido a que la investigación se llevó a cabo siguiendo un proceso secuencial y objetivo. Aunado a ello, los datos obtenidos de las encuestas que se aplicaron para diagnosticar los procesos en el emprendimiento gastronómico se procesaron estadísticamente.

##### ***Nivel de la investigación***

Refiere al grado de profundidad con que se aborda un estudio y está relacionado directamente con los objetivos de la investigación, el nivel de investigación descriptivo, se encuentra en un nivel intermedio porque no profundiza tanto en el



estudio, se basa en hechos, fenómenos, individuos o grupos con el propósito de identificar la estructura y comportamiento (Arias, 2016).

Para la presente investigación se tomó el nivel de investigación descriptivo porque se diagnostica las características del establecimiento y no se profundiza en el estudio.

### ***Diseño de la investigación***

Los diseños de investigación ayudan a visualizar la manera práctica y concreta de responder preguntas de investigación, además de cumplir con los diferentes objetivos establecidos. (Castillo, Gómez, Taborda y Mejía, 2021)

En la presente investigación se basa en un diseño no experimental debido a que no se manipula la variable de estudio, se observa el fenómeno de estudio tal y como ocurre en la realidad para posteriormente analizarlo, es decir fenómenos que ya ocurrieron y se encuentran en su ambiente natural.

### ***Tipo de investigación***

Consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados o de la realidad donde ocurren los hechos ya que los datos sobre el diagnóstico para los procesos operativos se recolectan a partir de encuestas aplicadas a empleados del establecimiento (Arias, 2016)

En este sentido, la presente investigación fue de campo, ya que los datos sobre el diagnóstico para los procesos operativos se recolectaron a partir de encuestas aplicadas a empleados y trabajadores del establecimiento.

## **Población y muestra**

### ***Población***

La población es un conjunto de sujetos reunidos en cierto lugar finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación, esta queda delimitada por el problema y objetivos

de estudio, esto quiere decir que todo individuo que esté relacionado con el objeto a estudiar es de suma importancia para la recopilación de información (Arias, 2016).

En este sentido, la población del presente estudio quedó constituida en primer lugar, a los trabajadores del establecimiento para diagnosticar los procesos operativos de producción y en segundo lugar a los clientes para diagnosticar los procesos operativos de servicio al cliente.

La población de la investigación de la presente investigación es el emprendimiento gastronómico Bella Vista sus trabajadores un total de 7 empleados y los clientes que visitan el restaurante en transcurso de su trayectoria.

En la población de los clientes se obtuvo un total de 630 personas esto con el último mes y los datos que nos brindó el dueño del local porque también es un negocio que solo abre a partir de los jueves hasta domingo teniendo una población más pequeña, teniendo un total de población de 630 clientes y 7 trabajadores los cuales son familiares del propietario que le ayudan a desarrollar este emprendimiento

Gracias a los datos proporcionados por el dueño del establecimiento que fueron obtenidos de las comandas y facturas, se logró identificar una población total de 630 clientes debido a que solo abre 4 días a la semana, desde el jueves hasta el domingo, adicionalmente se encuentra 7 personas que trabajan en el establecimiento.

### **Muestra**

Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación, el tamaño de la muestra debe definirse partiendo de dos criterios: 1) De los recursos disponibles y de los requerimientos que tenga el análisis de la investigación. Por tanto, una recomendación es tomar la muestra mayor posible, mientras más grande y representativa sea la muestra, menor será el error de la muestra (Arias, 2016).

En el muestro aleatorio simple se garantiza que todos los individuos que componen la población tienen la misma oportunidad de ser incluidos en la muestra, esto significa que la probabilidad de selección de un sujeto es independiente de la probabilidad que tiene los demás sujetos que conforman la población. (Ozten y Manterola, 2017)

## Cálculo de la Muestra

$$N = \frac{N \cdot z^2 \cdot P \cdot q}{(N-1) \cdot e^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

En donde:

n= Tamaño de muestra

Z= Valor Z curva normal (1.96) P= Probabilidad de éxito (0.50)

Q= Probabilidad De Fracaso (0.50) N= Población (630)

E= Error muestral (0.05)

### *Sustituyendo la fórmula*

$$N = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,50) \cdot (0,50) \cdot (630)}{(630 - 1) \cdot (0,05)^2 + (1,96)^2 \cdot (0,50) \cdot (0,50)}$$

$$N = \frac{(3,84) \cdot (0,25) \cdot (630)}{(629) \cdot (0,0025) + (3,84) \cdot (0,25)}$$

$$N = \frac{(0,96) \cdot (630)}{(1,57) + (0,96)}$$

$$N = \frac{604,8}{2,53}$$

$$N = n = 239$$

La muestra obtenida para la recolección de los datos de procesos operativos del servicio al cliente es de 239 personas, para la recolección de los datos de procesos operativos de producción es de 7 trabajadores.

### **Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La recolección de datos es un método que permite recopilar información de diferentes fuentes para lograr obtener una vista mucho más amplia del tema a investigar y así poder evaluarlas y conocer el estado actual del tema a investigar, dentro de las técnicas cuantitativas se encuentra, la observación científica, la revisión documental y la encuesta. (Hernández, Fernández, y Baptista, 2018).

#### ***Técnica de recolección de datos***

La técnica que se utiliza para la recolección de datos es la encuesta la cual es una herramienta fundamental para el estudio de esta investigación, esta técnica tiene características indiscutibles que explican su creciente demanda y aceptación entre los estudiosos de las diversas caras de la sociedad contemporánea (Logman, 1998) Esta técnica es muy eficaz al momento de recolectar la información porque se obtiene la necesidad y preferencias de los clientes y ayuda a la recopilación de datos estadísticos para su tabulación de todos los datos recolectados (Torrez, 2017)

#### ***Instrumento de recolección de datos***

Los cuestionarios se caracterizan por obtener los datos directamente de los sujetos a estudiar. Según (García, 2004) El cuestionario plantea una serie de preguntas para extraer determinada información de un grupo de personas, permite recolectar información y datos para su tabulación y clasificación en el análisis del estudio.

#### ***Operacionalización de la variable***

Es un procedimiento lógico que consiste en transformar las variables a indicadores, es decir a unidades de medición, este proceso ayuda comprender la importancia de los indicadores y las preguntas que se van a formular (Hernández y Mendoza, 2018)

**Tabla 1:** Operacionalización de la variable

| Objetivo específico  | Variable   | Definición  | Dimensiones                                | Indicadores  | Ítems  | Técnica/<br>Instrumento   |
|--|--|---|--|--|--|---------------------------|
| Diagnosticar la situación actual de los procesos operativos de la producción y servicio al cliente en el emprendimiento gastronómico Bella Vista | Procesos operativos de la producción y servicio al cliente | Permite conocer la realidad objetiva y el desarrollo de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan las cuales transforman elementos de Entrada en resultados finales.<br>(Romero José, 2016, pág. 1) | Características de los procesos operativos | <p><b>Proceso de Producción:</b></p> <p>Proceso de compra</p> <p>Proceso de almacenaje</p> <p>Proceso productivo</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El establecimiento adquiere materia prima de calidad</li> <li>2. Cada producto es almacenado dentro de una percha o zona específica para garantizar su salubridad</li> <li>3. Los trabajadores conocen las temperaturas adecuadas para cada uno de los productos</li> <li>4. Al momento de utilizar los productos estos son</li> </ol> | Encuesta/<br>Cuestionario |

|  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  | <p>descongelados adecuadamente.</p> <p>5. Utilizan receta estándar para sus productos</p> <p>6. Se generan desperdicios al momento de tratar la materia prima</p> <p>7. Utilizan utensilios adecuados para preparar los alimentos</p> <p>8. Existe riesgo de la contaminación cruzada en el establecimiento</p> <p>9. El tiempo de cocción de los alimentos son los correctos</p> <p>10. Los trabajadores están correctamente higienizados al momento de manipular los alimentos</p> |  |
|--|--|--|--|--|--|--|

|  |  |  |  |   |  |
|--|--|--|--|---|--|
|  |  |  |  | <b>Proceso de servicio al cliente:</b><br>Proceso de limpieza | 1. La infraestructura del establecimiento es optima<br>2. Las mesas se encuentran limpias<br>3. Los baños se encuentran en óptimas condiciones<br>4. La atención por parte de los trabajadores es amigable |
|  |  |  |  | Proceso de atención   | 5. El emplatado de los productos es de su agrado<br>6. El precio va acorde a la calidad del producto<br>7. Existe variedad de preparaciones  |
|  |  |  |  | Proceso de servicio   | 8. La capacidad de respuesta de las  |

|  |  |  |  |  |   |  |
|--|--|--|--|--|---|--|
|  |  |  |  |  | <p>órdenes es eficaz y eficiente.</p> <p>9. Los trabajadores están correctamente higienizados al momento de manipular los alimentos</p> <p>10. Cuentan con diferentes métodos de pago</p> |  |
|--|--|--|--|--|---|--|



## Técnica Encuesta

### Instrumento



### Cuestionario para los trabajadores:

La presente encuesta tiene como finalidad conocer como siente la atención que recibe por parte de los trabajadores, esto se lo realiza con la finalidad de encontrar las falencias que los trabajadores del establecimiento presentan y así poder brindar una solución.

Seleccione una de las opciones de las siguientes preguntas:

1. El establecimiento adquiere materia prima de calidad
  - Siempre
  - Casi siempre
  - A veces
  - Casi nunca
  - Nunca
2. Los trabajadores conocen las temperaturas adecuadas para cada uno de los productos
  - Siempre
  - Casi siempre
  - A veces
  - Casi nunca
  - Nunca
3. Cada producto es almacenado dentro de una percha o zona específica para garantizar su salubridad
  - Siempre
  - Casi siempre
  - A veces
  - Casi nunca
  - Nunca
4. Al momento de utilizar los productos estos son descongelados adecuadamente.
  - Siempre

- Casi siempre
  - A veces
  - Casi nunca
  - Nunca
5. Utilizan receta estándar para la preparación de sus productos
- Siempre
  - Casi siempre
  - A veces
  - Casi nunca
  - Nunca
6. Se generan grandes cantidades de desperdicios al momento de tratar la materia prima
- Siempre
  - Casi siempre
  - A veces
  - Casi nunca
  - Nunca
7. Utilizan utensilios adecuados para preparar los alimentos
- Siempre
  - Casi siempre
  - A veces
  - Casi nunca
  - Nunca
8. Existe riesgo de la contaminación cruzada e el establecimiento
- Siempre
  - Casi siempre
  - A veces
  - Casi nunca
  - Nunca
9. El tiempo de cocción de los alientos son los correctos
- Siempre
  - Casi siempre
  - A veces
  - Casi nunca

- Nunca

10. Los trabajadores están correctamente higienizados al momento de manipular los alimentos

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

## Cuestionario para los Clientes:

La presente encuesta busca conocer los procesos operativos de producción del establecimiento para identificar las falencias que esos puedan presentar y posteriormente brindar una solución a ello.



Seleccione una de las opciones de las siguientes preguntas:

1. La infraestructura del establecimiento es óptima para el consumo de los alimentos
  - Siempre
  - Casi siempre
  - A veces
  - Casi nunca
  - Nunca
2. El establecimiento cumple con los parámetros de bioseguridad
  - Siempre
  - Casi siempre
  - A veces
  - Casi nunca
  - Nunca
3. Los baños se encuentran en óptimas condiciones
  - Siempre
  - Casi siempre
  - A veces
  - Casi nunca
  - Nunca
4. La atención por parte de los trabajadores es amigable
  - Siempre
  - Casi siempre
  - A veces
  - Casi nunca
  - Nunca
5. El emplatado de los productos es de su agrado
  - Siempre
  - Casi siempre

- A veces
  - Casi nunca
  - Nunca
6. El precio va acorde a la calidad del producto
- Siempre
  - Casi siempre
  - A veces
  - Casi nunca
  - Nunca
7. Existe diversidad de platos para el consumo
- Siempre
  - Casi siempre
  - A veces
  - Casi nunca
  - Nunca
8. La capacidad de respuesta de las órdenes es eficaz y eficiente.
- Siempre
  - Casi siempre
  - A veces
  - Casi nunca
  - Nunca
9. Los alimentos llegan con la temperatura correcta al momento del consumo
- Siempre
  - Casi siempre
  - A veces
  - Casi nunca
  - Nunca
10. Cuentan con diferentes métodos de pago
- Siempre
  - Casi siempre
  - A veces
  - Casi nunca
  - Nunca

## Validez y Confiabilidad

Para considerar que un instrumento de recolección de datos debe reunir dos requisitos esenciales: validez y confiabilidad. La validez se refiere al grado que el instrumento mida las variables que el investigador desee evaluar por su parte, la confiabilidad de un instrumento se determina por el grado en que su aplicación repetida al mismo individuo, caso o muestra produce resultados iguales (Hernández y Mendoza, 2018).

### Validez

La validez comprueba si el instrumento a utilizar mide lo que realmente se desea medir los instrumentos que fueron utilizados para la recopilación de datos deben ser confiables y validos debido a que ellos son el medio en el que la información es transmitida de la población al investigador, por ende, estos instrumentos deben ser confiables y válidos para poder ser utilizados en la presente investigación (Hernández y Mendoza, 2018).

