



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**GESTIÓN DE PROCESOS Y SERVICIO AL CLIENTE, SECTOR
GASTRONÓMICO RESTAURANT CHARITO, CANTÓN SANTA
ELENA, AÑO 2023**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR:

Emily Nathaly Solano Loachamín

LA LIBERTAD – ECUADOR

2024

Aprobación del profesor tutor

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, “**Gestión de Procesos y Servicio al Cliente, sector gastronómico restaurant Charito, cantón Santa Elena, año 2023**”, elaborado por el **Srta. Emily Nathaly Solano Loachamín**, egresado(a) de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de **Licenciado en Administración de Empresas**, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

Ing. Lorena Reyes Tomalá; PhD.

Profesor tutor

Autoría del trabajo

El presente Trabajo de Titulación denominado “**Gestión de Procesos y Servicio al Cliente, sector gastronómico restaurant Charito, cantón Santa Elena, año 2023**”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Emily Nathaly Solano Loachamín**, con cédula de identidad número **0928079128**, declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Atentamente



Solano Loachamín Emily Nathaly

C.C. No: 092807912-8

Agradecimiento

Agradezco infinitamente a Dios, cuyo apoyo y guía me han sostenido a lo largo de este arduo camino. A mi familia quienes han sido mi pilar fundamental con su amor incondicional, apoyo constante y motivación incansable. Sus palabras de aliento y su fe en mí me han dado las fuerzas necesarias para superar cada obstáculo. Agradezco personalmente a la propietaria del restaurant Charito, quien generosamente prestó su colaboración proporcionando toda la información necesaria para la realización de mi proyecto de titulación, su disposición y amabilidad fueron claves para el desarrollo de esta investigación.

Un agradecimiento especial a la Ing. Lorena Reyes Tomalá, quién fue mi tutora para este proyecto de titulación, por su invaluable guía y su paciencia durante todo el proceso. Su experiencia y dedicación fueron esenciales para la culminación exitosa de este trabajo. Asimismo, extendo mi gratitud al Ing. Fausto Calderón Pineda, quien me brindó información crucial para la corrección de mi tesis, su disposición para ayudar y compartir su conocimiento fue fundamental en este proyecto. A todos los docentes que participaron en mi formación académica, les agradezco profundamente por todos los conocimientos que me transmitieron.

A mi novio Bryan Zeus Lucas Barrezueta, mi más sincero agradecimiento por ser mi apoyo emocional durante todo este proceso, su comprensión y ánimo constante me han dado fuerza para seguir adelante en los momentos más difíciles durante este proyecto. Agradezco a todos mis compañeros, juntos hemos compartido conocimientos y experiencias.

Solano Loachamín Emily Nathaly

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado con mucho amor y gratitud a las personas más importantes de mi vida, quienes han sido mi fuente de inspiración y fortaleza en cada paso de este camino académico. A Dios por guiarme en el trayecto de mi vida, a mi mamá, Rosario Loachamín, y a mi papá, Claudio Solano, les dedico este trabajo con mucho agradecimiento, gracias por hacer posible mi acceso al estudio, por sus sacrificios y su apoyo incondicional, han sido el motor que ha impulsado cada paso, cada sueño que he aspirado. Sin su esfuerzo no habría podido alcanzar esta meta tan importante.

A mi hermana, Brigitte Solano, por ser parte esencial para mi formación académica, sus consejos, su apoyo y compañía han sido importantes para mi desarrollo personal como profesional. Gracias por estar siempre a mi lado y por compartir este viaje conmigo. A mi novio Bryan Zeus Lucas Barrezueta, dedico este trabajo con especial gratitud, por ser ese ejemplo claro de que se puede salir adelante a pesar de cualquier adversidad, su apoyo inquebrantable, amor y ánimo me han dado la fuerza para superar los momentos más difíciles. Este logro es tanto mío como de ustedes, siempre llevaré presente en mi corazón el agradecimiento por haberme acompañado en esta etapa importante de mi vida.

Solano Loachamín Emily Nathaly

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lcdo. José Xavier Tomalá Uribe, Mgs.

**Director de la Carrera
Administración de Empresas**

Ing. Fausto Calderón Pineda, MSc.

Profesor Especialista

Ing. Lorena Reyes Tomalá, PhD.

Profesor Tutor

Ing. Sabina Villón Perero, Mgs.

Profesor Guía UIC

Lcda. Julissa González González

**Secretaria de la Carrera
Administración de Empresas**

Índice General

Resumen.....	11
Abstract.....	12
Introducción	13
Capítulo I	21
Marco referencial	21
Revisión de la literatura	21
Desarrollo de teorías y conceptos	24
<i>Gestión de procesos</i>	24
<i>Servicio al cliente</i>	31
Fundamentos legales.....	36
Capítulo II.....	41
Metodología	41
Diseño de la investigación	41
Métodos de la investigación.....	42
Población y muestra.....	42
Técnicas e instrumentos de recolección de datos	43
Capítulo III.....	45
Resultados de discusión	45
Análisis de datos	45
<i>Análisis de entrevista</i>	45
<i>Análisis de encuestas a clientes:</i>	48
Resultados	62
<i>Resultados del primer objetivo específico.</i>	62
<i>Resultados del segundo objetivo específico.</i>	63
<i>Resultados del tercer objetivo específico</i>	63
<i>Resultados del cuarto objetivo específico</i>	63
Discusión.....	64
Conclusiones	66

Recomendaciones	67
Capítulo IV.....	68
Propuesta.....	68
Bibliografía	77
Apéndice	82

Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Población</i>	42
Tabla 2. <i>Muestra</i>	43
Tabla 3. <i>Género de los encuestados</i>	48
Tabla 4. <i>Edad de los encuestados</i>	49
Tabla 5. <i>Procesos de atención al cliente</i>	50
Tabla 6. <i>Tiempo de espera para ser atendido</i>	51
Tabla 7. <i>Claridad y precisión de la comunicación del personal</i>	52
Tabla 8. <i>Establecimiento y carta de productos visualmente atractivos</i>	53
Tabla 9. <i>Servicio del personal</i>	54
Tabla 10. <i>Equipo de trabajo comprometido con la satisfacción al cliente</i>	55
Tabla 11. <i>Calidad de los productos</i>	56
Tabla 12. <i>Tiempo de espera para recibir el pedido</i>	57
Tabla 13. <i>Experiencia en el restaurante</i>	58
Tabla 14. <i>Calidad del servicio total</i>	59
Tabla 15. <i>Quejas y reclamaciones manejadas adecuadamente</i>	60
Tabla 16. <i>Experiencia gastronómica</i>	61
Tabla 17. <i>Matriz FODA del restaurant Charito</i>	62
Tabla 18. <i>Programa de Capacitación</i>	71

Índice de Figuras

Figura 1.	<i>Sistema de gestión</i>	28
Figura 2.	<i>Documentos</i>	30
Figura 3.	<i>Género de los encuestados</i>	48
Figura 4.	<i>Edad de los encuestados</i>	49
Figura 5.	<i>Procesos de atención al cliente</i>	50
Figura 6.	<i>Tiempo de espera para ser atendido</i>	51
Figura 7.	<i>Claridad y precisión de la comunicación del personal</i>	52
Figura 8.	<i>Establecimiento y carta de productos visualmente atractivos</i>	53
Figura 9.	<i>Servicio del personal</i>	54
Figura 10.	<i>Equipo de trabajo comprometido con la satisfacción al cliente</i>	55
Figura 11.	<i>Calidad de los productos</i>	56
Figura 12.	<i>Tiempo de espera para recibir el pedido</i>	57
Figura 13.	<i>Experiencia en el restaurante</i>	58
Figura 14.	<i>Calidad del servicio total</i>	59
Figura 15.	<i>Quejas y reclamaciones manejadas adecuadamente</i>	60
Figura 16.	<i>Experiencia gastronómica</i>	61
Figura 17.	<i>Esquema de objetivos del restaurant Charito.</i>	69
Figura 18.	<i>Valores del restaurant Charito</i>	70
Figura 19.	<i>Organigrama del Restaurant Charito</i>	70
Figura 20.	<i>Flujograma – Gestión de atención al cliente</i>	72
Figura 21.	<i>Flujograma – Gestión de producción</i>	73
Figura 22.	<i>Flujograma - Proceso de Cobranza</i>	74
Figura 23.	<i>Flujograma – Gestión de Almacén</i>	75
Figura 24.	<i>Metas a alcanzar por objetivos con la implementación de la propuesta</i>	76

Índice de Apéndices

Apéndice 1.	<i>Matriz de consistencia</i>	82
Apéndice 2.	<i>Matriz de Operacionalización de Variables – Entrevista</i>	83
Apéndice 3.	<i>Matriz de Operacionalización de Variables – Encuestas a clientes.</i>	84
Apéndice 4.	<i>Solicitud de aprobación del tema.</i>	85
Apéndice 5.	<i>Solicitud de validación de instrumentos</i>	86
Apéndice 6.	<i>Informe de validación de instrumentos – Entrevista.</i>	87
Apéndice 7.	<i>Informe de validación de instrumentos – Encuesta.</i>	88
Apéndice 8.	<i>Certificado de validación de instrumentos</i>	89
Apéndice 9.	<i>Instrumentos de investigación – Entrevista</i>	90
Apéndice 10.	<i>Instrumentos de investigación – Encuestas</i>	91
Apéndice 11.	<i>Solicitud de Carta Aval a la propietaria del restaurant Charito</i>	95
Apéndice 12.	<i>Carta Aval por parte de la propietaria del restaurant Charito</i>	96
Apéndice 13.	<i>Certificado anti-plagio</i>	97
Apéndice 14.	<i>Cronograma de actividades.</i>	98
Apéndice 15.	<i>Evidencia de Entrevista</i>	99
Apéndice 16.	<i>Evidencia de Encuestas</i>	99
Apéndice 17.	<i>Tutorías</i> 100	



Gestión de Procesos y Servicio al Cliente, sector gastronómico restaurant Charito, cantón Santa Elena, año 2023”,

AUTOR:

Solano Loachamín Emily Nathaly

TUTOR:

Ing. Lorena Reyes Tomalá, PhD.

Resumen

La investigación desarrollada enfoca una temática sobre la gestión de procesos y servicio al cliente del restaurant Charito, los clientes en la actualidad buscan el mejor servicio, por tal motivo se exploran determinantes que puedan coadyuvar a plantear alternativas para la mejora sustantivas. Se planteó como objetivo general analizar la gestión de procesos y servicio al cliente del restaurant Charito, cantón Santa Elena. La metodología utilizada es una investigación tipo descriptiva, con un diseño no experimental, con enfoque mixto y método analítico e inductivo. La población estuvo conformada por el propietario al cual se le aplicó la técnica de la entrevista, a los empleados y clientes del restaurant Charito se tomó una muestra de 183 personas quienes fueron partícipes para que proporcionaran información importante mediante el instrumento de encuesta. El procesamiento de datos se realizó en el programa estadístico de SPSS que facilitó la comprensión de la información recolectada. Dentro de los resultados se presentan las falencias de los procesos, a pesar de que los productos ofertados son de alta calidad, el tiempo de espera prolongado entre otros factores influyen negativamente para la satisfacción de los clientes. Por tanto, se pudo evidenciar que procesos necesitan ser diseñados para la mejora de su gestión. En conclusión, se pudieron identificar los procesos del restaurant Charito que presentan falencias, se pudieron identificar el nivel de satisfacción de los clientes en la atención que reciben en el restaurant, además de diseñar la gestión de procesos de las áreas claves.

Palabras claves: *Gestión de procesos, Servicio al cliente, Diseño de procesos, Satisfacción.*



**Process Management and Customer Service, Gastronomy Sector Charito Restaurant,
Santa Elena Canton, Year 2023**

AUTHOR:

Solano Loachamín Emily Nathaly

TUTOR:

Ing. Lorena Reyes Tomalá, PhD.

Abstract

The research focuses on the topic of process management and customer service at the Charito restaurant. Nowadays, customers seek the best service, which is why determinants are explored that could contribute to proposing substantial improvement alternatives. The general objective was to analyze the process management and customer service of Charito Restaurant in Santa Elena Canton. The methodology used is descriptive research with a non-experimental design, mixed approach, and analytical and inductive methods. The population consisted of the owner, for whom the interview technique was applied, and employees and customers of Charito Restaurant, with a sample of 183 participants who provided important information through a survey instrument. Data processing was performed using the SPSS statistical program, which facilitated the understanding of the collected information. The results highlight process deficiencies; despite offering high-quality products, prolonged waiting times and other factors negatively impact customer satisfaction. Consequently, it was evident that processes need to be designed for improved management. In conclusion, the processes at Charito Restaurant that show deficiencies were identified, the level of customer satisfaction with the service received was assessed, and process management for key areas was designed.

Keywords: *Process management, Customer service, Process design, Satisfaction.*

Introducción

Si bien es cierto en el mundo moderno, la importancia del turismo gastronómico ha sido destacada por la Organización Mundial del Turismo. Se resalta como un componente esencial para la tradición y la identidad, y ofrece un alto potencial para la economía global. Gómez, (2018). La gastronomía se ha convertido en parte integrante del turismo, y no se trata sólo de la comida, sino también de la cultura, la historia y las tradiciones que hay detrás. El turismo es un factor destacado dentro del ámbito gastronómico, no sólo ayuda a promocionar la cocina y los ingredientes locales, sino que también apoya la economía local generando oportunidades de empleo e impulsando la industria hostelera.

Para garantizar el éxito del turismo gastronómico, las empresas deben centrarse en ofrecer una experiencia excepcional al cliente. Esto puede lograrse optimizando los procesos, como la planificación del menú, la preparación de los alimentos y la prestación del servicio. Al hacerlo, las empresas no sólo pueden mejorar la eficacia de sus operaciones, sino también la calidad de su servicio al cliente. La correcta gestión de los procesos se ha convertido en un requisito fundamental para la competitividad de las empresas. La gestión eficaz de los procesos se ha convertido en un factor clave para garantizar la experiencia del cliente. Por lo tanto, optimizar los procesos no sólo garantiza la existencia eficiente de procesos operativos, sino que también contribuye positivamente a mejorar el servicio al cliente.

La eficiencia operativa es un punto clave para cualquier empresa. Implica la gestión eficaz de los procesos, que puede ayudar a las organizaciones a optimizar sus operaciones, identificar áreas de mejora, eliminar redundancias y minimizar los residuos. De este modo, las empresas pueden hacer un uso más eficiente de los recursos de que disponen, lo que a su vez reduce los costes y aumenta la rentabilidad. Al estandarizar y controlar los procesos, las empresas garantizan la coherencia en la entrega de sus ofertas. Aplicando prácticas como la reingeniería de procesos, las empresas se ajustan rápidamente a las nuevas condiciones del mercado, a las demandas cambiantes de los clientes y a los avances tecnológicos.

En Ecuador, una excelente gestión de los procesos en las organizaciones es crucial para ofrecer un buen servicio al cliente en el sector gastronómico, lo que resulta esencial para el éxito y la competitividad. El crecimiento sostenido de la industria alimentaria y de servicios en el país ha llevado a la necesidad de que las empresas y organizaciones de este ámbito sean más eficientes y competitivas. Esto implica la mejora continua de los procesos administrativos y operativos para lograr la diferenciación y la satisfacción del cliente.

Según el Instituto Nacional de Encuestas y Censo INEC, (2023) en la Clasificación del Consumo Individual por Finalidades, se detalla que el gasto monetario en restaurantes y hoteles representa aproximadamente el 8% de los gastos más significativos. Esto indica la importancia de satisfacer las necesidades de los clientes para aumentar el consumo.

Es esencial comprender el impacto de estos sectores en la economía general del país. Las empresas deben centrarse en racionalizar sus operaciones y reducir las ineficiencias, dado que no sólo pueden reducir costes, sino también mejorar la calidad de sus productos y servicios, lo que en última instancia se traduce en una mayor satisfacción y fidelidad de los clientes.

Estos resultados ponen de manifiesto la importancia del sector servicios en la economía del país, en la que hoteles y restaurantes desempeñan un papel significativo como motor de crecimiento y desarrollo. Es importante señalar que la industria del turismo, de la que forman parte hoteles y restaurantes, contribuye de forma esencial al crecimiento económico de muchos países, incluido éste. En los últimos años, la industria turística ha experimentado un crecimiento significativo, con cada vez más personas que viajan por negocios y por ocio. Esto ha provocado un aumento de la demanda de hoteles y restaurantes, lo que ha dado lugar a la creación de nuevos puestos de trabajo y a la expansión de las empresas existentes.

Según el directorio global de empresas, indican que la provincia de Santa Elena está representada por el 17,4% de la industria gastronómica, el cual establece que restaurantes operan diariamente en la provincia. Cybo, (2023). Cabe señalar que es una contribución significativa al desarrollo social y económico de la provincia, es por ello que, los restaurantes desempeñan un papel crucial a la hora de proporcionar oportunidades de empleo, promover el turismo y generar ingresos. Se trata de una contribución significativa al desarrollo social y económico de la provincia, ya que los restaurantes desempeñan un papel crucial a la hora de proporcionar oportunidades de empleo, promover el turismo y generar ingresos.

La importancia de la gestión de procesos en los restaurantes de la provincia de Santa Elena es significativa en varios aspectos específicos que son exclusivos de este sector y región. La optimización de los recursos locales es un aspecto crucial de la gestión de procesos en los restaurantes. Santa Elena ha sido bendecida con una rica diversidad de mariscos frescos que pueden utilizarse para crear platos deliciosos propios de la región. Gestionando eficazmente estos recursos, los restaurantes pueden asegurarse de que se utilizan de forma óptima, reduciendo así el despilfarro y fomentando la sostenibilidad.

La gestión de procesos en restaurantes es crucial para optimizar recursos, reducir tiempos de espera, mantener la consistencia en la calidad del servicio y controlar costos, lo que mejora la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente. Además, asegura el cumplimiento de normas de seguridad alimentaria, facilita la escalabilidad y la innovación, y crea un ambiente de trabajo positivo, lo cual es vital para la motivación y retención del personal. En conjunto, estos factores contribuyen a la sostenibilidad y el éxito a largo plazo del restaurante.

Para el **planteamiento del problema** en el contexto internacional la gestión de procesos y servicio al cliente son áreas críticas que conlleva el éxito de las organizaciones independientemente del sector o en la industria en la que opera. Empresas líderes a nivel mundial han comprendido la importancia de optimizar sus procesos y brindar experiencias excepcionales a sus clientes, sin embargo, aún existen desafíos significativos que deben abordarse en este tema. Muchas empresas hoy en día presentan insuficiente cultura orientada a procesos lo cual genera ineficiencias, duplicidad y falta de coordinación en las diferentes áreas, lo que puede provocar desperdicios, retrasos y una experiencia deficiente para el cliente.

La gestión de procesos en el sector gastronómico ha sido un objeto de estudio debido al gran impacto en falencias en sus procesos operativos y la satisfacción del cliente. Para Medina et al., (2021) el éxito de toda organización va a depender de sus procesos empresariales en conjunto con sus estrategias, misión y objetivos, considerando la gestión de procesos como un sistema que ayude a incrementar la satisfacción del cliente la aportación de valor y la capacidad de respuesta. Muchas veces las estrategias no suelen ser las erróneas si no que no se aplica una buena gestión para su ejecución. Al mencionar esto se hace referencia que cuando no se realiza una correcta gestión de los procesos, no se podrán cumplir efectivamente la misión, visión y objetivos, la misma que ocasionará problemas en la organización.

La gestión de procesos lleva a cabo un sistema que integra la identificación y análisis de los procesos operativos de cualquier organización abarcando la implementación ejecución y mejora continua. Una correcta gestión es crucial para alcanzar los objetivos organizacionales y satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes. Por otra parte, a menudo las estrategias empresariales no fracasan debido a su validez, sino más bien a una incorrecta ejecución en la gestión de sus procesos. Es común que las organizaciones busquen eliminar defectos, mejorar y reducir los tiempos de entrega de sus productos o servicios. Para alcanzar estos fines es esencial comprender y luego modificar los procesos donde se presentan problemas de ineficiencia, defectos, insatisfacción o baja velocidad de producción.

En Ecuador el sector gastronómico ha tenido un crecimiento significativo los últimos años, impulsando de esta manera el turismo. Sin embargo, a pesar de este crecimiento, muchos establecimientos gastronómicos siguen teniendo dificultades para ofrecer un servicio al cliente eficaz, lo que puede obstaculizar el crecimiento general del sector turístico.

Esta variación en la calidad del servicio al cliente puede atribuirse a varios factores, como la formación inadecuada del personal y falencias en sus procesos. Estos problemas pueden dar lugar a una experiencia negativa para los clientes. Una gestión eficaz de los procesos es esencial para que cualquier empresa tenga éxito en el competitivo mercado actual. Implica la cuidadosa planificación, ejecución y supervisión de todos los procesos que intervienen en la entrega de productos o la prestación de servicios a los clientes.

La gestión de procesos es fundamental para asegurar el correcto desarrollo de las actividades que lleva a cabo una empresa. Cuando los procesos están bien gestionados, se garantiza que cada paso se lleve a cabo con eficacia, lo que reduce el riesgo de errores o retrasos en la producción de bienes o servicios. Además, una gestión eficiente de los procesos puede aumentar la calidad de los productos o servicios, lo que contribuye a la satisfacción del cliente. Hoy en día, los clientes son más exigentes que nunca y sólo esperan lo mejor de las empresas que frecuentan, exigen una entrega puntual, una calidad excepcional y un servicio personalizado.

En la provincia de Santa Elena, varios restaurantes se enfrentan a retos como definir claramente las competencias y responsabilidades del funcionamiento del restaurante, lo que en última instancia puede conducir a ineficiencias en la satisfacción del cliente. El restaurante "Charito", situado en Ballenita presenta falencias para gestionar correctamente sus procesos lo cual está causando problemas importantes en la gestión de sus procesos y la atención al cliente. Estas deficiencias se dan a **causa** de no tener correctamente gestionados sus procesos, inconsistencias en los tiempos de espera prolongados y dificultades para formar eficazmente al personal, falencias en la comunicación interna y el manejo de quejas de manera adecuadas.

A pesar de su consolidada reputación, el restaurante viene experimentando problemas recurrentes que traen como **consecuencia** la incorrecta eficacia operativa, insatisfacción de los clientes, disminución de la clientela, una reputación negativa y, en última instancia, pérdidas económicas para el establecimiento. La escasa información con la que cuenta para gestionar sus procesos dificulta la normalización y el mantenimiento de la coherencia en la ejecución de las tareas, dificultando las expectativas de servicio al cliente que se debe ofertar.

