



**UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO**



**DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA)
DEL EXÁMEN DE CARÁCTER COMPLEXIVO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN TURISMO**

TEMA:

**ESTRATEGIAS DE CALIDAD PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO DE LAS
EMPRESAS GASTRONÓMICAS DE LA CIUDAD DE BABAHOYO**

AUTOR:

DE LOOR AYALA KARLA

TUTOR:

MSC. OLAYA REYES JOHANA

BABAHOYO - ECUADOR

2024



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



DEDICATORIA

Dedico este estudio a aquellos que buscan incansablemente el conocimiento y la comprensión, a aquellos que están entusiasmados por explorar las fronteras del conocimiento. A mi familia y amigos, cuyo consuelo inquebrantable ha sido mi faro en este viaje académico. A los mentores y profesores que con sabiduría y paciencia han guiado mis pasos. Que este esfuerzo, aunque sea modestamente, contribuya al desarrollo del entendimiento humano. A todos aquellos que han sido impulsados por este viaje y a aquellos que seguirán explorando más allá de lo conocido. Por amor al aprendizaje y la búsqueda constante de la verdad.



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



AGRADECIMIENTOS

Agradezco sinceramente a todos los que han contribuido a la realización de esta investigación de diversas maneras. A aquellos cuyos pensamientos y puntos de vista han enriquecido cada aspecto de este esfuerzo. A mis mentores y supervisores, cuya guía y sabiduría fueron esenciales para moldear esta investigación. A mis colegas y compañeros de clase por su colaboración, conversaciones útiles y ayuda constante. Además, quiero expresar mi gratitud a mis amigos y familiares, cuyo apoyo y comprensión han sido fundamentales durante este proceso. Todas las personas que han participado en este viaje académico han contribuido a este logro. ¡Muchas gracias por formar parte esencial de esta búsqueda de conocimiento y descubrimiento!



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo proponer estrategias de calidad para mejorar el rendimiento de las empresas gastronómicas en Babahoyo. Se empleó una metodología de investigación mixta descriptiva, utilizando encuestas y entrevistas. La encuesta a cien clientes reveló una percepción positiva general, destacando áreas de fortaleza y oportunidades de mejora. La entrevista a propietarios proporcionó información detallada sobre la gestión de calidad. Se aplicaron estrategias del Modelo de Excelencia Operacional Gastronómica. Aunque la mayoría de los clientes está satisfecha, se identificaron áreas clave para la mejora continua, como la comunicación de políticas de sostenibilidad y la ampliación del menú.

Palabras claves: Estrategias de calidad, desempeño empresarial, catálogo de estrategias, reputación gastronómica.



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



ABSTRACT

This research aims to propose quality strategies to improve the performance of gastronomic companies in Babahoyo. A mixed descriptive research methodology was used, using surveys and interviews. The survey of one hundred clients revealed a general positive perception, highlighting areas of strength and opportunities for improvement. The owner interview provided detailed information on quality management. Strategies from the Gastronomic Operational Excellence Model were applied. Although most customers are satisfied, key areas for continuous improvement are identified, such as communicating sustainability policies and expanding the menu.

Keywords: Quality strategies, Business performance, Catalog of strategies, Gastronomic reputation.



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



ÍNDICE

CONTEXTUALIZACIÓN	8
Planteamiento del problema.....	8
JUSTIFICACIÓN	10
OBJETIVOS DE ESTUDIO.....	11
OBJETIVO GENERAL.....	11
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	11
Línea de investigación	12
DESARROLLO	¡Error! Marcador no definido.
MARCO CONCEPTUAL	13
PROCESOS Y PRÁCTICAS ACTUALES	13
SELECCIÓN Y CONTROL DE INSUMOS.....	14
CAPACITACIÓN DEL PERSONAL	16
IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD	17
GESTIÓN FINANCIERA	18
ÁREAS DE OPORTUNIDAD EN TÉRMINOS DE CALIDAD	19
ESTRATEGIAS DE CALIDAD.....	20
SATISFACCIÓN DE LA CLIENTE MEJORADA.....	20
EMPRESA GASTRONÒMICA	21
GESTIÓN DE CALIDAD.	21
MEDICIÓN DE DESEMPEÑO DE LAS EMPRESAS GASTRONÓMICAS	22
EVALUACIÓN DE EMPRESA GASTRONÒMICAS	22
METODOLOGÍA.....	25
RESULTADOS	26
Entrevista:	27
Encuestas:	¡Error! Marcador no definido.
Síntesis del cumplimiento del objetivo:	27
Catálogo de Estrategias de Calidad para Empresas Gastronómicas: Selección y Control de Insumos, Capacitación del Personal y Sistemas de Gestión.	¡Error! Marcador no definido.
Implementación del MEOG.	¡Error! Marcador no definido.
Sugerencias para mejorar el rendimiento de las empresas gastronómicas de Babahoyo.	31



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	37
CONCLUSIONES	39
RECOMENDACIONES.....	40
REFERENCIAS.....	41
ANEXOS	45



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



CONTEXTUALIZACIÓN

Planteamiento del problema

Pese a la creciente demanda de servicios gastronómicos, las empresas gastronómicas en la ciudad de Babahoyo enfrentan un gran desafío en términos de calidad y desempeño. Se refleja una falta del cumplimiento de las estrategias de calidad, lo que afecta negativamente la satisfacción del cliente y el prestigio del establecimiento. Esta diferencia destaca la urgencia de abordar este problema de manera efectiva.

Uno de los problemas fundamentales reside en la ausencia de estándares uniformes de calidad en los restaurantes de la ciudad. La variabilidad en la preparación de los alimentos, la atención al cliente y la gestión general contribuyen a experiencias inconscientes para los comensales. Esta falta de coherencia no solo incide en la fidelidad del cliente, sino que también amenaza la sostenibilidad a largo plazo de las empresas gastronómicas en Babahoyo.

La competitividad en el sector gastronómico requiere un enfoque meticuloso en la calidad. Las empresas que no logran mantener estándares elevados corren el riesgo de perder cuota de mercado frente a competidores más orientados hacia la excelencia. Además, la falta de diferenciación en términos de calidad podría limitar la capacidad de estos negocios para atraer a clientes exigentes y construir una reputación sólida en la comunidad gastronómica local.

Una solución importante para mejorar el desempeño de las empresas gastronómicas en Babahoyo es la implementación de estrategias de calidad. Estas estrategias aumentarán la calidad de la oferta y construirán una reputación positiva, desde la adopción de prácticas de preparación estandarizadas hasta la capacitación del personal en servicio al cliente. Finalmente este método fortalecerá la reputación los restaurantes gastronómicos de Babahoyo.



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



Este estudio de caso propone estrategias enfocadas en la mejora del servicio en la localidad para responder a la pregunta de cómo las empresas gastronómicas de Babahoyo pueden optimizar la calidad de sus servicios para asegurar la satisfacción de sus clientes y mejorar su prestigio en el ámbito local.



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



JUSTIFICACIÓN

La investigación sobre las “Estrategias de calidad para mejorar el desempeño de las empresas gastronómicas en la ciudad de Babahoyo” surge de la necesidad apremiante de abordar los desafíos que enfrentan estas empresas en términos de calidad y rendimiento. A pesar de un aumento en la demanda por servicios gastronómicos en la ciudad, existe un déficit evidente en la aplicación de medidas de calidad, situación que podría deteriorar tanto la satisfacción del cliente como la imagen de los establecimientos gastronómicos.

En el sector gastronómico, donde la calidad es un pilar fundamental para asegurar la lealtad y preferencia de los consumidores, este estudio se justifica por la necesidad de mejorar aspectos importantes como la satisfacción del cliente y la competitividad. Además, la falta de estándares de calidad podría dificultar que las empresas gastronómicas se diferencien y compitan en el mercado local.

La investigación beneficiará principalmente a las empresas del sector gastronómico de Babahoyo, ya que experimentarán mejoras en su desempeño y reputación, lo que aumentará su capacidad para atraer y fidelizar a su clientela. Los consumidores de servicios gastronómicos también se beneficiarán al experimentar una mayor consistencia en la calidad de los alimentos y el servicio, lo que aumentará la satisfacción general y la posibilidad de elegir de manera inteligente. Además, el fortalecimiento de la reputación de Babahoyo como un destino gastronómico de primer nivel atraerá a clientes locales y visitantes, beneficiando a la comunidad gastronómica local.

Para poder estructurar la investigación de manera satisfactoria, la viabilidad del estudio depende de la información recopilada de las encuestas a los clientes y las entrevistas con los dueños de los restaurantes.



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



OBJETIVOS DE ESTUDIO

OBJETIVO GENERAL

✚ Proponer estrategias de calidad para mejorar el desempeño de las empresas gastronómicas de la ciudad de Babahoyo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

✚ Identificar las principales áreas de oportunidad en términos de calidad en las empresas gastronómicas de la Ciudad de Babahoyo, a través de un análisis de sus procesos y prácticas actuales.

✚ Desarrollar un catálogo de estrategias de calidad específicas para las empresas gastronómicas, centrándose en aspectos como la selección y control de insumos, la capacitación del personal en estándares de servicio y la implementación de sistemas de gestión de calidad.

✚ Evaluar la factibilidad de la implementación de las estrategias propuestas, considerando factores como los recursos disponibles, la aceptación por parte de los actores involucrados y la compatibilidad con las características del mercado gastronómico en Babahoyo.



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Desarrollo de bienes, productos servicios y procesos Turísticos. La investigación se enfoca en mejorar la industria turística mediante el diseño eficiente de bienes, productos, servicios y procesos. Busca aumentar la competitividad, satisfacer a los turistas y generar impactos positivos en las comunidades y el medio ambiente. Proyección para mejoramiento de la calidad de bienes, productos, servicio del proceso turístico.