**Tabla 2:** Tabla de validación de expertos de la universidad

| Cuestionario (trabajadores y clientes) |  |
|--|--|
| Expertos                               | Título Profesional   |
| Experto 1                              | PhD y Docente de la Universidad Iberoamérica del Ecuador<br>(Temas Administrativos)      |
| Experto 2                              | Magíster y Docente de la Universidad Iberoamérica del Ecuador,<br>(Experto Gastronómico) |
| Experto 3                              | Magister y Docente de la Universidad Iberoamericana del Ecuador (Experto Gastronómico)   |

### Confiabilidad

La confiabilidad también conocida como precisión hace referencia a la capacidad de precisión que un instrumento posee al momento de obtener los resultados, para que un instrumento sea confiable este debe arrojar los mismos datos al momento de aplicarlo varias veces, por otro lado, si este arroja datos aleatorios, este instrumento no es confiable, se puede analizar la utilidad de aplicar o no, el mismo instrumento, por ejemplo

para obtener datos constantes si son confiables, el caso contrario de falta de confiabilidad son los cuestionarios para recoger opiniones. (Hernández y Mendoza, 2018).

Para determinar la confiabilidad de los instrumentos para trabajadores y para clientes se utilizó Alfa de Cronbach, el coeficiente alfa de Cronbach debe entenderse como una medida de la correlación de los ítems que forman una escala. Está indicada la determinación del alfa de Cronbach en escalas unidimensionales que tengan entre tres y veinte ítems y siempre se debe informar este valor en la población específica donde se empleó la escala (Oviedo y Campo 2005).

**Confiabilidad del instrumento para los clientes:**

Se determino gracias al alfa de Cronbach que el instrumento para el diagnóstico es bueno

|   |                    |
|---|--------------------|
| <b><math>\alpha</math> (ALFA) =</b>                   | <b>0,842109486</b> |
| <b>K (NUMERO DE ITEMS) = 10</b>                       |                    |
| <b><math>\sum V_i</math> (VARIANZA DE CADA ITEM)=</b> | 5,558157251        |
| <b><math>V_t</math> (VARIANZA TOTAL) =</b>            | 22,95796642        |

**Tabla 3:** confiabilidad del instrumento para clientes

**Confiabilidad del instrumento para los Trabajadores:**

Se determino gracias al alfa de Cronbach que el instrumento para el diagnóstico es aceptable

|   |                    |
|---|--------------------|
| <b><math>\alpha</math> (ALFA) =</b>                   | <b>0,742358079</b> |
| <b>K (NUMERO DE ITEMS) = 10</b>                       |                    |
| <b><math>\sum V_i</math> (VARIANZA DE CADA ITEM)=</b> | 3,102040816        |
| <b><math>V_t</math> (VARIANZA TOTAL) =</b>            | 9,346938776        |

**Tabla 4:** Confiabilidad del instrumento para trabajadores

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

En el presente capítulo se muestran los resultados provenientes de los instrumentos utilizados para la recopilación de datos; adicionalmente se utilizan técnicas que permiten realizar una mejor organización de los datos recolectados con la finalidad de brindar una fácil interpretación de la información para así obtener respuestas a los objetivos planteado en la investigación.

#### **Resultados de la investigación**

La técnica utilizada para la recolección de datos es la encuesta la cual parte de un cuestionario realizado y validado por expertos, adicionalmente se elaboró un cronograma con la finalidad de aplicar los instrumentos a la muestra de la población y trabajadores del establecimiento

- Se acordó una hora en la cual el establecimiento no se encuentre tan saturado para no retrasar la productividad del establecimiento e interferir en su trabajo, en este caso las horas acordadas fueron de 10:00 am a 11:00 am.
- Se digitalizó la encuesta con la finalidad de ahorrar tiempo y recursos, el periodo de la aplicación corresponde a un lapso de 1 semana.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en cada uno de los ítems del cuestionario, tras culminar la aplicación del mismo en los clientes del negocio Bella Vista

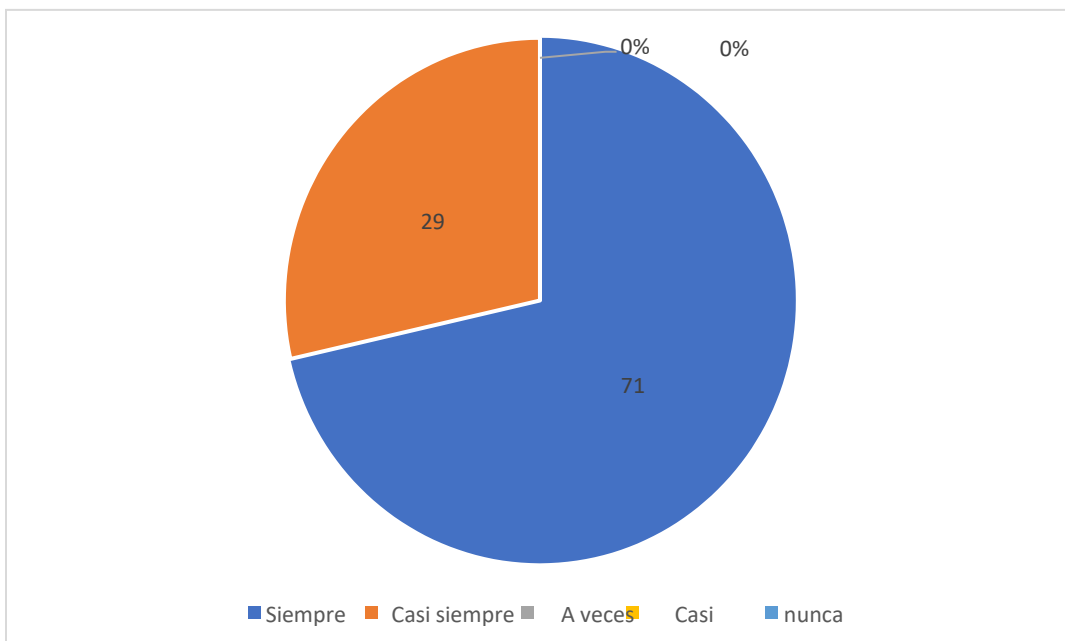
#### ***Resultados del cuestionario para Trabajadores***

En esta parte se presentan los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los trabajadores del establecimiento gastronómico Bella Vista



**Tabla 5:** El establecimiento adquiere materia prima de calidad

| OPCIONES<br>RESPUESTA | DE FRECUENCIA | %           |
|-----------------------|---------------|-------------|
| Siempre               | 5             | 71%         |
| Casi siempre          | 2             | 29%         |
| A veces               | 0             | 0%          |
| Casi nunca            | 0             | 0%          |
| Nunca                 | 0             | 0%          |
| <b>Total</b>          | <b>7</b>      | <b>100%</b> |

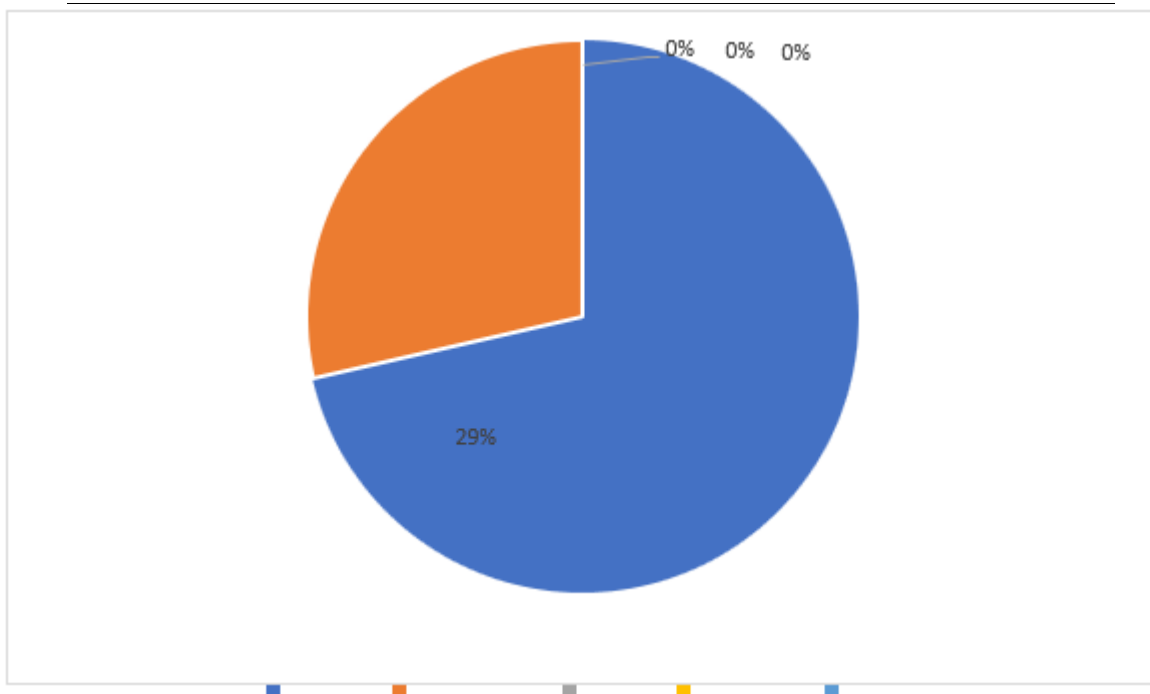


**Gráfico 1:** El establecimiento adquiere materia prima de calidad.

En la variable “compra de materia prima de calidad” encontramos que el 71% de los productos se encuentran en óptimas condiciones mientras que el 29% son adecuados porque no todas las materias primas se obtienen con distribuidores autorizados

**Tabla 6:** Los trabajadores conocen las temperaturas adecuadas para cada uno de los productos

| OPCIONES<br>RESPUESTA | DE FRECUENCIA | %           |
|-----------------------|---------------|-------------|
| Siempre               | 5             | 71%         |
| Casi siempre          | 2             | 29%         |
| A veces               | 0             | 0%          |
| Casi nunca            | 0             | 0%          |
| Nunca                 | 0             | 0%          |
| <b>TOTAL</b>          | <b>7</b>      | <b>100%</b> |

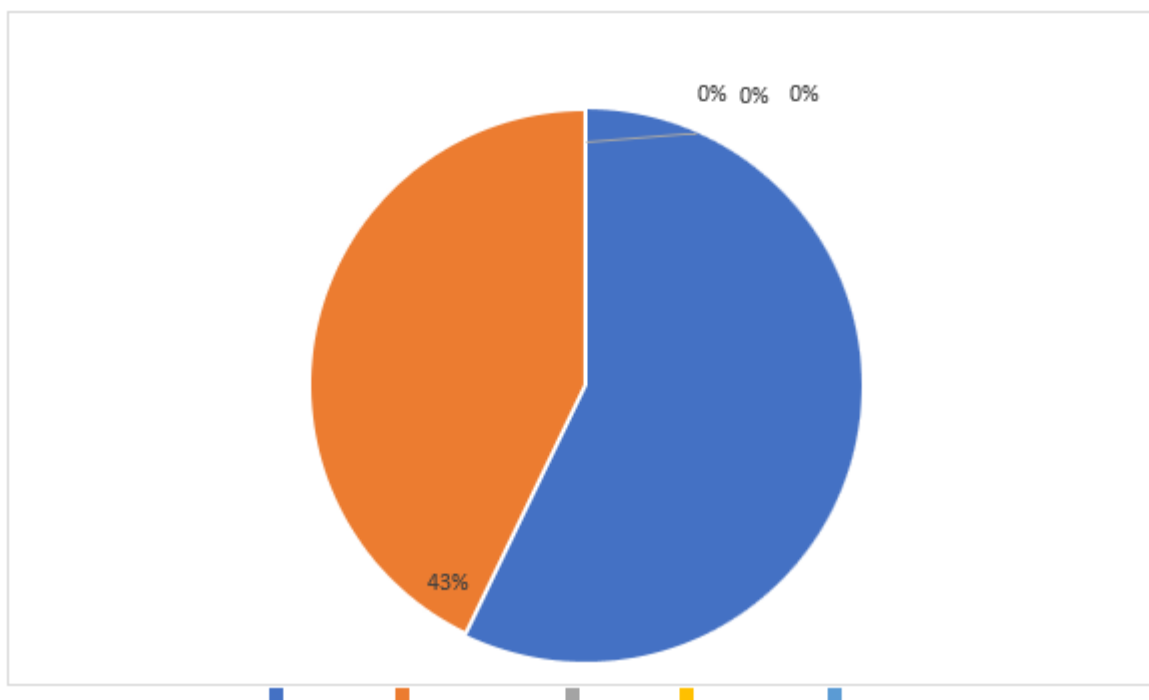


**Gráfico 2:** Los trabajadores conocen las temperaturas adecuadas para cada uno de los productos.

En la variable “temperaturas” el 71% conoce las temperaturas adecuadas para cada uno de los productos mientras que el 29% solo conoce las temperaturas de ciertos productos.