Para resolver estos problemas, el restaurante "Charito" necesita diseñar procesos claros que describan los procedimientos específicos que debe seguir el personal. Esto proporcionará una guía precisa, garantizando que todos los empleados comprendan sus responsabilidades y tareas. Además, servirá como una referencia esencial para la formación y desarrollo del nuevo personal, asegurando que estén bien preparados para ofrecer un servicio al cliente de alta calidad. Estos procesos no solo mejorarán la eficiencia operativa y la consistencia del servicio, sino que también contribuirán a un ambiente de trabajo más organizado y profesional, lo cual es fundamental para la satisfacción y retención tanto de empleados como de clientes.

De acuerdo con la información proporcionada la **formulación del problema** consiste en: ¿Cómo se aplica la gestión de procesos y servicio al cliente del sector gastronómico en el restaurant Charito, cantón Santa Elena, año 2023?

De tal manera que se detallan las siguientes interrogantes que forman parte de la **sistematización**:

- ¿Cuál es la situación actual de la gestión de procesos en el restaurant Charito?
- ¿Qué procesos desarrolla el restaurant Charito?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los clientes del restaurant Charito para la mejora en sus procesos?
- ¿Diseñar la gestión de procesos contribuye al servicio al cliente en el restaurant Charito del cantón Santa Elena?

De acuerdo con las interrogantes planteadas, se establece el **objetivo general**: Analizar la gestión de procesos y servicio al cliente del restaurant Charito del cantón Santa Elena.

En relación con el objetivo general se establecen los siguientes **objetivos específicos** que servirán como base para el cumplimiento de la meta:

- Diagnosticar la situación actual de la gestión de procesos del restaurant Charito del cantón Santa Elena.
- Identificar el desarrollo de los procesos en el restaurant Charito.
- Identificar la satisfacción de los clientes del restaurant Charito para la mejora en la gestión de procesos.
- Diseñar la mejora de procesos que contribuya la optimización de gestión de procesos y el servicio al cliente.

La investigación se justifica teóricamente mediante una sólida base de fundamentos académicos y razones de gran relevancia. Los resultados que se obtuvieron provienen de una amplia variedad de fuentes, incluyendo libros, artículos y otros trabajos referenciados, como revistas científicas obtenidas a través de plataformas como Scopus, Mendeley y Redalyc. Estas fuentes fueron seleccionadas rigurosamente para asegurar la calidad y la pertinencia de la información. Los libros y artículos revisados proporcionan un contexto histórico y conceptual esencial, mientras que las revistas científicas ofrecen las investigaciones más recientes y avanzadas en el campo. Las tesis universitarias

Adicionalmente, se han utilizado libros de acceso libre disponibles en distintos sitios web, documentos como tesis de diversas universidades que aportan estudios de caso y análisis detallados que enriquecen la comprensión del tema desde perspectivas diversas y actualizadas. Todos estos documentos constituyen una base robusta que sustenta la revisión literaria de esta investigación, proporcionando un marco teórico bien fundamentado y relevante para el desarrollo del estudio. Esto asegura que la investigación no solo esté bien informada y actualizada, sino que también esté anclada en una amplia gama de conocimientos académicos.

Las organizaciones participan en una amplia gama de actividades que están interconectadas para proporcionar servicios y productos a sus clientes. Estas actividades son esenciales para el buen funcionamiento de la organización y la consecución de sus objetivos. Por tanto, es crucial comprender, modelar y documentar estas actividades, tareas y procesos para garantizar que la organización funcione de forma óptima Barrera et al., (2018).

La documentación de los procesos y actividades es esencial para la gestión del conocimiento y el aprendizaje organizativo. Ayuda a mejorar la calidad de los servicios y productos que ofrece la organización al proporcionar una comprensión clara de los procesos que intervienen en el restaurante. La Gestión por Procesos es un enfoque estratégico que pretende mejorar el rendimiento de la organización logrando mayores niveles de satisfacción de los usuarios. Esta metodología hace hincapié en la importancia de reducir los costes internos innecesarios, eliminar las actividades sin valor añadido, acortar los plazos de entrega, mejorar la calidad y aumentar el valor percibido por los usuarios. Mediante la Gestión por Procesos, una organización puede racionalizar sus operaciones y obtener una ventaja competitiva en el mercado Riquelme & Pelagatti, (2019).

La Gestión de Procesos permite a las organizaciones fomentar la colaboración, la comunicación y la mejora continua entre los equipos, lo que conduce a un flujo de trabajo más eficiente y eficaz. La gestión de procesos y la satisfacción del cliente son dos de los pilares fundamentales para cualquier negocio. Para que una empresa pueda tener éxito y sostenibilidad a largo plazo, es necesario que se presten especial atención a estos aspectos.

En este sentido, la **justificación práctica** se fundamenta en la necesidad de mejorar la gestión eficiente de procesos como clave para su eficiencia operativa. Esto implica enfrentar desafíos tanto en la gestión interna como externa de los procesos. Si se logra mejorar la eficiencia en estos aspectos, se podrán reducir los tiempos de espera prolongados, los errores en los pedidos y las falencias en la calidad del servicio al cliente.

Para lograrlo, es fundamental contar con el diseño de la gestión de procesos que proporcione una guía clara para el personal. De esta forma, se podrán optimizar las operaciones de los procesos y minimizar los errores al establecer procedimientos claros y estándares de calidad para el servicio al cliente. Esto, a su vez, mejorará la rentabilidad del restaurante. Al mejorar su gestión de procesos y servicio al cliente no solo aumentará la probabilidad de que exista una viabilidad comercial, sino que también generará empleo y promoverá una imagen positiva del sector gastronómico local.

Por ende, la **idea defender** consiste en: Diseñar la gestión de procesos en el restaurant Charito del cantón Santa Elena mejora la eficiencia de los procedimientos y la calidad del servicio al cliente.

El **mapeo** consta de cuatro capítulos, con el fin de presentar de manera ordenada y contextualizada la información de manera clara y precisa para la comprensión de esta, los cuales se distribuyen de la siguiente manera:

En primer lugar, el **Capítulo I**, corresponde al *Marco referencial* en el cual se presenta la revisión de la literatura, en donde se establecen los trabajos previos de índole nacional e internacional, además se presenta el desarrollo de teorías y conceptos de las variables, dimensiones e indicadores en la cual varios autores aportan sobre las mismas.

En el **Capítulo II**, se presenta la *Metodología* que se aplicó en este trabajo de investigación, la población a estudiar para la implementación del diagnóstico, la recolección de información y la utilización de técnicas e instrumentos para el procesamiento de datos, los cuales serán útiles para abordar la problemática.

El **Capítulo III**, se denomina *Resultados y Discusión en esta última parte se* presentan los análisis e interpretaciones de los resultados que se obtuvieron mediante los instrumentos de recolección de datos, mediante aquello se realizó la discusión tomando como base los artículos y tesis que se describieron en la revisión de la literatura, además, se detallaron las conclusiones y recomendaciones.

Por último, el **Capítulo IV**, en esta sección se da a conocer la *Propuesta*, se presenta la justificación de este, objetivos para el restaurant, los flujogramas para la mejora de sus procesos y acciones requeridas que son las capacitaciones que el personal debe acatar.

Capítulo I

Marco referencial

Revisión de la literatura

En el artículo de Avendaño et al., (2023) publicado en Buenos Aires y denominado " Gestión por Procesos para la Calidad del Servicio de una PYME del Sector Gastronómico" tuvo como objetivo determinar la influencia de la implementación de la Gestión por procesos en la Calidad del servicio del Restaurante Samurái. Este establecimiento presentaba problemas en el desarrollo de sus procesos, como deficiencias en la atención al cliente, procesos no estandarizados ni eficientes, mal uso de los tiempos y falta de conocimiento, lo que conllevaba a un desarrollo inadecuado de los procesos y clientes insatisfechos. La metodología empleada fue de tipo aplicada, prospectiva, longitudinal, explicativa y de diseño experimental preexperimental. Se aplicó un cuestionario SERVQUAL a una muestra de 260 clientes, además de una entrevista al Gerente General y observaciones no participantes. Inicialmente, el grado de realización de los procesos era de 66.17% (pre-test) y la satisfacción del cliente era de 58.40%. Después de implementar la Gestión por procesos, se obtuvo un grado de realización de 82.94% (post-test) y un aumento del 12% en la satisfacción del cliente (65.40%). Además, disminuyeron los tiempos de los procesos de atención al cliente, producción y cobranza. Se determinó, mediante la prueba de Wilcoxon, que la implementación influyó significativamente en la Calidad del servicio ($p=0.000<0.05$). La evaluación económica arrojó un VAN de S/. 14,254, una TIR de 71.09% y un índice B/C de 1.84, concluyendo la viabilidad del proyecto.

Mientras tanto Florián et al., (2022) en el artículo "Gestión por Procesos para la Satisfacción del Cliente en una Empresa de Servicios Pyme". La investigación fue realizada en Perú, teniendo como objetivo, demostrar la influencia de la implementación de la gestión por procesos en la satisfacción del cliente en una MYPE de servicios, empleó una metodología aplicada con un enfoque mixto y una estrategia de intervención experimental longitudinal Pretest - Post test. Se identificó como problema la falta de procesos definidos, lo que generaba retrasos en la reparación de vehículos, insatisfacción en los clientes, falta de registro de vehículos reparados, control inadecuado del tiempo de atención al cliente y falta de personal para la recepción de clientes. La población incluyó todos los procesos de la organización y 20 clientes corporativos, con muestreo no probabilístico para los procesos relacionados y por conveniencia para los clientes encuestados. Los resultados mostraron una reestructuración de

procesos clave, diseño de un modelo de gestión por procesos, mejora en la atención al cliente, reparación de vehículos, proceso de pago y compra de repuestos, así como un aumento en la satisfacción del cliente. Las conclusiones resaltaron el impacto positivo en la satisfacción del cliente, mejorando la calidad del servicio y la competitividad de la empresa en el sector automotriz. Se recomienda continuar con la implementación y seguimiento de la gestión por procesos, junto con la evaluación periódica de la satisfacción del cliente para mantener y mejorar los estándares de calidad en la empresa.

Por otro lado, Sandoval & Cáceres, (2021) en su artículo titulado "Influencia de la comunicación interna y la gestión por procesos en el servicio al cliente en la empresa Nick Manager Solutions SAC, distrito de San Miguel, 2020" aborda el problema de cómo la comunicación interna y la gestión por procesos afectan la satisfacción del cliente en dicha empresa. El objetivo general es analizar esta influencia en la satisfacción del cliente. La metodología utilizada incluyó un análisis detallado de la comunicación interna y la gestión por procesos, con una muestra de 90 personas (45 clientes y 45 trabajadores) para recopilar datos relevantes. Los resultados destacaron la importancia de una comunicación interna efectiva y una gestión por procesos adecuada en la mejora de la satisfacción del cliente, identificando áreas de mejora en elementos tangibles, fiabilidad del cliente y capacidad de respuesta. En conclusión, se recomienda implementar estrategias para mejorar la comunicación interna y optimizar los procesos internos para lograr una mayor satisfacción y fidelización de los clientes en Nick Manager Solutions SAC.

La tesis desarrollada por Saltos & Pérez, (2020) "Análisis y propuesta de mejoramiento de procesos en la empresa Restaurante la Cañita", publicada en Quito, tuvo como objetivo proponer un modelo de gestión para mejorar los procesos del restaurante. Se identificó la falta de parámetros e indicadores para medir la productividad y calidad en empresas de alimentos y bebidas, incluyendo La Cañita. La metodología utilizada fue deductiva, sintética y analítica, analizando la eficiencia y capacidades de gestión de La Cañita a través de matrices y escalas de valoración. La población de estudio incluyó los recursos, capacidades y procesos del modelo de gestión vigente en el restaurante. Los resultados obtenidos incluyeron la identificación de capacidades, evaluación de eficiencia y propuesta de un modelo de mejora. Se concluyó que la mejora continua es fundamental para la competitividad y permanencia en el mercado, recomendando la implementación del modelo propuesto para generar cambios significativos en empresas del sector de alimentos y bebidas, como La Cañita.

La tesis realizada por Riquelme & Pelagatti, (2019) se titula "Gestión por Procesos y la Satisfacción de los Cliente en el Restaurante El Criollazo ubicado en San Martín de Porres, Lima - 2019 " fue desarrollada en Lima, Perú, con el objetivo de abordar los desafíos de eficiencia operativa y satisfacción del cliente en el restaurante El Criollazo. La investigación se centró en implementar la gestión por procesos como estrategia para mejorar la eficiencia interna y la experiencia del cliente. Para lograr este objetivo, se utilizó una metodología descriptiva-correlacional que combinó técnicas cualitativas y cuantitativas. Se realizaron encuestas a los clientes para evaluar su nivel de satisfacción antes y después de la implementación de la gestión por procesos. Los resultados obtenidos mostraron una mejora significativa en la eficiencia de los procesos internos del restaurante, lo que se tradujo en una mayor rapidez en la atención y en la calidad de los platos servidos, impactando positivamente en la satisfacción de los clientes. En conclusión, la investigación demostró la efectividad de la gestión por procesos para optimizar la operatividad de un restaurante y mejorar la experiencia del cliente. Se recomendó a El Criollazo mantener un seguimiento continuo de los procesos implementados para garantizar la excelencia en el servicio ofrecido y mantener su competitividad en el mercado gastronómico.

La tesis realizada por Canales & Mendoza, (2022) se titula "Gestión de Procesos para mejorar la calidad de servicio al cliente de la empresa Emapa Huaral, 2022" publicada en Lima – Perú, tuvo como problema evaluar de qué manera la Gestión de Procesos mejora la calidad del servicio al cliente en dicha empresa. El objetivo general fue implementar la Gestión de Procesos para mejorar la calidad del servicio. La metodología que emplearon fue de tipo aplicada, con enfoque cuantitativo y diseño preexperimental. La población fue de 15000 usuarios y 4 procesos de calidad de servicio, tomando una muestra de 384 usuarios. Se utilizaron técnicas como encuesta, entrevista y observación, con instrumentos como cuestionario y guía de observación. En los resultados se encontró que antes de aplicar la gestión de procesos, la calidad del servicio era muy mala en 26.3%, buena en 1.8% y excelente en 1.3%. Después de aplicar la gestión de procesos, la calidad mejoró a muy mala en 0.5%, mala en 2.1%, regular en 2.6%, buena en 38.3% y excelente en 56.5%. Se concluyó que la implementación de la gestión de procesos mejoró significativamente la calidad del servicio en general, así como en las dimensiones de tangibilidad, capacidad de respuesta, fiabilidad, seguridad y empatía. Se recomendó establecer lineamientos adecuados integrando la gestión de procesos en la planificación estratégica, desarrollar una escala de calidad de servicio, capacitar al personal en atención al cliente y difundir el proceso de reclamos y quejas.

Desarrollo de teorías y conceptos

Gestión de procesos

El enfoque de la gestión de procesos resultan ser las actividades que sirven como guía para hacer que las cosas surjan de manera efectiva en la empresa, es decir, es una metodología que utilizan las empresas para crear valor en las operaciones diarias del negocio, por ende, se enfoca en gestionar, supervisar y optimizar los procesos de cada área de la empresa de manera continua para satisfacer las expectativas del cliente. Avendaño et al., (2023).

La gestión de procesos es un punto clave en cualquier empresa, ya que garantiza que todas las áreas trabajen de manera sincrónica para que se puedan cumplir los objetivos del negocio y la satisfacción del cliente. Estos procesos también requieren de la implementación de subprocesos que serán útil para completar la ejecución de cada uno de ellos, lo que permite una alineación tanto interna como externa para los procesos productivos. Gutiérrez et al., (2022).

Los procesos en la administración son una herramienta clave para las empresas que buscan mejorar su eficiencia y efectividad en las actividades diarias, lo cual les permitirá a las empresas poder identificar, analizar, mejorar y monitorear continuamente los procesos de su negocio. Se basa en la idea de que los procesos son el corazón de cualquier empresa y deben ser administrados de manera efectiva para lograr una mayor efectividad. Malinova, (2015).

Son un conjunto de actividades interrelacionadas que se llevan a cabo para generar un entregable para un cliente interno o externo a la organización en el cual estas actividades son esenciales para la generación de los productos y servicios propios de cada entidad por ende es importante tener en cuenta que cada proceso debe estar diseñada de manera eficiente para cumplir con las necesidades del cliente y mejorar así la calidad del producto o servicio que se está ofertando Álvarez, (2017).

La gestión de procesos es imprescindible para las compañías ya que les ayuda a reconocer y optimizar los procesos organizativos con el fin de alcanzar la satisfacción del cliente. Por lo tanto, es importante que la organización tenga claridad en sus estrategias y que todos los miembros la apoyen, siendo los especialistas en proceso los encargados de facilitar estas actividades. Cuando se manejan adecuadamente los procesos las empresas pueden implementar diversas acciones que les permiten priorizar al cliente, considerar su propósito de existencia y satisfacer las necesidades de los clientes internos lo cual incluyen a la dirección, los participantes del proceso y los usuarios Bravo, (2013).

Organización horizontal. Se resalta que los procesos ya no se limitan a ser verticales y aislados en una única área de la empresa, esto se debe a que en las áreas lo que existe son partes de un proceso que deben estar integradas con las demás para lograr la eficiencia y eficacia en la organización. Así que se reconoce que ahora las limitaciones se han eliminado y los procesos se extienden horizontalmente en toda la organización lo cual facilita la colaboración y la interconexión entre las distintas áreas y asimismo se asegura una administración de procesos efectivos Bravo, (2013).

La organización horizontal es precisa y factible para crear beneficios en las organizaciones con el apoyo de las tecnologías de la información. Este resulta ser un enfoque que no solo mejora la eficiencia operativa si no también mejora la eficacia de los demás procesos. La clave está en la flexibilidad y agilidad que las personas apliquen en la organización para adaptarse a los cambios continuos que pueden surgir y aprovechar en su momento las oportunidades Pardo & Gil, (2019).

Por otra parte, la organización horizontal proporciona una estructura o un modelo que promueve la autonomía, el empoderamiento y la motivación de los empleados que conforman una organización, de tal forma que estos se puedan alinear con los objetivos generales para el cumplimiento de estos. Existen claves del éxito que radican en sostener la comunicación transparente entre quienes integren cada proceso, fomentando una cultura de confianza y proveer herramientas necesarias para que se puedan tomar decisiones informadas. Alas et al., (2012).

Rediseño. La importancia de poder planificar un rediseño en los procesos radica en la capacidad de prever y controlar los cambios del futuro con el objetivo de fomentar un desarrollo sostenible y organizado, si no se planifica adecuadamente el rediseño podemos causar impactos irreversibles. El rediseño lleva a cabo acciones concretas para alcanzar un objetivo específico o un equilibrio entre varias metas y objetivos además que es un proceso que vincula decisiones y acciones para lograr este propósito Sosa, (2022).

El rediseño es esencial en las compañías que deseen implantar cambios, porque ayuda e implementan acciones para situaciones que se consideren de emergencia. Además al planificar un nuevo rediseño en los procesos de la empresa se puede alcanzar objetivos con mayor tranquilidad, ya que se pueden identificar posibles errores y ventajas en la realización de un proyecto Jaramillo & Tenorio, (2019).

Es un proceso de reorganización de las actividades que conllevan el proceso que realiza una organización, implica una recreación radical de los sistemas de la empresa para obtener mejoras significativas en la rentabilidad, productividad, tiempo de respuesta y calidad en un corto período de tiempo. Es un enfoque que no siempre será necesario o exitoso ya que es un proceso fuerte. Es decir que ya no es suficiente buscar mejoras continuas ya que el rediseño es un cambio de carácter cualitativo que afectará a toda la empresa. Ospina, (2006).

El rediseño abarca ir desde el inicio que se dan las cosas, por lo tanto, cuando se requiera implantar el cambio se deberá dar a conocer al factor humano para su preparación al afrontar los cambios. Se debe dar el análisis de los procesos para contemplar los avances y se da la implantación para evaluar los cambios en el proceso. Escalera et al., (2008).

Implante al cambio. Las medidas de cambio que toman las empresas, cómo reducir el personal, simplificar las estructuras, optimizar procesos o estandarizarlos, mejorar continuamente, aplicar la gestión de calidad, automatizar y empoderar son partes del cambio, aunque estas acciones pueden formar parte de una reingeniería adecuada no son comparables con ella. Una forma de acelerar los cambios y fomentar la innovación es implementar la organización de aprendizaje rápido. Ospina, (2006).

Se determina como un cambio drástico que surge en algún proceso de la Organización, es decir van a ser reestructurados a fin de que existan mejoras, además es delimitado como un modelo que utilizan los negocios para aplicar técnicas que los miembros que involucran el proceso deberán emplear, teniendo como fin mejorar y crear un nuevo diseño para la mejora del servicio al cliente. Rafoso & Artiles, (2011).

La importancia del cambio se da mediante la flexibilidad y la adaptabilidad y la capacidad de cómo está da una actualización continua en respuesta a los cambios que se dan en las áreas o procesos que implantarán cambios. 1 de los elementos es la parte tecnológica que es crucial para el implante al cambio ya que en una organización que pueda adaptarse fácilmente a nuevas tecnologías y procesos estará mejor posicionada para mantener su competitividad y eficiencia. Alas et al., (2012).

El implante al cambio no solo trata simplemente de optimizar lo que ya está en marcha, sino que radica en la capacidad que tiene una empresa para poder innovar y transformar sus procesos. Lo cual va a requerir que se desvincule de los procesos establecidos anteriormente y explore nuevas posibilidades que resultarán de manera drástica pero beneficiosa para los procesos. Aleksic, (2018).

Reingeniería. La reingeniería es la respuesta a las ineficiencias que existen en los procesos empresariales, de tal forma que promueven un replanteamiento y un rediseño radical, se da con el fin de que mejoren aspectos críticos como costo, calidad, servicio y velocidad, para el aumento de la eficiencia y mejorar la calidad en todos sus procesos organizacionales y generen valor agregado para los clientes. La empresa también tiene beneficios como reducción de costos y menos desperdicios de materia prima y tiempos de ejecución de cada proceso en las diferentes áreas. Contreras & Lizcano, (2019).

La reingeniería integrada a las tecnologías de la información resultan ser dos enfoques complementarios que pueden transformar de manera radical los procesos de las organizaciones. Al existir un vínculo en los procesos anteriormente aislados y realizar una revisión y el rediseño principal de los procesos, las organizaciones pueden crear mejoras en la eficiencia, la calidad del servicio y la rapidez. Aleksic, (2018).