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



MARCO CONCEPTUAL

PROCESOS Y PRÁCTICAS ACTUALES

Según Choez (2020) menciona que:

En la actualidad, la gestión de calidad es crucial en el ámbito económico, ya que es una herramienta fundamental para mantener la competitividad y posicionar diversos productos o servicios en función de la calidad de sus productos. En la esfera económica, es fundamental aclarar que existen distintas ramas según las actividades realizadas, como el sector primario, secundario y terciario. (p. 268)

Para Toro (2020) “La gestión de calidad es un conjunto de acciones y herramientas para evitar errores o variaciones en el procesamiento de creación y en los resultados o servicios derivados de dicho procedimiento”

El servicio y la atención al cliente son un componente clave del desarrollo empresarial, según la gestión de calidad; implementar este indicador implica un aporte a las empresas y establecimientos de restauración, lo que conduce a un desarrollo socioeconómico tanto a nivel local, nacional como internacional. (Borbor & Paola, 2022)

Por otro lado, Steubel (2022) nos menciona sobre las actividades que se incluyen en la gestión de la calidad:

- Seguimiento de los procedimientos operativos.
- Establecer estándares de calidad y optimizar los procesos internos.
- Crear e implementar un sistema de gestión de calidad.
- Desarrollar los documentos necesarios para el sistema de gestión de calidad.
- Realizar auditorías tanto internas como externas.
- Brindar orientación y capacitación a los empleados. (párrafo. decimo)

Así mismo, Ferrovia (2020), nos menciona:

La norma ISO 9001 tiene como objetivo aumentar la confianza y la satisfacción del cliente y de las partes interesadas. Además, tiene como objetivo establecer una cultura proactiva enfocada en la prevención, mejora y protección ambiental, asegurando un enfoque integral en la gestión de la calidad y el medio ambiente para garantizar la consistencia de la calidad de los productos y servicios. Como resultado, es muy demandada y promueve su uso.

Figura 1

Pasos para implementar ISO 9001



Fuente: Extraído de Torres (2020)

SELECCIÓN Y CONTROL DE INSUMOS

Para garantizar la calidad de los productos finales y la aprobación de los consumidores, la selección y control de insumo son fundamentales y también se consideran una estrategia de calidad.

Bravo (2023) expone los elementos principales y necesarios para garantizar la calidad de los productos:

- **Elección de proveedores de alta calidad:** Explorar proveedores que efectúen con las disposiciones y certificaciones pertinentes.



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



- **Supervisión de fabricación:** Corroborar fechas de fabricación y caducidad en los productos para asegurarse de que sean estén en buen estado y frescos.
- **Utilización responsable de empaques y el almacenamiento:** Mantener la calidad y eludir la contaminación de los productos, emplear los empaques y sistemas de almacenamiento.
- **Sostener el espacio de almacenamiento organizado y limpio:** Garantizar un espacio de almacenamiento aseado y organizado para evitar la propagación de microorganismos y la posibilidad de contaminación. (párrafo. tercero)

Según Fernández (2021), nos menciona que:

La cantidad específica de productos o mercancías que se encuentran en el almacén de tu restaurante se conoce como control de stock de cocina.

Mantener un inventario preciso de alimentos o un planificador de cocina puede parecer una tarea sencilla, pero en realidad es una tarea meticulosa que requiere una gran organización. Para lograr un equilibrio adecuado en todas las operaciones en una cocina de restaurante, es fundamental mantener un control efectivo del stock. Como resultado, podemos evitar la pérdida de ventas debido a la falta de productos en la cocina, lo que los llevaría a buscar existencias en otros negocios de la competencia. (p. 12)

Asimismo Marlene (2023) nos manifiesta que:

La falta de un control adecuado de los insumos puede resultar en pérdidas significativas, ya que sea debido a la baja calidad de los productos o a la expiración de los mismos. Esto podría tener un efecto económico negativo en tu empresa. Establezca un rutina regular para asegurarse de que todo esté en buenas condiciones. Por lo tanto, no perderás nada. (p. 20)



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



Si no controlamos adecuadamente la selección y control de insumos en un negocio, corremos el riesgo de perder mucho dinero debido a la mala calidad de los insumos o a que ya hayan caducado.

CAPACITACIÓN DEL PERSONAL

Según Rodríguez (2020, citado en León-Ramentol et al., 2021) nos manifiesta que:

La capacitación es una inversión valiosa en recursos humanos y contribuye al bienestar tanto del personal como de la organización. Por lo tanto, tanto las empresas como los individuos deben verlo como un pago que producirá los resultados y objetivos deseados a lo largo plazo. La falta de capacitación resulta en costos económicos, que se reflejan en una disminución en la productividad, una calidad más baja, problemas de atención al cliente y el desperdicio de materias primas. (p. 29)

Según lo mencionado, la capacitación del personal es una estrategia fundamental para el desarrollo empresarial. Al considerar la capacitación o capacitación personal como una inversión estratégica, se espera que aporte beneficios a largo plazo porque la ausencia de capacitación del personal puede tener consecuencias negativas tanto a nivel económico como a nivel de atención al cliente.

Por otra parte, Barraqueta (2023) nos menciona los beneficios de la capacitación del personal en una empresa:

- Mejora la rentabilidad.
- Mejora la productividad y la calidad del trabajo.
- Mejora la imagen frente a la competencia y abre nuevas perspectivas.
- Inspira al personal.
- Mejora el desempeño de los colaboradores en diversas áreas, lo que aumenta la

eficacia.



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



- Fomenta la conversación.
- El sentimiento de pertenencia entre los colaboradores se fomenta.
- Fortalece las relaciones entre los empleados que trabajan en diversas áreas.
- Contribuye a la resolución efectiva de problemas.
- Facilita el conocimiento de las políticas organizacionales.
- Facilita la promoción de los empleados.
- Ofrece información y datos cruciales sobre las necesidades futuras del

personal.

IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD

Bolaños menciona que “La calidad radica en el cumplimiento de estándares y parámetros establecidos por la relación empresa-cliente para satisfacer a este último”. (2019, pág. 25)

Estas actividades ayudan a las organizaciones a ofrecer mejores expectativas a todos los miembros del sistema. (Bolaños et al., 2019, p.26)

Un sistema de gestión de calidad ayuda a mejorar y fortalecer los procesos que cumplen con los requisitos de calidad, satisfacen las necesidades de los clientes, aumentan la productividad y son más competitivos. (Pérez, 2020)

Asimismo, Díaz (2021) nos menciona que:

La calidad es un recurso estratégico que la gerencia valora mucho. Es obvio que el mercado tan competitivo y el entorno empresarial actual obligan a las organizaciones modernas a enfrentar mayores desafíos y superar los desafíos y superar la competencia a través de la construcción de una imagen institucional sólida, el establecimiento de marcas y patentes, la formulación de políticas enfocadas en la producción sin defectos, se diseñan estrategias orientas a



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



obtener ventajas competitivas mediante la ejecución de procesos eficaces. (p. 22)

Por otro lado, Fernandez (2021) nos menciona un sistema de gestión de calidad y los beneficios que trae implementarla:

La ISO 22000 es uno de los estándares más importantes en el mundo que se enfoca en la gestión de alimentos, gestiona la inocuidad de los alimentos estableciendo normas para identificar posibles riesgos en todas las etapas de producción, desde la granja hasta la nevera. Las empresas que se certifican a través de las normas ISO para alimentos tienen las siguientes ventajas:

Control dinámico y efectivo de los riesgos que amenazan la seguridad alimentaria.

Favorecer la uniformidad de las leyes al tener una aplicación que se extiende por todo el mundo que facilita su cumplimiento.

Aumentar la confianza de los clientes y disminuir las quejas.

Lograr la máxima eficiencia y rentabilidad mediante la mejora y actualización continua, y eliminando los alimentos que no cumplen con las normas higiénicas o sanitarias.

Obtener una ventaja competitiva sobre otros proveedores y empresas para expandir el mercado.

Fomentar la transparencia, el intercambio y la cooperación entre organizaciones e internacionales, gobiernos nacionales e industrias de la alimentación.

GESTIÓN FINANCIERA

Según Cáceres Chasipanta (2019 citado en Párraga Franco et al., 2021) nos dice que el análisis, las decisiones y las acciones relacionadas con los recursos financieros que necesitan para expandir las operaciones de una empresa se llama gestión financiera. Por lo tanto, la función financiera plantea las necesidades, describe los recursos disponibles, prevé los recursos disponibles y calcula las necesidades de financiamiento externo para obtener



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



mejor financiamiento tomando en cuenta el costo, el plazo y las condiciones de crédito, optimizar el uso de los recursos financieros de la empresa para maximizar la eficiencia y la rentabilidad. (p. 5)

El enfoque financiero de una empresa se basa en su perspectiva sobre la rentabilidad y el riesgo. Los proyectos de alto riesgo, aunque rentables, no serán aceptados por una empresa sólida y bien establecida. La importancia y la complejidad de la función financiera varían según el tamaño y la etapa de desarrollo de la empresa. El gerente toma decisiones en empresas pequeñas o de inicio de negocios mayores basándose en la información del contador. Con el crecimiento de la empresa, la responsabilidad financiera se ha diversificado, pasando el contador al experto en presupuesto, tesorería, impuestos, auditoría, proyectos y análisis financiero. (Párraga et al., 2021, p. 6)

ÁREAS DE OPORTUNIDAD EN TÉRMINOS DE CALIDAD

Según Gianluca (2021) nos menciona que, “Las áreas de oportunidad pueden referirse a áreas tanto personales como profesionales. Algunos las asocian con los detalles o las partes de nuestra personalidad, que con frecuencia se consideran como defectos, que, si se consideran útiles, se convierten en oportunidades laborales. Para tener una mejor comprensión de lo que debemos mejorar, en primero lugar, debemos identificar los errores o fallas que podrían cometerse en el trabajo”.

Según lo mencionado, esto demuestra el mejoramiento de aspectos de calidad, como convertir obstáculos en oportunidades para el crecimiento y la mejora continua en el sector gastronómico.

Por otro lado, Martínez (2021) nos menciona aspectos que se deben mejorar en términos calidad:

- Capacite a los empleados para brindar un servicio al cliente de primer nivel.
- Promover la comunicación efectiva entre los empleados.



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



- Garantizar horarios de espera precisos.
- Atender las quejas de los clientes.
- Brindar un mejor servicio utilizando la tecnología.
- Mantener la limpieza y el orden.

Para brindar un servicio de alta calidad, estos son solo algunos de los aspectos que se deben mejorar.

ESTRATEGIAS DE CALIDAD

La calidad es el proceso de mejora continua en el que cada área de una organización participa activamente en el desarrollo de bienes o servicios que satisfagan las necesidades de los clientes logrando así mejorar su productividad. (Mise, 2023)

Según Hoyos, (2021) nos menciona que:

Toda empresa que implementa estrategias de calidad no debe limitarse únicamente a los beneficios económicos que genera, ya que estos beneficios no son únicamente monetarios una meta unitaria, sino, hablar de calidad conlleva el satisfacer las necesidades esperadas por el consumidor final, desarrollando una imagen corporativa de cultura de responsabilidad social. (p. 68)

SATISFACCIÓN DE LA CLIENTE MEJORADA

Cuando el proveedor del servicio cumple con las expectativas del cliente, el cliente se siente feliz. La satisfacción del cliente puede definirse en la literatura sobre gestión de servicios como un resumen de la reacción cognitiva y afectiva del cliente ante un incidente de servicio o una relación de servicio a largo plazo. (Ramírez et al, 2020, p. 332)

Por otro lado Parra (2020) nos menciona que, “Para garantizar la satisfacción y lealtad de los clientes, debe trabajar en las siguientes estrategias para mejorar la satisfacción del cliente”.