**Tabla 7:** Cada producto es almacenado dentro de una percha o zona específica para garantizar su salubridad.

| OPCIONES<br>RESPUESTA | DE FRECUENCIA | %           |
|-----------------------|---------------|-------------|
| Siempre               | 4             | 57%         |
| Casi siempre          | 3             | 43%         |
| A veces               | 0             | 0%          |
| Casi nunca            | 0             | 0%          |
| Nunca                 | 0             | 0%          |
| <b>TOTAL</b>          | <b>7</b>      | <b>100%</b> |

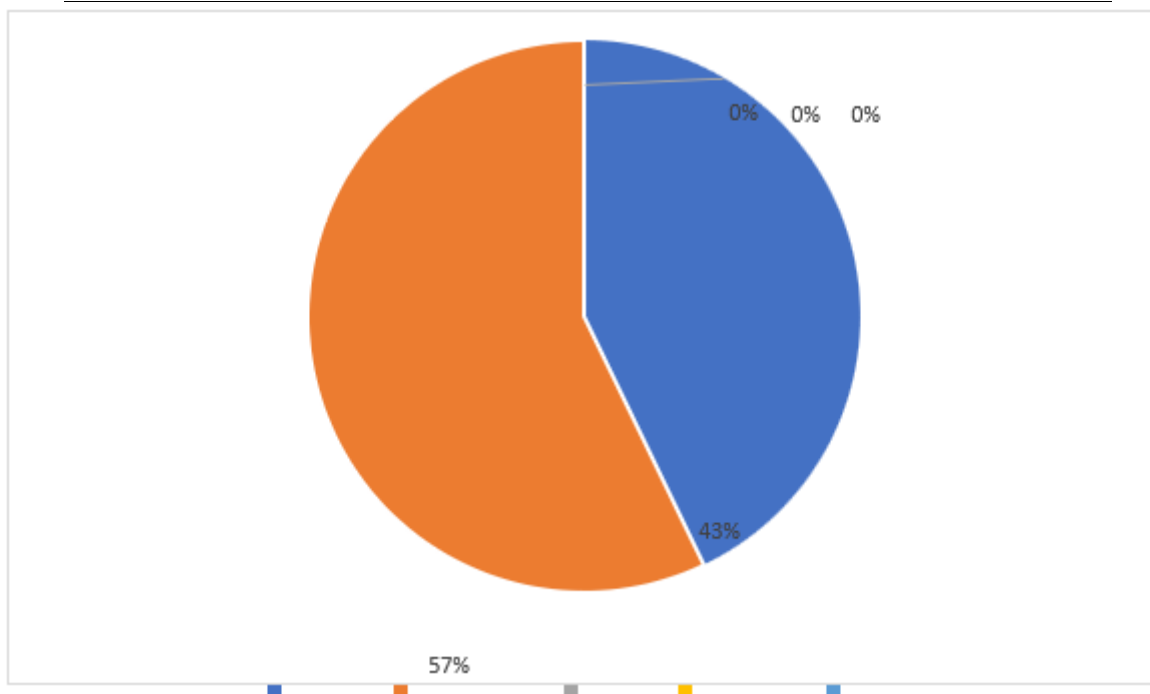


**Gráfico 3:** Cada producto es almacenado dentro de una percha o zona específica para garantizar su salubridad.

En la variable “correcto almacenamiento” encontramos que el 57% de los trabajadores almacena los productos correctamente, seguido a un 43% debido a la falta de espacio que se puede llegar a presentar en la cámara de frío.

**Tabla 8:** Al momento de utilizar los productos estos son descongelados adecuadamente.

| OPCIONES<br>RESPUESTA | DE FRECUENCIA | %           |
|-----------------------|---------------|-------------|
| Siempre               | 3             | 43%         |
| Casi siempre          | 4             | 57%         |
| A veces               | 0             | 0%          |
| Casi nunca            | 0             | 0%          |
| Nunca                 | 0             | 0%          |
| <b>TOTAL</b>          | <b>7</b>      | <b>100%</b> |

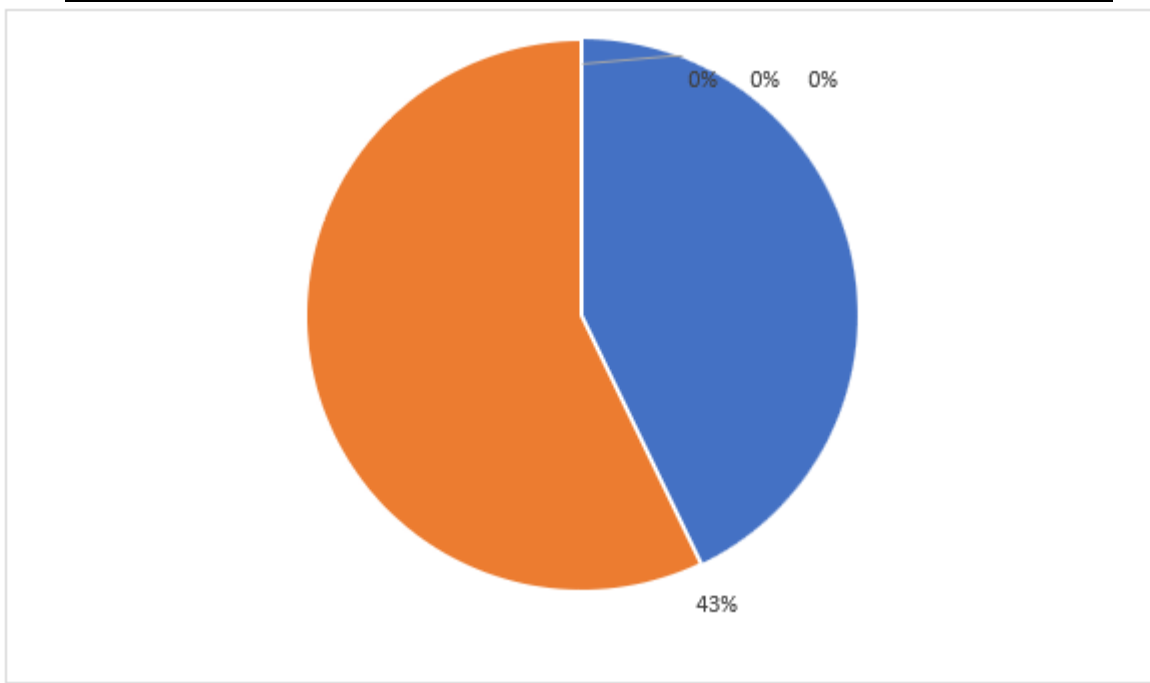


**Gráfico 4:** Al momento de utilizar los productos estos son descongelados adecuadamente.

En la variable “descongelación de alimentos” el 43% menciona que los ingredientes son descongelados correctamente siguiendo la cadena de frío, por otro lado, el 57% menciona que casi siempre lo realizan debido a que hay ocasiones en las que les toca realizar más platillos lo que genera que no todos los productos se descongelen adecuadamente.

**Tabla 9:** Utilizan receta estándar para la preparación de sus productos

| <b>OPCIONES<br/>RESPUESTA</b> | <b>DE FRECUENCIA</b> | <b>%</b>    |
|-------------------------------|----------------------|-------------|
| Siempre                       | 3                    | 43%         |
| Casi siempre                  | 4                    | 57%         |
| A veces                       | 0                    | 0%          |
| Casi nunca                    | 0                    | 0%          |
| Nunca                         | 0                    | 0%          |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>7</b>             | <b>100%</b> |

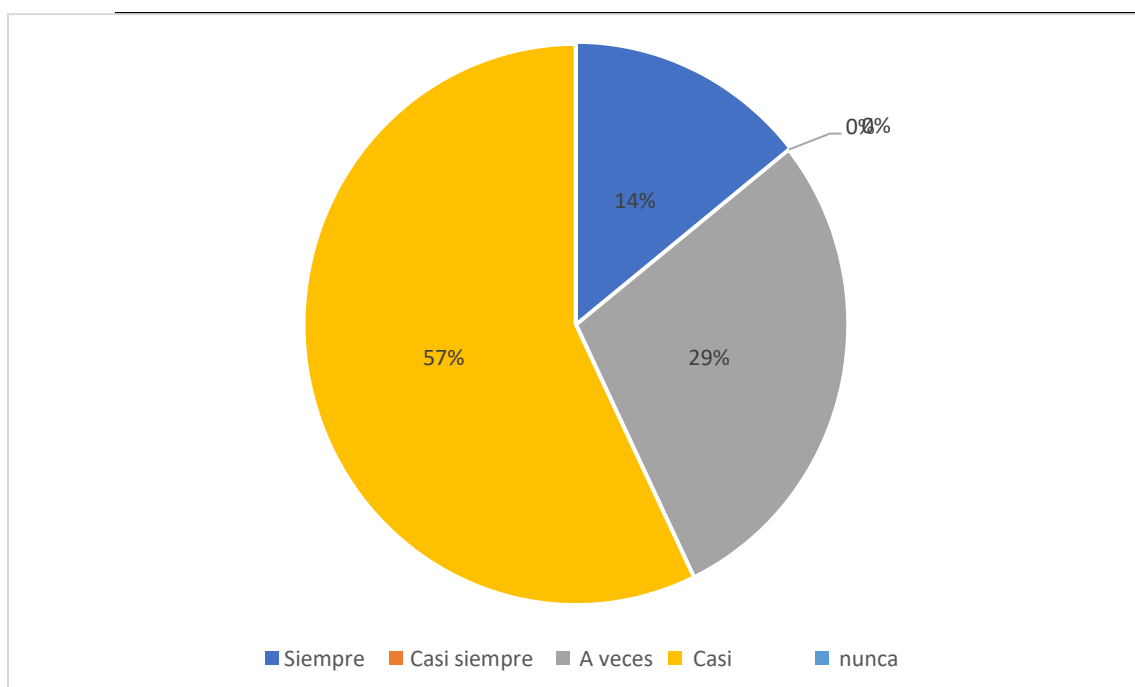


**Gráfico 5:** Utilizan receta estándar para la preparación de sus productos.

En la variable “receta estándar” encontramos que el 43% afirma utilizar la receta del establecimiento con la finalidad de utilizar las porciones y coretes adecuadas en cada ingrediente, por otro lado, el 57% menciona que a veces las utilizan debido a que no disponen de mucho tiempo y no pueden utilizar la receta como es debido.

**Tabla 10:** Se generan grandes cantidades de desperdicios al momento de tratar la materia prima

| OPCIONES<br>RESPUESTA | DE FRECUENCIA | %           |
|-----------------------|---------------|-------------|
| Siempre               | 1             | 14%         |
| Casi siempre          | 0             | 0%          |
| A veces               | 2             | 29%         |
| Casi nunca            | 4             | 57%         |
| Nunca                 | 0             | 0%          |
| <b>TOTAL</b>          | <b>7</b>      | <b>100%</b> |

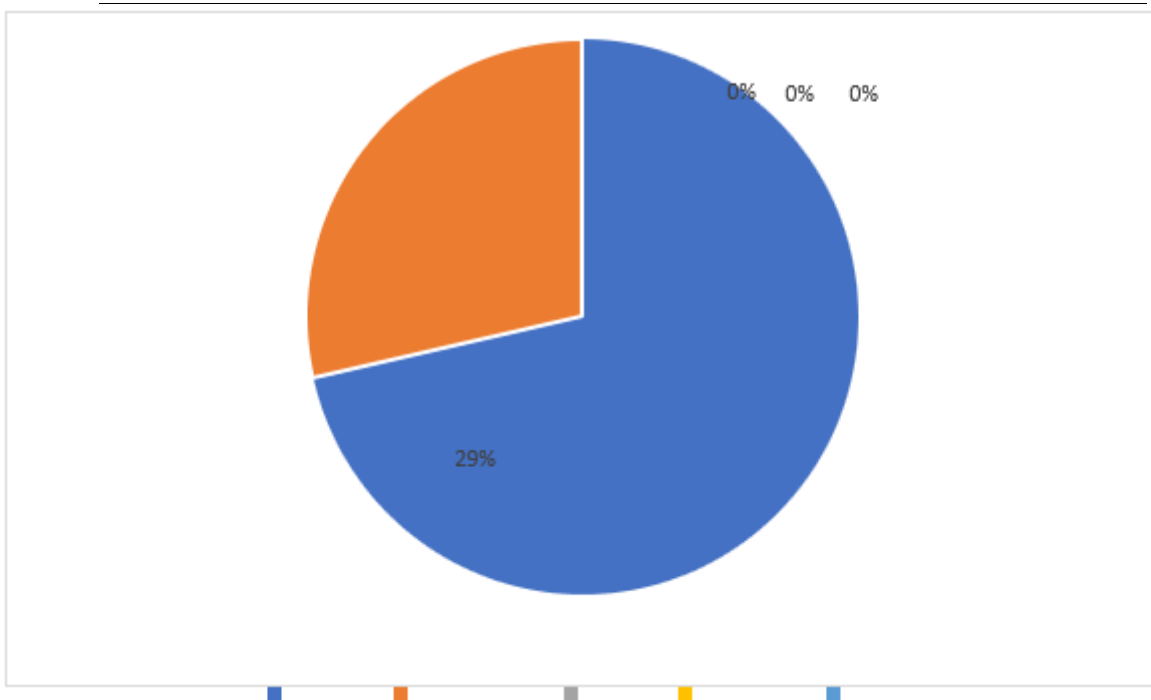


**Gráfico 6:** Se generan grandes cantidades de desperdicios al momento de tratar la materia prima.

En la variable “mermadas o desperdicios de productos” encontramos que un 29% afirma que existe una cantidad decente de desperdicios ya sea por los utensilios a utilizar o por la experiencia de cada uno de los trabajadores, por otro lado, el 57% menciona que los desperdicios son mínimos y no son tan apreciables, finalmente el 14% menciona que no existen desperdicios debido a que todo eso lo aprovechan en alguna otra preparación.