La reingeniería se resalta como un proceso de cambio que da respuesta a los desafíos de cualquier organización de tal manera que optimiza los procesos e implica que los gerentes deben empezar de cero para replantear cómo hacer el trabajo, cómo deben interactuar la tecnología y las personas y cómo reestructurar completamente las organizaciones. Por ende, es imprescindible que los gerentes pueden tomar decisiones fuertes para reemplazar procesos ineficientes que puedan entorpecer la productividad y no añaden valor en los productos y servicios para satisfacer a los clientes. Ospina, (2006).

Reingeniería puntual. Es aquella que se enfoca específicamente en un proceso que se requiere mejorar, tiene como planteamiento principal lograr identificar el proceso que se va a cambiar, es decir que existirá una transformación en sus procesos. Para que se pueda lograr dicha meta, la organización debe olvidarse del proceso actual y generar un proceso nuevo, lo que implica reinventar el diseño del proceso Escalera et al., (2008).

Reingeniería dinámica. También conocida como la dinámica de sistema, es una metodología que describe cómo las fuerzas internas son los que generan los cambios, en base a lo expuesto se construyen modelos dinámicos para predecir los cambios a largo plazo. Se debe observar el comportamiento del proceso real para luego identificar los elementos principales, luego se busca estructuras que contribuyan a la mejora del proceso, por consiguiente se da la nueva estructura para el proceso y finalmente se valida Hasdiana, (2018).

Identificación del proceso. Al identificar se hace énfasis que, se define y analiza los procesos de una organización, por lo general muchas veces resulta complicarse al involucrar los elementos de entrada y salida en cada actividad realizada en los distintos departamentos de una organización. La mayoría de estas actividades departamentales involucran sistemas de información compleja en manuales o automatización. Aparecida et al., (2019).

Identificar los procesos resulta crucial para la su ejecución correcta. Se determina el nivel de atención que se les otorga y estos resultan ser clave para que reciban mayor cuidado en sus recursos, ya que al ser responsable de elaborar y ofrecer servicio de alta calidad al cliente. Identificar los procesos erróneamente podría llevar a una asignación ineficiente de sus recursos y atención. Bowles & Gardiner, (2018).

La identificación del proceso varía de manera amplia, este abarcará todos los niveles, desde los superiores hasta funciones operativas específicas. Es primordial que el enfoque sea en los procesos que generen valor, en lugar de centrarse en actividades que sean ejecutadas de manera individual. De tal forma que se resalten actividades que trabajen en equipo, facilitando una colaboración más estrecha y gestión más coherente y eficaz. Aleksic, (2018).

Usualmente los procesos son clasificados de acuerdo con su propósito, uno de ellos es la clásica en la cual se ordena los procesos como estratégicos o también conocidos como procesos gerenciales en la que pertenecen a la dirección. La operativa que se da como proceso de negocio, productivos, nucleares, específicos entre otros. Estos procesos son propios de cada negocio o de cada organización, y por último están los de soporte que también son conocidos como procesos de apoyo. Álvarez, (2017).

Figura 1.

Sistema de gestión



Nota: Procesos para el sistema de gestión. Álvarez, (2017).

Responsable. Es la persona protagonista la compañía con más de 10 años de experiencia en diferentes roles lo que le da un conocimiento general de la empresa y le permite establecer relaciones personales en todas las áreas. Él es el encargado de encontrar la solución al problema planteado por el comité ejecutivo del cambio es decir es el responsable de definir los objetivos de plan de mejora y supervisar el éxito, esta persona demuestra la importancia del proceso de cambio y el compromiso de la dirección para lograr un buen resultado Grouard & Meston, (2017)

En una organización pueden haber un responsable para un área en específico o puede estar integrado por un grupo de personas que integran la organización en la cual deberán cumplir roles, responsabilidades y autoridades necesarias para coordinar el trabajo de todos los demás integrantes ejecutándolo de manera correcta para que se pueda cumplir eficazmente las actividades que se designaron Álvarez, (2017).

La persona encargada del rol que se designe en una área o actividad de un proceso es un ejecutivo responsable de asegurar que el proceso funcione correctamente desde el principio hasta el final. Tiene la capacidad de realizar cambios en el diseño del proceso y supervisar los indicadores, especialmente para mejorar la satisfacción del cliente, mejorando actividades e implementando cambios y tomando decisiones Bravo, (2013).

Recursos. La gestión de los recursos es de vital importancia para que el éxito en la organización exista y pueda ser competitiva en el mercado actual. Las empresas que invierten en atraer y desarrollar los talentos suelen ser más capaces para enfrentar cambios en el mercado y se caracterizan por ser empresas innovadoras y productivas, además, implementan estrategias que involucran todos sus recursos para mantenerse posicionadas. González & Carrillo, (2022).

Se pueden dar de distinta naturaleza como: personas, materia prima, maquinaria, infraestructura, capital y conocimiento. Dicho esto, las personas son el recurso principal porque imparten carácter a la organización. Por ende, es importante destacar que el grupo de personas son los factores claves para que una organización cumpla con sus actividades. Álvarez, (2017).

El manejo eficiente de los recursos empresariales se refleja como la rentabilidad sostenida en la gestión organizacional, la empresa que aprovecha sus recursos y capacidades de los talentos, tanto tangibles como intangibles, tendrá un excelente desempeño en sus actividades y estarán acorde a sus objetivos estratégicos, permitiendo a la organización diferenciarse y adaptarse a cambios del entorno. Fernández & Rocha, (2017).

Para el logro del éxito duradero, toda organización debe explotar sus recursos y capacidades, de tal forma que puedan generar nuevos recursos y capacidades y logren adaptarse a los cambios, fomentando una cultura de innovación, creatividad, aprovechamiento continuo y la ventaja competitiva sostenible. Los recursos y capacidades de una organización apoyan a la implementación de las estrategias y a la gestión de los objetivos. Sanchez & Herrera, (2016).

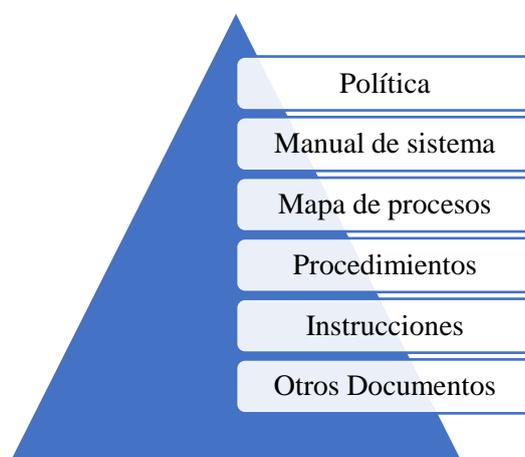
Duración. La duración de procesos se refiere a los tiempos que se identifiquen en los procesos de una organización determina que tan efectivos serán para la obtención de beneficios. Este aspecto es crucial para la planificación y gestión de recursos, así como para la entrega oportuna de productos o servicios. Resulta un indicador clave para la efectividad organizacional y la optimización de recursos. Benavidez et al., (2019)

Es el periodo durante el cual se lleva a cabo una actividad o también conocida como tiempo de duración. Representa una herramienta útil para medir la duración de las actividades del proceso, así como para identificar quienes la realizan y cuánto tiempo les toma, la duración del ciclo del proceso se define como la suma de los tiempos de duración de cada actividad y los tiempos de espera. Bravo, (2013).

Documento. Son Papeles que pueden estar en formato físico o digital en la cual se detalla información necesaria para llevar a cabo procesos y funcionamiento dentro de la organización, entre estos documentos pueden ser de política, manual de sistema, mapa de procesos, procedimientos, instrucciones entre otros, de tal forma que resultan principales para que se pueda garantizar la eficiencia y el funcionamiento preciso y correcto de las actividades Álvarez, (2017).

Figura 2.

Documentos



Nota: Tipos de documentos. Álvarez, (2017)

Servicio al cliente

Cuando una empresa pone como prioridad a sus clientes directamente ya están brindando el servicio de atención efectivo, estas personas son un conjunto de beneficiarios que esperan algo a cambio. De tal forma que el servicio de atención al cliente tiene como objetivo ir más allá de sus expectativas, proporcionando un servicio satisfactorio y de alta calidad. (Avendaño et al., (2023).

El servicio al cliente considera las evidencias físicas, la capacidad de respuesta y la empatía. Se representa precisamente por la percepción que el cliente tiene del producto o servicio que está adquiriendo. Lo cual no solo incluye la calidad intrínseca del producto o servicio, sino también sus características físicas y el valor percibido con relación al precio que está pagando el cliente. Pincay & Parra, (2020).

El servicio al cliente está directamente relacionado con la cultura que representa a las entidades, de tal manera que es la responsabilidad que desempeñan todos los miembros de la organización, es esencial que identifiquen factores que pueden influir de manera crítica el éxito. Este enfoque resalta el compromiso de cada trabajador para que realice las tareas correctamente, su compromiso genuino y su colaboración activa fortalece el desempeño organizacional y la satisfacción del cliente. Morales, (2019).

La empresa debe asegurarse de que el cliente pueda obtener lo que necesita cuándo y dónde lo necesita, por tal motivo es imprescindible resaltar que el servicio al cliente es un activo importante en el marketing actual, al hacer las cosas bien ayuda al emprendedor alcanzar sus objetivos, desempeñando correctamente las actividades y generando la efectividad en cada área y la organización en general, por ende, al realizar las actividades correctamente se proporciona un servicio eficaz. Blanco & Lobato, (2011).

El servicio al cliente se presenta como una acción para generar ventas vitales, de manera que se fomente la lealtad al cliente y aumenten las compras. Por tal razón es primordial contar con un personal que fomente la ejecución de actividades de manera correcta y eficaz, capaces de enfrentar cambios y adaptarse rápidamente a nuevas actividades en caso de que se requiera mejorar algunos procesos de las distintas áreas de la organización, todo esto con el fin de crear el bienestar y satisfacción de los usuarios. Tschohl, (2011).

Rendimiento percibido. El valor percibido es el reflejo del comportamiento del consumidor después de haber adquirido un producto o servicio, representa la apreciación que obtuvo después de darle un uso apropiado a lo que adquirió. Analizar el valor percibido permite a las organizaciones alinear sus estrategias con las expectativas y necesidades que tiene el mercador, de manera que puedan surgir estrategias competitivas. González & Gil, (2023) .

El rendimiento o valor percibidos, es la apreciación subjetiva de un producto o servicio por parte de los clientes, de tal manera que se destaca como una ventaja competitiva del mercado y adaptándose a la creciente exigencia del consumidor. Este rendimiento no resulta estar estático, si no que varía constantemente según la persona, cultura o momento. Antes de las compras se refleja en el consumidor las posibles expectativas del producto o servicio, y durante la compra el consumidor descubre si sobrepasaron o no sus expectativas, finalmente el cliente determinará si repetirá la compra o recomendará el producto. Hernández, (2012).

El cliente es lo primero en lo que pensamos cuando hacemos un plan sobre cómo darle lo que quiere. Cuando existe la intención de obtener el rendimiento percibido de un cliente, se dará la satisfacción. Una buena estrategia debe mantener contentos a los clientes actuales y también intentar conseguir nuevos clientes que aún no lo sean, por lo tanto es importante tener en cuenta qué se necesita saber lo que necesitan y demuestran, sin enfocarse solamente que es lo que necesita llegara a obtener la empresa Vértice, (2008).

Motivación del cliente. Se relaciona con aspectos principales que proporcionan la energía positiva o negativa, y la dirección de la conducta en general. La energía abarca todo el comportamiento del individuo, la persistencia y la intensidad que tiene hacia algo, por ende, resulta ser un sistema multicomponente que resalta la conducta de las personas hacia el logro de una meta que se dispongan. La motivación son los incentivos que demuestran querer conseguir algo o hacer que se cumpla algún manifiesto que tengan en mente. Serafini & Cuenya, (2020).

La motivación surge de un momento dado, puede darse por el impulso que lo llevan al querer comprar un producto o servicio, muchas de estas situaciones surgen por los estados de tensión de hambre, la sed, o incluso cuando existe la incomodidad. Al presentar un momento como este o se activa el grado mayor de intensidad, las personas buscan su satisfacción. Paredes et al., (2019).

Este elemento es quien determina la calidad del servicio, básicamente las empresas no solo se molestan en comprender qué hace que los clientes compren sus productos, por lo que simplemente asumen que saben qué es lo mejor y no les importa cómo su servicio afecta a los clientes de tal forma que solo les importa qué tan bien funcionan sus productos, considerando que lo hacen para su propio bienestar. Vértice, (2008).

Calidad del servicio total. Se refiere a un buen servicio Atención al Cliente debe estar fundamentado por la calidad total y para que exista esto todas las acciones que realiza la empresa deben seguir protocolos de calidad lo cual incluye informar al cliente de manera clara sobre todo lo relacionado con su relación con la empresa, facilitar el acceso a los canales de comunicación para que el cliente pueda expresar sus dudas, sugerencias o quejas de manera rápida y eficiente lo cual involucra tratar al cliente siempre con amabilidad. Blanco & Lobato, (2011).

Se da cuando un cliente evalúa la calidad de un servicio, no destaca un solo componente, sino que lo juzga en su conjunto. Lo que les parece importante es la impresión general, no el éxito relativo de una sola acción. Por ende, el cliente se centra en generalizar las malas acciones que encuentre en el servicio, si algo falla será como consecuencia al fracaso porque considerará que el servicio que recibió no estuvo totalmente correcto para que el cliente pueda sentirse a gusto. Vértice, (2008).

Valoración de las reacciones del cliente. Se centra en las experiencias que obtuvo el cliente al momento de adquirir un servicio o consumir un producto, resaltando los aspectos que tuvo hacia la atención que le dieron, y la valoración que le da a las personas que se encargaron de atenderlo. Esto suele ocurrir porque los clientes anteriormente ya han tenido experiencias que lo impulsan estar en la actitud de esperar más o que no se repita una experiencia desagradable. (Jagdish et al., 2023).

El comprador evalúa el resultado de la compra en función del grado en que se cumplan sus expectativas, de modo que si se cumplen se sentiría satisfecho y si no se cumplen se sentirá insatisfecho. Un cliente satisfecho mejorará su percepción sobre un producto o el servicio que efectivamente satisface sus necesidades y de modo que fortalecerá su vínculo con la empresa, además, logrará sentirse incentivado que puede recomendar el producto o servicio que adquirió, lo cual se lo denomina publicidad boca a boca. Blanco & Lobato, (2011).

Gestión de quejas. Las tareas más importantes del departamento de Atención al Cliente es el manejo de quejas y reclamos ya que este proceso consta de varias etapas como la definición y distinción entre quejas y reclamos, principios de actuación, durante el proceso y la gestión administrativa interna, este proceso debe seguir un proceso transparente y accesible para que los clientes tengan la posibilidad de recibir una respuesta Blanco & Lobato, (2011).

Las personas que expresan sus quejas son más frontales que las que no logran hacerlo, Muchas empresas invierten demasiado en sistemas de gestión de quejas, pero no aprovechan al máximo esa información para generar soluciones. Muchas veces no resuelven las quejas y prefieren resolver ciertos aspectos que creen más importantes, pero en realidad tratar bien a los clientes que suelen quejarse es más barato que perderlos o reemplazarlos, por ende, dicha metodología debería ser mejorada. Tschohl, (2011).

Es esencial que se establezca un sistema para la gestión de las quejas, de tal forma que las organizaciones puedan asumir esta responsabilidad de poder darle una solución rápida y precisa al cliente que presentó la queja como tal. Darle una solución es beneficioso y mejora la relación con el cliente, generándole confianza y darle a entender que se podrá obtener una solución rápida a su queja para que no se dañe la relación comercial. Paredes et al., (2019).

Niveles de satisfacción. El nivel de satisfacción viene conjuntamente relacionado con la satisfacción que les dan a los empleados. Un empleado satisfecho realiza su trabajo de manera correcta, que implementa acciones positivas para que el cliente se encuentre satisfecho, sin embargo, si no existe satisfacción para los empleados, quizás las actividades que realicen no evidencian que las realicen de la mejor manera. Córdova et al., (2023).

Existen niveles de satisfacción que caracterizarán un producto o servicio. Las empresas buscan constantemente poder ofrecer un servicio o producto de calidad, consistentemente para proporcionarse una ventaja competitiva frente a sus rivales, quienes buscan mejorar la calidad de sus servicios posiblemente lleguen a conseguir un nivel de satisfacción altamente positivo. Pino, (2020).

La idea de que un cliente esté satisfecho se refiere a que existe un nivel de conformidad después de adquirir un producto o servicio, los índices de satisfacción del cliente no siempre indican que la calidad del producto o servicio sean altos en muchos casos los índices están por debajo de las expectativas que genera. También es importante que las expectativas del cliente coincidan con lo que el cliente promedio espera para que se sienta motivado a comprar. Blanco, (2019).

Insatisfacción. Hacer las cosas bien resultará satisfactorio para el cliente. Sin embargo, cuando se realizan acciones que perjudican lo mencionado, surgirá la insatisfacción. Por tal razón no es suficiente solo querer hacer las cosas bien, se debe comprender y satisfacer las necesidades que resulten claves para crear interacciones que resulten positivas para la organización. Jagdish et al., (2023)

Esto sucede cuando los clientes no están recibiendo el valor que esperan de un producto o servicio siendo así que se produce la insatisfacción del cliente. Puede darse por una variedad de razones como cuando se dan productos defectuosos, un servicio deficiente o una mala comunicación. Se resalta que la insatisfacción es un sentimiento negativo que surge con el cliente no se siente a gusto con lo que ha recibido, lo cual puede generar una mala reputación y pérdida de clientes. Pérez, (2012).

Satisfacción. Las empresas siempre buscan atención y la prioridad es mantenerse en las preferencias de los clientes, la satisfacción es la que indica la proporción del desempeño que le dan al cliente por ende es imprescindible valorar un servicio lo cual está representando la oportunidad para impulsar la competitividad a través el producto o servicio que se oferta. Avendaño et al., (2023).

Es la evaluación que hace el cliente de un servicio y depende si el servicio satisface sus necesidades y expectativas. Comprender el proceso humano que ve el cliente para satisfacer las necesidades es necesario para que el cliente se sienta considerado. La satisfacción depende de las capacidades del personal a través de necesidades objetivas e implícitas y suelen ser realizadas De manera que no son presenciadas por el cliente. Tarodo, (2015).

Cuando el desempeño percibido el producto coincide con las expectativas del cliente se produce la satisfacción, esto puede suceder cuando el producto cumple con las especificaciones prometidas el servicio es rápido y eficiente existe una comunicación clara y precisa para que el consumidor fue a comprenderlo ice tiene en claro que el cliente es esencial para mantener una base de clientes leales y satisfechos. Pérez, (2012).

Se refiere a todas las influencias que existen sobre la calidad que obtiene el cliente sin embargo existen muchos factores que afectan la forma en que la gente juzga la calidad, pero son importantes porque el cliente generalmente no se queja directamente, sino más bien hablan de ello con otros lo cual indica que no tienen ninguna posibilidad de recomendar a la empresa. Vértice, (2008).

Complacencia. La complacencia involucra principalmente a la percepción o a las reacciones que tiene el cliente al realizar la compra de un producto o al adquirir un servicio, esto influye altamente al cliente a la decisión de volver a comprar o no. Por tanto, viene siendo una métrica que evidencia la respuesta positivamente que tiene el cliente sobre la empresa, por tal razón es importante tomar en cuenta las opiniones o recomendaciones de clientes para impulsar su lealtad hacia la empresa. Cruz,)2023).

La complacencia se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente usualmente esto puede suceder cuando un producto o servicio supera las expectativas del cliente en términos de calidad eficiencia o valor, dicho esto la complacencia puede ser un factor importante en la fidelización del cliente y en la generación de recomendaciones positivas boca a boca. Pérez, (2012).

Fundamentos legales

Constitución de la República del Ecuador

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado. Constitución de La República Del Ecuador, (2008).

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas: 15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental. Constitución de La República Del Ecuador, (2008)

Art. 281.- La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente. Constitución de La República Del Ecuador, (2008).

Para ello, será responsabilidad del Estado:

1. Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria.

2. Adoptar políticas fiscales, tributarias y arancelarias que protejan al sector agroalimentario y pesquero nacional, para evitar la dependencia de importaciones de alimentos.

3. Fortalecer la diversificación y la introducción de tecnologías ecológicas y orgánicas en la producción agropecuaria.

4. Promover políticas redistributivas que permitan el acceso del campesinado a la tierra, al agua y otros recursos productivos.

5. Establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción.

6. Promover la preservación y recuperación de la agrobiodiversidad y de los saberes ancestrales vinculados a ella; así como el uso, la conservación e intercambio libre de semillas.

7. Precautelar que los animales destinados a la alimentación humana estén sanos y sean criados en un entorno saludable.

8. Asegurar el desarrollo de la investigación científica y de la innovación tecnológica apropiadas para garantizar la soberanía alimentaria.

9. Regular bajo normas de bioseguridad el uso y desarrollo de biotecnología, así como su experimentación, uso y comercialización.

10. Fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes de productores y de consumidores, así como las de comercialización y distribución de alimentos que promueva la equidad entre espacios rurales y urbanos.

11. Generar sistemas justos y solidarios de distribución y comercialización de alimentos. Impedir prácticas monopólicas y cualquier tipo de especulación con productos alimenticios.

12. Dotar de alimentos a las poblaciones víctimas de desastres naturales o antrópicos que pongan en riesgo el acceso a la alimentación. Los alimentos recibidos de ayuda internacional no deberán afectar la salud ni el futuro de la producción de alimentos producidos localmente.

13. Prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos.

14. Adquirir alimentos y materias primas para programas sociales y alimenticios, prioritariamente a redes asociativas de pequeños productores y productoras.

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. Constitución de La República Del Ecuador, (2008).

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria – 2018

Art. 73.- Unidades Económicas Populares. - Son Unidades Económicas Populares: las que se dedican a la economía del cuidado, los emprendimientos unipersonales, familiares, domésticos, comerciantes minoristas y talleres artesanales; que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes y prestación de servicios que serán promovidas fomentando la asociación y la solidaridad. Ley Orgánica de La Economía Popular y Solidaria, (2011).