Figura 2

Estrategias para mejorar la satisfacción del cliente



Note. Extraído de QuestionPro (2020)

EMPRESA GASTRONÓMICA

Según la Organización Mundial del Turismo (2019, citado en Ocaña, 2022) Nos menciona que la gastronomía se define como “el conocimiento razonado de lo que comemos y cómo lo comemos” e incluye una variedad de procesos, como el cultivo, el procesamiento, la distribución y el consumo de alimentos y bebidas. (p.16)

GESTIÓN DE CALIDAD.

El término “gestión de calidad” se refiere al conjunto de acciones, estrategias y prácticas que una organización lleva a cabo.

Asimismo Diaz nos menciona que:

La calidad es un recurso estratégico que la gerencia valora mucho. Es obvio que el mercado tan competitivo y el entorno empresarial actual obligan a las organizaciones modernas a enfrentar mayores desafíos y superar los desafíos de la competencia mediante la creación de una imagen institucional, marcas, patentes y políticas enfocadas en la producción cero defectos, el desarrollo de estrategias para obtener ventajas competitivas y la implementación de procesos. (2021)



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



La gestión de calidad se ha convertido en un recurso estratégico esencial que garantiza la conformidad con las normas y estándares y es un pilar fundamental en la competitividad de las empresas.

MEDICIÓN DE DESEMPEÑO DE LAS EMPRESAS GASTRONÓMICAS

La evaluación sistemática de cómo llevan a cabo las operaciones y actividades dentro del negocio para lograr sus objetivos y metas se conoce como medición de desempeño en empresas gastronómicas.

La Universidad Panamericana (2020) afirma que evaluar el desempeño es una parte crucial del seguimiento del crecimiento y el progreso de una empresa. Es necesario hacer una comparación entre el desempeño real y los objetivos previstos. Comparar el desempeño de la empresa con frecuencia, para evitar complicaciones financieras y organizativas. Promover a las empresas a reducir los costos del proceso, adicionar la eficiencia y la eficacias de las operaciones.

La práctica en el ámbito empresarial es necesaria para estimar una empresa, el rendimiento real con los objetivos implementados para determinar las estrategias que se van a implementar. Esta práctica mantiene la estabilidad general de las empresas y sirve como un barómetro para hallar posibles complicaciones organizativas y financieras.

EVALUACIÓN DE EMPRESAS GASTRONÓMICAS

El procedimiento de evaluación de empresas de gastronomía y hostelería se fundamenta en analizar y evaluar el desempeño, la eficiencia y la viabilidad de las empresas.

Asimismo, nos menciona Padrón (2019) nos dice que el objetivo principal de la evaluación de un servicio gastronómico es identificar las amenazas o debilidades que permitan optimizar el rendimiento del servicio. El proceso de evaluación continua ayuda a encontrar problemas con los requisitos de calidad mencionados anteriormente e irregularidades en las condiciones físicas y sanitarias del establecimiento, los equipos y



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



utensilios, las operaciones, el almacenamiento, el saneamiento, entre otras cosas. También proporciona ideas para mejorar el servicio, lo que aumenta la calidad e inocuidad alimentaria.

La continuidad en el proceso evaluativo reduce los costos de producción, aumenta la rentabilidad, administra un personal más calificado, detecta problemas y los resuelve.

Una herramienta fundamental para garantizar la excelencia en la experiencia del cliente es la evaluación continua de un servicio gastronómico. Además de ser un simple análisis, es un proceso dinámico que penetra en cada rincón del establecimiento. Este método no solo se enfoca en los aspectos positivos, sino que también tiene como objetivo descubrir las debilidades y amenazas que podrían pasar desapercibidas a una vista superficial.

MODELO DE EXCELENCIA OPERACIONAL GASTRONÓMICA (MEOG)

La excelencia operacional es una mentalidad y cultura de negocios que se enfoca en mejorar, la seguridad de los procesos, la sostenibilidad y la productividad. El objetivo principal de la excelencia operacional es mejorar continuamente la eficiencia. Los empleados de primera línea deben tener la disciplina de actuar en línea con la visión estratégica de la organización, mientras que el liderazgo y la gestión deben proporcionar una visión clara del valor y un plan de trabajo estratégico para guiar las mejoras continuas. (Spheras, 2022)

La adopción de una mentalidad y cultura empresarial enfocada en la reducción de riesgos, complejidades y costos al mismo tiempo que se mejoran la seguridad, la sostenibilidad y la productividad de los procesos se conoce como excelencia operacional. El objetivo principal es mejorar continuamente la eficiencia operativa. Para lograr esto, todos los niveles de la organización deben comprometerse con la excelencia.

MODELO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE (CSAT)

El Customer Satisfaction Score (CSAT) es una medida comúnmente utilizada para evaluar la satisfacción o felicidad en los usuarios con un producto, servicio o interacción en concreto. Dicha medida ajusta la información valiosa en la calidad general de la experiencia,



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



lo que posibilita a las empresas evaluar su capacidad para cumplir con las expectativas del cliente y encontrar áreas de mejora. La evaluación del CSAT generalmente se lleva a cabo mediante encuestas, en las cuales se pide a los clientes que clasifiquen su nivel de satisfacción en una escala que va desde “muy satisfecho” hasta “muy insatisfecho”. Es posible llevar a cabo estas encuestas a través de una variedad de canales, incluido correo electrónico, plataformas en línea e incluso interacciones presenciales. (Ortega, 2019)

Proporciona información estimable sobre la calidad habitual en la experiencia del usuario, lo que concede a las empresas evaluar su capacidad para cumplir con las expectativas del cliente y encontrar áreas en las que pueden mejorar.



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



METODOLOGÍA

Para el presente estudio de caso se utilizó la investigación mixta descriptiva.

El modelo de satisfacción del cliente (CSAT), basado en una escala de Likert, se utilizó para evaluar el estado actual de las estrategias de calidad y la satisfacción del cliente en las empresas gastronómicas de Babahoyo. Las encuestas se distribuyeron por conveniencia a través de redes sociales. La calidad de la comida, el servicio y el ambiente, entre otros aspectos de su experiencia gastronómica, se pueden recopilar rápidamente a través de este método.

La metodología de la entrevista está diseñada para recolectar información sobre la gestión de calidad y la satisfacción del cliente en pequeñas y medianas empresas gastronómicas en Babahoyo, empleando un muestreo por conveniencia para seleccionar a propietarios dispuestos a participar. Se procedió a simplificar la presentación de la misma para asegurar la comprensión y accesibilidad para propietarios sin formación profesional en turismo o gestión empresarial. De igual manera, se reconocieron las limitaciones de tiempo y recursos típicas en este sector. Las entrevistas, se realizaron según la disponibilidad de los participantes, respetando la ética de la investigación mediante el consentimiento informado y garantizando la confidencialidad de los datos recolectados.

Se realizará una encuesta a cien clientes y tres entrevistas a propietarios para recopilar información sobre procesos internos los restaurantes de la ciudad de Babahoyo. El catálogo de estrategias se fundamentará en el Modelo de Excelencia Operacional Gastronómica (MEOG). Se analizaron las respuestas de las entrevistas, además se realizaron encuestas que se centraron a las preferencias de consumo y las expectativas de calidad de los clientes.



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



RESULTADOS

Los siguientes resultados se presentan en concordancia con los objetivos de la investigación. En el primer objetivo específico, identificar las principales áreas de oportunidad en términos de calidad en las empresas gastronómicas de la ciudad de Babahoyo, a través de un análisis de sus procesos y prácticas actuales. Para ello se aplicó una encuesta y una entrevista, los siguientes resultados de la entrevista fueron:

Los resultados de las entrevistas mostraron que el 80% de los participantes estaban muy satisfechos con la calidad de los productos y tenían confianza en ellos. El 85% también percibió la consistencia en la calidad y frescura de los ingredientes, prestando especial atención a los materiales utilizados en la preparación de alimentos. El 90% de los encuestados destacó la amabilidad del personal como un punto fuerte.

Según la encuesta, el 75% de los clientes considera el menú variado y atractivo, aunque todavía hay espacio para mejorar y expandirse. El 82% de los encuestados dijo que el ambiente del restaurante era bueno, y el 88% estaba satisfecho con la comodidad y la limpieza. Además, indicando una sólida relación calidad-precio, el 78% cree que los precios son justos en relación con la calidad de los productos. Aunque el 65 % reconoce las políticas de sostenibilidad de la empresa, se recomienda una comunicación más efectiva.

Finalmente, el 85 % de los participantes dijeron sentirse escuchados, lo que demuestra la capacidad de la empresa para administrar los comentarios y sugerencias. En conclusión, a pesar de que se han identificado algunas oportunidades, la mayoría de los clientes expresan su satisfacción, lo que crea una base sólida para el crecimiento y la mejora continua de las empresas gastronómicas de Babahoyo.



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



Entrevista:

Restaurante 1:

- Innovación a través de la diversificación del menú y adaptación a las preferencias de los clientes.
- Experiencia individualizada con interacción directa con los clientes.
- Implementación de un protocolo de trabajo enfocado en calidad y seguridad.

Restaurante 2:

- Renovación constante del menú.
- Enfoque en la manipulación adecuada de alimentos y prácticas sostenibles.
- Contacto directo del propietario con los clientes.
- Promociones adaptadas a las preferencias del mercado.
- Evaluación del desempeño basada en la satisfacción del cliente.

Restaurante 3:

- Garantía de calidad mediante la contratación de empleados calificados.
- Contratación de especialistas en cocina para fomentar la innovación.
- Enfoque en prácticas sostenibles y evaluación del desempeño basada en la

satisfacción del cliente.

- Reconocimiento de la necesidad de adaptarse a cambios en tecnología y cocina.

Basándonos en estas estrategias, se pueden proponer las siguientes acciones generales para mejorar la calidad y el desempeño de los restaurantes:

- Continuar innovando y diversificando el menú para adaptarse a las preferencias cambiantes del cliente.

Síntesis del cumplimiento del objetivo:

En las empresas gastronómicas de Babahoyo, la metodología utilizada ha permitido identificar áreas de oportunidad significativas en términos de calidad. Las encuestas respaldan la percepción favorable de los clientes en áreas clave, mientras que las entrevistas



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



revelaron una variedad de estrategias. Los resultados demuestran que las prácticas actuales funcionan bien y proponen mejoras que se enfoquen en una mayor diversificación del menú, adaptación a las preferencias cambiantes y un mayor compromiso con prácticas sostenibles. Estos resultados dan una base sólida para la creación de planes específicos para mejorar la calidad y la satisfacción del cliente en el mercado gastronómico de Babahoyo.