**Tabla 11:** Utilizan utensilios adecuados para preparar los alimentos

| <b>OPCIONES<br/>RESPUESTA</b> | <b>DE FRECUENCIA</b> | <b>%</b>    |
|-------------------------------|----------------------|-------------|
| Siempre                       | 5                    | 71%         |
| Casi siempre                  | 2                    | 29%         |
| A veces                       | 0                    | 0%          |
| Casi nunca                    | 0                    | 0%          |
| Nunca                         | 0                    | 0%          |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>7</b>             | <b>100%</b> |

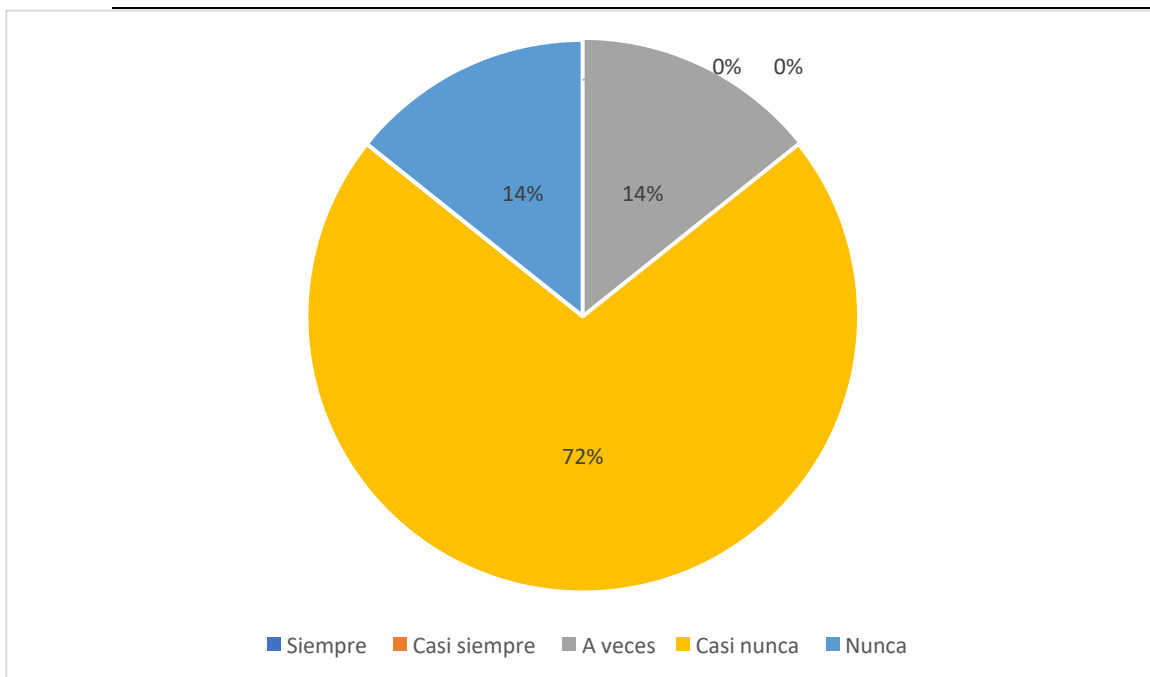


**Gráfico 7:** Utilizan utensilios adecuados para preparar los alimentos.

En la variable “utensilios adecuados” encontramos que el 71% afirma que disponen de todos los instrumentos necesarios para trabajar, adicionalmente el 29% piensa que se debería de buscar ciertos utensilios específicos los cuales faciliten el trabajo.

**Tabla 12:** Existe riesgo de la contaminación cruzada e el establecimiento

| OPCIONES<br>RESPUESTA | DE FRECUENCIA | %           |
|-----------------------|---------------|-------------|
| Siempre               | 0             | 0%          |
| Casi siempre          | 0             | 0%          |
| A veces               | 1             | 14%         |
| Casi nunca            | 5             | 72%         |
| Nunca                 | 1             | 14%         |
| <b>TOTAL</b>          | <b>7</b>      | <b>100%</b> |



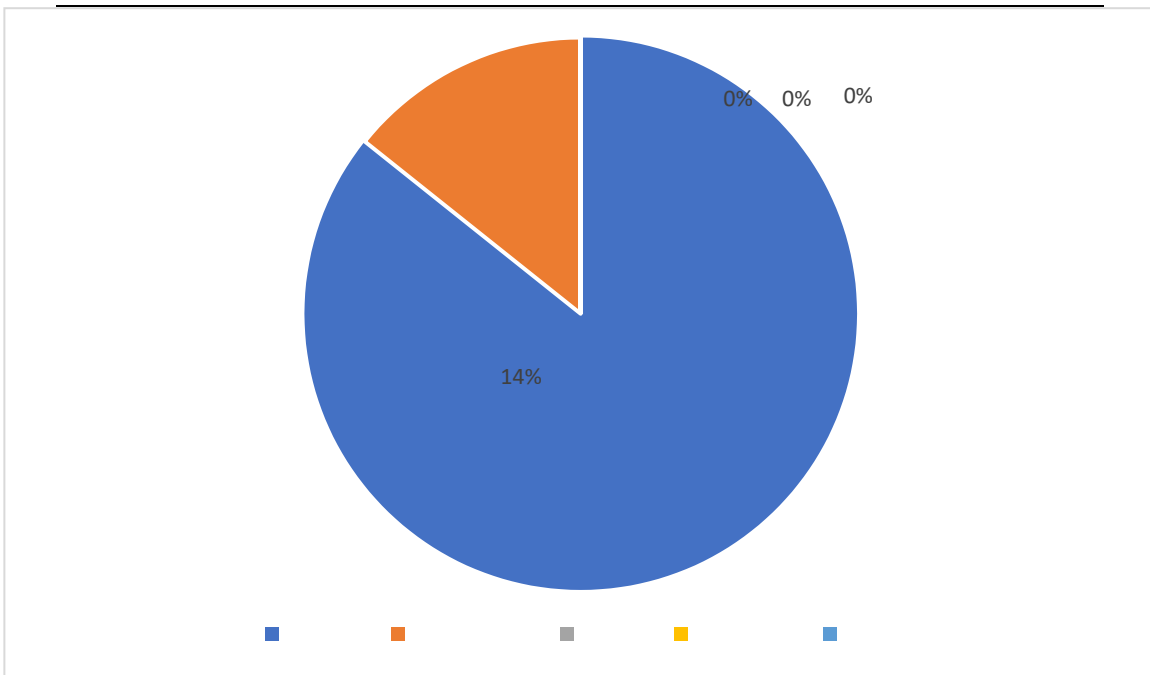
**Gráfico 8:** Existe riesgo de la contaminación cruzada e el establecimiento.

En la variable “contaminación cruzada” encontramos que el 1% que a veces existe contaminación cruzada, ya sea por mal uso de los implementos de trabajo o por higiene, el 72% menciona que casi nunca existe por la organización que se tiene dentro y el 1% dice que no existe debido al control interno que manejan dentro del establecimiento.



**Tabla 13:** El tiempo de cocción de los alientos son los correctos

| <b>OPCIONES<br/>RESPUESTA</b> | <b>DE FRECUENCIA</b> | <b>%</b>    |
|-------------------------------|----------------------|-------------|
| Siempre                       | 6                    | 86%         |
| Casi siempre                  | 1                    | 14%         |
| A veces                       | 0                    | 0%          |
| Casi nunca                    | 0                    | 0%          |
| Nunca                         | 0                    | 0%          |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>7</b>             | <b>100%</b> |

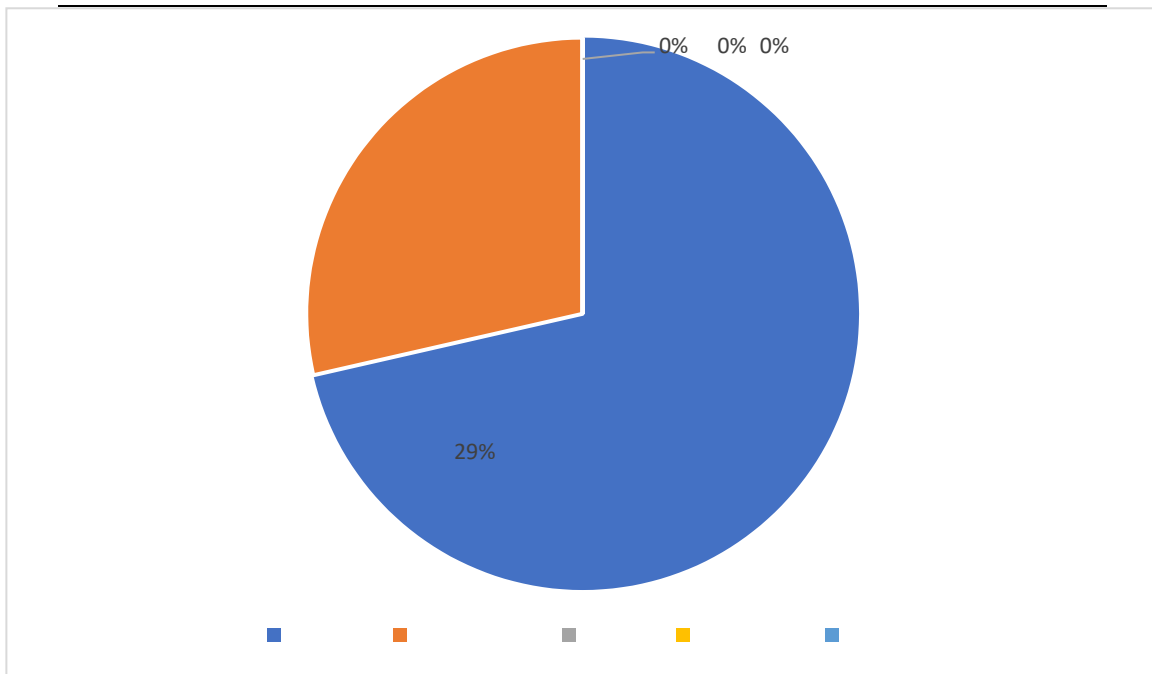


**Gráfico 9:** El tiempo de cocción de los alientos son los correctos.

En la variable “tiempo de cocción” encontramos que el 86% de los trabajadores conoce el tiempo de cocción de cada uno de los alimentos mientras que el 14% no conoce todos los tiempos de cocción que tiene cada alimento.

**Tabla 14:** Los trabajadores están correctamente higienizados al momento de manipular los alimentos

| OPCIONES<br>RESPUESTA | DE FRECUENCIA | %           |
|-----------------------|---------------|-------------|
| Siempre               | 5             | 71%         |
| Casi siempre          | 2             | 29%         |
| A veces               | 0             | 0%          |
| Casi nunca            | 0             | 0%          |
| Nunca                 | 0             | 0%          |
| <b>TOTAL</b>          | <b>7</b>      | <b>100%</b> |



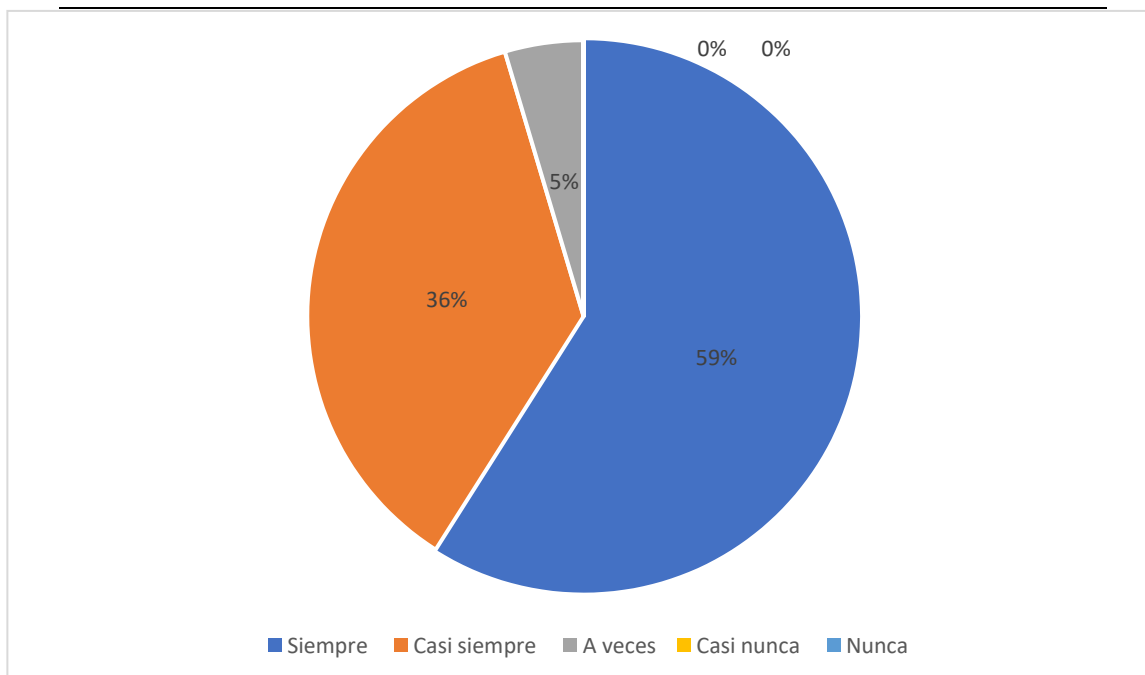
**Gráfico 10:** Los trabajadores están correctamente higienizados al momento de manipular los alimentos.