Art. 74.- Las personas responsables de la Economía del Cuidado. - Para efectos de esta ley se refiere a las personas naturales que realizan exclusivamente actividades para la reproducción y sostenimiento de la vida de las personas, con relación a la preparación de alimentos, de cuidado humano y otros. Ley Orgánica de La Economía Popular y Solidaria, (2011)

Art. 75.- Emprendimientos unipersonales, familiares y domésticos. - Son personas o grupos de personas que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes o prestación de servicios en pequeña escala efectuadas por trabajadores autónomos o pequeños núcleos familiares, organizadas como sociedades de hecho con el objeto de satisfacer necesidades, a partir de la generación de ingresos e intercambio de bienes y servicios. Para ello generan trabajo y empleo entre sus integrantes. Ley Orgánica de La Economía Popular y Solidaria, (2011).

Reglamento turístico de alimentos y bebidas

Art. 7.- Derechos y obligaciones de los prestadores de servicios de alimentos y bebidas. – Los prestadores de servicios turísticos de alimentos y bebidas gozarán de los siguientes derechos y obligaciones. Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas, (2018):

- a) Percibir el pago por los servicios ofertados;
- b) Acceder a los incentivos y beneficios establecidos en la normativa vigente;
- c) Determinar y comunicar políticas de cobro y tarifas para la prestación de sus servicios;
- d) Contar con el Registro de Turismo y Licencia Única Anual de Funcionamiento;
- e) Contar con el libro de reclamos conforme a lo determinado en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor;
- f) Exhibir en un lugar visible el Registro de Turismo y la Licencia Única Anual de Funcionamiento;
- g) Exhibir la placa de identificación del establecimiento turístico otorgado por la Autoridad Nacional de Turismo donde constará la tipología y clasificación del establecimiento, la cual va expuesta en un lugar visible al público en general;
- h) Respetar y cumplir los lineamientos establecidos para alimentación y otras normas, determinadas por la Autoridad Sanitaria Nacional o quien ejerza sus funciones;
- i) Contar con por lo menos el 50% del personal que acredite su capacitación, Formación profesional o que posea certificación de competencias laborales para ofertar el servicio de alimentos y bebidas;
- j) Mostrar el listado de precios en un lugar visible para el usuario;
- k) Determinar el precio final de los alimentos o bebidas dentro del menú pudiendo estar o no desglosado en el precio final;
- l) Mantener la vajilla, cristalería, cubertería e implementos de cocina en estados óptimos de limpieza y desinfección, sin roturas o rayaduras;

m) Cumplir con lo establecido en el presente reglamento y demás normativa aplicable al sector;

n) Denunciar ante la autoridad competente, mediante los canales establecidos para el efecto, a los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas que no cuenten con los permisos pertinentes;

o) Mantener las instalaciones, infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en condiciones de limpieza y funcionamiento;

p) Utilizar mecanismos de desinfección para las instalaciones e implementos de cocina;

q) Diferenciar al personal que se encuentra en entrenamiento;

r) Garantizar la no acumulación de olores dentro del establecimiento;

s) Cumplir con los servicios ofrecidos al consumidor;

t) Otorgar información veraz del establecimiento al consumidor;

u) Podrán solicitar la salida del cliente cuando contravenga las normas básicas de convivencia y la normativa correspondiente; sin perjuicio que el cliente mantenga la obligación de pago por su consumo;

v) Cumplir con los tributos o impuestos según lo dispuesto en la normativa pertinente;

y,

w) Comunicará la Autoridad Nacional de Turismo o Gobiernos Autónomos Descentralizados, la transferencia de dominio y/o modificación de la información con la que fue registrado el establecimiento dentro de los treinta días de producida.

Capítulo II.

Metodología

Diseño de la investigación

El tipo de **investigación descriptiva** se seleccionó para proporcionar una comprensión detallada y precisa de cómo se gestionan las operaciones en el restaurante Charito. Este enfoque permitió obtener un análisis exhaustivo de los procesos que se llevan a cabo en el restaurante, desde la recepción de los clientes hasta la entrega de los productos y la atención que se les brinda. Al ser descriptivo, el estudio se enfocó en describir la situación actual de la gestión de procesos y el servicio al cliente, identificando áreas de mejora y oportunidades para optimizar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente.

El **diseño no experimental** se eligió porque el estudio se centra en el análisis de situaciones existentes en el restaurante Charito, lo que permitió comprender de mejor manera los procesos que requerían ser optimizados para su correcta gestión. Este diseño permitió recopilar datos de manera natural y sin interferir en las operaciones diarias del restaurante, lo que garantizó la validez y la relevancia de los resultados obtenidos. Además, al centrarse en la observación de situaciones reales, se pudo capturar la complejidad y la diversidad de las prácticas de gestión de procesos del restaurante Charito.

Enfoque mixto

El enfoque aplicado es el **mixto**, el cual se adoptó para aprovechar tanto la recolección de datos cualitativos para recolección de información teórica y cuantitativos por el sistema estadístico que se utilizó para esta investigación. La gestión de procesos y el servicio al cliente implicaron aspectos relevantes como los tiempos de entrega y la satisfacción del cliente, pero también elementos subjetivos, como la percepción de la calidad del servicio y la efectividad de las decisiones gerenciales. Integrar ambos enfoques proporcionó una comprensión más completa y holística de la situación en el restaurante Charito, permitiendo identificar áreas de mejora con mayor precisión y proponer recomendaciones más efectivas para la optimización de la gestión de procesos y el servicio al cliente.

Métodos de la investigación

Se empleó el **método analítico**, se basa en la necesidad de poder separar las complejidades de la gestión de procesos y las falencias que provocan a la satisfacción del cliente en el restaurante Charito. Este método permitió examinar y comprender la estructura interna que se lleva a cabo en los procesos del negocio y cómo estas pueden afectar a la satisfacción del cliente. Por ende, se realiza un diagnóstico situacional de los procesos que lleva a cabo el Restaurant mediante un flujo grama que permita la observación de este y un análisis FODA para determinar las falencias que deberán mejorar.

Además, el **método inductivo** ayudó a sustentar la necesidad de poder explorar y describir patrones emergentes y principios generales a partir de las entrevistas y encuestas realizadas en el Restaurant charito. Por tal razón el método inductivo se empleará mediante la observación detallada de los procesos que lleva a cabo el restaurante para abordar y mejorar la satisfacción del cliente recopilando datos específicos sobre sus operaciones y se emplearán entrevistas para recopilar información directa de propietarios y empleados, permitiendo una comprensión profunda de sus perspectivas y experiencias

Población y muestra

La población estuvo conformada por los cuatro empleados quienes están involucrados con la gestión de procesos del restaurant Charito y la propietaria del restaurante Charito, ya que son parte indispensable de esta investigación, también se tuvo en consideración el conjunto de los clientes que han visitado el restaurante charito de manera frecuente durante un período de tiempo determinado, dada la estimación proporcionada por el propietario del restaurante, indicó que el número de clientes frecuentes oscila entre las 330 personas mensual.

Tabla 1.

Población

Elementos	Cantidad
Propietaria	1
Clientes	330
Empleados	4
Total	335

Nota. Datos proporcionados por el propietario

Para determinar la muestra se consideró al propietario, los cuatro empleados y se tomó una muestra de los clientes mediante el método probabilístico, para poblaciones finitas, tomando en consideración el 95% de confianza, 5,0% de error, 0,5 de probabilidad de ocurrencia con base a la fórmula que se presentará a continuación:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} \quad \text{Donde:} \quad n_0 = P * (1 - P) * \left[\frac{z(1 - \frac{\alpha}{2})}{d} \right]^2$$

Tabla 2.

Muestra

Elementos	Cantidad
Propietaria	1
Clientes	178
Empleados	4
Total	183

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Al emplear entrevistas y encuestas se obtuvo información precisa sobre la gestión de procesos y la satisfacción del cliente en el restaurant Charito. Estas técnicas permitieron recopilar datos de manera eficiente y estandarizada, obteniendo percepciones directas del propietario y los clientes potenciales.

Además, se diseñó un cuestionario estructurado que abarque aspectos clave de la gestión de procesos y el servicio al cliente en el Restaurant Charito. El cuestionario incluyó preguntas sobre procedimientos operativos, desafíos enfrentados, estrategias adoptadas y percepciones de la eficacia de las prácticas actuales. Se incorporaron preguntas tanto abiertas como cerradas para permitir respuestas específicas y opiniones detalladas. Este cuestionario fue diseñado en la plataforma en línea denominada Google forms.

Google forms permite la creación de formularios personalizados, lo que facilita la recopilación de datos de encuestas tanto de manera presencial como en línea. Además, esta plataforma automatiza el registro de las respuestas de los encuestados y tabula los datos, generando informes en tiempo real que simplifican el análisis.

Posteriormente, los datos recolectados a través de Google forms serán procesados en SPSS, un software especializado en análisis estadístico. SPSS facilitó el procesamiento de los datos obtenidos, la cual se fundamenta en su accesibilidad, facilidad de uso y capacidad para gestionar y organizar respuestas de encuestas de manera eficiente, además, permitió ingresar los datos tabulados y realizar un análisis detallado utilizando técnicas estadísticas avanzadas. Esto incluye la generación de tablas de frecuencia y la obtención de graficas de barra para una mejor visualización de ellos resultados. La combinación de las plataformas Google forms y SPSS garantiza una recolección y análisis eficaz de datos, facilitando la obtención de conclusiones precisas y fundamentadas en el estudio sobre gestión de procesos y servicio al cliente en el Restaurant Charito.

Capítulo III.

Resultados de discusión

Análisis de datos

Análisis de entrevista: La información que se obtuvo surge de lo que pudo indicar la propietaria del restaurante Charito mediante la entrevista que se realizó de manera presencial para conocer la situación actual de sus procesos.

1. ¿Cuál es la gestión de procesos en el restaurant Charito para obtener operaciones eficientes?

La propietaria lleva el control visualmente de cada actividad para asegurar que cada proceso se cumpla adecuadamente, los procesos implican desde la atención al cliente, lo cual incluye desde la entrada de las personas al restaurant, la toma de pedidos, la preparación de mesa, hasta que el cliente se retira, también menciona la preparación de los platos, que involucra las actividades de la cocina, desde la recepción del pedido hasta hacerle llegar al cliente, por otra parte también está el procesos de cobro de los pedidos que abarca desde la facturación y cobro del producto que consumió el cliente, y por ultimo mencionó la realización de compras de materia prima diariamente, que abarca desde la lista de requerimiento que hace el cocinero hasta que la persona encargada de las compras realice la adquisición de cada insumo o materia prima, hasta hacerlo llegar al restaurant para su debido control y almacenamiento. Esta supervisión constante le permite mantener la eficiencia y la calidad de sus distintas operaciones.

2. ¿Qué cambios de procesos ha implementado el restaurant Charito en los últimos meses para mejorar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente?

Realizó varias mejoras como la implementación de un nuevo sistema de pagos mediante transacciones bancarias, lo que facilita el proceso de cobro para sus clientes. Además, indicó que hizo reestructuración del local para que esté más amplio, lo que ha favorecido que el personal esté más cómodo para la realización de las actividades y el cliente pueda tener una experiencia más acogedora.

3. ¿Restaurant Charito realizas sus operaciones de acuerdo con su misión y visión?

La entrevistada indicó que sí, porque de acuerdo con la misión el restaurant Charito busca satisfacer las necesidades gastronómicas de sus clientes, ofreciendo alimentos y servicios de la más alta calidad con rapidez en la atención solicitada. Por otra parte, están alineadas a la visión al ser reconocida por la gastronomía de productos que ofrece mediante la innovación y presentación de platillos. Por tanto, al ejecutar cada actividad en las diferentes áreas del restaurant se fortalece al cumplimiento de su misión y visión.

4. ¿Qué acciones estratégicas ha realizado Restaurant Charito para alcanzar los objetivos definidos?

Respecto a lo que pudo indicar la propietaria, indica que se ha centrado en la realización de publicidad del restaurante y de los platos que ofrece. Ha creado pancartas en donde exhibe los platillos con la finalidad de atraer visualmente a los clientes, lo cual indica que esta estrategia ha sido efectiva para aumentar la visibilidad y el atractivo del menú que ofrece.

5. ¿Qué acciones de participación y cooperación realiza con el personal de Restaurant Charito para alcanzar las metas?

La propietaria fomenta un ambiente de trabajo colaborativo donde todos los empleados son escuchados y valorados. Destaca que para que exista un ambiente satisfactorio entre todos sus empleados tiene como punto clave la importancia de la comunicación abierta y la participación de todos en la toma de decisiones para alcanzar las metas del Restaurant.

6. ¿Qué indicadores utiliza para cuantificar el logro de los objetivos de Restaurant Charito para alcanzar las metas?

Lo que pudo indicar la entrevistada es que realiza observaciones directas para asegurar la correcta ejecución de los procesos y así poder evaluar de manera significativa que se cumpla cada objetivo. Además, enfatizó que este enfoque le permite identificar rápidamente cualquier área que necesite implementar mejoras.

7. ¿Cómo está estructurada su organización y cómo se definen las funciones?

El restaurant cuenta con una estructura jerárquica, la propietaria siendo la gerente general que supervisa el trabajo de todos, mientras están las distintas áreas en donde una de ellas es el de cocina que está integrada por el cocinero y su ayudante, por otra parte, está el área

de atención al cliente que cuenta con dos empleados. Y se destaca que cada persona en estas áreas tiene responsabilidades claramente definidas.

8. ¿Considera usted que los clientes son atendidos en los tiempos establecidos adecuadamente?

La propietaria indica que en la mayoría de los casos sus clientes son atendidos en los tiempos adecuados. Sin embargo, cuando el local está completamente lleno puede haber algunas demoras pero que siguen trabajando continuamente para minimizar dichos inconvenientes y mejorar la rapidez del servicio.

9. ¿Cómo describiría los procedimientos por cada uno de los procesos internos organizacional donde define funciones y responsabilidades?

La propietaria del restaurant indica que los procedimientos son claros y bien definidos, por tanto, se reconoce que cada integrante conoce sus funciones y responsabilidades específicas, lo que permite que la ejecución de las actividades sea eficientes y coordinadas.

10. ¿Qué estrategia utiliza el restaurante “Charito” para medir la satisfacción del cliente?

Toma en consideración las recomendaciones y comentarios que realizan los clientes, lo cual da a entender que proporcionan el feedback directo en el restaurante. Lo cual indica que ésto le sirven como retroalimentación, la obtención de información valiosa les permite realizar mejoras en el servicio que están ofreciendo.

*Análisis de encuestas a clientes:***Género****Tabla 3.***Género de los encuestados*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Masculino	100	54,6	54,6	54,6
Válido	Femenino	83	45,4	45,4	100,0
	Total	183	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

Figura 3.*Género de los encuestados*

Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

Mediante los resultados obtenidos se muestra una distribución desigual entre hombres y mujeres, Representando a los hombres el 54 6% mientras que las mujeres representan el 45 4%. A pesar de esta disparidad, ambos grupos están suficientemente representados para permitir un análisis equilibrado de las opiniones y la experiencia en relación con el servicio del restaurant.

Edad

Tabla 4.

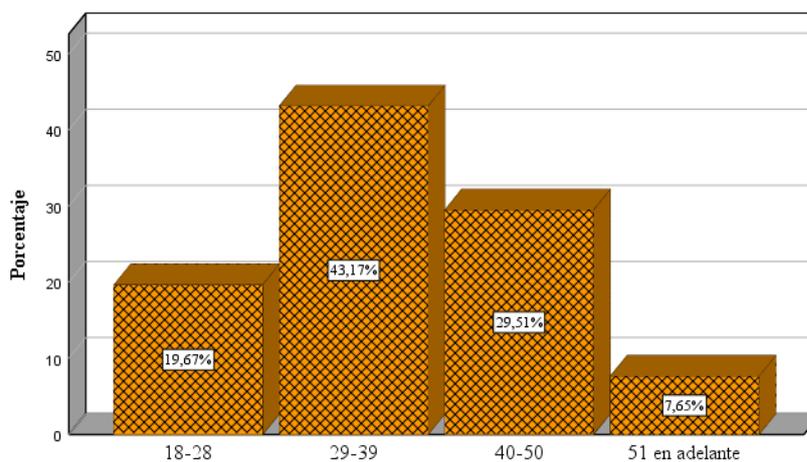
Edad de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-28	36	19,7	19,7
	29-39	79	43,2	62,8
	40-50	54	29,5	92,3
	51 en adelante	14	7,7	100,0
	Total	183	100,0	100,0

Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

Figura 4.

Edad de los encuestados



Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

En los resultados que se obtuvo se puede identificar que el grupo de 29 a 39 años representa el 43,2%, mientras el grupo menos representado es el de 51 años en adelante que representa el 7,7%. Lo cual se manifiesta que el restaurante Charito el más frecuentado por adultos jóvenes y mediana edad los que pueden influir en las expectativas y percepciones del servicio, dado que diferentes grupos de edad pueden tener diferentes necesidades y preferencias al evaluar sus experiencias en el restaurant.

1. ¿Considera que los procesos de atención al cliente en el restaurant Charito son óptimos?

Tabla 5.

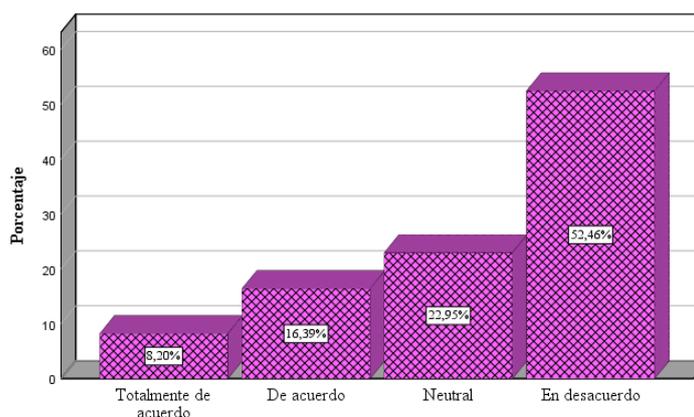
Procesos de atención al cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	15	8,2	8,2
	De acuerdo	30	16,4	24,6
	Neutral	42	23,0	47,5
	En desacuerdo	96	52,5	100,0
Total	183	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

Figura 5.

Procesos de atención al cliente



Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

La mayoría de los encuestados, el cual está representado por el 52,46% están en desacuerdo con que los procesos de atención al cliente en el restaurante Charito son óptimos, lo cual indica que existe una notable insatisfacción en ese aspecto. Por otra parte, existe una proporción menor que está de acuerdo o totalmente de acuerdo, sugiriendo que existen clientes que están satisfechos con los procesos que tiene el restaurante, aun así, resulta ser una cantidad menor en comparación con los clientes que están insatisfechos. Lo cual se sugiere mejorar los procesos de atención para elevar la percepción general del servicio al cliente.

2. ¿Cómo calificaría el tiempo de espera para ser atendido en el restaurante "Charito"?

Tabla 6.

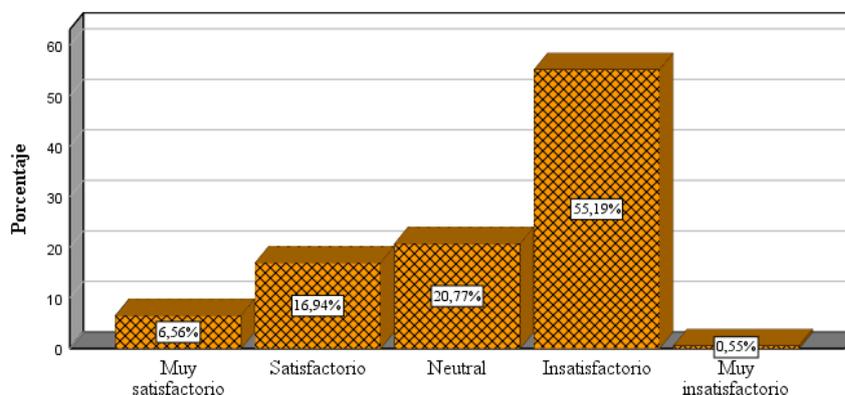
Tiempo de espera para ser atendido

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy satisfactorio	12	6,6	6,6
	Satisfactorio	31	16,9	23,5
	Neutral	38	20,8	44,3
	Insatisfactorio	101	55,2	99,5
	Muy insatisfactorio	1	,5	,5
Total	183	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

Figura 6.

Tiempo de espera para ser atendido



Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

Los encuestados indicaron que el tiempo de espera para ser atendido es percibido negativamente, con una mayoría significativa que lo califica como insatisfactorio. Solo un pequeño número de clientes encuentran el tiempo de espera satisfactorio o muy satisfactorio. Lo cual indica que la eficiencia en el servicio de atención inicial es un punto débil que debe implicar mejoras lo antes posible para mejorar las expectativas de los clientes desde el momento en que ingresan al establecimiento.

3. ¿Cómo evaluaría la claridad y precisión de la comunicación del personal del restaurante "Charito"?

Tabla 7.

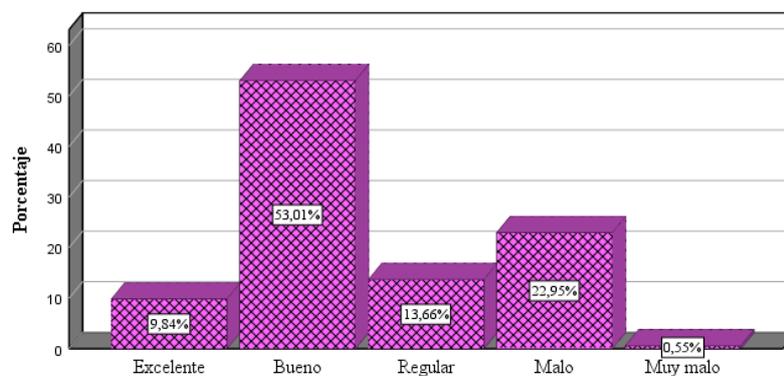
Claridad y precisión de la comunicación del personal

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Excelente	18	9,8	9,8
	Bueno	97	53,0	62,8
	Regular	25	13,7	76,5
	Malo	42	23,0	99,5
	Muy malo	1	,5	,5
Total	183	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

Figura 7.

Claridad y precisión de la comunicación del personal



Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

Con respecto a la claridad y precisión de la comunicación del personal es evaluada de manera variada, destacándose con un 53,01% donde se indica que los encuestados la califican como buena, mientras que otros clientes la consideran como regular, mala, muy mala. Estos resultados mixtos reflejan que existe una porción significativa de clientes que están satisfechos con la comunicación, sin embargo, existe una proporción considerable que dan a entender que encuentran deficiencias en la comunicación.

4. ¿Considera usted que el establecimiento y carta de productos del restaurant Charito son visualmente atractivos?

Tabla 8.