En lo que respecta a nuestro segundo objetivo específico, desarrollar un catálogo de estrategias de calidad específicas para las empresas gastronómicas, enfocándose en aspectos como selección de control de insumos, la capacitación del personal en estándares de servicio y la implementación de sistemas de gestión de calidad:

Catálogo de estrategias de calidad específicas para las empresas gastronómicas, enfocándose en aspectos como selección de control de insumos, la capacitación del personal en estándares de servicio

El presente catálogo se basa en el Modelo de Excelencia Operacional Gastronómica (MEOG):

1. Control y selección de insumos

- **Estándares Rigurosos:** Reforzar la aplicación de estándares estrictos para la selección de proveedores para garantizar la calidad y la frescura de los insumos.
- **Exploración de proveedores:** Con el objetivo de mejorar la calidad de los insumos y perfeccionar la cadena de suministros, establecer canales de retroalimentación bidireccionales con los proveedores.
- **Seguimiento persistente:** Mantener los altos estándares por medio de la implementación de un sistema de monitorización persistente de la calidad de insumos, que incluyan evaluaciones y auditorías normalizadas.

2. Capacitación al personal en estándares de servicio



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



- **Programas individualizados:** Continuar creando programas de capacitación personalizados utilizando las opiniones de los clientes para mejorar las habilidades de servicio y la cocina.
- **Manejo de situaciones:** Desarrollar módulos de entrenamiento específicos para manejar situaciones de alta demanda y garantizar un servicio de alta calidad.
- **Certificaciones Permanentes:** Establecer programas de certificación continuos para mantener las habilidades del personal actualizadas.

3. Instalación del sistema para la gestión de la calidad

- **Adaptación a la norma ISO 9001:** Adoptar la norma ISO 9001 para el sector gastronómico, centrándose en la satisfacción del cliente y la mejora continua.
- **Auditorías internas:** Efectuar auditorías constantes para evaluar la aceptación con los estándares y hallar oportunidades de mejoramiento.
- **Indicadores de desempeño:** Con el fin de evaluar la eficacia del sistema de gestión de calidad, instaurar indicadores claves de mejoramiento.

4. Analice y mida la satisfacción del cliente

- **Encuesta de satisfacción en clientes:** Desarrollar encuestas habituales para evaluar la satisfacción de los clientes.
- **Análisis en plataformas de redes sociales:** Analizar la interacción de las redes sociales para obtener tendencias y comentarios.

5. Mejora constante

- **Analizar datos:** Analizar los datos recopilados de encuestas y auditorias para encontrar áreas de mejora.



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



- **Metodología Lean:** Aplicar la metodología Lean para mejorar la eficiencia, reducir el desperdicio y optimizar los procesos.
- **Acciones:** Crear planes de acción específicos para abordar las áreas de mejora.

6. La cultura de la calidad

- **Liderazgo que inspira:** Promover un liderazgo motivador que promueva la calidad en todos los niveles de la empresa.
- **Comunicación transparente:** Establecer canales de comunicación abiertos para que los empleados contribuyan con ideas y recomendaciones para mejorar la calidad.
- **Reconocimiento y beneficios:** Implementar programas de reconocimiento y recompensas para los empleados que destacan en la promoción de calidad.

Implementación de sistemas de gestión de calidad

A continuación, se presenta una propuesta de ruta estratégica para la implementación del Modelo de Excelencia Operacional Gastronómica (MEOG), con pasos detallados para la aplicación:

Compromiso de alto nivel: Obtener un compromiso inquebrantable de alta dirección con la mejora de la calidad.

Diagnóstico preliminar: Realizar un diagnóstico inicial para determinar las áreas que necesitan mejorar.

Plan de acción estratégica: Construya un plan estratégico que incluya una asignación de recursos, objetivos claros y metas específicas.

Observación continua: Observar y evaluar continuamente la implementación.



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



Cambios y mejoras: Realizar cambios según sea necesario para mantener el sistema eficiente.

Las empresas gastronómicas podrán mejorar sistemáticamente sus prácticas de calidad, garantizando la satisfacción del cliente y fortaleciendo su posición en el mercado mediante la aplicación de sistemas de calidad, como la sugerida en el presente estudio de caso, Modelo de Excelencia Operacional Gastronómica.

Análisis de factibilidad

Estrategia de calidad.	Factibilidad en las PYMES	Sugerencias.
1. Control y selección de insumos.	Sí	Formaciones específicas para el personal de compras en técnicas de selección de proveedores. Implementar comentarios informales con proveedores.
2. Capacitación al personal en estándares de servicio.	Sí	Programas de capacitación adaptados a la disponibilidad del personal, en línea para manejar situaciones de alta demanda.
3. Instalación del sistema para la gestión de la calidad.	Parcialmente	Adaptación gradual a estándares específicos de la industria. Las auditorías internas son menos comunes pero efectivas.
4. Analice y mida la	Sí	Encuestas simples y breves. Usar herramientas para el análisis como las redes sociales.



satisfacción del cliente.		
5. Mejora constante.	Sí	Aplicación simplificada de los principios Lean. Planes de acción que son adaptables
6. La cultura de la calidad.	Sí	Sesiones motivadoras de liderazgo adaptadas al tamaño de la empresa. Establecer un sistema de comentarios anónimos para promover la contribución de ideas.

Elaboración propia.

Sugerencias para mejorar el rendimiento de las empresas gastronómicas de Babahoyo

Las siguientes recomendaciones provienen de las entrevistas efectuadas a los propietarios de restaurantes de Babahoyo, destinadas a abordar problemas específicos relacionados con la mejora del desempeño de los restaurantes de la ciudad:

Expansión de franquicias a nivel estatal

Considere agregar platos que unan la gastronomía ecuatoriana con diferentes culturas. Esto podría aproximar a un público más amplio y fomentar el desarrollo de nuevas recetas gastronómicas.

Razón: El restaurante #2 tiene una visión clara de expandirse y establecer franquicias. Esto indica que mejorar el rendimiento y la presencia en el mercado gastronómico podría ser posible a través de una estrategia de expansión.

Diversidad del menú

Los comentarios del restaurante #1 y #2 respaldan la recomendación de continuar diversificando el menú.



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



Razón: Ambos restaurantes resaltaron la innovación culinaria y la introducción regular de nuevos platillos son fundamentales. La diversificación del menú se presenta como una estrategia fundamental para mantener la atención y la satisfacción del usuario.

Emplear las redes sociales de forma estratégica

Los comentarios del restaurante #2 inspiraron la sugerencia de aumentar la presencia en redes sociales.

Razón: Se destacó la importancia de las redes sociales para la promoción de nuevos platos y la promoción del restaurante. Esta sugerencia tiene como objetivo aprovechar este método para mejorar la relación con los clientes existentes y atraer nuevos.

La capacitación continua del individuo

Las prácticas destacadas del restaurante #1 sirven como base para la recomendación de implementar programas de capacitación continua.

Razón: El restaurante #1 enfatizó la necesidad de tener un protocolo de trabajo y un manual de convivencia para los empleados. Se recomienda la capacitación continua para asegurarse de que el personal siempre cumpla con los estándares de calidad y servicios deseados.

Adaptación al mercado

Los comentarios del restaurante #2 dan como resultado la sugerencia de estar atento a las tendencias del mercado.

Razón: La necesidad de brindar ofertas y ventajas adaptándose a las tendencias cambiantes. Esta recomendación tiene como objetivo impulsar una respuesta inmediata y adaptable a las fluctuaciones del mercado local.

Para lograr el objetivo final específico, evaluar la factibilidad de implementación de las estrategias propuestas, considerando factores como los recursos disponibles, la aceptación por parte de los actores involucrados y la compatibilidad con las características del mercado



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



gastronómico de Babahoyo, considerando los hallazgos más relevantes con relación a la información recolectada:

Análisis de factibilidad para la implementación de estrategias de calidad en restaurantes de Babahoyo

Introducción

La falta de estándares de calidad en los restaurantes dificulta la creciente demanda de servicios culinarios en la ciudad de Babahoyo, lo que incide la satisfacción del cliente y la reputación del sector gastronómico. La participación de los actores implicados, incluidos los propietarios de los locales y los clientes, así como la recopilación de datos de alta calidad mediante encuestas y entrevistas las cuales respaldan la viabilidad del estudio.

Metodología

Para encontrar oportunidades, se utilizaron encuestas a clientes, entrevistas con propietarios y gerentes, y análisis de datos cualitativos. Con estos hallazgos, se creó un conjunto de estrategias específicas basadas en el MEOG que incluyen la cultura de calidad y el control de insumos. Se presenta una ruta estratégica para la implementación del MEOG en la propuesta, con el objetivo de mejorar la calidad del servicio gastronómico en Babahoyo y enfatizar la importancia de la gestión de calidad en el sector.

Resultados

Identificación de áreas de oportunidad

La investigación encontró oportunidades importantes para mejorar la calidad en la industria gastronómica. Los clientes dijeron que el menú debería ser más diverso, adaptarse a sus preferencias cambiantes y comunicarse mejor sobre las prácticas sostenibles.

Catálogo de las estrategias de calidad



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



Para mejorar el rendimiento de las empresas gastronómicas, se presentó sugerencias como la expansión a nivel nacional, la diversificación del menú, el uso estratégico de las redes sociales, la capacitación continua del personal y la adaptación al mercado.

Implementación de estrategias para la gestión de la calidad

Se presento una ruta estratégica para la implementación del MEOG, enfatizando el compromiso de alto nivel, el diagnostico preliminar, la planificación estratégica y la mejora continua.



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



Conclusión y recomendaciones

Se recomienda la inserción de un proyecto piloto del modelo de excelencia operacional gastronómica (MEOG) en Babahoyo, con el fin de brindar una capacitación a los miembros del equipo y mejorar los procesos internos. Se aconseja desarrollar una estrategia de menú donde implementen ingredientes locales y opciones saludables en función a las preferencias de los consumidores que se recopilieron en las encuestas. Se recomienda una campaña de comunicación completa para comunicar a los clientes y la comunidad sobre los esfuerzos de mejora y sostenibilidad con el fin de fortalecer la conexión entre las empresas y la comunidad local. Estas medidas tienen como objetivo mejorar la calidad del servicio y generar una imagen positiva y sostenible.