En la variable “higiene en la manipulación de los alimentos” encontramos que el 71% de los trabajadores lo cumple mientras que el 29% no lo cumple del todo y sea por tiempo o por que se les puede olvidar.

## Resultados del cuestionario para clientes

**Tabla 15:** La infraestructura del establecimiento es óptima para el consumo de los alimentos

| OPCIONES<br>RESPUESTA | DE FRECUENCIA | %           |
|-----------------------|---------------|-------------|
| Siempre               | 141           | 59%         |
| Casi siempre          | 87            | 36%         |
| A veces               | 11            | 5%          |
| Casi nunca            | 0             | 0%          |
| Nunca                 | 0             | 0%          |
| <b>TOTAL</b>          | <b>239</b>    | <b>100%</b> |

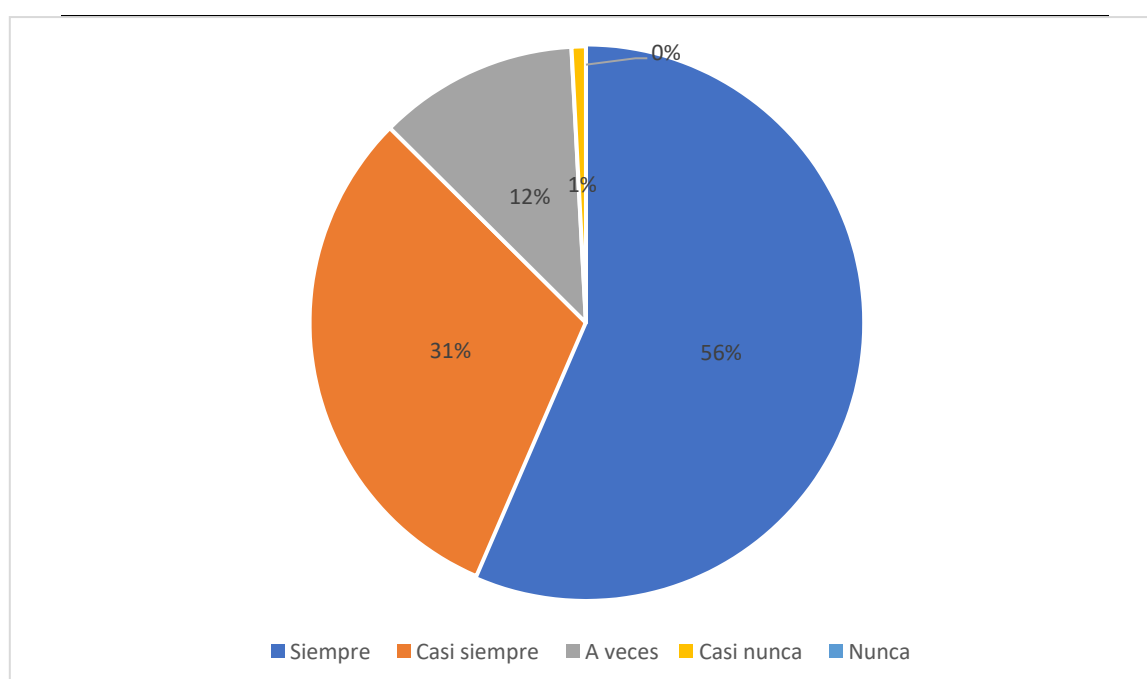


**Gráfico 11:** La infraestructura del establecimiento es óptima para el consumo de los alimentos.

En la variable “infraestructura” el 59% menciona que cumple con todas las áreas necesarias para poder estar cómodos en el establecimiento, un 36% menciona que existe ciertas cosas que se podrían mejorar como es el mantenimiento de mesas y sillas, por otra parte, un 5% menciona que sería de mucho agrado si el establecimiento dispusiera ciertas áreas a personas específicas o de reserva.

**Tabla 16:** El establecimiento cumple con los parámetros de bioseguridad

| <b>OPCIONES<br/>RESPUESTA</b> | <b>DE FRECUENCIA</b> | <b>%</b>    |
|-------------------------------|----------------------|-------------|
| Siempre                       | 135                  | 56%         |
| Casi siempre                  | 74                   | 31%         |
| A veces                       | 28                   | 12%         |
| Casi nunca                    | 2                    | 1%          |
| Nunca                         | 0                    | 0%          |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>239</b>           | <b>100%</b> |

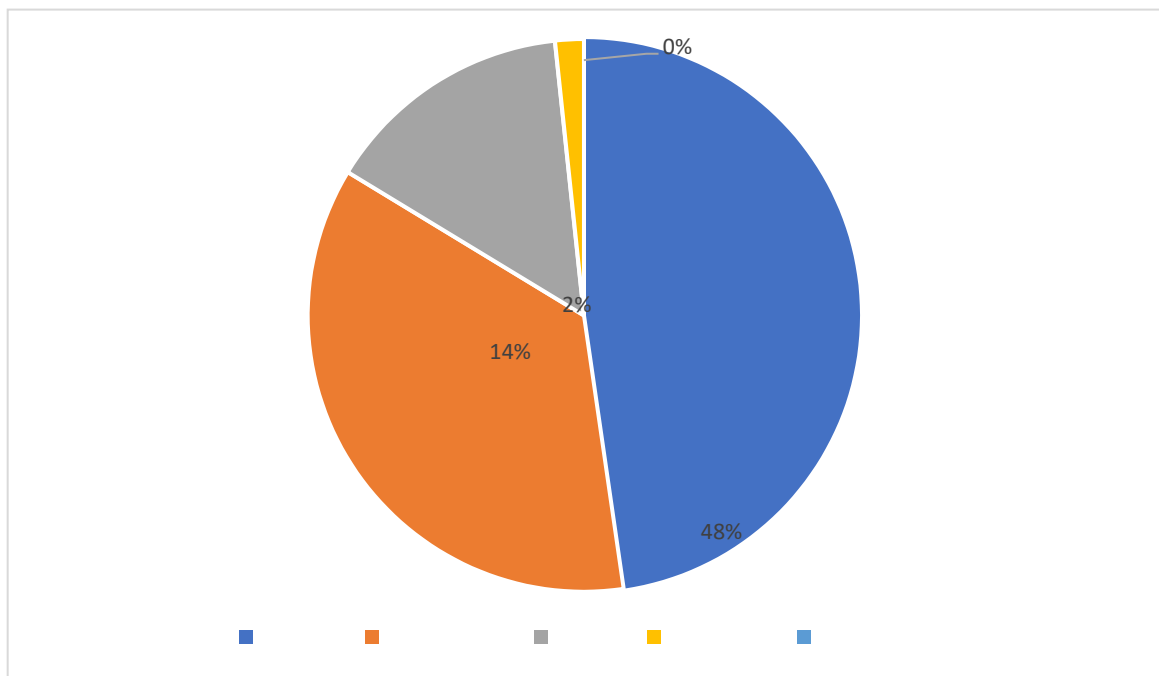


**Gráfico 12:** El establecimiento cumple con los parámetros de bioseguridad.

En la variable “bioseguridad” encontramos un 56% que afirman que el establecimiento cumplía con todas las normas de bioseguridad, también se tiene un 31% que mencionan que deben de tener un termómetro para control de temperatura, seguido tenemos un 12% piensa que es necesario tomar los datos de las personas que visitan el establecimiento para tener una forma de contactarse en caso de que alguno de los clientes o trabajadores de positivo a COVID y un 1% que mencionan que los controles de bioseguridad que maneja el establecimiento son pésimos.

**Tabla 17:** Los baños se encuentran en óptimas condiciones

| <b>OPCIONES<br/>RESPUESTA</b> | <b>DE FRECUENCIA</b> | <b>%</b>    |
|-------------------------------|----------------------|-------------|
| Siempre                       | 114                  | 48%         |
| Casi siempre                  | 86                   | 36%         |
| A veces                       | 35                   | 14%         |
| Casi nunca                    | 4                    | 2%          |
| Nunca                         | 0                    | 0%          |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>239</b>           | <b>100%</b> |

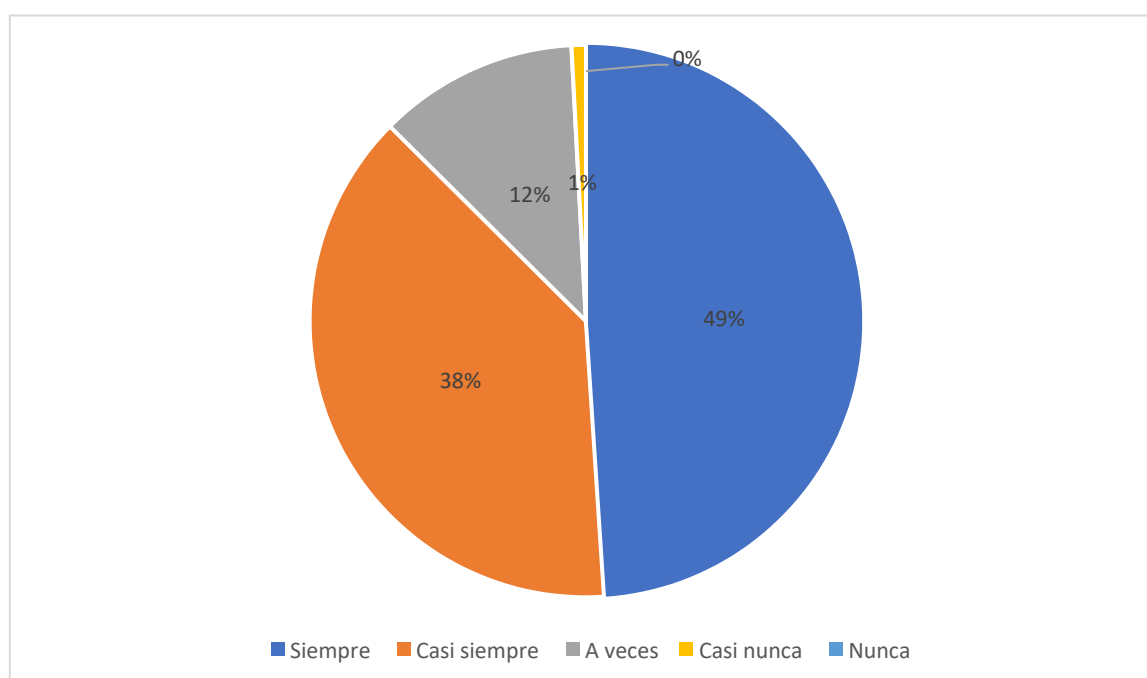


**Gráfico 13:** Los baños se encuentran en óptimas condiciones.

En la variable “estado de los baños” el 48% del total de los encuestados mencionaron que estos se encontraban en óptimas condiciones, adicionalmente el 36% menciona que estos se encontraban en buen estado, pero hacia falta de insumos como papel o jabón, por otra parte, un 14% menciona que este se encontraba en un estado no tan deplorable, debido a que este tenía unas pequeñas fugas de agua y por último tenemos un 2% que no está conforme por falta de aseo

**Tabla 18:** La atención por parte de los trabajadores es amigable

| OPCIONES<br>RESPUESTA | DE FRECUENCIA | %           |
|-----------------------|---------------|-------------|
| Siempre               | 117           | 49%         |
| Casi siempre          | 92            | 38%         |
| A veces               | 28            | 12%         |
| Casi nunca            | 2             | 1%          |
| Nunca                 | 0             | 0%          |
| <b>TOTAL</b>          | <b>239</b>    | <b>100%</b> |

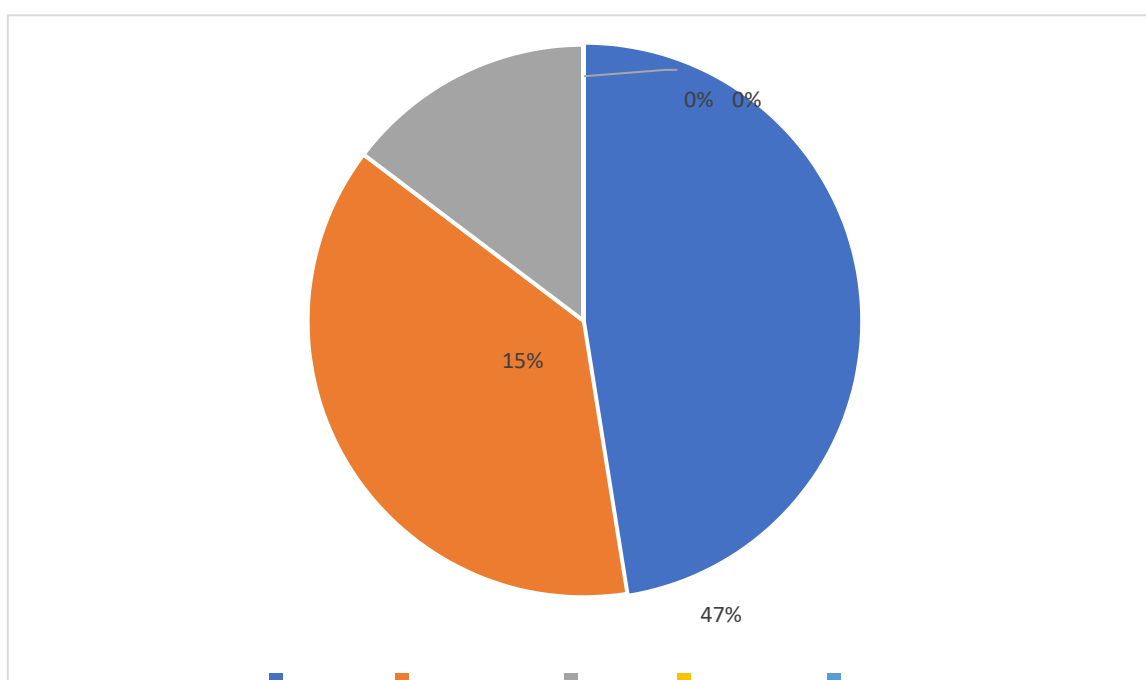


**Gráfico 14:** La atención por parte de los trabajadores es amigable.

En la variable “atención que recibe por parte de los trabajadores” tenemos que un 49% corrobora que la atención recibida es amigable y cordial, por otra parte el 38% menciona que se encuentran satisfechos por como los tratan pero hay ciertas cosas que se podrían mejorar como el preguntar si le gusto el platillo o si necesita un poco de sal, adicionalmente tenemos un 12% en el cual mencionan que los meseros no les brindaron un saludo y mucho menos le recomendaron alguna preparación, finalmente tenemos un 1% el cual está un poco inconforme con la atención recibida debido a que hay ocasiones en las que los meseros no se acercan a su mesa a tomar su orden o pasarle una carta.