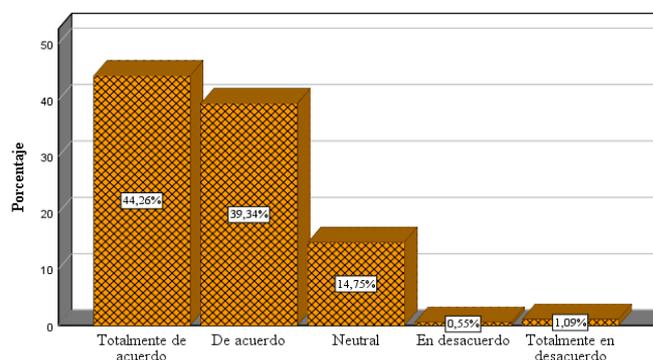
Establecimiento y carta de productos visualmente atractivos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		a	e		
Válido	Totalmente de acuerdo	81	44,3	44,3	44,3
	De acuerdo	72	39,3	39,3	83,6
	Neutral	27	14,8	14,8	98,4
	En desacuerdo	1	,5	,5	98,9
	Totalmente en desacuerdo	2	1,1	1,1	100,0
	Total	183	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

Figura 8.

Establecimiento y carta de productos visualmente atractivos



Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

Según los resultados obtenidos, la percepción de la atracción visual del establecimiento y la carta de productos del restaurant Charito, resulta mayormente positiva, con una gran mayoría de clientes que se encuentran a gustos indicando que están totalmente de acuerdo o de acuerdo. Aún así hay un pequeño porcentaje de clientes que indicaron que se muestra neutral o en desacuerdo. Dado los resultados se puede sugerir que el restaurant tiene su punto fuerte al ser considerado visualmente atractivo tanto en su establecimiento como en la carta de productos para los clientes.

5. ¿Cómo calificaría el servicio del personal del restaurante "Charito"?

Tabla 9.

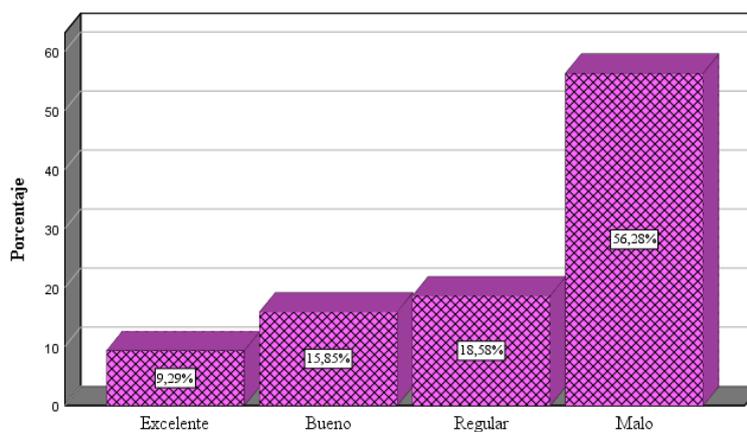
Servicio del personal

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Excelente	17	9,3	9,3	9,3
Bueno	29	15,8	15,8	25,1
Válido Regular	34	18,6	18,6	43,7
Malo	103	56,3	56,3	100,0
Total	183	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

Figura 9.

Servicio del personal



Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

La mayoría de los clientes encuestados indicaron que el servicio del personal del restaurant Charito es mayormente calificado de manera negativa, con una gran parte de clientes que representan el 56,26% calificándola como malo. No obstante, existe una cantidad variada significativa de clientes que lo consideran, bueno, excelente o regular, lo que indica posiblemente una experiencia inconsistente entre los diferentes clientes. Por ende, se resalta que deben mejorar los posibles inconvenientes del servicio ofrecido por el personal.

6. ¿Considera que el equipo de trabajo del restaurante "Charito" es responsable y está comprometido con la satisfacción del cliente?

Tabla 10.

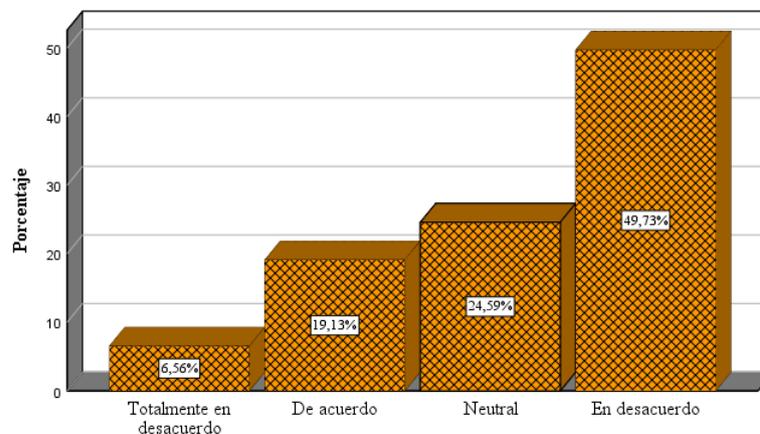
Equipo de trabajo comprometido con la satisfacción al cliente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	12	6,6	6,6	6,6
	De acuerdo	35	19,1	19,1	25,7
	Neutral	45	24,6	24,6	50,3
	En desacuerdo	91	49,7	49,7	100,0
	Total	183	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

Figura 10.

Equipo de trabajo comprometido con la satisfacción al cliente



Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

Con respecto a la percepción que identifican acerca de la responsabilidad y el compromiso del equipo de trabajo con respecto a la satisfacción del cliente, se obtuvieron resultados mayormente negativos. Una gran parte de los clientes representados por el 49,73% no consideran que el equipo de trabajo del restaurant sea responsable o comprometido. Sin embargo, existe una pequeña cantidad de clientes que indican que si están de acuerdo o totalmente de acuerdo.

7. ¿Cómo evaluaría la calidad de los productos que recibió en el restaurant "Charito"?

Tabla 11.

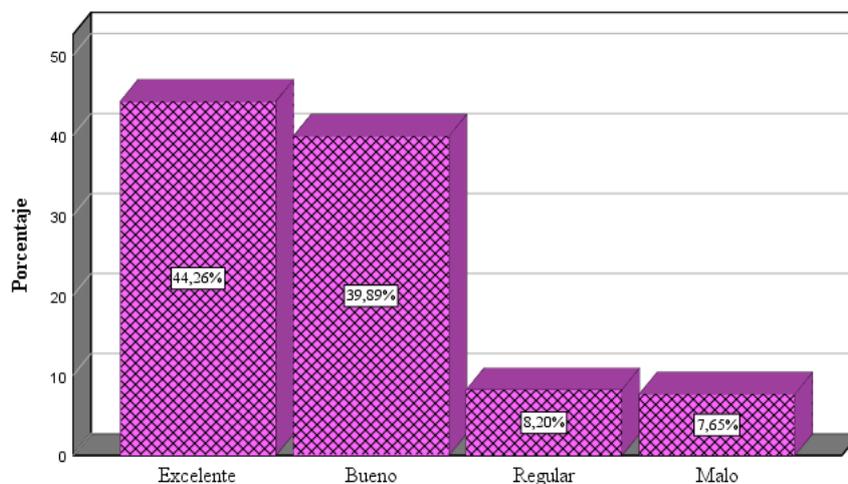
Calidad de los productos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Excelente	81	44,3	44,3	44,3
Bueno	73	39,9	39,9	84,2
Válido Regular	15	8,2	8,2	92,3
Malo	14	7,7	7,7	100,0
Total	183	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

Figura 11.

Calidad de los productos



Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

Mediante los resultados obtenidos se puede decir que la calidad de los productos del restaurante charito es evaluada positivamente por la mayoría de los clientes, quienes muchos de ellos la califican como excelente o buena. Aun así, existe una minoría de clientes que la califican como regular o mala. Posterior a esto los resultados destacan que la calidad de los productos de un punto fuerte para el restaurant, Debido a esto es importante que la calidad de los productos se mantenga o posiblemente puede mejorar para seguir cumpliendo y superando las expectativas de los clientes.

8. ¿Qué tan satisfactorio es el tiempo de espera para recibir su pedido en el restaurante "Charito"?

Tabla 12.

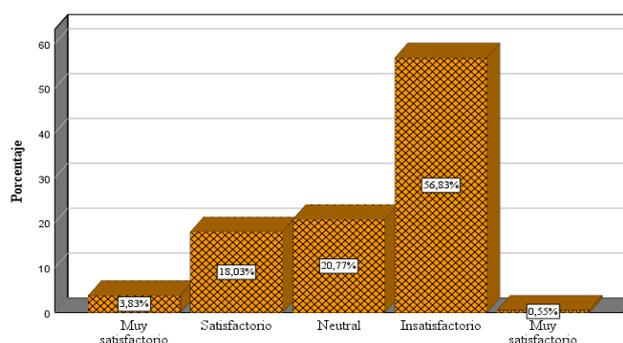
Tiempo de espera para recibir el pedido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy satisfactorio	7	3,8	3,8	3,8
	Satisfactorio	33	18,0	18,0	21,9
	Neutral	38	20,8	20,8	42,6
	Insatisfactorio	104	56,8	56,8	99,5
	Muy satisfactorio	1	,5	,5	100,0
	Total	183	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

Figura 12.

Tiempo de espera para recibir el pedido



Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

El tiempo de espera para recibir los pedidos es una de las áreas más críticas, de tal forma que es percibido principalmente de manera negativa por parte de los clientes. La mayoría de los encuestados lo califican como insatisfactorio o muy insatisfactorio. Por otra parte, también hay una menor proporción de clientes que lo encuentra satisfactorio o muy satisfactorio. Esto sugiere que hay una necesidad de mejorar la gestión de procesos para reducir los tiempos de espera y mejorar la satisfacción del cliente con respecto al tiempo de entrega de los pedidos.

9. ¿Considera que su experiencia en el restaurante "Charito" lo motiva a recomendarlo a otros?

Tabla 13.

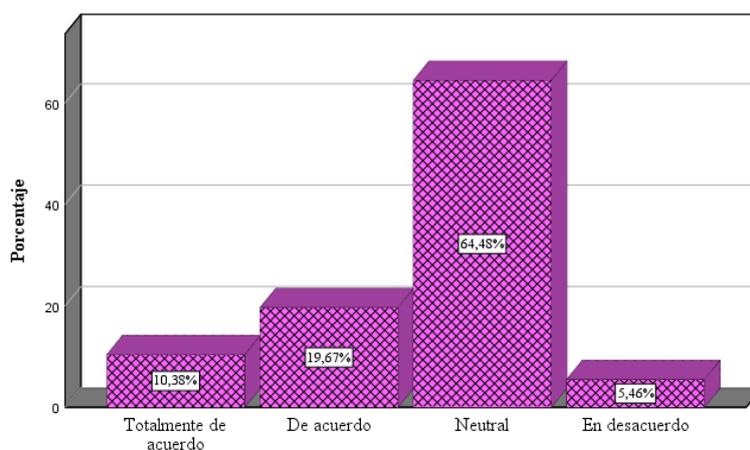
Experiencia en el restaurante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	19	10,4	10,4	10,4
	De acuerdo	36	19,7	19,7	30,1
	Neutral	118	64,5	64,5	94,5
	En desacuerdo	10	5,5	5,5	100,0
	Total	183	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

Figura 13.

Experiencia en el restaurante



Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

Para los clientes, la disposición a recomendar el restaurant Charito es predominantemente neutral la cual está representada por el 64, 48%, destacando que la mayoría de encuestados no están motivados totalmente a recomendar el restaurante. Mientras tanto una pequeña cantidad está de acuerdo o totalmente de acuerdo en recomendarlo. Dados estos resultados se puede indicar que existe una minoría de clientes satisfechos pero su gran parte se encuentra con una experiencia de manera neutral que es considerada como indecisa o qué no está totalmente satisfaciendo al cliente para que pueda recomendarlo.

10. ¿Cómo evaluaría la calidad del servicio total recibido en el restaurante "Charito"?

Tabla 14.

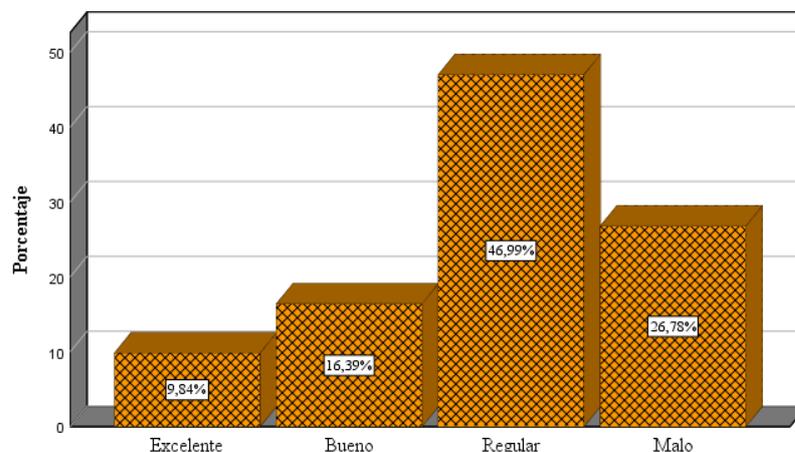
Calidad del servicio total

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Excelente	18	9,8	9,8	9,8
	Bueno	30	16,4	16,4	26,2
	Regular	86	47,0	47,0	73,2
	Malo	49	26,8	26,8	100,0
	Total	183	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

Figura 14.

Calidad del servicio total



Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

La calidad del servicio total recibido en el restaurant charito recibo evaluaciones variadas por parte de los clientes. La mayoría de ellos está representada por el 46,99% calificándola como regular, sin embargo, otros clientes la califican como mala excelente o buena. Según estos resultados variados se puede sugerir que el restaurant Charito necesita implementar mejoras significativas en todos los aspectos del servicio total que brindan a los clientes para elevar el nivel general de satisfacción y ofrecer una experiencia más positiva.

11. ¿Considera que el personal del restaurante "Charito" maneja de manera adecuada las quejas y reclamaciones?

Tabla 15.

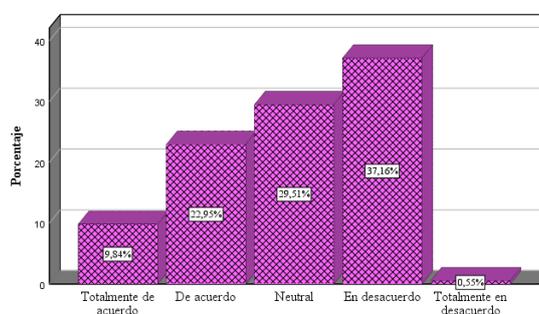
Quejas y reclamaciones manejadas adecuadamente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	18	9,8	9,8	9,8
	De acuerdo	42	23,0	23,0	32,8
	Neutral	54	29,5	29,5	62,3
	En desacuerdo	68	37,2	37,2	99,5
	Totalmente en desacuerdo	1	,5	,5	100,0
	Total	183	100,0	100,0	

Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

Figura 15.

Quejas y reclamaciones manejadas adecuadamente



Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

El manejo de quejas y reclamaciones por parte del personal es percibido de manera variada. La gran mayoría está representada por una cantidad significativa del 37,16%, estos encuestados están en desacuerdo que las quejas son manejadas adecuadamente, sin embargo, una proporción representada por el 22,95% indican que sí están de acuerdo. Estos resultados sugieren que, aunque existan falencias en algunos casos para el manejo de quejas y reclamaciones, hay buenas prácticas en algunos casos, de tal manera que para mejorar la percepción general se debe gestionar de manera eficiente este proceso para que la percepción del cliente puede ser satisfactoria.

12. ¿Considera que el restaurante "Charito" cumple en ofrecer una experiencia gastronómica de alta calidad?

Tabla 16.

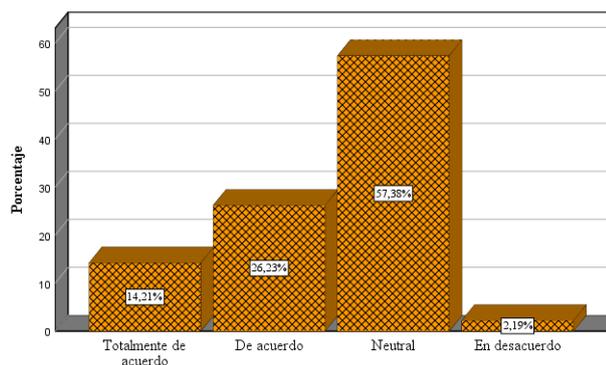
Experiencia gastronómica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	26	14,2	14,2
	De acuerdo	48	26,2	40,4
	Neutral	105	57,4	97,8
	En desacuerdo	4	2,2	100,0
	Total	183	100,0	100,0

Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

Figura 16.

Experiencia gastronómica



Nota: Encuesta dirigida a clientes del Restaurant Charito.

La percepción que tuvieron los clientes sobre la experiencia gastronómica de alta calidad en el restaurant Charito es mayormente neutral la cual está representada por el 57,38%, Considerando que no se puede asegurar que existe totalmente una experiencia gastronómica satisfactoria. Por otra parte, existe una minoría significativa que sí está totalmente de acuerdo o de acuerdo. Estos resultados indican que el restaurant Puede mejorar continuamente para darle una experiencia gastronómica de total calidad si mejora en ciertos aspectos del servicio al cliente, cómo es evidente en la tabla 12 se puede decir que la calidad de los productos es excelente o bueno, sin embargo, las diversas inconsistencias con el servicio pueden incidir a que los clientes no tengan una experiencia gastronómica de alta calidad.

Resultados

Resultados del primer objetivo específico.

Para la obtención de información clara y precisa de la situación actual de los procesos del restaurant, se realizó una entrevista exhaustiva con la propietaria. Esta entrevista permitió recopilar información sobre los procesos, desafíos y las oportunidades de mejora desde la perspectiva del dueño. Se abordaron específicamente los procesos que llevan a cabo diariamente para tener satisfacción de los clientes e incluso estrategias que se implementan. Por otra parte, se desarrollaron encuestas que también permitieron determinar ciertos aspectos que complementarías la situación actual del restaurante desde la perspectiva del cliente.

Tabla 17.

Matriz FODA del restaurant Charito

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
INTERNOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación privilegiada • Especialización en mariscos • Ambiente relajado y temático • Carta de productos 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones • Atención al cliente deficiente • Deficiencias en procesos de cocina • Problemas de comunicación interna
	AMENAZAS	OPORTUNIDADES
EXTERNOS	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia • Relaciones gubernamentales (veda cada cierto tiempo) • Crisis económicas • Cambios en las preferencias del cliente 	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento del turismo en feriados • Promociones y eventos especiales • Nuevos proveedores • Experiencia gastronómica

Nota: Información proporcionada de la entrevista y resultados de la encuesta.

Resultados del segundo objetivo específico.

Durante la entrevista con el propietario se pudieron identificar cuatro procesos claves que necesitan ser diseñados para asegurar la calidad del servicio y la eficiencia operativa.

Gestión de atención al cliente: abarca todo el proceso desde que el cliente llega al restaurante hasta que se retira, abarcando la atención, la toma de pedidos, el servicio de mesa, y la resolución en tal caso exista alguna inconformidad.

Gestión de producción: Esta parte del proceso engloba todas las actividades relacionadas con la cocina, desde la recepción del pedido, la preparación del plato, la revisión de la calidad del producto, hasta la entrega al cliente.

Gestión de cobranza: Este proceso implica una vez que el cliente requiera la cuenta, abarca la facturación y cobro de lo que ha consumido el cliente

Gestión de almacén: Proceso de abastecimiento y compra de insumos. Incluye la compra, la recepción de los insumos y materia prima, control de calidad y almacenamiento.

Resultados del tercer objetivo específico

Los resultados de las encuestas proporcionaron información sobre las áreas críticas que necesitan mejoras. La principal área es la de atención al cliente, la percepción de los clientes indica insatisfacción acerca de los procesos de atención, tiempos de espera para ser atendido, claridad en la comunicación que desarrolla el personal, el tiempo de espera para recibir el pedido, las falencias en resolución de las inconformidades de los clientes afectan de manera negativa a que el cliente pueda sentirse totalmente satisfecho.

Resultados del cuarto objetivo específico

Se diseñaron flujogramas detallados para cada uno de los procesos que fueron identificados, estos flujogramas proporcionan una representación visual clara de cada paso en los procesos, facilitando la comprensión y la mejora de las actividades.

Los flujogramas diseñados son:

- Gestión de atención al cliente
- Gestión de producción
- Gestión de cobranza
- Gestión de almacén

Discusión

En la presente investigación se analizó la gestión de procesos y servicio al cliente del restaurante Charito, Se recopiló información valiosa mediante la aplicación de instrumentos, además se tomó como base diversos trabajos teóricos que han sido respaldados en esta investigación. La gestión de procesos en el servicio al cliente es esencial para cualquier negocio que busque destacarse en el mercado competitivo, especialmente en el sector gastronómico. A través de la gestión adecuada de los procesos un restaurante puede mejorar significativamente la experiencia del cliente traduciéndola con mayor satisfacción y fidelización del cliente.

En la tesis de Riquelme & Pelagatti, (2019) titulado La gestión por procesos y la satisfacción de los clientes en el restaurante el Criollazo ubicado en san Martín de porres, Lima, revela resultados satisfactorios en cuanto a la calidad del servicio, resaltando que la gestión del proceso para dicho restaurant está totalmente correcto, sin embargo aunque más del 50% de sus encuestados están satisfechos con la calidad del servicio la otra parte indica lo contrario. En cambio, para el restaurant Charito revela diferencias significativas en varios aspectos críticos del servicio al cliente, destacando la necesidad urgente de gestionar los procesos para que existan mejoras significativas. Para ser precisa en el restaurant Charito se obtuvieron resultados del 46,99% que indicaron que el servicio lo califican como regular y el 26,8% como malo lo que indica una insatisfacción significativa que debe ser abordada mediante la gestión de todos los aspectos del servicio, desde la recepción hasta la entrega de los platos. Aunque en la tesis Riquelme y Pelagatti demuestran resultados positivos, existe una parte que está inconforme con el servicio que el restaurant brinda. Gestionar procesos de atención y cocina mediante técnicas como el análisis de flujo de trabajo y la redistribución de tareas puede reducir significativamente los tiempos de espera y mejorar la percepción de eficiencia según indica Riquelme.

Por otra parte en el artículo Avendaño et al., (2023) titulado Gestión por Procesos para la Calidad del Servicio de una PYME del Sector Gastronómico, respalda la importancia de la gestión por procesos, indicando que su implementación influye positivamente en la calidad del servicio del restaurante en estudio, demostrándolo con la prueba de Wilcoxon ($p=0.000<0.05$). Al implementar un modelo de gestión por procesos, los indicadores de desempeño en el restaurant en estudio mostraron un grado de realización general del 82,94%. Específicamente los procesos de Atención al Cliente, producción, cobranza y almacén tuvieron grados de cumplimiento respectivamente positivos.