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Los resultados de las entrevistas y encuestas realizadas en las empresas gastronómicas de la Ciudad de Babahoyo brindan una comprensión completa de las prácticas y procesos actuales, así como oportunidades para mejorar la calidad y la satisfacción del cliente. El marco conceptual presentado anteriormente se utilizará para discutir estos hallazgos.

Según las entrevistas, las empresas estudiadas utilizan estrategias enfocadas en la atención al cliente, lo que respalda la afirmación de Rodríguez (2020) sobre el valor de la capacitación del personal y cómo afecta la satisfacción del cliente.

La importancia de la calidad y la seguridad en el trabajo, identificada en las entrevistas, se alinea con las recomendaciones de Steubel (2022) sobre la creación de normas de calidad y la puesta en marcha de procedimientos de gestión de calidad. Además, este enfoque apoya la idea de que la gestión de calidad es una herramienta esencial para mantener la competitividad, como afirma Choez (2020).

Según las encuestas, la mayoría de los clientes están satisfechos con la calidad de los productos, lo que respalda el valor de la calidad para la satisfacción del cliente según Choez (2020). Sin embargo, señalaron áreas de mejora como la diversificación del menú la adaptación a una gama más amplia de preferencias alimenticias, aspectos que se alinea con las recomendaciones de Bravo (2023) y Fernández (2021) sobre la selección y el manejo de los insumos.

La percepción de que hay oportunidades para comunicar de manera más efectiva las prácticas sostenibles (65%) indica que las empresas podrían beneficiarse de seguir las recomendaciones de Fernández (2021) sobre transparencia y colaboración ambiental. Esto también respalda la idea de que la prevención y la protección ambiental pueden ser parte de la gestión de calidad, según Ferrovial (2020).



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



La técnica empleada ha permitido identificar áreas de oportunidad importantes, lo que demuestra la importancia de la evaluación continua y mejora según Padrón (2019). Estos hallazgos brindan una base sólida para la creación de planes específicos que se corresponden con la implementación de sistemas de gestión de calidad, como sugiere Bolaños (2019).



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



CONCLUSIONES

Los resultados de la investigación muestran cosas importantes sobre los objetivos. El análisis de las empresas de comida de la Ciudad de Babahoyo señala áreas de oportunidad de calidad importantes. La atención al cliente, la cadena de frío, la innovación en los menús y la seguridad en los protocolos de trabajo fueron temas que se descubrieron a través de encuestas y entrevistas.

La satisfacción de los clientes con los productos y servicios es significativa, según las encuestas realizadas. La frescura de los ingredientes, la amabilidad del personal y la relación calidad-precio son valorados positivamente, lo que proporciona una base sólida para la mejora continua.

Basado en el Modelo de Excelencia Operacional Gastronómica, el catálogo de estrategias sugerido proporciona pautas específicas para la mejora de calidad. Se presenta que las empresas gastronómicas necesitan estrategias específicas, como la selección de insumos, la capacitación del personal y la implementación de sistemas de gestión de calidad.

Los resultados de las entrevistas con los propietarios de restaurantes ofrecen recomendaciones útiles sobre cómo mejorar el rendimiento de las empresas. Expansión, diversificación del menú, uso estratégico de las redes sociales, capacitación continua del personal, adaptación al mercado y colaboración con proveedores locales son algunas acciones específicas.



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



RECOMENDACIONES

Se hacen recomendaciones específicas para mejorar la calidad y la satisfacción del cliente en las empresas gastronómicas de la Ciudad de Babahoyo, basándose en los resultados de las entrevistas y encuestas realizadas en estas empresas.

En primer lugar, se recomienda mejorar los programas de capacitación del personal, centrándose tanto en habilidades técnicas como la manipulación de alimentos como en temas de atención al cliente. Según Rodríguez (2020), invertir en formación continua puede mejorar significativamente el bienestar del personal y, en última instancia, la calidad del servicio.

Mantener una diversificación constante en el menú y prestar atención a las preferencias del cliente son nuevas estrategias, como herramienta para la competitividad, la gestión de calidad puede aumentar la atracción de los clientes y mejorar la experiencia gastronómica. (Toro, 2020).

Se destaca que la adopción de prácticas sostenibles, comunicadas de manera efectiva, son relevantes para mejorar la reputación de las empresas gastronómicas. Las expectativas actuales de los consumidores y la responsabilidad social corporativa se pueden cumplir con el control adecuado de los insumos, que se centra en temas como el uso de empaques sostenibles y la gestión eficiente de desechos.

Se sugiere una evaluación y retroalimentación regulares para determinar áreas de mejora específicas. Padrón (2019) menciona que, esta táctica puede ser conveniente para adaptarse a las expectativas cambiantes del cliente y sostener que la calidad del servicio tenga una mejora continua.

Se propone como enfoque alineado con la tendencia actual del mercado gastronómico la integración de tecnologías para renovar la experiencia del cliente, como el uso de las plataformas digitales para los pedidos y reservar. La consideración de las tecnologías en las empresas actuales que pueden mejorar la eficiencia operacional y la satisfacción del usuario.



REFERENCIAS

- Barrazueta Valencia, D. (2023). *Corporación Líderes*. Recuperado el 28 de Enero de 2024, de La Capacitación como Estrategia de Desarrollo del Personal en la Empresa: <https://www.corporacionlideres.com/capacitacion-como-estrategia-de-desarrollo-del-personal/>
- Bolaños, M. L. (2019). *Propuesta para la implementación del sistema de gestión de calidad en el restaurante La Cafetería En Connecta (Gate Gourmet)*. Universitaria Agustiniiana - Repositorio Institucional. Recuperado el 28 de Enero de 2024, de <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/974/MarinBolanos-LeidyJohanna-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Borbor, L., & Paola, Y. (2022). Gestión de la calidad en los centros gastronómicos tradicionales del cantón La Libertad, año 2021. *Gestión de la calidad en los centros gastronómicos tradicionales del cantón La Libertad, año 2021*. Repositorio Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena. Recuperado el 28 de Enero de 2024, de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/6889>
- Bravo, A. (2023). *Estudiar Cocina*. Recuperado el 28 de Enero de 2024, de Selección de Materias primas: https://estudiarcocina.com/formacion-en-gastronomia/seleccion-de-materias-primas/?expand_article=1
- Cáceres Chasipanta, C. A. (2019). *Indicadores de gestión financiera y su incidencia en la toma de decisiones del área de créditos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Indígena SAC Ltda., de la ciudad de Ambato*. escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Recuperado el 28 de Enero de 2024, de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/11267/1/20T01226.pdf>
- Choez, F. N. (2020). La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios-Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 6(3), 264-281. Recuperado el 28 de Enero de 2024, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7539687>
- Díaz Muñoz, G. A. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *Podium*(39), 19-36. <https://doi.org/https://doi.org/10.31095/podium.2021.39.2>
- Díaz, M. G. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *evistas.uees.edu.ec*. Recuperado el 1 de Febrero de 2024, de <https://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/547/553>



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



- Fernández, L. (2021). *Camarero10 | TPV para bares y restaurantes*. Recuperado el 28 de Enero de 2024, de CONSEJOS PARA CONTROLAR STOCK DE COCINA EN UN RESTAURANTE: <https://www.camarero10.com/controlar-stock-de-cocina-en-un-restaurant/#:~:text=El%20control%20de%20stock%20de,del%20almac%C3%A9n%20de%20tu%20local.>
- Fernandez, R. (2021). *Labsom*. Recuperado el 28 de Enero de 2024, de ¿CUÁLES SON LAS NORMAS ISO PARA ALIMENTOS?: <https://labsom.es/blog/cuales-son-las-normas-iso-para-alimentos/>
- Ferrovial. (2020). *ISO 9001: qué es y quién la certifica - Ferrovial*. Recuperado el 25 de Enero de 2024, de <https://www.ferrovial.com/es/sostenibilidad/social/usuarios-clientes/certificaciones/iso-9001/#:~:text=La%20norma%20ISO%209001%20busca,y%20se%20fomente%20su%20uso.>
- Gianluca, F. (2021). *Áreas de oportunidad: qué son, tipos y ejemplos*. Recuperado el 28 de Enero de 2024, de [psicologia-online.com: https://www.psicologia-online.com/areas-de-oportunidad-que-son-tipos-y-ejemplos-5627.html](https://www.psicologia-online.com/areas-de-oportunidad-que-son-tipos-y-ejemplos-5627.html)
- Hoyos-Estrada, S. (2021). Marketing, Gestión de la Calidad Total y Benchmarking: una revisión de la literatura. *Revista científica anfibios*, 4(2), 64-71. Recuperado el 28 de Enero de 2024, de <https://www.revistaanfibios.org/ojs/index.php/afb/article/view/96/112>
- León-Ramentol, C. C.-S. (2021). La capacitación como premisa para implementar un sistema de gestión de la calidad. *EDUMECENTRO*, 13(2), 19-32. Recuperado el 28 de Enero de 2024, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-28742021000200019&lng=es&tlng=es.](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-28742021000200019&lng=es&tlng=es)
- Marin Bolaños, L. J., & Sanabria Obando, B. D. (2019). *Propuesta para la implementación del sistema de gestión de calidad en el restaurante La Cafetería En Connecta (Gate Gourmet)*. Universitaria Agustiniiana - Repositorio Institucional. Recuperado el 28 de Enero de 2024, de <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/974/MarinBolanos-LeidyJohanna-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Marlene, C. (2023). *Cookingdepot*. Recuperado el 28 de Enero de 2024, de ¿Sabes cómo llevar una buena administración en tu restaurante?: <https://blog.cookingdepot.com/sabes-como-llevar-una-buena-administracion-en-tu-restaurant>
- Martinez, E. (2021). *https://www.posist.com/restaurant-times/mexico/mejorar-servicio-restaurant.html* *the Restaurant Times*. Recuperado el 28 de Enero de 2024, de 7 Estrategias efectivas para mejorar el servicio de su restaurante y brindar una



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



experiencia estelar a los huéspedes: <https://www.posist.com/restaurant-times/mexico/mejorar-servicio-restaurante.html>