**Tabla 19:** El emplatado de los productos es de su agrado

| <b>OPCIONES<br/>RESPUESTA</b> | <b>DE FRECUENCIA</b> | <b>%</b>    |
|-------------------------------|----------------------|-------------|
| Siempre                       | 114                  | 47%         |
| Casi siempre                  | 90                   | 38%         |
| A veces                       | 35                   | 15%         |
| Casi nunca                    | 0                    | 0%          |
| Nunca                         | 0                    | 0%          |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>239</b>           | <b>100%</b> |

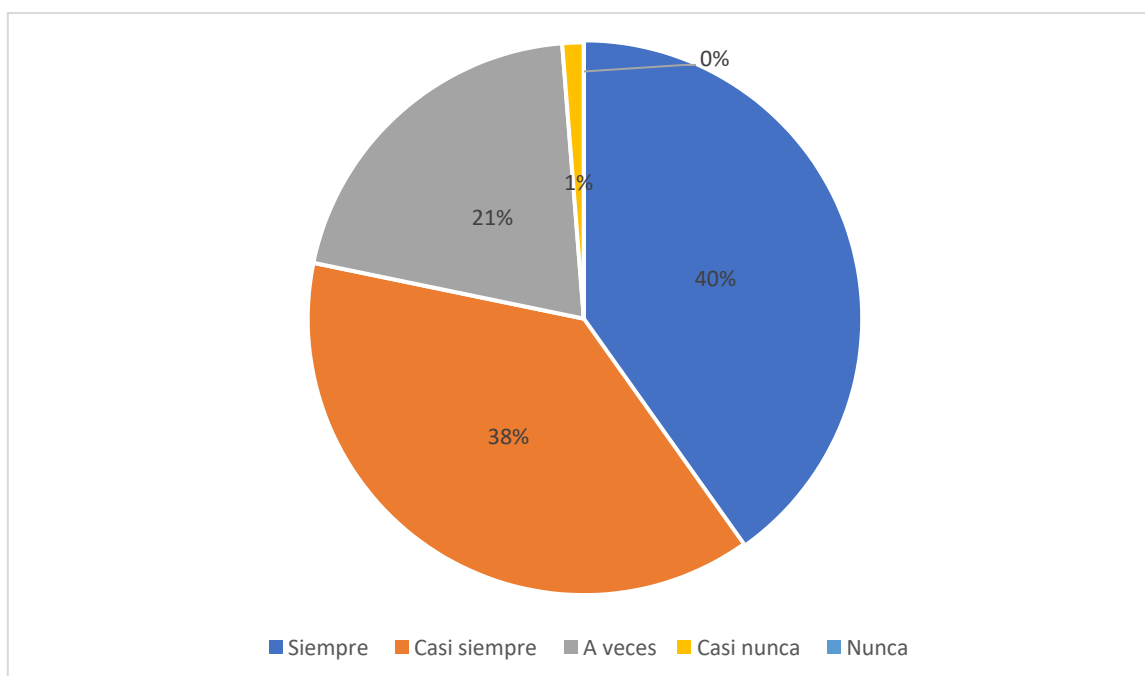


**Gráfico 15:** El emplatado de los productos es de su agrado.

En la variable de “emplatado y presentación” se puede visualizar que el 47% está conforme con la presentación y cumple las expectativas visuales que se mencionan en la carta, por otra parte, un 38% menciona que se deben de dar ciertos detalles al emplatado para que este sea un poco más llamativo, sin embargo, un 15% cree que se debe de dar más énfasis en el orden del emplatado debido a que se les hace un poco difícil de encontrarle el algo llamativo a la preparación.

**Tabla 20:** El precio va acorde a la calidad del producto

| OPCIONES<br>RESPUESTA | DE FRECUENCIA | %           |
|-----------------------|---------------|-------------|
| Siempre               | 96            | 40%         |
| Casi siempre          | 91            | 38%         |
| A veces               | 49            | 21%         |
| Casi nunca            | 3             | 1%          |
| Nunca                 | 0             | 0%          |
| <b>Total</b>          | <b>239</b>    | <b>100%</b> |



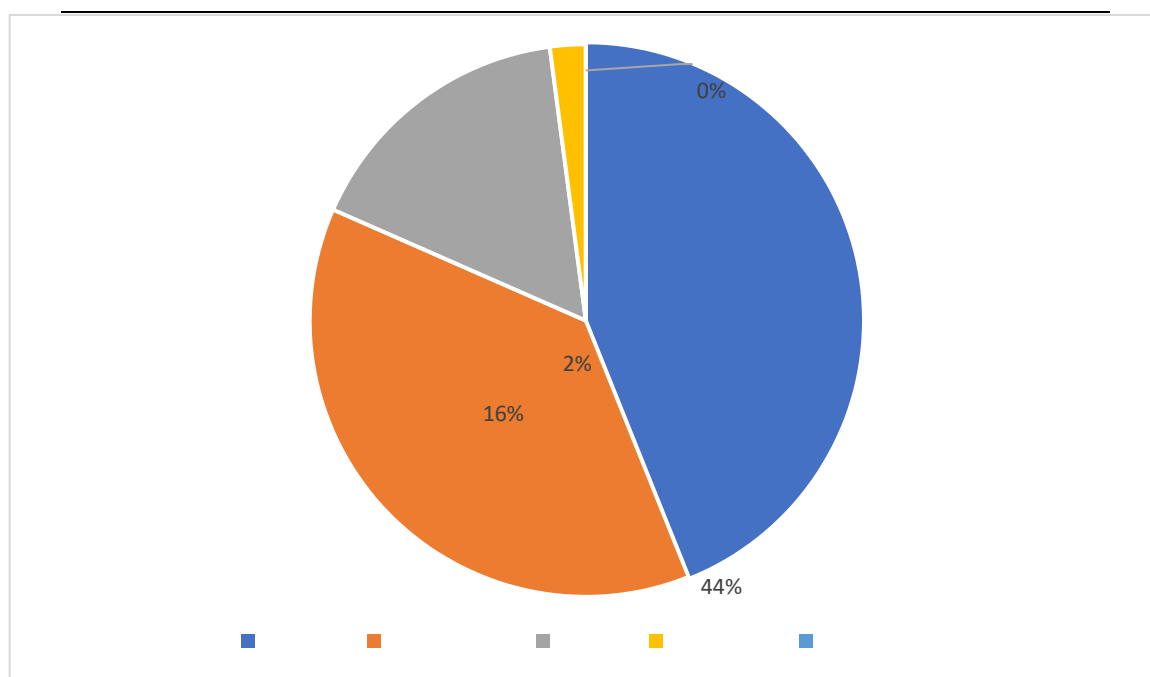
**Gráfico 16:** El precio va acorde a la calidad del producto.

En la variable “precio acorde a la calidad” encontramos un 40% que afirma que el precio que están pagando por el producto es el adecuado para ellos, adicionalmente el 38% cree que el precio debe ser ajustado al producto que reciben, por otra parte, tenemos un 21% que piensa que el precio es un poco elevado y el 1% está un poco inconforme debido a que creen que un producto no puede llegar a tener tal precio.



**Tabla 21:** *Existe diversidad de platos para el consumo*

| <b>OPCIONES<br/>RESPUESTA</b> | <b>DE FRECUENCIA</b> | <b>%</b>    |
|-------------------------------|----------------------|-------------|
| Siempre                       | 105                  | 44%         |
| Casi siempre                  | 90                   | 38%         |
| A veces                       | 39                   | 16%         |
| Casi nunca                    | 05                   | 2%          |
| Nunca                         | 0                    | 0%          |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>239</b>           | <b>100%</b> |

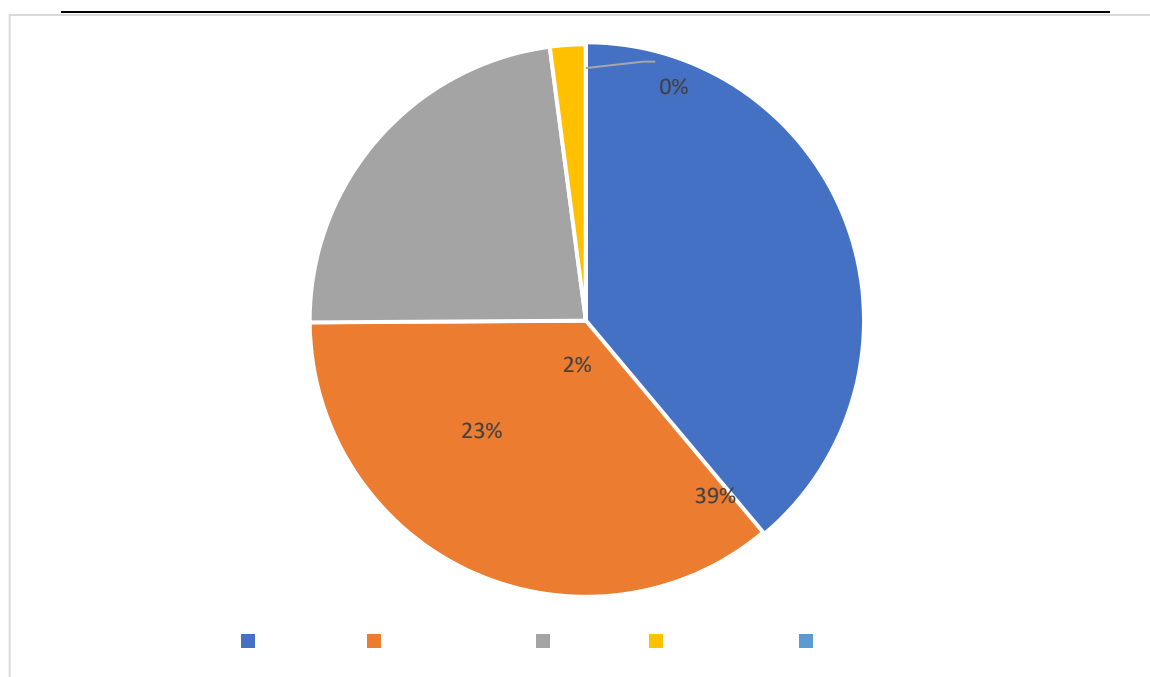


**Gráfico 17:** *Existe diversidad de platos para el consumo.*

En la variable “variedad de platos” se puede ver que el 44% de los encuestados está conforme con la diversidad de platos que el establecimiento ofrece en su menú, adicionalmente el 38% piensa que el menú está bien pero si le hace falta unos ligeros ajustes ya sea en los acompañamientos o en los postres, por otra parte tenemos que un 16% menciona que deberían de agregar nuevas preparaciones al menú, sin embargo el 2% cree que es necesario un cambio de carta debido a que se les hace repetitivo consumir las mismas preparaciones la mayoría de las veces.