Estos resultados destacan la eficacia de una gestión estructurada y bien implementada, mejorando diversos aspectos operativos y de servicios dentro del restaurant. Al adoptar Un enfoque similar presentado en este artículo, el restaurant Charito puede aspirar a lograr mejoras sustanciales en las diversas operaciones y en la satisfacción del cliente. Hoy la implementación de la gestión por procesos puede ayudar a estandarizar cada área el restaurante. Esto no solo mejorará la calidad del servicio, sino que también incrementará la eficiencia operativa y capacidad de respuesta a las necesidades de los clientes.

Este respaldo destaca aún más la necesidad de una gestión de procesos precisa, abordar problemas como los tiempos de espera, la atención a reclamos, la calidad del servicio y la comunicación del personal permitirá obtener mejoras significativas para la satisfacción del cliente y así mismo fortalecer la fidelización de los clientes del restaurante Charito en el sector gastronómico del cantón Santa Elena. Estas medidas no solo mejorarán la experiencia del cliente si no también la capacidad de respuesta a las necesidades del consumidor optimizará las operaciones internas del restaurante, mejorará la comunicación interna entre el personal y la comunicación externa hacia el cliente para que sea más comprensible. Además, al gestionar los procesos se puede obtener resultados positivos en la disminución de tiempos para que el cliente pueda ser atendido y pueda recibir su pedido a tiempo, de tal manera que pueda contribuir con la satisfacción del cliente.

Conclusiones

- El diagnóstico de la situación actual revela que la gestión de procesos del restaurante Charito presenta varias debilidades, especialmente en la atención al cliente y la eficiencia operativa. Los resultados de las encuestas indican una insatisfacción significativa con los tiempos de espera, la calidad del servicio y la inconsistencia de la comunicación interna.
- Se identificaron cuatro procesos clave: atención al cliente, cobranza, producción y almacén. De estos, la atención al cliente y la producción son críticos para mejorar la calidad del servicio y la eficiencia operativa. Los resultados indican que los tiempos de espera y la calidad del servicio son las áreas en las que se deben implementar mejoras mediante los procesos del restaurant.
- La mayoría de los clientes expresaron insatisfacción con varios aspectos del servicio, como los tiempos de espera, servicio del personal y el servicio total. Sin embargo, aspectos como la calidad de los productos y la atracción visual del establecimiento fueron evaluados positivamente.
- Un diseño efectivo de gestión de procesos debe abordar las debilidades identificadas y aprovechar las fortalezas del restaurante. La implementación de un sistema de gestión y la optimización de los procedimientos operativos son esenciales para mejorar la eficiencia y la satisfacción del cliente.

Recomendaciones

- Implementar un programa de capacitación integral para el personal que aborde las deficiencias en la atención al cliente y la comunicación interna. Adicionalmente, establecer la de gestión de procesos que incluya la supervisión constante y la mejora continua de los procedimientos operativos para asegurar una experiencia del cliente más positiva y consistente.
- Rediseñar los procesos del restaurant para mejorar la calidad del servicio. Esto puede incluir la reestructuración del flujo de trabajo en la cocina y la creación de protocolos claros para la atención al cliente.
- Realizar un seguimiento continuo de la satisfacción del cliente mediante encuestas periódicas y feedback directo. Utilizar esta información para ajustar y mejorar continuamente los procesos, enfocándose precisamente en la satisfacción del cliente.
- Implementar un sistema de gestión que ayude a la optimización continua de los procedimientos operativos, de tal forma que no solo mejorarán la eficiencia interna, sino que también elevarán significativamente la experiencia del cliente.

Capítulo IV

Propuesta.

Gestión de procesos para la optimización de procedimientos y mejora del servicio al cliente.

Justificación

Dado los resultados que se pudo obtener mediante las encuestas realizadas y el análisis interpretativo de estos datos se puede deducir que las principales razones que sustentan la necesidad de implementar esta propuesta son los resultados negativos que se obtuvieron acerca de la atención al cliente, tiempos de espera para ser atendido y para recibir el pedido. La implementación de esta propuesta no solo mejorará la eficiencia operativa, sino que también tendrá un impacto directo y positivo en la experiencia del cliente, lo que a su vez puede conducir a un aumento en la retención de clientes y en la recomendación del restaurante.

Misión

Cabaña Charito busca satisfacer las necesidades gastronómicas de nuestros propios consumidores, ofrendando alimentos y servicios con la más alta calidad, procurando la rapidez en la atención que los clientes soliciten, además destacando técnicas y procesos de preparación con una estricta higiene, dando gran expectativa a nuestros consumidores, a su vez siendo un lugar de trabajo que posibilite la ejecución del personal donde sepan desarrollar de forma conjunta el mejoramiento continuo de un ambiente agradable para los consumidores.

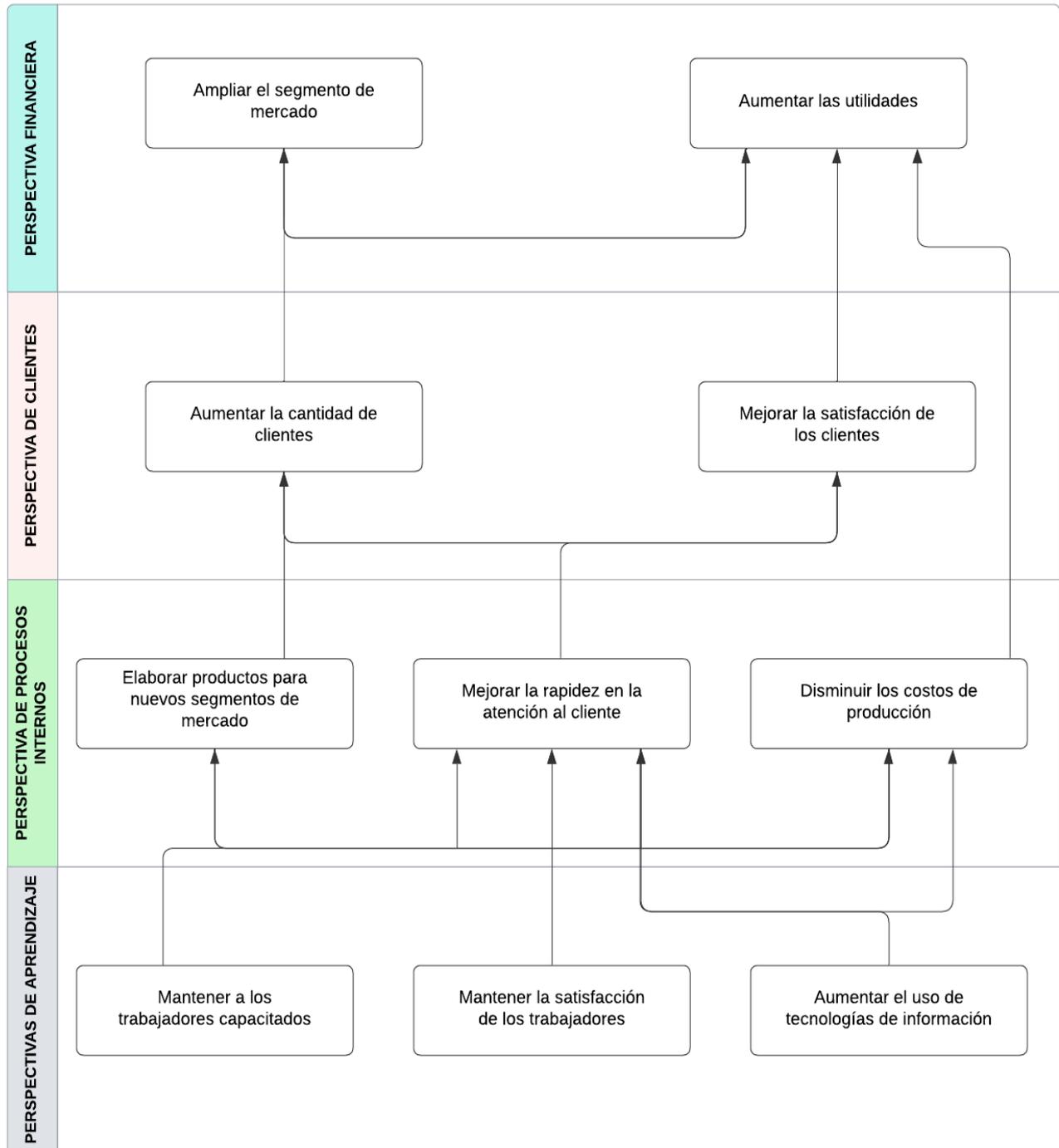
Visión

Ser reconocida por su gastronomía a nivel provincial y por el excelente servicio que se brindará a los consumidores mediante la innovación y presentación de los platillos, a través de la coordinación y cooperación del trabajo en equipo, además de convertirnos en una fuente que genere empleo para las personas que lo necesiten.

El siguiente esquema muestra los objetivos del restaurant Charito

Figura 17.

Esquema de objetivos del restaurant Charito.



VALORES

Cabaña Charito busca la satisfacción para mantener feliz al cliente, los valores que se dan a conocer a continuación son muy importantes.

Figura 18.

Valores del restaurant Charito

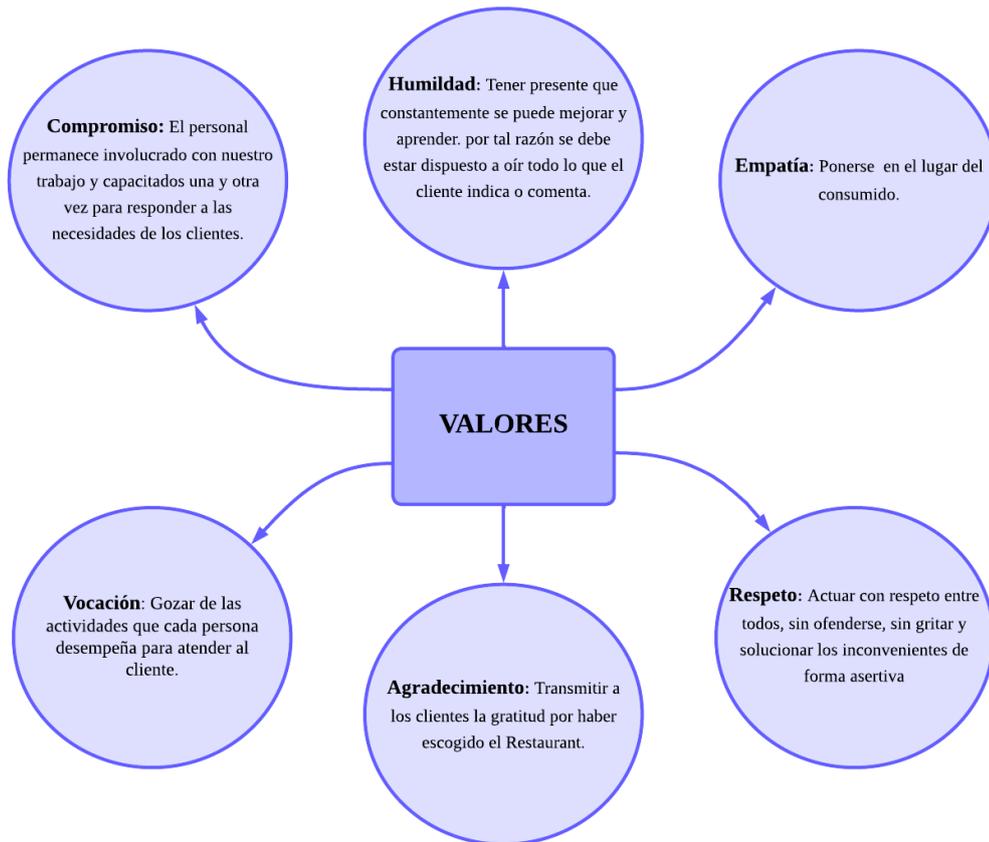
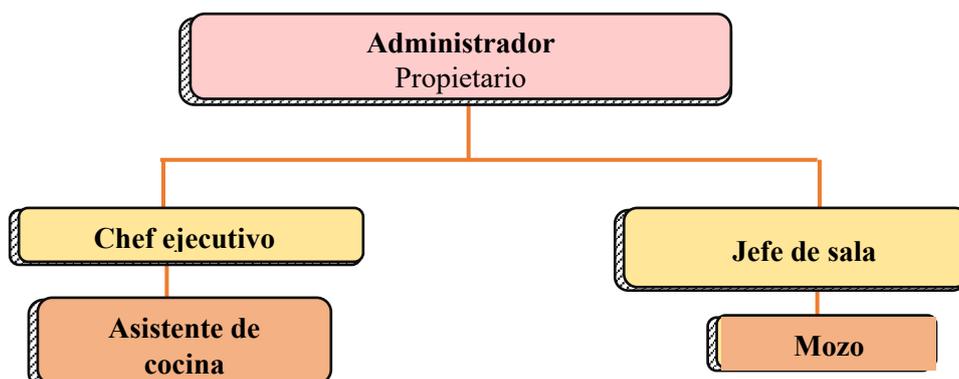


Figura 19.

Organigrama del Restaurant Charito



Acciones de capacitación requeridas para el personal del restaurant Charito

Tabla 18.*Programa de Capacitación.*

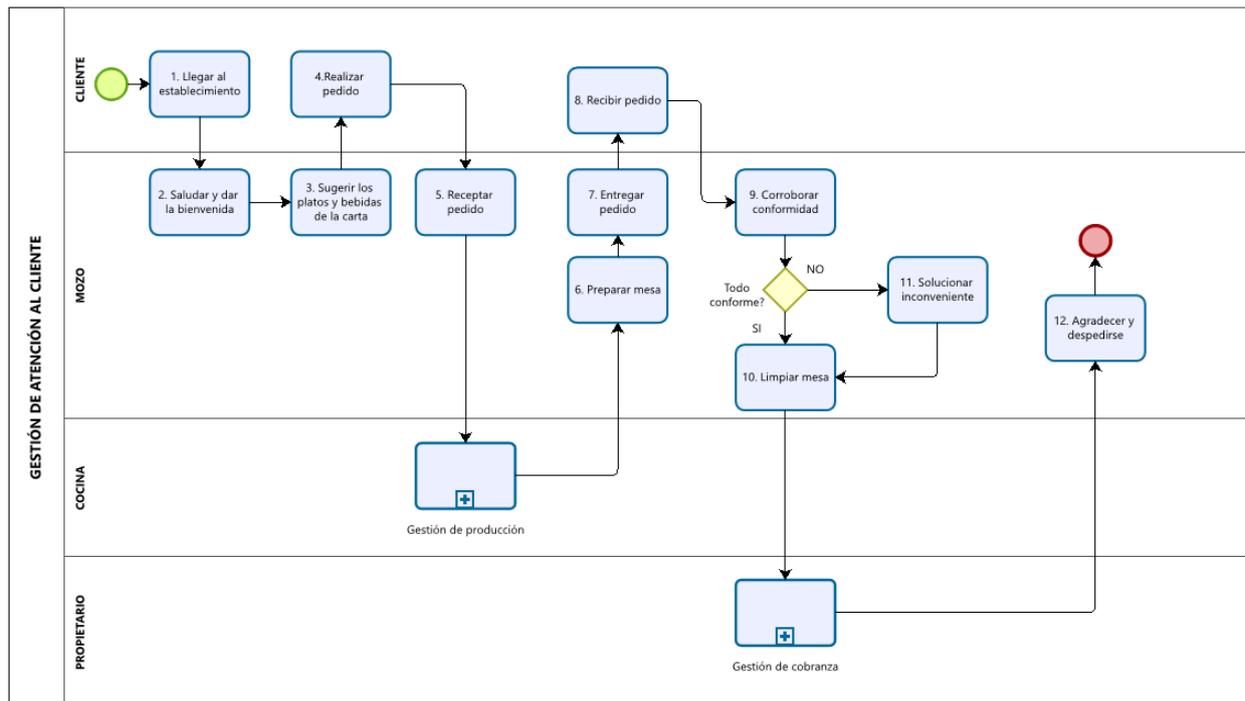
Acción de capacitación	Dirigido a	Objetivo
Atención al cliente.	Personal de atención al cliente	Mejorar las habilidades de servicio al cliente, asegurando una experiencia excepcional para los comensales.
Procesos de cocina.	Personal de cocina	Optimizar la eficiencia y calidad en la preparación de alimentos mediante la implementación de procedimientos estandarizados.
Comunicación interna y externa.	Todo el personal	Fortalecer la comunicación interna entre el personal y la interacción con los clientes para garantizar claridad y coherencia en la información que proporcionan.

PROCESOS

Se debe gestionar y controlar los procesos de cada área del restaurant, para la optimización de los procesos y el mejoramiento en la atención al cliente.

Figura 20.

Flujograma – Gestión de atención al cliente

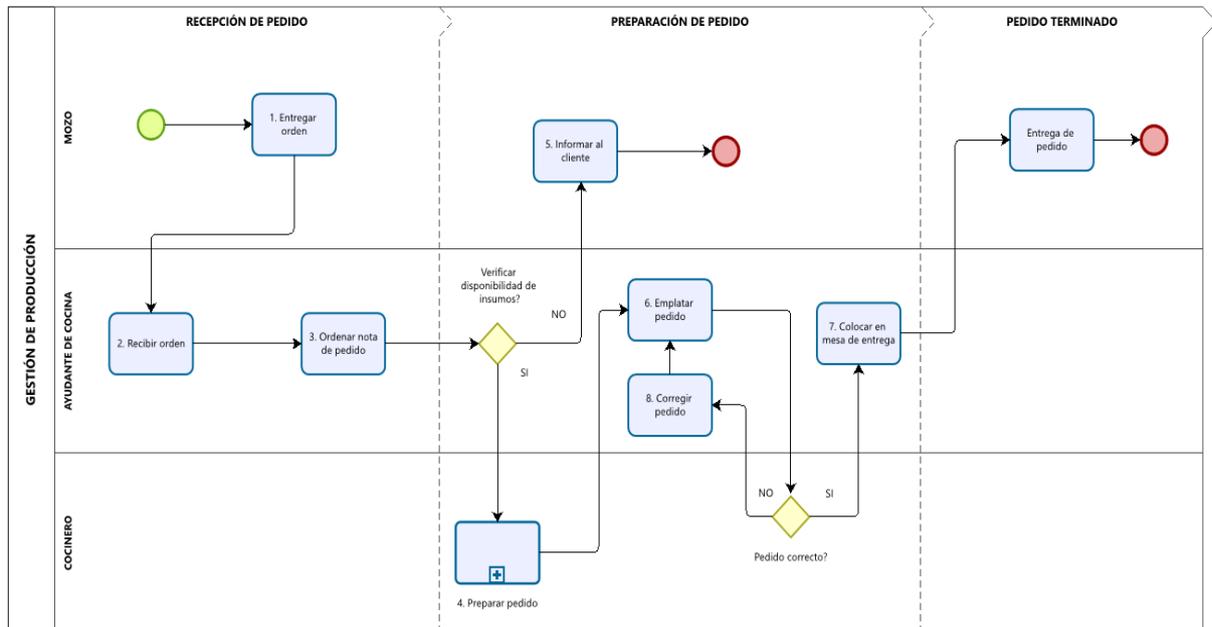


Nota: Elaboración propia

El proceso de Gestión de Atención al cliente inicia cuando el cliente llega al restaurant, en este primer punto el cliente tiene su primera impresión. El mozo le da la bienvenida al cliente, creando una sensación de agradable. El cliente es acompañado a una mesa disponible demostrando eficiencia y organización, minimizando el tiempo de espera del cliente y mejorando su satisfacción. El mozo entrega el menú al cliente, lo que permite revisar las opciones, reduciendo el tiempo de espera y mostrando un servicio atento. El mozo toma la orden del cliente de manera eficiente y precisa para evitar errores en la cocina y asegurar que el cliente reciba lo que desea. La orden se envía rápidamente a la cocina para asegurar que los tiempos de preparación se mantengan y los clientes no esperen demasiado por su comida. La comida se sirve al cliente, y en caso de que exista alguna inconformidad se la resuelve para que el cliente proceda a degustar la comida. El cliente solicita la cuenta para efectuar el pago y se realiza la respectiva cobranza. El mozo se despide del cliente y el proceso termina.

Figura 21.

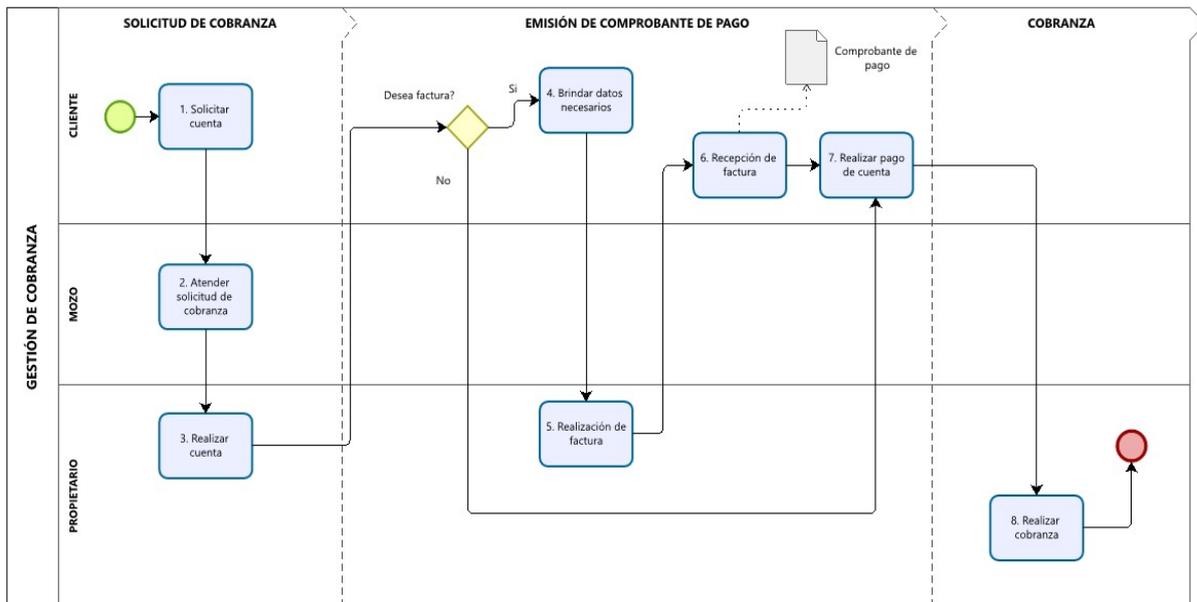
Flujograma – Gestión de producción



El proceso inicia cuando el mozo entrega la orden en cocina, recibir la orden claramente y sin errores es fundamental para la correcta preparación de los alimentos. El cocinero revisa la orden y procede a generar la orden del pedido, se preparan los ingredientes necesarios y en caso de que no estén completos el mozo deberá indicarle al cliente. La preparación previa de los ingredientes asegura que la cocción sea eficiente y que los platos se preparen a tiempo. La comida se emplata adecuadamente con buena presentación, el cocinero verifica la calidad y presentación del plato, la verificación de calidad asegura que solo se sirvan platos que cumplen con los estándares del restaurante, minimizando la posibilidad de quejas. Sin embargo, si llegase a no estar bien el emplatado el cocinero le indica al ayudante de cocina que lo corrija rápidamente. El plato terminado se entrega al mozo para que lo pueda llevar al cliente y el proceso termina.