- Mise, J. (2023). *Acavir*. Recuperado el 28 de Enero de 2024, de Calidad: <https://www.acavir.com/marketing-digital/calidad#:~:text=Calidad%20es%20el%20proceso%20de,logrando%20as%C3%AD%20mejorar%20su%20productividad.>
- Ocaña, E. P. (2022). IMPACTO DE LA GESTIÓN DE REDES SOCIALES EN LAS EMPRESAS GASTRONÓMICAS. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades Chakiñan*, 52-67. <https://doi.org/https://doi.org/10.37135/chk.002.16.03>
- Organización Mundial del Turismo. (2019). Guía para el desarrollo del turismo gastronómico. *Nueva York: ONU*. Recuperado el Febrero de Enero de 2024, de <https://bit.ly/3gkNucW>
- Padrón, M. &. (2019). *Eumed.net*. Recuperado el 7 de Febrero de 2024, de PLAN DE ACCIONES PARA EVALUAR EL PROCESO DE LOS SERVICIOS GASTRONÓMICOS EN EL RESTAURANTE “LA AVENIDA” DEL MUNICIPIO LAS TUNAS.: <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/05/servicios-gastronomicos-cuba.html#:~:text=La%20evaluaci%C3%B3n%20de%20un%20servicio,el%20rendimiento%20del%20servicio%20gastron%C3%B3mico.>
- Parra, A. (2020). *QuestionPro*. Recuperado el 28 de Enero de 2024, de 20 estrategias para mejorar la satisfacción del cliente: <https://www.questionpro.com/blog/es/estrategias-para-mejorar-la-satisfaccion-del-cliente/>
- Párraga Franco, S. M. (2021). Indicadores de gestión financiera en pequeñas y medianas empresas en Iberoamérica: una revisión sistemática. *Dilemas contemp. educ. política valores*, 8. <https://doi.org/https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i.2610>
- Párraga Franco, S. M. (2021). Indicadores de gestión financiera en pequeñas y medianas empresas en Iberoamérica: una revisión sistemática. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*, 8. <https://doi.org/https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i.2610>
- Pérez, M. M. (2020). *Kawak.ne*. Recuperado el 28 de Enero de 2024, de https://blog.kawak.net/mejorando_sistemas_de_gestion_iso/sistema-de-gestion-de-calidad-como-herramienta-organizacional#:~:text=La%20implementaci%C3%B3n%20de%20un%20sistema,y%20competitividad%20de%20la%20empresa.
- QuestionPro. (2020). *QuestionPro*. Recuperado el 28 de Enero de 2024, de Estrategias para mejorar la satisfacción del cliente:



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



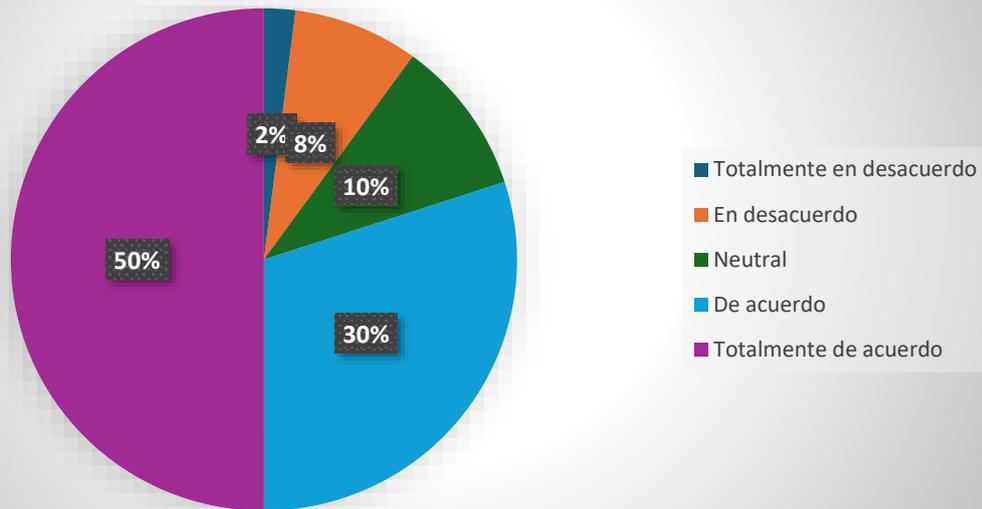
<https://www.questionpro.com/blog/es/estrategias-para-mejorar-la-satisfaccion-del-cliente/>

- Ramírez-Asís Hernán, E., Maguiña-Palma, M. E., & Huerta-Soto, R. M. (2020). Actitud, satisfacción y lealtad de los clientes en las Cajas Municipales del Perú. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(20), 329-343. Recuperado el 28 de Enero de 2024
- Rodríguez, J. (2020). Acciones necesarias para mejorar la relación causa-efecto. *Información tecnológica*, 31(2), 207-220. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000200207>
- Steubel, P. (2022). *Asana*. Recuperado el 28 de Enero de 2024, de Gestión de calidad: qué es y cómo implementarla: <https://asana.com/es/resources/quality-management>
- Toro, R. (2020). *ESGinnova Group*. Recuperado el 25 de Enero de 2024, de ¿Qué es la gestión de la calidad?: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2020/08/que-es-la-gestion-de-la-calidad/>
- Torres, I. (2020). *Como Implementar ISO 9001 - Te ayudamos a Conseguirlo*. Recuperado el 25 de Enero de 2024, de IVE Consultores: <https://iveconsultores.com/como-implementar-iso-9001/>
- Universidad Panamericana. (2020). Recuperado el 7 de Febrero de 2024, de Las métricas más importantes para monitorear el desempeño de una empresa: <https://blog.up.edu.mx/las-metricas-mas-importantes-para-monitorear-el-desempeno-de-una-empresa#:~:text=Para%20medir%20el%20rendimiento%20empresarial,progreso%20de%20los%20objetivos%20comerciales.>

ANEXOS

ANEXOS 1. RESULTADOS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS A LOS

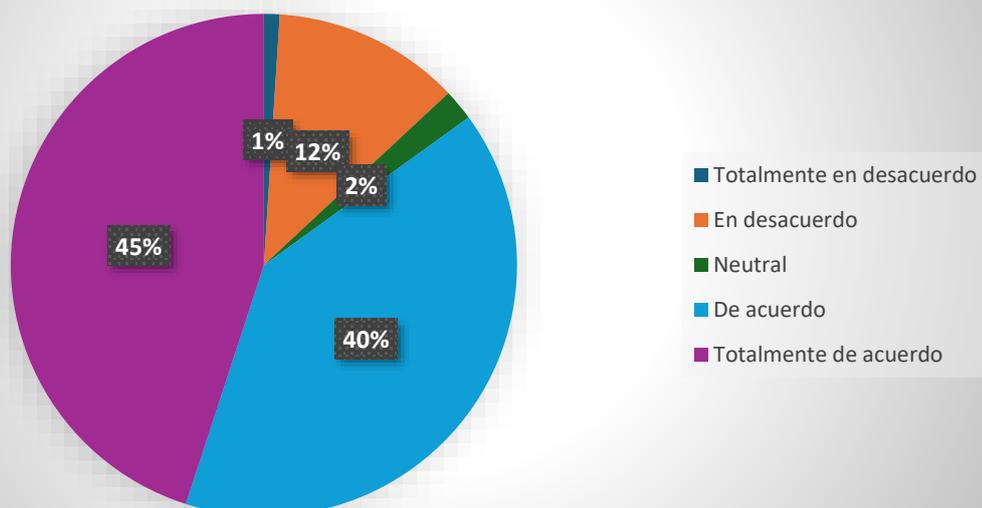
1. Los productos ofrecidos por la empresa gastronómica cumplen con mis expectativas de calidad.



Interpretación

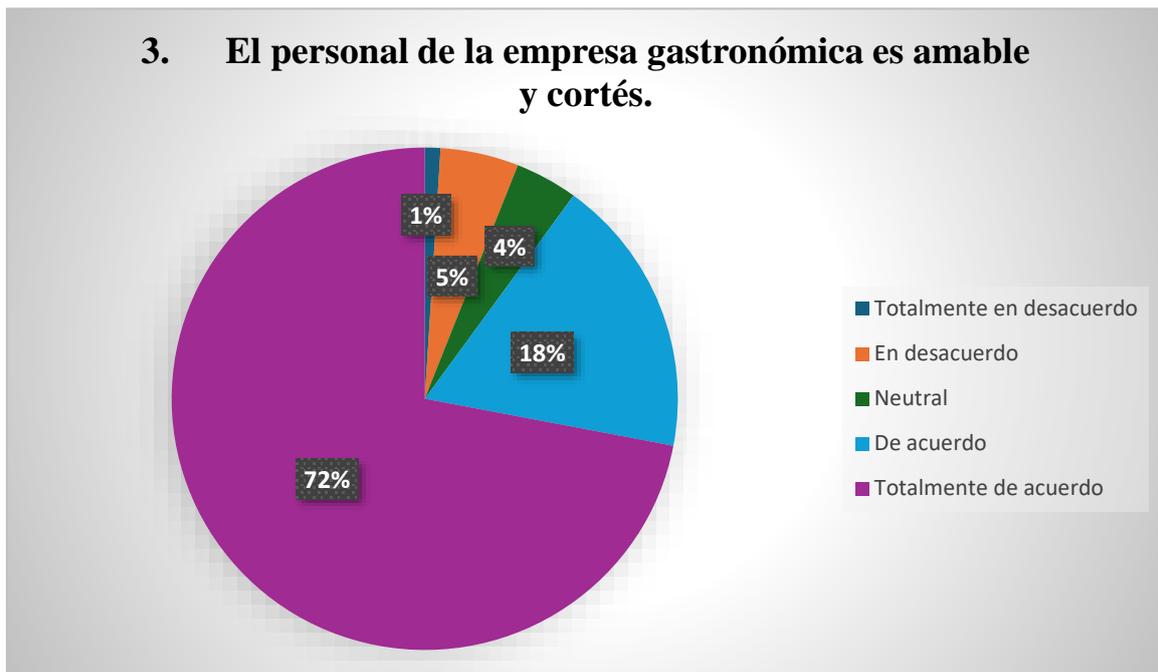
El 80% de las personas que respondieron están de acuerdo y completamente de acuerdo con que los productos cumplen con las expectativas de calidad. Esto indica un nivel significativo de satisfacción con la calidad de los productos de la empresa gastronómica.

2. La frescura y la calidad de los ingredientes utilizados en los platillos son consistentes.



Interpretación.