**Tabla 22:** La capacidad de respuesta de las órdenes es eficaz y eficiente

| <b>OPCIONES<br/>RESPUESTA</b> | <b>DE FRECUENCIA</b> | <b>%</b>    |
|-------------------------------|----------------------|-------------|
| Siempre                       | 93                   | 39%         |
| Casi siempre                  | 86                   | 36%         |
| A veces                       | 55                   | 23%         |
| Casi nunca                    | 5                    | 2%          |
| Nunca                         | 0                    | 0%          |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>239</b>           | <b>100%</b> |

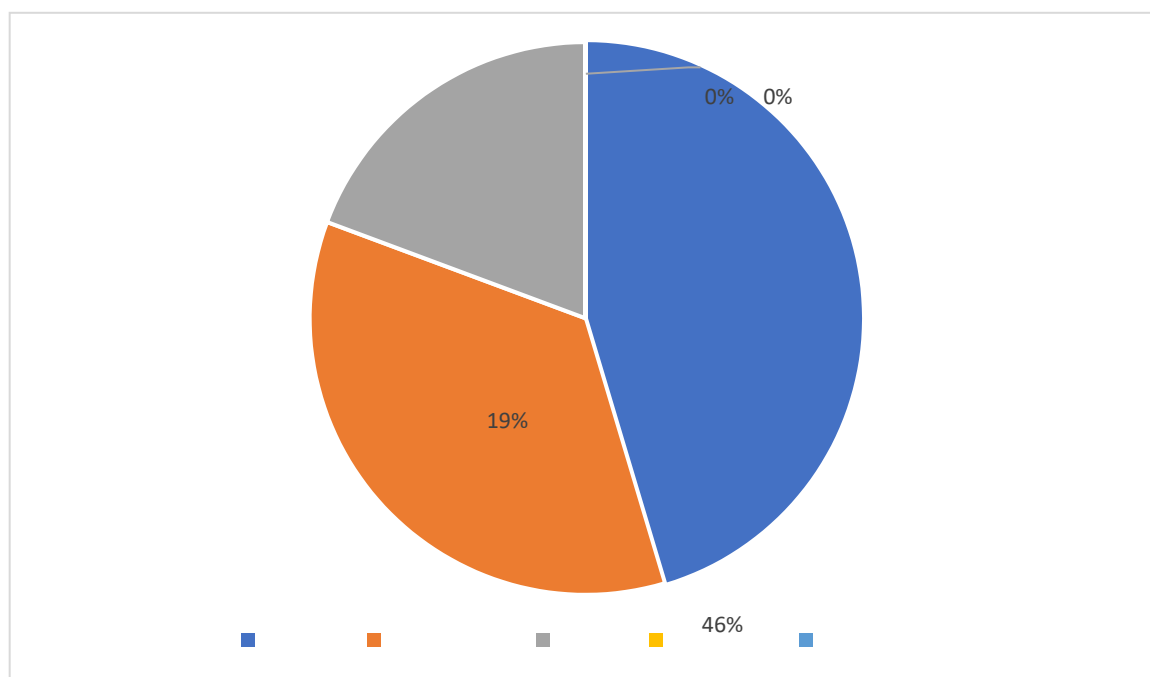


**Gráfico 18:** La capacidad de respuesta de las órdenes es eficaz y eficiente.

En la variable “capacidad de respuesta” se logra encontrar que el 39% opinan que sus órdenes son rápidas y sin ningún inconveniente, seguido encontramos un 36% en el cual mencionan que sus órdenes son rápidas pero presentan unos pequeños inconvenientes como la ausencia de cubiertos, adicionalmente encontramos que un 23% que mencionan que sus órdenes no son tan rápidas pero presentan pequeños inconvenientes como falta de salsas en sus órdenes, sin embargo un 2% menciona que sus órdenes son lentas y presentan grandes fallos ya sea que los platillos estén mal preparados o por un exceso de sal o azúcar.

**Tabla 23:** Los alimentos llegan con la temperatura correcta al momento del consumo

| OPCIONES<br>RESPUESTA | DE FRECUENCIA | %           |
|-----------------------|---------------|-------------|
| Siempre               | 108           | 46%         |
| Casi siempre          | 84            | 35%         |
| A veces               | 46            | 19%         |
| Casi nunca            | 0             | 0%          |
| Nunca                 | 0             | 0%          |
| <b>TOTAL</b>          | <b>239</b>    | <b>100%</b> |

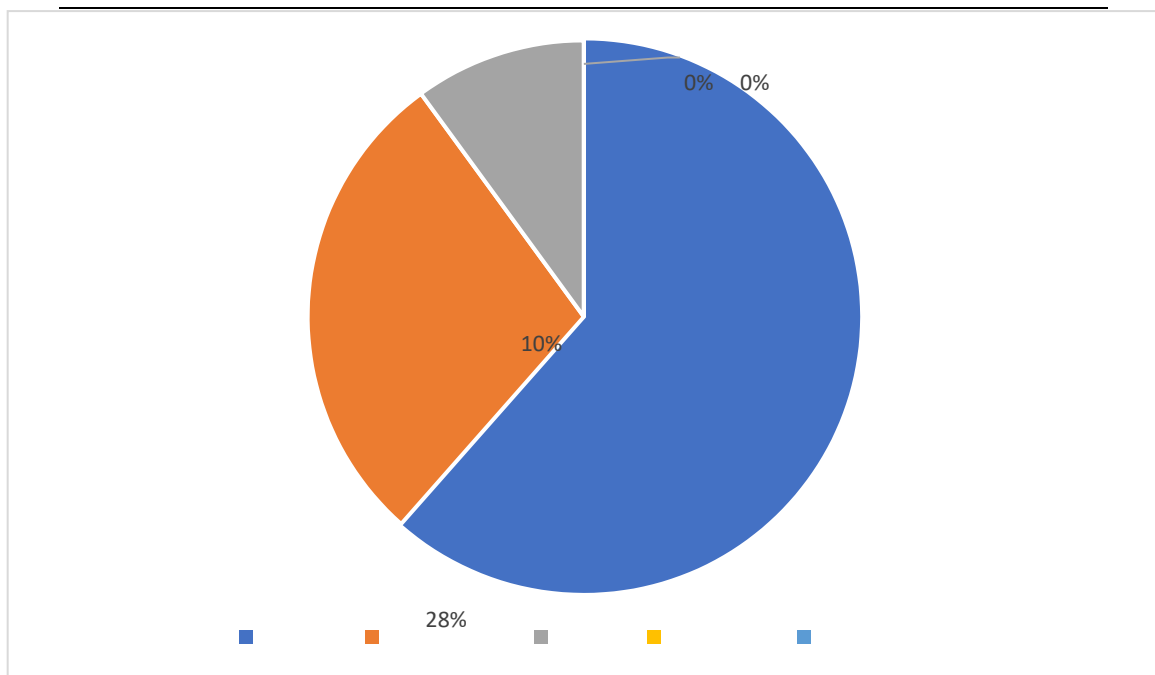


**Gráfico 19:** Los alimentos llegan con la temperatura correcta al momento del consumo.

En la variable de “temperatura de los alimentos” se puede encontrar que el 46% de los encuestados está conforme con la temperatura que sus alimentos llegan a la mesa, por otro lado, el 35% está casi satisfecho con la temperatura, pero esta podría mejorar, por otro lado, el 19% no esta tan conforme con su temperatura, ya sea porque este llega frio a sus mesas o porque esta agrega alguna preparación fría en algo caliente.

**Tabla 24:** El establecimiento cuenta con diferentes métodos de pago.

| <b>OPCIONES<br/>RESPUESTA</b> | <b>DE FRECUENCIA</b> | <b>%</b>    |
|-------------------------------|----------------------|-------------|
| Siempre                       | 147                  | 62%         |
| Casi siempre                  | 68                   | 28%         |
| A veces                       | 24                   | 10%         |
| Casi nunca                    | 0                    | 0%          |
| Nunca                         | 0                    | 0%          |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>239</b>           | <b>100%</b> |



**Gráfico 20:** Cuentan con diferentes métodos de pago.

En la variable de “métodos de pago” podemos observar que el 62% de los encuestados está completamente satisfecho con los métodos de pago que se manejan en el establecimiento, aquí se encuentran las persona con una edad de 60 a 65 años , por otra lado hay un 28% de los clientes que no se encuentran del todo satisfechos debido a que utilizan la tecnología para realizar sus pagos al realizar algún consumo, por lo general utilizan la app “De una” del Banco del Pichincha y es más utilizada por los jóvenes que tienen una edad de 18 a 24 años, adicionalmente se logra visualizar que un 10% de la población no está del todo convencida de los métodos de pago del establecimiento debido a que este porcentaje de la población maneja billeteras virtuales en donde tienen alojado.

## Plan de Mejora de los procesos operativos de la producción

| Falencias  | Procedimientos                           | Recursos                      | Actividades  | Responsables   | Meta   |
|--|--|-------------------------------|--|--|--|
| Problemas con el espacio de las cámaras de frio    | Clasificación y organización inventario  | Equipo de computo             | Creación de una lista de inventario para conocer lo que se dispone y no se dispone en las cámaras de frio  | Dueño del establecimiento<br>Personal encargado de la bodega | Productos correctamente perchados y con las cantidades adecuadas que el establecimiento necesita |
| Los procesos de descongelamiento son los adecuados | Respetar la cadena de frio no congelados | Equipo de computo<br>Facturas | Revisar el número de ventas de cada platillo de los anteriores días y realizar una proyección estimada de los ingredientes a utilizar el siguiente día | Chef Cajera  | Respetar la cadena de frio al momento de descongelar los productos para salvaguardar su calidad  |
| Falta de utilización de las recetas estándar       | Utilización de recetas estándar          | Receta estándar               | Capacitar al personal de cocina con las debidas recetas estándar que cada preparación tiene  | Chef   | Cada trabajador debe poseer los conocimientos de cómo se elabora una receta estándar             |

**Tabla 25:** Plan de mejora de los procesos operativos de la producción

**Plan de mejora de los procesos operativos del servicio al Cliente**

| Falencias                                   | Procedimientos   | Recursos  | Actividades  | Responsables                    | Meta   |
|---|--|---|--|---------------------------------|--|
| Falta de decoración de los platos           | Mejorar la presentación de los platos que el establecimiento ofrezca | Diapositivas<br><br>Equipo de computo<br><br>Talleres | Realizar una capacitación a los encargados de la cocina para hacer más llamativos y coloridos los platos | Chef<br><br>Ayudantes de cocina | Sacar platos que sean atractivos ante la vista del cliente   |
| Precio inadecuado a la calidad del producto | Mejorar los acuerdos con los proveedores                             | Equipo de computo<br><br>Lista de proveedores         | Hablar con cada uno de los proveedores para acordar un mejor precio por ciertas cantidades compradas     | Dueño del establecimiento       | El cliente paga un valor menor por el plato que elija debido a los acuerdos realizados con los proveedores |

|  |  |   |  |                         |  |
|--|--|---|--|-------------------------|--|
| Variedad de preparaciones en la carta                | Innovación de la carta                   | Recetarios  | Crear nuevas preparaciones y acompañamientos que tengan un buen sabor y presentación               | Chef                    | Agregar más preparaciones a la carta con la finalidad de tener más variedad y reemplazar las preparaciones que no son tan consumidas |
| Capacidad de respuesta por parte de los trabajadores | Mejorar la atención al cliente           | Capacitaciones<br><br>Documentos sobre las formas de atender a un cliente | Creación de rangos para cada uno de los trabajadores<br><br>Capacitación sobre atención al cliente | Dueño<br><br>Supervisor | Mejorar el trato que los clientes reciben por parte de los trabajadores y aumentar su productividad                                  |
| Temperatura de los alimentos inapropiadas            | Mejorar el despacho de las preparaciones | Orientación<br><br>Congeladores   | Adquisición de equipos que permitan mantener la vajilla caliente                                   | Dueño<br><br>Supervisor | Mantener la comida caliente en el plato hasta que el cliente pueda disfrutar de ella.  |

**Tabla 26:** Plan de mejora de los procesos operativos del servicio al cliente

## **Características**

El presente plan de mejoras para los procesos operativos de producción busca la optimización de recursos mediante una correcta organización y mejorar los tiempos de respuesta o acción al momento de tratar de solventar un problema que pueda llegar a presentar en un momento de terminado.

Por otro lado, se encuentra el plan de mejoras para los procesos operativos de servicio al cliente, el cual está orientado a brindar una mejor atención a los clientes debido a que estos son los principales involucrados al momento de dar una buena imagen del establecimiento, adicionalmente busca brindar un buen ambiente para el cliente con la finalidad de que regrese.

La aplicación de estos 2 planes de mejoras busca la corrección de fallas encontradas en el establecimiento que a largo plazo pueden ser perjudiciales para la misma, por esta razón se busca solventar los para garantizar una sostenibilidad a largo plazo y que los clientes se sientan a gusto estando en el establecimiento Gastronómico Bella Vista.



## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El presente capítulo detalla las conclusiones y recomendaciones que se obtuvieron en la investigación, las mismas que permitieron detectar las falencias del establecimiento y posteriormente brindar una solución a las mismas

#### Conclusiones

**Objetivo específico 1:** Gracias al previo diagnóstico realizado en el establecimiento Gastronómico Bella Vista podemos decir que cumple con algunas de las exigencias de los clientes, lastimosamente presentan pequeñas falencias en las áreas de producción y servicio al cliente.

**Objetivo específico 2:** Decoración de plato, el 15% de la muestra seleccionada menciona que las preparaciones no son tan creativas y resultan ser un poco simples, si esto se continúa manteniendo es probable el número de clientes se mantenga estancado o baje.

El precio de la preparación no va acorde a la calidad de los productos, el 21% de los encuestados sienten que la calidad de la materia prima está por debajo del precio que están pagando debido a que no sienten una diferencia notable entre un producto de línea diaria que pueden conseguir ellos mismos en cualquier lado y los productos utilizados en el establecimiento, esto puede traer disconformidad entre los clientes y darle un mal renombre a la misma

Variedad de preparaciones, las personas que más frecuentan el establecimiento ya conocen los sabores, olores y texturas de cada una de las preparaciones que disponen en el establecimiento, al mantener el mismo menú durante mucho tiempo esto puede generar cansancio entre las personas y dejar de frecuentar el establecimiento con la finalidad de buscar algún nuevo lugar el cual les brinde algo nuevo que ellos puedan disfrutar

Capacidad de respuesta, al ser un establecimiento con una afluencia moderada de clientes en horas pico, este tiende a perder un poco el orden lo cual retrasa las

acciones de los trabajadores del establecimiento, esto genera disgustos en los clientes debido a que sus órdenes demoran mucho o simplemente no se sienten escuchados.

Temperatura adecuada en los alimentos, existen momento en donde se presenta una inconformidad por parte de los clientes debido a que sus alimentos no se encuentran en las temperaturas adecuadas, por lo general estos tienden a enfriarse demasiado rápido.