Figura 22.

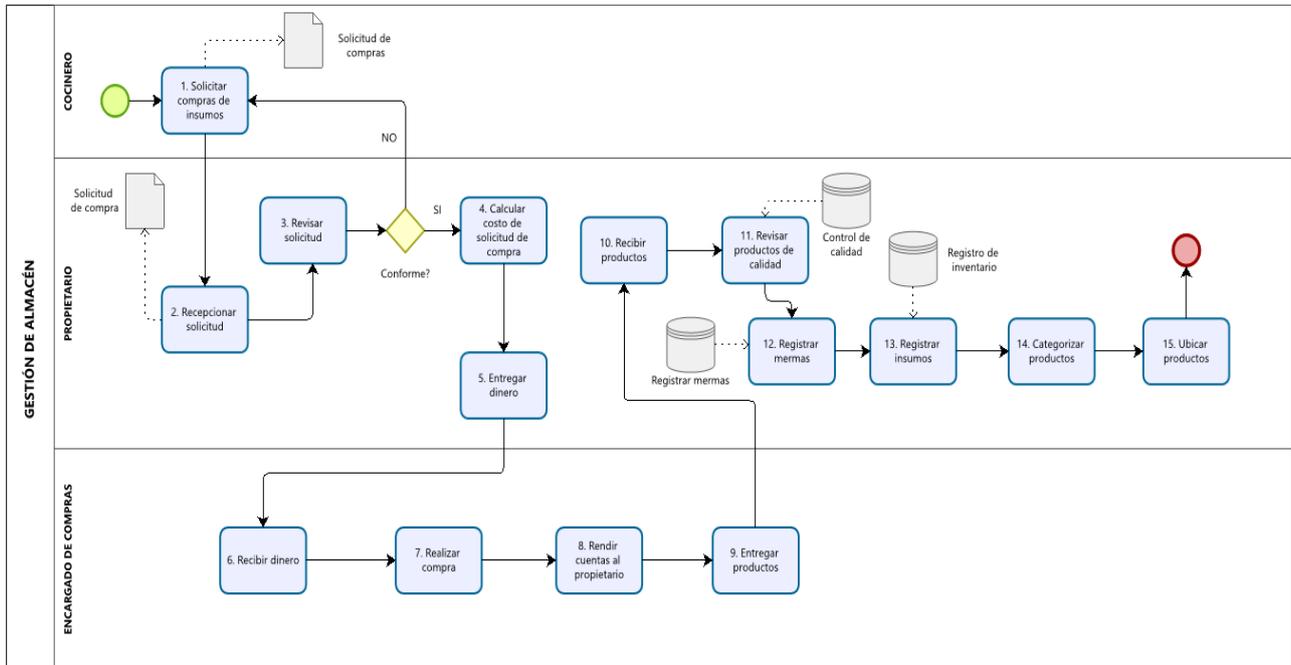
Flujograma - Proceso de Cobranza



El proceso de cobranza inicia cuando el cliente solicita la cuenta para poder realizar el pago, el mozo atiende la solicitud de cobranza e indica al propietario para que proceda a realizar la cuenta de lo que el cliente adquirió, se procede a preguntar si el cliente desea factura o no y en caso de que no requiera factura pues inmediatamente el cliente realiza el pago de la cuenta y el propietario realiza la cobranza. En tal caso que el cliente requiera de la factura, el cliente deberá brindar los datos necesarios para la realización del comprobante de pago, una vez que esté lista el cliente receptorá la factura y procederá a realizar el pago al propietario para que haga la respectiva cobranza, es aquí cuando el proceso termina.

Figura 23.

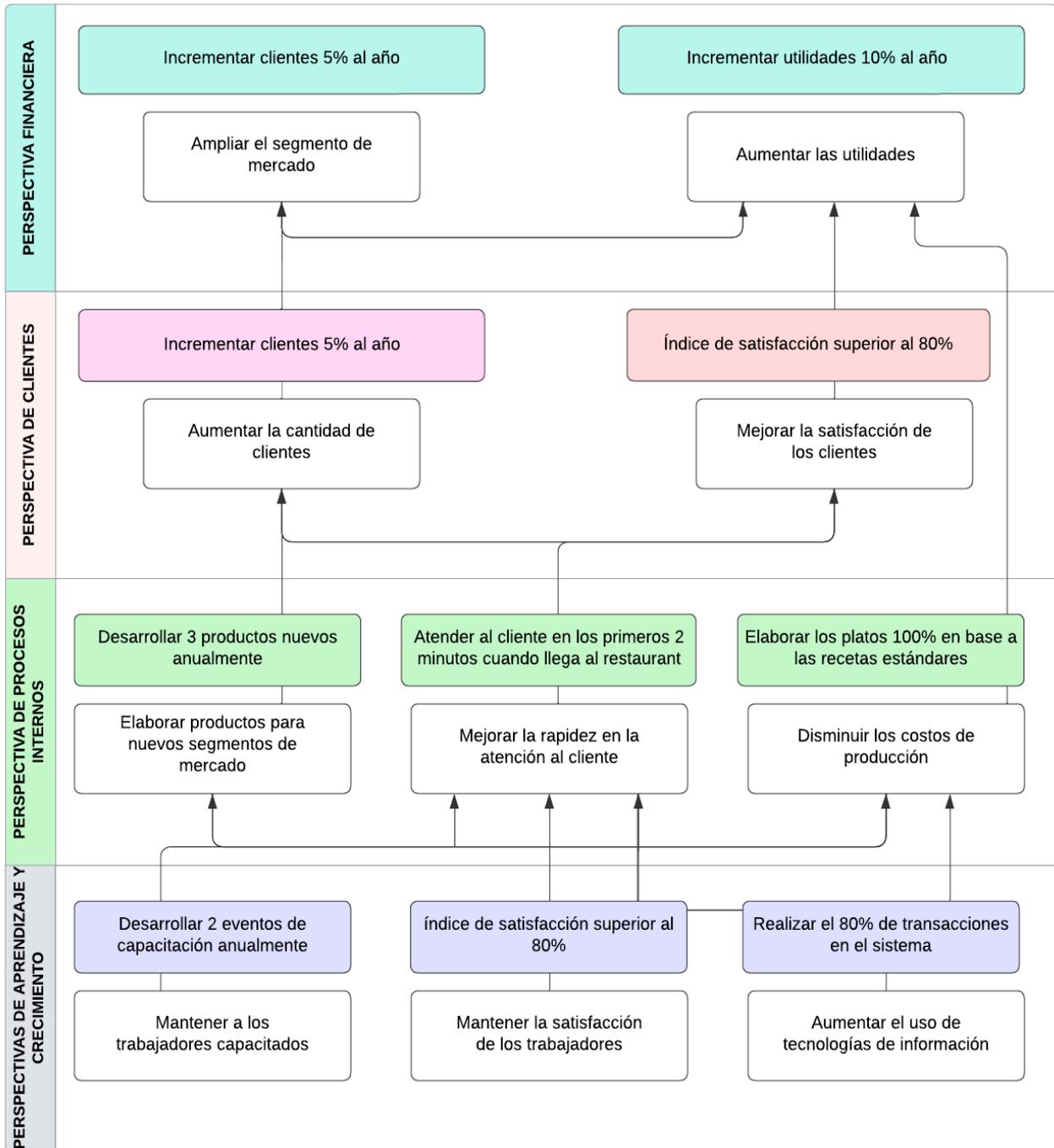
Flujograma – Gestión de Almacén



El proceso de gestión de almacén inicia cuando el cocinero solicita la compra de insumos faltantes el propietario acepta la solicitud y procederá a revisarla para que pueda identificar si la compra que solicitó el cocinero es correcta, en tal caso de que no esté correcta se la vuelve a dar al cocinero, y en caso de que sí esté conforme procederá a realizar el cálculo de El costo de la solicitud de la compra. El propietario procederá a entregar el dinero correspondiente al encargado de compras, el mismo que recibirá el dinero ir realizará la compra de los insumos necesarios, esta persona es la encargada de rendir las cuentas al propietario y procederá a entregar los productos. El propietario recibe los productos y revisa que los productos sean de buena calidad, asimismo realiza el registro de mermas y el registro de los insumos que se compraron. Realiza la respectiva categorización de los productos para luego almacenarlos en el lugar correspondiente y es aquí cuando finaliza el proceso.

Figura 24.

Metas a alcanzar por objetivos con la implementación de la propuesta



Bibliografía

- Alas, R., Zernand, M., & Vadi, M. (2012). Management Techniques in Estonian Organizations: Learning Organization and Business Process Reengineering. *Social and Behavioral Sciences*, 62, 494–498. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.080>
- Aleksic, A. (2018). Evolving Organizational Capabilities through Organizational Design: Influence of Strategy, Structure and Organizational Processes. *3rd Annual International Scientific Conference of Business Economics, Management and Marketing (ISCOBEMM)*, 1–8.
- Álvarez, J. (2017). *Gestión por procesos y riesgo operacional*. AENOR - Asociación Española de Normalización y Certificación.
- Aparecida, S., Pelogia, M., & Dallavalle, I. (2019). Process management tasks and barriers: functional to processes approach. *Business Process Management Journal*, 18(5), 762–776. <https://doi.org/10.1108/14637151211270144>
- Avendaño, E., Vargas, H., Vera, M., Florian, O. D., & Florian, O. R. (2023). Process Management for the Service Quality of an SME in the Gastronomic Sector. *Proceedings of the LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education and Technology*.
- Barrera, R. A., Barrientos, V., Santiago, J. del C., & Canepa, A. (2018). Gestión de procesos de negocio. *Inventio*, 14(32), 43–48. <https://doi.org/10.30973/inventio/2018.14.32/8>
- Benavidez, E., Segarra, E., Siguenza, L., Colina, E., & Arcentales, R. (2019). Process mapping as a basis for the application of activity-based costing systems in assembly industries. *Economics and Politics Journal*, 30, 48–71. <https://doi.org/10.25097/rep.n30.2019.03>
- Blanco, C., & Lobato, F. (2011). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Macmillan Iberia, S.A.
- Blanco, M. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio*. (Málaga, E). IC Editorial.
- Bowles, D., & Gardiner, L. (2018). Supporting process improvements with process mapping and system dynamics. *International Journal of Productivity and Performance Management.*, 67(8), 1255–1270. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-03-2017-0067>

- Bravo, J. (2013). *Gestión de Procesos (Valorando la práctica)* (EVOLUCIÓN, Vol. 5to).
- Canales, G., & Mendoza, R. (2022). *Gestión de procesos para mejorar la calidad del servicio al cliente de la empresa Emapa Huaral, 2022* [Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/50737/Cusma_GM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Constitución de La República Del Ecuador, Constitución del Ecuador 136 (2008). [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-06/CONSTITUCION 2008.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-06/CONSTITUCION%202008.pdf)
- Contreras, J., & Lizcano, A. (2019). *Rediseño del Proceso de Despacho de Productos Terminados en Monómeros basado en Reingeniería*. [Universidad Del Norte.]. <https://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/8621/137185.pdf>
- Córdova, G., Espinoza, C., & Salazar, I. (2023). Satisfacción Laboral y su Influencia en la Satisfacción al Cliente de una Empresa de Distribución. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: División de Ciencias Económicas y Sociales*, 39, 1–27. <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi39.557>
- Cruz, J. J. (2023). Quality of service as a factor in the satisfaction of domestic gas consumers. *Research & Business*, 16(27), 88. <https://doi.org/10.38147/invneg.v16i27.174>
- Cybo, D. G. de empresas. (2023). *Empresas en Santa Elena (Ecuador)*. Distribución Comercial Por Industria. [https://es.cybo.com/EC/santa-elena-\(ecuador\)/](https://es.cybo.com/EC/santa-elena-(ecuador)/)
- Escalera, G., Masa, C., & García. (2008). Implementation of process reengineering. *Building Bridges in a Global Economy*, 2, 292. <https://doi.org/10.9788/JPPM-200-8561>
- Fernández, J., & Rocha, H. (2017). Management, innovation and business results under the Resources and Capabilities Theory. *Academia & Negocios Magazine*, 3(1), 35–50. <https://doi.org/10.0719/LEIRD2017>
- Florián, O. R., Torres, B., Diaz, D., Obando, S., & Florián-Sánchez, O. (2022). Process Management for Customer Satisfaction in a SME Service Company. *Proceedings of the LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education and Technology*, 1–11. <https://doi.org/10.18687/LEIRD2022.1.1.50>
- Gómez, R. (2018). *Segundo informe de la OMT sobre turismo gastronómico: sostenibilidad y gastronomía*. <https://www.unwto.org/es/archive/press-release/2017-05-25/segundo-informe-de-la-omt-sobre-turismo-gastronomico-sostenibilidad-y-gastr>

- González, M., & Gil, I. (2023). Conceptual research on perceived value in the tourist experience. *Journal of Tourism Studies*, *174*, 7–32.
- González, R., & Carrillo, S. (2022). La gestión del recurso humano en la innovación y el desempeño de las Mipymes de Baja California. Un análisis basado en ecuaciones estructurales. *Paradigma Económico*, *14*(1), 233. <https://doi.org/10.36677/paradigmaeconomico.v14i1.17841>
- Grouard, B., & Meston, F. (2017). *Reingeniería del Cambio: Diez claves para transformar la empresa*. MARCOMBO S.A.
- Gutiérrez, J., Amado, J., Máximo, P., & Arias, J. (2022). Business Resilience in Process Management and Productivity. *Contemporary Dilemmas Journal: Education, Politics and Values*, *2*. <https://doi.org/10.2548/4283-2-20220>
- Hasdiana, U. (2018). Reengineering and System Dynamics. *Analytical Biochemistry*, *11*(1), 1–5. <https://doi.org/10.0261/2018-4189>
- Hernández, A. (2012). THE CONSUMERS PERCEIVED VALUE: CONCEPTUALISATION AND RELATED VARIABLES. WAY TO BUSSINESS SUCCESS. *Research Sciences Journal*, 2–7.
- INEC, I. N. de E. y C. (2023). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos - Estructura del Gasto Corriente de Consumo Monetario*. https://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Nac_Ingresos_Gastos_Hogares_Urb_Rur_ENIGHU/ENIGHU-2011-2012/EnighurPresentacionRP.pdf
- Jagdish, N., Varsha, J., & Anupam, A. (2023). The growing importance of customer-centric support services for improving customer experience. *Journal of Business Research*, *164*(0148–2963). <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113943>
- Jaramillo, S. A., & Tenorio, J. A. (2019). Planeación estratégica y su aporte al desarrollo empresarial. *Espí-ritu Emprendedor TES*, *3*(1), 64–73. <https://doi.org/10.33970/eetes.v3.n1.2019.127>
- Ley Orgánica de La Economía Popular y Solidaria, Ministerio de Inclusion Economica Y Social 1 (2011).

- Malinova, M. (2015). A Language for Process Map Design. In F. Fournier & J. Mendling (Eds.), *Business Process Management Workshops. BPM 2014. Lecture Notes in Business Information Processing, vol 202. Springer, Cham.* (pp. 567–572). https://doi.org/10.1007/978-3-319-15895-2_49
- Medina, A., Nogueira, D., Hernández, A., Medina, D., Medina, Y., El Assafiri, Y., Hernández, G., Ricardo, H., Pérez, M., & Noda, M. (2021). Contribución al control de gestión y a la gestión por procesos. *Anales de La Academia de Ciencias de Cuba, 11(3)*. <http://www.revistaccuba.cu/index.php/revacc/article/view/1108>
- Morales, A. (2019). Servicio Al Cliente Como Estrategia Competitiva. *Revista Colombiana de Ciencias Administrativas, 1(1)*, 8–20. <https://doi.org/10.52948/rcca.v1i1.39>
- Ospina, R. (2006). La reingeniería de procesos: una herramienta general para la innovación y mejora de la calidad en las organizaciones. *Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, 2(2)*, 91–100. <https://doi.org/10.1900/409634344006>
- Pardo, I., & Gil, M. (2019). Organización vertical versus horizontal. *Esic Market, 35*, 184.
- Paredes, M., Moreno, N. Y., Teran, P. E., & Salgado, D. J. (2019). Service Marketing. In *BMC Public Health* (Vol. 5, Issue 1).
- Pérez, M. D. (2012). *Calidad de servicio y Atención al Cliente*. (Málaga: E).
- Pincay, Y., & Parra, C. (2020). Quality management in customer service for marketing SMEs. A look at Ecuador. *Economics and Business Sciences, 6(3)*, 1118–1142. <https://doi.org/10.23857/dc.v6i3.1341>
- Pino, F. (2020). La satisfacción laboral y la satisfacción del cliente en la atención brindada en el Club Departamental Arequipa. *Rev. Investigaciones ULCB, 7(2409–1537)*, 29–41. <https://doi.org/DOI:https://doorg/10.36955/RIULCB.2020v7n2.003>
- Rafoso, S., & Artiles, S. (2011). Process reengineering: concepts, approaches and new applications. *Information Science, 42(3)*, 29–37. <https://doi.org/10.2937/08644659-2011>
- Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas, 1 (2018). https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf
- Riquelme, L. U., & Pelagatti, S. A. (2019). La gestión por procesos y la satisfacción de los clientes en el restaurante El Criollazo ubicado en San Martín de Porres, Lima-2019

- [Universidad privada TELESUP]. In *Journal of Chemical Information and Modeling*.
<https://repositorio.utesup.edu.pe/bitstream/UTELESUP/1487/1/PELAGATTI DELLEPIANE SERGIO ANTONIO-RIQUELME CISNEROS LINDA URSULA.pdf>
- Saltos, V., & Pérez, M. (2020). *Análisis y propuesta de mejoramiento de procesos en la empresa "Restaurante la Cañita"* [Universidad Andina Simón Bolívar].
<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7205/1/T3106-MAE-Saltos-Analisis.pdf>
- Sanchez, S., & Herrera, M. (2016). Human resources under the approach of the theory of resources and capabilities. *Journal of the Faculty of Economic Sciences: Research and Reflection*, 24(2), 133–146. <https://doi.org/10.18359/rfce.2216>
- Sandoval, G., & Cáceres, E. (2021). Incidencia de la Comunicación Interna y la Gestión por Procesos en el Servicio al Cliente. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(2), 203–212.
<https://doi.org/10.33386/593dp.2021.2.469>
- Serafini, M., & Cuenya, L. (2020). Motivation: a historical and theoretical trajectory of the main conceptual frameworks. *Revista ConCiencia EPG*, 5(2), 15–44.
<https://doi.org/10.32654/concienciaepg.5-2.2>
- Sosa, M. C. (2022). Tourism development planning as a community industry. *Scientific Journal*, 27(1668 – 8708), 40–58.
<https://doi.org/10.36995/j.Visionofthefuture.2023.27.01.002.es>
- Tarodo, C. (2015). *Comunicación empresarial y atención al cliente*: Grupo Editorial Ra-Ma.
- Tschohl, J. (2011). *Achieving Excellence Through Customer Service*. Service Quality Institute.
- Vértice, P. (2008). *Aspectos prácticos de la calidad en el servicio*. AENOR (Editorial Vértice).

Apéndice

Apéndice 1.

Matriz de consistencia

TEMA	PROBLEMA	OBJETIVOS	IDEA A DEFENDER	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
Gestión de Procesos y Servicio al Cliente, sector gastronómico restaurant "Charito", cantón Santa Elena, año 2023	GENERAL:	GENERAL:				Organización horizontal Rediseño Implante el cambio	
	¿Cómo se aplica la gestión de procesos y servicio al cliente del sector gastronómico en el restaurant Charito, cantón Santa Elena, año 2023?	Analizar la gestión de procesos y servicio al cliente del restaurant Charito del cantón Santa Elena.		Gestión de procesos	Reingeniería	Reingeniería puntual Reingeniería dinámica	Diseño de investigación: No Experimental
			Diseñar la gestión de procesos en el restaurant Charito del cantón Santa Elena mejora la eficiencia de los procedimientos y la calidad del servicio al cliente.		Identificación del proceso	Responsable Recursos Duración Documento	Enfoque: Mixto Alcance: Exploratoria
	ESPECÍFICOS:	ESPECIFICOS:					Método: Analítico e Inductivo
	1. ¿Cuál es la situación actual de la gestión de procesos en el restaurant Charito?	1. Diagnosticar la situación actual de la gestión de procesos del restaurant Charito del cantón Santa Elena.				Rendimiento percibido	Motivación del cliente Calidad del servicio total
2. ¿Qué procesos desarrolla el restaurant Charito?	2. Identificar los procesos que deben ser diseñados para garantizar la calidad del servicio al cliente y optimizando la eficiencia operativa.			Servicio al Cliente	Valoración de las reacciones percibidas	Gestión de quejas	Procesamiento de datos: Técnica: Encuestas, entrevistas Instrumentos: Cuestionarios Herramientas TIC: Jotform SPSS
3. ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los clientes del restaurant Charito para la mejora en sus procesos?	3. Identificar la satisfacción de los clientes del restaurant Charito para la mejora en la gestión de procesos.				Niveles de satisfacción	Insatisfacción Satisfacción Complacencia	
4. ¿Diseñar la gestión de procesos contribuye al servicio al cliente en el restaurant Charito del cantón Santa Elena?	4. Diseñar la mejora de procesos que contribuya a la optimización de procedimientos y el servicio al cliente.						

Apéndice 2.

Matriz de Operacionalización de Variables – Entrevista.