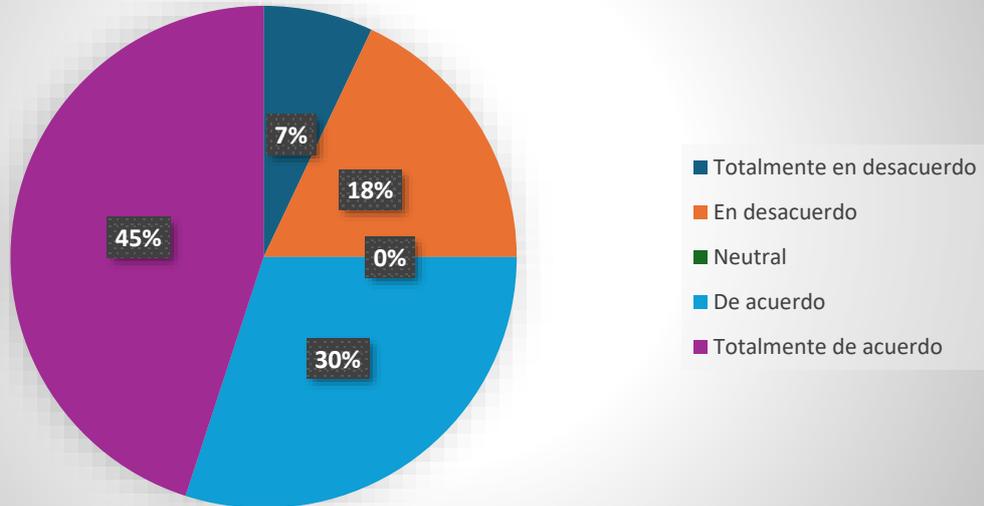
Los resultados muestran que la frescura y la calidad de los ingredientes son consistentes según la percepción de los clientes, con un 85% de ellos de acuerdo y totalmente de acuerdo. Esta es una indicación positiva que se presta atención a la calidad de los materiales utilizados.



Interpretación

El 90% de los encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo, lo que demuestra la amabilidad del personal. Este alto nivel de satisfacción del personal refleja una buena experiencia del cliente.

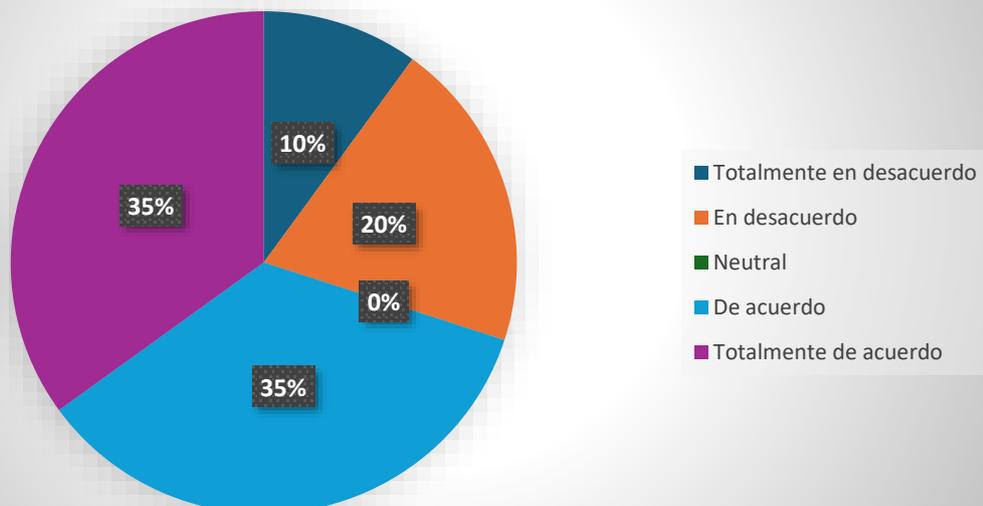
4. La oferta de platillos en el menú es diversa y atractiva.



Interpretación.

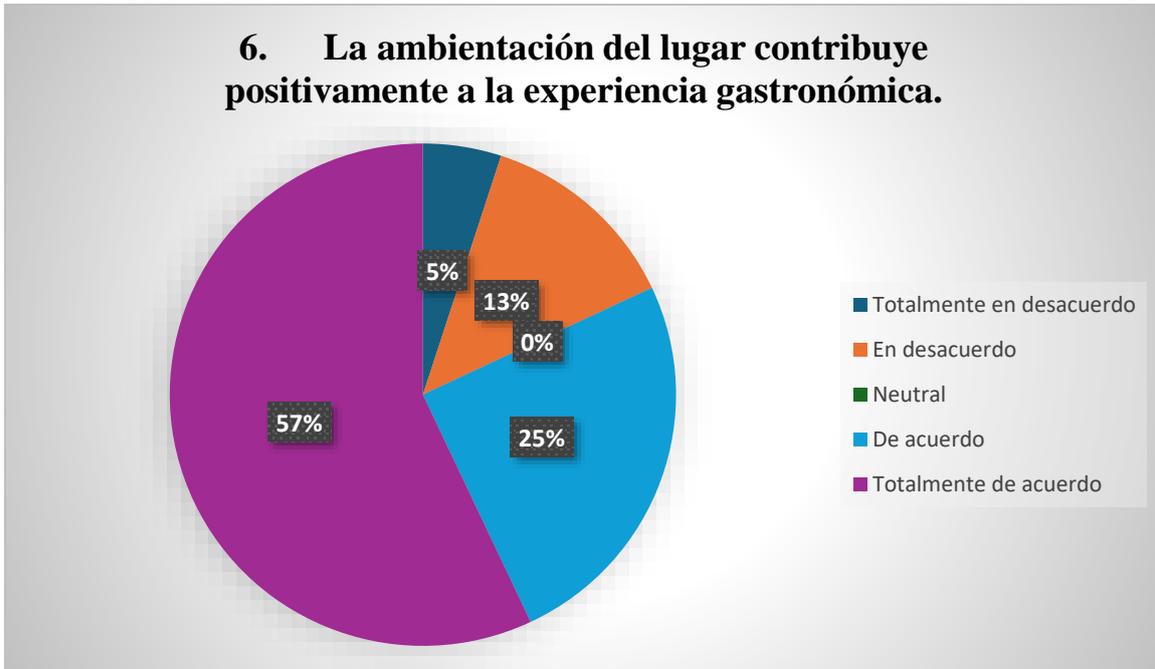
A pesar de que el 75% está de acuerdo y totalmente de acuerdo, hay oportunidades para aumentar la variedad y la atracción del menú para satisfacer aún más las preferencias de los clientes.

5. Encuentro opciones suficientes en el menú que se ajusten a mis preferencias alimenticias.



Interpretación

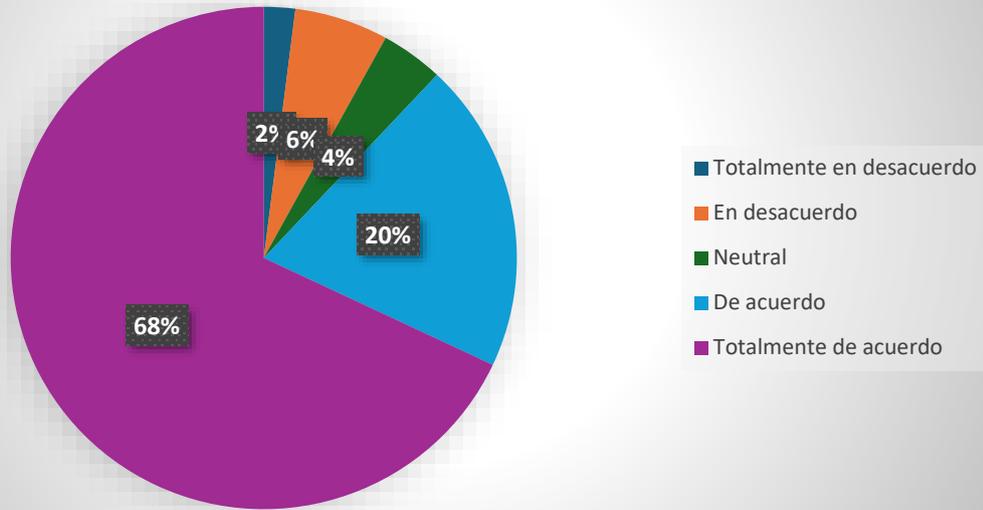
Hay un nivel aceptable de satisfacción cuando el 70% está de acuerdo o totalmente de acuerdo, pero también podría ser útil explorar opciones adicionales para adaptarse a una variedad más amplia de preferencias alimenticias.



Interpretación

El 82% está de acuerdo y totalmente de acuerdo en que el ambiente del restaurante mejora la experiencia gastronómica. La imagen y la experiencia general del cliente pueden mejorarse manteniendo y mejorando este aspecto.

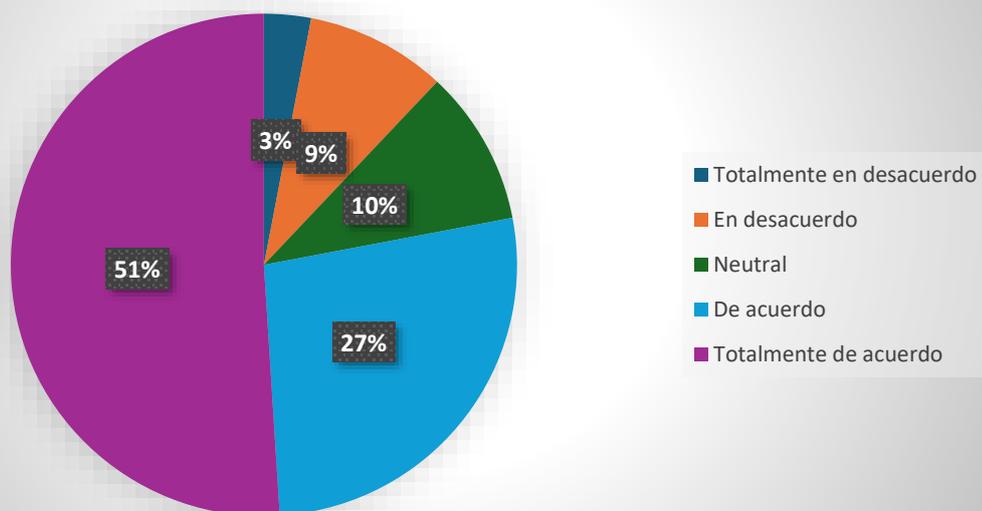
7. La comodidad y limpieza del espacio son adecuadas.



Interpretación

El 88% de las personas están de acuerdo y totalmente de acuerdo con la comodidad y la limpieza. Este aspecto es crucial para crear un entorno acogedor y mejorar significativamente la experiencia.