Los procesos operativos de producción presentan ligeros aspectos que afectan negativamente a la calidad del producto final debido a ciertos complejos que se presentan al momento de manipular la materia prima como es el caso del almacenamiento y descongelación de la misma.

Lastimosamente por falta de espacio en las cámaras de frio, hay productos que no tienen una percha especifica lo cual hace que se la tenga que colocar en la percha de otro producto.

Al no utilizar las recetas estándar como es debido no se puede realizar una descongelación adecuada de los productos debido a que desconocen la cantidad total de materia prima que deberían descongelar para trabajar todo el día sin ningún inconveniente

**Objetivo específico 3:** El plan de mejora es una herramienta la cual va direccionada tanto a los procesos operativos y al servicio al cliente, debido a que busca reducir los efectos que ciertos aspectos negativos que el establecimiento pueden llegar a generar en un futuro, se centraron en las falencias que poseían un porcentaje mayor al 15% debido a que ya es una parte considerable de la muestra seleccionada para la presente investigación

### **Recomendaciones**

Proporcionar información sobre aspectos básicos de control de calidad y atención al cliente con la finalidad de mejorar los conocimientos que los trabajadores posean y mejorar tanto la producción y la atención que los clientes deben de recibir para garantizar su comodidad y un posible regreso al establecimiento

Los datos previamente obtenidos en la presente investigación deben ser socializados con todos los trabajadores del establecimiento Gastronómico BellaVista, con la finalidad de que conozcan las falencias y frotarles que poseen y así puedan tomar medias que les ayuden a crecer como buenos trabajadores y brindar una buena imagen del establecimiento

Entre las falencias a mejorar en el servicio al cliente:

Mejorar la decoración de los platos, para que sean más llamativos y atractivos a la vista, reducción de precios de la metería prima mediante nuevos acuerdos con distintos proveedores de materia prima, innovación de la carta, asignación de áreas para cada una del apersonas que trabajan en el establecimiento, control de temperatura mediante equipos específicos.

En los procesos de producción se encuentra:

Falta de espacio, se necesita reorganizar las cámaras para conocer las cantidades de materia prima que se dispone, aplicación de recetas estándar para conocer las cantidades adecuadas de materia prima que se necesita descongelar, revisión de facturas y platos más vendidos, con esto se podrá reorganizar

Falta de espacio, empezar a utilizar recetas estándar, estas no permitirán conocer la cantidad de materia prima que se necesita adquirir, a su vez nos permite saber cuánta materia prima vamos a utilizar para descongelar, por otro lado, la revisión de facturas ayuda a dar una aproximación optima de materia prima a descongelar, esto no solo ahorrará tiempo, también ahorrará espacio, dinero y reducirá los niveles de estrés por falta de productos.

Al momento de aplicar el plan de mejoras se debe de tomar en cuenta el factor tiempo debido a que no se lo puede implantar todo lo recomendado a la vez, es preferible ir poco a poco así los trabajadores no se sentirán tan estresados al momento de seguir el plan y se podrá llevar un mejor control de cada uno de los puntos mencionados en el plan de mejoras.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguirre. (2020). *Plan de mejora de los procesos operativos de cocina del establecimiento Comida Árabe Falafe*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Arias. (2016). *Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología de la científica*. Caracas: Episteme.

Arsuaga. (2020). *De esta pandemia sacaremos conclusiones para que no nos vuelva a pasar*. Recuperado de: <https://www.bbva.com/es/es/de-esta-pandemia-sacaremos-conclusiones-para-que-no-nos-vuelva-a-pasar-juan-luis-arsuaga/>

Borja, Carvajal y Vite. (2020). *Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad*: Revista espacios. <http://www.revistaespacios.com/a20v41n24/20412415.html>

Bustos y Navarrete. (2021). *Estrategias promocionales para la captación de clientes de emprendimientos gastronómicos en el sector del guasmo sur*. Universidad de Guayaquil.

Caicedo, (2021). *La cultura gastronómica del centro histórico de la ciudad de Quito como patrimonio alimentario*. Revista ECA Sinergia.

Cámara de Comercio de Quito. (2020). *Funcionamiento de locales y restaurantes en Quito durante la pandemia*. Quito, Pichincha, Ecuador.

Castillo, B. E., Gómez, R. J., Taborda, Q. L., & Mejía, M. A. (2021). *¿Cómo Investigar en la UNIBIE?* (Primera ed.). Quito: Qualitas.

Cruz. (2010). *Definición de un restaurante*. Revista editorial 2

Dittmer. (2002). *Clasificación de restaurantes capitulo II marco teórico*. Recuperado de: [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lhr/corro\\_a\\_gf/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/corro_a_gf/capitulo2.pdf)

García. (2004). *El cuestionario recomendaciones metodológicas para el diseño de cuestionario*. Recuperado de: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=-JPW5SWuWOUC&oi=fnd&pg=PA7&dq=que+es+el+cuestionario+&ots=fdAztpta8V&sig=zNLICWJBXeoWgg5wmkcJpHHI-M8#v=onepage&q&f=false>

Global Entrepreneurship Monitor. (2017). *GEM ECUADOR 2016 REPORT*. Recuperado de: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-ecuador-2016-report>

Gómez y Vivanco. (2021). *Plan Estratégico para el desarrollo del turismo gastronómico y sostenible en el Cantón Mocache de la Provincia de los Ríos*. Universidad de Guayaquil.

Hernández, S. R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixta*. México: Mc Graw Hill Education.

Hidalgo Luis. (2017). *La Cultura del Emprendimiento y su Formación*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador

Jauregui Andrade. (2021). *Emprendimiento Digital Gastronómico “Mis Recetas Favoritas” en el Contexto Covid-19*. Recuperado de: <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/3028>

Ozten y Manterola. (2017). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*. Recuperado de: [https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-95022017000100037&script=sci\\_arttext&tlng=pt](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-95022017000100037&script=sci_arttext&tlng=pt)

Oviedo (2005). *Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach*. *Revista Colombiana de Psiquiatría*. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S003474502005000400009](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S003474502005000400009)

Paz, García y Jesús, 2020. *Clasificación de un emprendedor*. Revista española

Pita. (2021). *Que es un restaurante*. Revista vista

Quiroa. (2019, 31 agosto). *Proceso operativo*. Economipedia. Recuperado: <https://economipedia.com/definiciones/proceso-operativo.html#:~:text=El%20proceso%20operativo%20es%20la,claves%20dentro%20de%20una%20empresa>

Reyes Leslie, (2020), *Alternativa sostenible del mercado vegano de emprendimiento gastronómico en la ciudad de Guayaquil*. Universidad de Guayaquil

Romero F. (2018). *La Gastronomía como Atractivo Turístico Primario en el Centro Histórico de Quito*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6828544>

Suárez, Quezada, Ruiz, Ronquillo De Jesús (2020). *Epidemiología de COVID-19 en México*: Revista Clínica Española.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0014256520301442>

Villacrés. (2020). *Análisis de la oferta gastronómica en la Ciudad de Babahoyo, para la propuesta de un Plan de mejora*. Universidad Técnica De Babahoyo.

Westreicher, G. (2020,7 agosto). Proceso. Economipedia.  
<https://economipedia.com/definiciones/proceso.html>

## ANEXO

### Anexo 1: Validación de los instrumentos

#### Experto 1

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR



### JUICIO DE EXPERTO

#### INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente a su apreciación según los criterios que se detallan a continuación.

| CRITERIOS   | APRECIACIÓN CUALITATIVA |       |         |            |
|---|-------------------------|-------|---------|------------|
|   | EXCELENTE               | BUENO | REGULAR | DEFICIENTE |
| Presentación del instrumento.                     |                         | X     |         |            |
| Pertinencia de las variables con los indicadores. |                         | X     |         |            |
| Desarrollo de la Operacionalización               | X                       |       |         |            |
| Relevancia del contenido.                         |                         | X     |         |            |
| Factibilidad de aplicación.                       | X                       |       |         |            |

#### Apreciación cualitativa:

---

---

---

#### Observaciones:

---

---

---







**JUICIO DE EXPERTO**

**INSTRUCCIONES:**

Coloque una "X" en la casilla correspondiente a su apreciación según los criterios que se detallan a continuación.

| CRITERIOS   | APRECIACIÓN CUALITATIVA |       |         |            |
|---|-------------------------|-------|---------|------------|
|   | EXCELENTE               | BUENO | REGULAR | DEFICIENTE |
| Presentación del instrumento.                     |                         | X     |         |            |
| Pertinencia de las variables con los indicadores. |                         | X     |         |            |
| Desarrollo de la Operacionalización               |                         | X     |         |            |
| Relevancia del contenido.                         |                         | X     |         |            |
| Factibilidad de aplicación.                       |                         | X     |         |            |

**Apreciación cualitativa:** El estudiante debe aumentar o hacer una comparativa con lo que dice el

Arcsa \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Observaciones:** \_\_\_\_\_ Revisar redacción

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



**INSTRUCCIONES:**

Coloque una "X" en la casilla correspondiente según su apreciación de cada ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que se detallan a continuación:

| Ítems | Claridad en la redacción |    | Coherencia interna |    | Inducción a la respuesta (Sesgo) |    | Lenguaje adecuado a la población |    | Mide lo que pretende |    | Valoración |                       |               | Observaciones |
|-------|--------------------------|----|--------------------|----|----------------------------------|----|----------------------------------|----|----------------------|----|------------|-----------------------|---------------|---------------|
|       | SI                       | No | SI                 | No | SI                               | No | SI                               | No | SI                   | No | Esencial   | Útil pero no esencial | No importante |               |
| 1     | x                        |    | x                  |    |                                  | x  | x                                |    | x                    |    | x          |                       |               |               |
| 2     | x                        |    | x                  |    |                                  | x  | x                                |    | x                    |    | x          |                       |               |               |
| 3     | x                        |    | x                  |    |                                  | x  | x                                |    | x                    |    | x          |                       |               |               |
| 4     | x                        |    | x                  |    |                                  | x  | x                                |    | x                    |    | x          |                       |               |               |
| 5     | x                        |    | x                  |    |                                  | x  | x                                |    | x                    |    | x          |                       |               |               |
| 6     | x                        |    | x                  |    |                                  | x  | x                                |    | x                    |    | x          |                       |               |               |
| 7     | x                        |    | x                  |    |                                  | x  | x                                |    | x                    |    | x          |                       |               |               |
| 8     |                          | x  | x                  |    |                                  | x  | x                                |    | x                    |    | x          |                       |               |               |



|     |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|-----|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| 9   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 10  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 11  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| n # |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Apreciación cualitativa: El estudiante debe aumentar más preguntas en el instrumento para obtener un buen diagnóstico \_\_\_\_\_

Observaciones: Hacer los cambios necesarios \_\_\_\_\_

Validado por: Mgst. Luis Llerena

Profesión: Ingeniero en gastronomía

Cargo que desempeña: Profesor a medio tiempo

Firma: \_\_\_\_\_

Fecha: 16/06/2022

## Anexo 2: Encuesta digitalizada clientes

### Encuesta para clientes

El motivo de la encuesta es para conocer su opinión sobre la calidad de servicio que recibe en el establecimiento

La infraestructura del establecimiento es óptima para el consumo de los alimentos



Varias opciones

Siempre



Casi siempre



A veces



Casi nunca



Nunca



Añadir opción o [añadir respuesta "Otro"](#)



Obligatorio



El establecimiento cumple con los parámetros de bioseguridad

Siempre

Casi siempre

A veces

Casi nunca

Nunca

Los baños se encuentran en óptimas condiciones

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

...

La atención por parte de los trabajadores es amigable

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

El emplatado de los productos es de su agrado

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

El precio va acorde a la calidad del producto

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

Existe diversidad de platos para el consumo

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

La capacidad de respuesta de las órdenes es eficaz y eficiente

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca



Los alimentos llegan con la temperatura correcta al momento del consumo

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

Cuentan con diferentes métodos de pago

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

### Anexo 3: Evidencia, numero de encuestados (clientes)

242 respuestas



No se aceptan más respuestas

Mensaje para los encuestados

Ya no se aceptan respuestas en este formulario

Resumen

Pregunta

Individual

## Anexo 4: Encuesta digitalizada trabajadores

### Encuesta Para Trabajadores

El motivo de la encuesta es para conocer el funcionamiento actual de los procesos operativos del establecimiento

El establecimiento adquiere materia prima de calidad

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

...

Los trabajadores conocen las temperaturas adecuadas para cada uno de los productos

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

Cada producto es almacenado dentro de una percha o zona específica para garantizar su salubridad

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

...

Al momento de utilizar los productos estos son descongelados adecuadamente

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

Utilizan receta estándar para la preparación de sus productos

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca





Se generan grandes cantidades de desperdicios al momento de tratar la materia prima

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

Utilizan utensilios adecuados para preparar los alimentos

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

Existe riesgo de la contaminación cruzada e el establecimiento

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

El tiempo de cocción de los alientos son los correctos

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

Los trabajadores están correctamente higienizados al momento de manipular los alimentos

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

### Anexo 5: Evidencia número de encuestados (Trabajadores)

7 respuestas



No se aceptan más respuestas



Mensaje para los encuestados

Ya no se aceptan respuestas en este formulario

Resumen

Pregunta

Individual

## Anexo 6: Evidencia aplicación de los instrumentos