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Preguntas de entrevista al propietario
Independiente	Gestión de procesos Para Bravo, (2013) La gestión de procesos es una disciplina de gestión que ayuda a la dirección de la empresa a identificar, representar, diseñar, formalizar, controlar, mejorar y hacer más productivos los procesos de la organización para lograr la confianza del cliente.	La gestión de procesos en el restaurante Charito es una disciplina de gestión orientada a la mejora continua de todas las actividades y operaciones del restaurante. A través de esta gestión, la dirección del restaurante puede mejorar los procesos claves del negocio, de tal manera que aumente la productividad y eficiencia, garantizando una experiencia de calidad satisfactoria y confiabilidad para los clientes.	Organización horizontal	Rediseño	¿Cuál es la gestión de procesos en el restaurant Charito para obtener operaciones eficientes?
			Reingeniería	Implante el cambio	¿Qué cambios de procesos ha implementado el restaurant Charito en los últimos meses para mejorar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente?
			Identificación del proceso	Reingeniería puntual Reingeniería dinámica	¿Restaurant Charito realiza sus operaciones de acuerdo con su misión y visión?
			Responsable	¿Qué acciones estratégicas ha realizado Restaurant Charito para alcanzar los objetivos definidos?	
Dependiente	Servicio al Cliente Tschohl, (2011) El servicio al cliente es la orientación que siguen todos los recursos y empleados de una empresa para logran la satisfacción de los clientes; esto incluye a todas las personas que trabajan en la empresa, y no solo a las personas que tratan personalmente con los clientes.	Una empresa que ofrece una excelente atención al cliente puede mejorar significativamente el rendimiento percibido por sus clientes, ya que estos notarán un servicio eficiente y de alta calidad. Además, las reacciones positivas de los clientes serán más frecuentes, reflejándose en valoraciones y comentarios favorables. Como resultado, el nivel de satisfacción del cliente aumentará.	Rendimiento percibido	Recursos Duración Documento	¿Qué acciones de participación y cooperación realiza con el personal de Restaurant Charito para alcanzar las metas?
			Valoración de las reacciones percibidas	Motivación del cliente	¿Qué indicadores utiliza para cuantificar el logro de los objetivos de Restaurant Charito para alcanzar las metas?
			Niveles de satisfacción	Calidad del servicio total	¿Cómo está estructurada su organización y cómo se definen las funciones? ¿Considera usted que los clientes son atendidos en los tiempos establecidos adecuadamente?
				Gestión de quejas	¿Cómo describiría los procedimientos por cada uno de los procesos internos organizacional donde define funciones y responsabilidades?
				Insatisfacción Satisfacción Complacencia	¿Qué estrategia utiliza el restaurante “Charito” para medir la satisfacción del cliente?

Apéndice 3.

Matriz de Operacionalización de Variables – Encuestas a clientes.

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Preguntas de entrevista al propietario	Escala de Medición
Independiente	Gestión de procesos	Para Bravo, (2013) La gestión de procesos es una disciplina de gestión que ayuda a la dirección de la empresa a identificar, representar, diseñar, formalizar, controlar, mejorar y hacer más productivos los procesos de la organización para lograr la confianza del cliente.	Organización horizontal	Rediseño	¿Considera que los procesos de atención al cliente en el restaurant Charito son óptimos?	Ordinal
			Reingeniería	Implante el cambio	¿Cómo calificaría el tiempo de espera para ser atendido en el restaurant "Charito"?	
Reingeniería puntual	¿Cómo evaluaría la claridad y precisión de la comunicación del personal del restaurant "Charito"?					
Reingeniería dinámica	¿Considera usted que el establecimiento y carta de productos del restaurant Charito, son visualmente atractivos?					
Identificación del proceso	Responsable	¿Cómo calificaría el servicio del personal del restaurant "Charito"? ¿Considera que el equipo de trabajo del restaurant "Charito" es responsable y está comprometido con la satisfacción del cliente?				
	Recursos Duración Documento	¿Cómo evaluaría la calidad de los productos que recibió en el restaurant "Charito"? ¿Qué tan satisfecho está con el tiempo de espera para recibir su pedido en el restaurant "Charito"?				
Dependiente	Servicio al Cliente	Una empresa que ofrece una excelente atención al cliente puede mejorar significativamente el rendimiento percibido por sus clientes, ya que estos notarán un servicio eficiente y de alta calidad. Además, las reacciones positivas de los clientes serán más frecuentes, reflejándose en valoraciones y comentarios favorables. Como resultado, el nivel de satisfacción del cliente aumentará.	Rendimiento percibido	Motivación del cliente	¿Considera que su experiencia en el restaurant "Charito" lo motiva a recomendarlo a otros?	
			Valoración de las reacciones percibidas	Calidad del servicio total	¿Cómo evaluaría la calidad del servicio total recibido en el restaurant "Charito"?	
			Niveles de satisfacción	Gestión de quejas	¿Considera que el personal del restaurant "Charito" maneja de manera adecuada las quejas y reclamaciones?	
				Insatisfacción Satisfacción Complacencia	¿Considera que el restaurant "Charito" cumple en ofrecer una experiencia gastronómica de alta calidad?	

Apéndice 4.

Solicitud de aprobación del tema.



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Oficio No 012-ADE-LRT- 2024

La Libertad, 08 Abril de 2024

Licenciado

José Xavier Tomalá Uribe, MSc.

Director de la Carrera Administración de Empresas

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

En su despacho.-

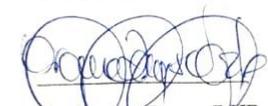
De mi consideración:

Estimado director, informo a usted que, una vez realizada la revisión y análisis, por parte de tutor y especialista, de la propuesta de investigación para el trabajo de titulación del estudiante Emily Nathaly Solano Loachamin, del paralelo 8/1, denominado "Gestión Logística y Benchmarking de las MiPymes del sector gastronómico del sector Ballenita, Cantón Santa Elena, año 2023", se ha considerado cambiar el título del mismo por: "Gestión de procesos y Servicio al cliente, sector gastronómico restaurant "Charito", cantón Santa Elena, año 2023".

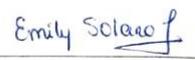
Por lo antes expuesto, solicito comedidamente la aprobación del tema modificado.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,


Ing. Lorena Reyes, Ph.D.
Profesor Tutor


Ing. Fausto Calderón, Mgs.
Profesor Especialista


Emily Solano.
Estudiante

c/c Comisión de titulación CAE
Archivo

Apéndice 5.

Solicitud de validación de instrumentos.



Facultad de Ciencias Administrativas Administración de Empresas

La Libertad, 10 Junio de 2024

Ingeniero
Fausto Vinicio Calderón Pineda MSc.
Docente de la Carrera de Administración de Empresas

Reciba un cordial saludo.

Yo, **Emily Nathaly Solano Loachamín**, con C.I. **0928079128**, estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, conocedor de su alta capacidad profesional, me permito solicitar a usted, su valiosa colaboración como experto en validación de los instrumentos de recolección de datos para su respectiva aplicación del área de competencia, importante para el desarrollo de la siguiente investigación: **Gestión de Procesos y Servicio al Cliente, sector gastronómico restaurant "Charito", cantón Santa Elena, año 2023**", trabajo presentado como requisito para obtener el título de Licenciado en Administración de Empresas en la Universidad Estatal Península de Santa Elena, bajo la tutoría académica de la Ing. Lorena Reyes, PhD.

Por lo anteriormente expuesto, adjunto la matriz de consistencia y el formato de los instrumentos.

Agradeciendo de antemano su colaboración, me suscribo a usted.

Atentamente.

Emily Nathaly Solano Loachamín.
C.I.: 0928079128

UPSE, crece sin límites

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131
www.upse.edu.ec



Apéndice 6.

Informe de validación de instrumentos – Entrevista.



Facultad de Ciencias Administrativas
Administración de Empresas

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

1. DATOS GENERALES:

Título de la investigación: Gestión de Procesos y Servicio al Cliente, sector gastronómico restaurant “Charito”, cantón Santa Elena, año 2023.

Autor del instrumento: Emily Nathaly Solano Loachamín

Nombre del instrumento: Guía de entrevista

2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

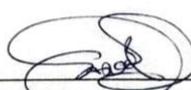
INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
1. CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiado.					/
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.					/
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					/
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.					/
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					/
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					/
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación.					/
8. COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.					/
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					/
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					/

3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

(✓) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

La Libertad, 11 Junio de 2024



Firma del Experto Informante
Fausto Vinicio Calderón Pineda MSc.

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador
 Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131
www.upse.edu.ec



Apéndice 7.

Informe de validación de instrumentos – Encuesta.



Facultad de Ciencias Administrativas Administración de Empresas

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

4. DATOS GENERALES:

Título de la investigación: Gestión de Procesos y Servicio al Cliente, sector gastronómico restaurant “Charito”, cantón Santa Elena, año 2023.

Autor del instrumento: Emily Nathaly Solano Loachamín

Nombre del instrumento: Cuestionario de Encuesta

5. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
2. CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiado.					/
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.					/
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					/
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.					/
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					/
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					/
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación.					/
8. COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.					/
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					/
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					/

6. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- () El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

La Libertad, 11 Junio de 2024


Firma del Experto Informante
Fausto Vinicio Calderón Pineda MSc.

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador
 Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131
www.upse.edu.ec



Apéndice 8.

Certificado de validación de instrumentos.



Facultad de Ciencias Administrativas
Administración de Empresas

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE
TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:

Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en el Trabajo de Integración Curricular titulado: **“Gestión de Procesos y Servicio al Cliente, sector gastronómico restaurant “Charito”, cantón Santa Elena”**, planteado por la estudiante Emily Nathaly Solano Loachamín doy por validado los siguientes formatos presentados:

1. Cuestionario para la Encuesta
2. Guía de Entrevista

Las herramientas anteriormente mencionadas reflejan pertinencia en las preguntas con base al tema planteado, además se ajustan a la información que necesita recabarse para los fines del tema especificado por el estudiante.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad autorizando al peticionario dé el uso necesario de este documento que más convenga a su interés.

La Libertad, 11 Junio de 2024



Fausto Vinicio Calderón Pineda MSc.
Docente de la Carrera de Administración de Empresa

UPSE, crece sin límites

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131
www.upse.edu.ec



Apéndice 9.

Instrumentos de investigación – Entrevista.



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**



ENTREVISTA DIRIGIDA AL JEFE Y EMPLEADOS DEL RESTAURANT CHARITO

Tema: Gestión de procesos y Servicio al cliente, sector gastronómico restaurant
“Charito”, cantón Santa Elena, año 2023.

Objetivo: Recopilar información relevante para la investigación sobre la gestión de procesos y servicio al cliente del restaurant Charito mediante la aplicación del instrumento de entrevista.

Su experiencia y conocimientos directos en el ámbito serán de gran valor para comprender de manera más detallada los desafíos y oportunidades que el restaurant enfrenta en sus procesos y el servicio al cliente. Agradezco sinceramente su disposición para participar en esta entrevista.

1. ¿Cuál es la gestión de procesos en el restaurant Charito para obtener operaciones eficientes?
2. ¿Qué cambios de procesos ha implementado el restaurant Charito en los últimos meses para mejorar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente?
3. ¿Restaurant Charito realiza sus operaciones de acuerdo con su misión y visión?
4. ¿Qué acciones estratégicas ha realizado Restaurant Charito para alcanzar los objetivos definidos?
5. ¿Qué acciones de participación y cooperación realiza con el personal de Restaurant Charito para alcanzar las metas?
6. ¿Qué indicadores utiliza para cuantificar el logro de los objetivos de Restaurant Charito para alcanzar las metas?
7. ¿Cómo está estructurada su organización y cómo se definen las funciones?
8. ¿Considera usted que los clientes son atendidos en los tiempos establecidos adecuadamente?
9. ¿Cómo describiría los procedimientos por cada uno de los procesos internos organizacional donde define funciones y responsabilidades?
10. ¿Qué estrategia utiliza el restaurante “Charito” para medir la satisfacción del cliente?

Apéndice 10.

Instrumentos de investigación – Encuestas.



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DEL RESTAURANT CHARITO**

Tema: Gestión de procesos y Servicio al cliente, sector gastronómico restaurant
“Charito”, cantón Santa Elena, año 2023.

Objetivo: Recopilar información valiosa sobre la Gestión de procesos y Servicio al cliente del restaurant Charito.

Género:

- Masculino
- Femenino

Edad:

- 18 – 28
- 29 – 39
- 40 – 50
- 51 en adelante

1. ¿Considera que los procesos de atención al cliente en el restaurant Charito son óptimos?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

2. ¿Cómo calificaría el tiempo de espera para ser atendido en el restaurante "Charito"?
 - Muy satisfactorio
 - Satisfactorio
 - Neutral
 - Insatisfactorio
 - Muy insatisfactorio

3. ¿Cómo evaluaría la claridad y precisión de la comunicación del personal del restaurante "Charito"?
 - Excelente
 - Bueno
 - Regular
 - Malo
 - Muy malo

4. ¿Considera usted que el establecimiento y carta de productos del restaurant Charito son visualmente atractivos?
 - Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo

5. ¿Cómo calificaría el servicio del personal del restaurante "Charito"?
 - Excelente
 - Bueno
 - Regular
 - Malo
 - Muy malo

6. ¿Considera que el equipo de trabajo del restaurante "Charito" es responsable y está comprometido con la satisfacción del cliente?
- Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo
7. ¿Cómo evaluaría la calidad de los productos y servicios que recibió en el restaurant "Charito"?
- Excelente
 - Bueno
 - Regular
 - Malo
 - Muy malo
8. ¿Qué tan satisfactorio es el tiempo de espera para recibir su pedido en el restaurante "Charito"?
- Muy satisfactorio
 - Satisfactorio
 - Neutral
 - Insatisfactorio
 - Muy insatisfactorio
9. ¿Considera que su experiencia en el restaurante "Charito" lo motiva a recomendarlo a otros?
- Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo

10. ¿Cómo evaluaría la calidad del servicio total recibido en el restaurante "Charito"?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo
- Muy malo

11. ¿Considera que el personal del restaurante "Charito" maneja de manera adecuada las quejas y reclamaciones?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

12. ¿Considera que el restaurante "Charito" cumple en ofrecer una experiencia gastronómica de alta calidad?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Apéndice 11.

Solicitud de Carta Aval a la propietaria del restaurant Charito



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Oficio N° 190- JXTU-ADE-2024
La Libertad, 10 de junio del 2024

Señora.
Rosario Marilyn Loachamin Yagual
PROPIETARIA DE RESTAURANT "CHARITO"
En su despacho. -

De mi consideración:

Estimada Señora, reciba un cordial y atento saludo de quienes conformamos la carrera de Administración de Empresas.

Es grato dirigirme a usted para poner en conocimiento que he recibido solicitud de la señorita Emily Nathaly Solano Loachamin, con Cédula de Ciudadanía N° 0928079128, estudiante de la Carrera de Administración de Empresas; que manifiesta la posibilidad de desarrollar el Trabajo de Titulación con el tema "**Gestión de Procesos y Servicio al Cliente, Sector Gastronómico Restaurant "Charito", Cantón Santa Elena, Año 2023**" en la compañía que acertadamente usted dirige, motivo por el cual respetuosamente elevo mi petición, para que mediante una CARTA AVAL ratifique la aceptación de parte vuestra en brindar las facilidades para el desarrollo del estudio y a su vez autorice para que sea publicado en la página de la UPSE, el resumen del trabajo práctico.

Sin otro particular esperando su oportuna respuesta ante el pedido que realizamos, me suscribo de usted.

Atentamente,



JOSE XAVIER TOMALA
URIBE

José Xavier Tomalá Uribe, Mgs.
DIRECTOR DE CARRERA
C.c. archivo
JXTU/JG.

Rosario Marilyn Loachamin Yagual

UPSE ¡crece SIN LÍMITES!

campus matriz, La Libertad - Santa Elena - ECUADOR
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781 - 732

f @ t v www.upse.edu.ec

Apéndice 12.

Carta Aval por parte de la propietaria del restaurant Charito.



Santa Elena, 18 de Junio del 2024

Señor

Lcdo.: José Xavier Tomalá Uribe, MSc.
Director de la Carrera de Administración de Empresas
Facultad de Ciencias Administrativas
Universidad Estatal Península de Santa Elena

En su despacho. –

De mis consideraciones:

Por medio de la presente yo, Rosario Marilyn Loachamin Yagual, con cédula de ciudadanía No. **0913545851**, en calidad de propietaria del **Restaurante Charito**, permito presentar a usted el aval correspondiente aceptando y autorizando a la señorita Emily Nathaly Solano Loachamín, portadora de la cédula de ciudadanía No. **0928079128**, a ejecutar el trabajo de Integración Curricular con el tema **“Gestión de Procesos y Servicio al Cliente, sector gastronómico, restaurant Charito, cantón Santa Elena, año 2023”**, brindando todas las facilidades por el desarrollo del estudio y la aceptación a que dicho trabajo se ha publicado en la página de la UPSE.

Atentamente.

Rosario Marilyn Loachamin Yagual
Propietaria

Apéndice 13.*Certificado anti-plagio.***Biblioteca General****Formato No. BIB-009****CERTIFICADO ANTIPLAGIO**

La Libertad, 24 de junio del 2024

21-TUTOR LRT -2024

En calidad de tutor del trabajo de titulación denominado **Gestión de Procesos y Servicio al Cliente, sector gastronómico restaurant "Charito", cantón Santa Elena, año 2023**", elaborado por la estudiante Emily Nathaly Solano Loachamín, egresado de la Carrera de administración de empresas, de la Facultad de ciencias administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de licenciada en administración de empresas, me permito declarar que una vez analizado en el sistema antiplagio, luego de haber cumplido con los requerimientos de valoración, el presente proyecto, se encuentra con 2% de la valoración permitida, por consiguiente se procede a emitir el presente certificado.

Adjunto el reporte de análisis.

Atentamente,



LORENA GIRELLA
REYES TOMALA

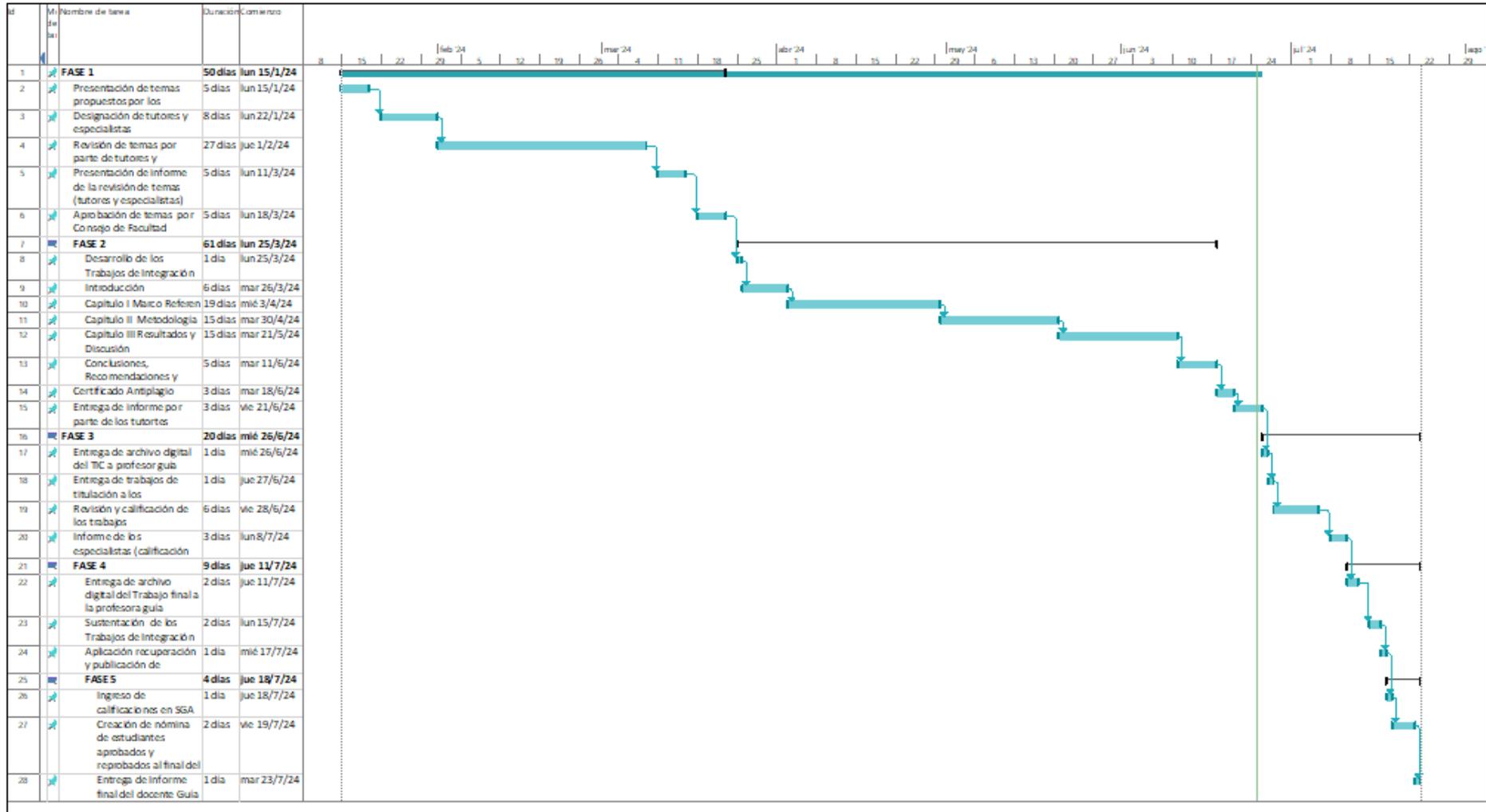
Ing. Lorena Reyes Tomalá; PhD.

C.I.: 0913245205

DOCENTE TUTOR

Apéndice 14.

Cronograma de actividades.

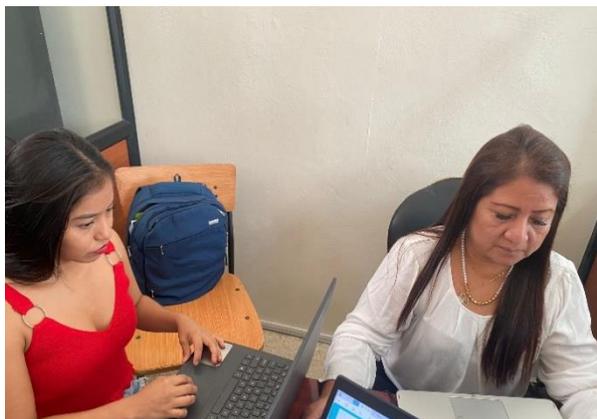


Apéndice 15.*Evidencia de Entrevista*

Nota: Entrevista a propietaria del restaurant Charito.

Apéndice 16.*Evidencia de Encuestas*

Nota: Encuestas a clientes del restaurant Charito.

Apéndice 17.*Tutorías*

Nota: Evidencia de tutorías presenciales.