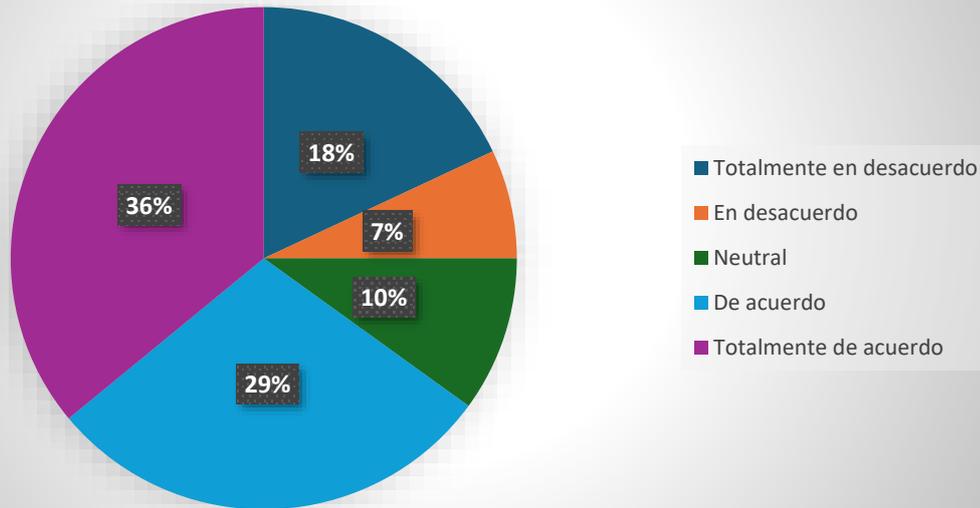
8. Los precios de los productos son justos en relación con su calidad.



Interpretación

La mayoría de los encuestados perciben que los precios son justos en relación con la calidad, lo que contribuye a la percepción de un buen valor por el dinero, con el 78% de ellos de acuerdo y totalmente de acuerdo.

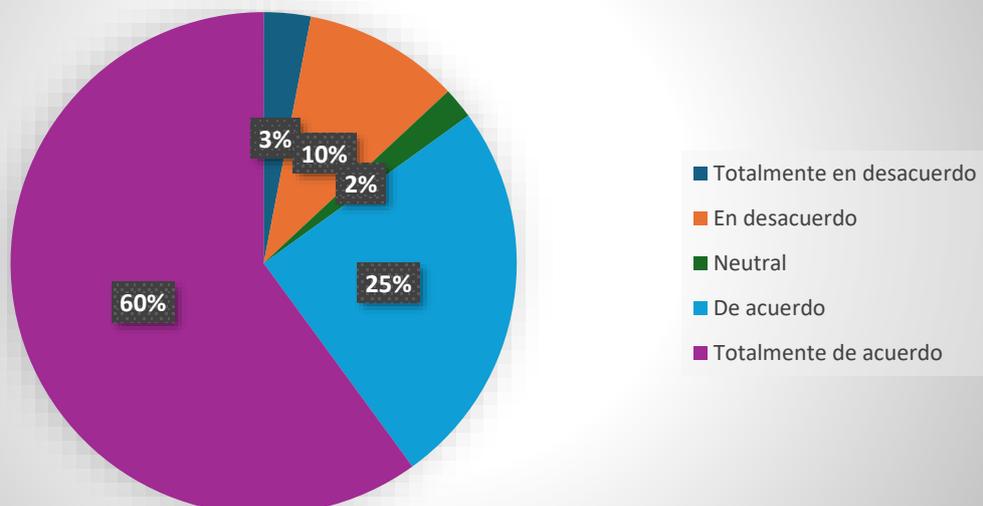
9. La empresa gastronómica demuestra un compromiso claro con prácticas sostenibles y responsables.



Interpretación

A pesar de que el 65% de las personas están de acuerdo y totalmente de acuerdo, podría haber oportunidades para comunicar de manera más efectiva las practicas sostenibles y responsables de la empresa.

10. Me siento escuchado/a cuando comparto comentarios o sugerencias con la empresa.





UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



Con un 85% de acuerdo y totalmente de acuerdo, la empresa parece tener éxito en escuchar activamente los comentarios y sugerencias de los clientes, lo que es esencial para mejorar y mantener la satisfacción del cliente.

ANEXOS 2. FORMATO Y RESULTADOS DE LA ENTREVISTA A
PROPIETARIOS DE EMPRESAS GASTRONÓMICAS

Entrevista#1 Restaurante #1

Introducción breve: Queremos saber cómo hacen para que su restaurante funcione bien y cómo se aseguran de que sus clientes estén contentos con la comida y el servicio. Esto nos ayudará a entender cómo podemos mejorar los restaurantes en Babahoyo.

Preguntas:

1. ¿Cuál es la visión que tiene para su empresa gastronómica en términos de calidad y servicio al cliente?

La visión que tiene esta empresa es para poder realizar franquicia a nivel nacional y alcanzar otros mercados no solo en la ciudad de Babahoyo, sí no imponiendo a nuestros estilos lo que es el asado en el restaurante tipo rústico. Entonces vendiendo cortes especiales y vendiendo platós típicos.

Interpretación

La empresa tiene la visión de expandirse nacionalmente, imponiendo su estilo de asados en un ambiente rústico. Buscan vender cortes especiales y platillos típicos, fusionando gastronomía ecuatoriana con otros estilos.

2. ¿Cuáles son las principales estrategias que ha implementado para asegurar la calidad de los productos y servicios ofrecidos?

Siempre trata de manejar las cuestiones de alimentación que todo el producto mantenga la cadena de frío todos los productos sean frescos. En cuestiones del servicio siempre estamos pendientes que el cliente sea bien atendido y los productos ya sean llevados



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



de una vez a la mesa sea de buena calidad siempre preguntamos al cliente como estuvo su experiencia en el local si hay algo que corregir se corrige.

Interpretación

Mantienen la cadena de frío para asegurar productos frescos. En cuanto al servicio, se enfocan en la atención al cliente, solicitando feedback y corrigiendo cualquier problema.

3. ¿Cómo fomenta la innovación culinaria en su empresa? ¿Introduce regularmente nuevos platillos o conceptos en el menú?

Siempre estamos trabajando con lo que son los platos típicos de aquí de la gastronomía ecuatoriana y estamos también funcionando con otro tipo de gastronomía, siempre estamos tratando de llegar al cliente con los productos que son respecto con el asado como, por ejemplo: los carnés, al nivel de platos típicos. Siempre estamos haciendo almuerzo de lo que siempre estamos diversificando las cosas.

Interpretación

Diversifican el menú, trabajando con platos típicos ecuatorianos y otras gastronomías. Constantemente introducen nuevos platillos y están abiertos a las preferencias del cliente.

4. ¿Cómo ha integrado prácticas sostenibles y responsables en las operaciones diarias de su empresa?

Cómo le indicaba siempre tratamos de mantener la cadena de frío de que todos los alimentos y mantenerlo fresco y para eso estén en buen estado.

Interpretación

Se centran en mantener la cadena de frío y la frescura de los productos para asegurar calidad y responsabilidad en las operaciones diarias.

5. ¿Cómo fomenta la interacción directa con los clientes para comprender sus necesidades y expectativas?



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



El local no es de comidas rápidas es un local donde el cliente llega se sienta, escuchando la sugerencia que ellos tienen lo que desea comer, si quieren algo aparte o especial. Siempre estamos escuchando para satisfacer al cliente. El objetivo principal es que el cliente tenga un buen servicio y es buena experiencia dentro del local.

Interpretación

Priorizan la atención personalizada, escuchando las preferencias y sugerencias de los clientes para asegurar una experiencia positiva.

6. ¿Cómo asegura que su personal esté alineado con los estándares de calidad y servicio que desea mantener?

Cuando el personal ingresa a trabajar en el negocio todos ellos tienen un protocolo de trabajo a dentro entonces ellos tienen regirse a ese protocolo. Entonces el manual de convivencia serio del local que cada uno de los chicos tiene que tener en claro el ingreso del local y el ingreso a la cocina e mantener todo limpio también cumplir con el parámetro de la que se le ha explicado a todos ellos tiene que ser la respetado limpieza y con respecto a la Atención al cliente con respecto a las normas tipo COVID 19 por ejemplo verdad entonces en todos ellos tenemos un protocolo que tienen ellos que seguir los lineamientos que hemos planteado ya se cómo se adapta su empresa.

Interpretación

El personal sigue un protocolo de trabajo desde el ingreso, manteniendo la limpieza y cumpliendo con estándares de servicio y normas, incluyendo medidas relacionadas con la pandemia.

7. ¿Cómo se adapta su empresa a los cambios en las preferencias del mercado y de los clientes?

Siempre estamos nosotros inclinados a lo que el cliente le gusta si vemos que un producto que no se preferencia del cliente lo sacamos, pero hasta aquí la carta que manejamos



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



en un producto que el cliente, siempre le pide entonces estamos trabajando en eso en base al cliente directamente.

Interpretación

Se adaptan a las preferencias del cliente, ajustando el menú según la demanda y manteniendo una carta acorde a las preferencias del cliente.

8. ¿Cómo selecciona y colabora con proveedores para asegurar la calidad de los ingredientes utilizados en sus platillos?

Con respecto al carné y lo demás tienen que cumplir la cadena de frío que llega precisamente de los proveedores, cada uno de ellos tienen que ser de una empresa calificada que ya tiene años de experiencia y vencimiento al mercado.

Interpretación

Seleccionan proveedores con experiencia y cumpliendo con estándares de calidad, especialmente en la cadena de frío para garantizar ingredientes frescos.

9. ¿Cómo evalúa el desempeño general de su empresa en términos de calidad y satisfacción del cliente?

Siempre evaluamos cuando el cliente termina de servicio los alimentos, siempre le preguntamos o tratamos de hacerlo como fue su experiencia en el local entonces ellos dirán, fue bueno, muy bueno, faltó esto, sugerimos esto. Entonces estamos presto a la opinión y específicamente del cliente.

Interpretación

Evalúan el desempeño a través de la retroalimentación directa del cliente al finalizar el servicio, buscando siempre mejorar la calidad y la satisfacción del cliente.

10. ¿Cuáles considera que son los mayores desafíos para mantener y mejorar la calidad en el mercado gastronómico de Babahoyo?



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



Los mercados de hoy en día estamos poco complicado por todo estos lo que nos ha tocado pasar a todos los ecuatorianos con respecto a la violencia 9 con respecto a la enfermedad. Entonces para ella siempre ha sido muy duro para todas estas cosas, pero sobre todo tratar de siempre a la vanguardia para que la empresa no decaiga si no se mantenga.

Interpretación

Los desafíos incluyen las complicaciones del mercado actual, como la violencia y la enfermedad, pero buscan mantenerse a la vanguardia y superar estas dificultades para que la empresa no decaiga.

Entrevista #2 Restaurante #2

1. ¿Cuál es la visión que tiene para su empresa gastronómica en términos de calidad y servicio al cliente?

La visión es netamente satisfacer la necesidad del cliente, siempre sobre todo prácticamente nos ayuda a seguir adelante como restaurante por ende hay que atenderlo como debe de ser.

Interpretación

La visión es satisfacer las necesidades del cliente y mantenerse innovando para mantener la relevancia en el mercado gastronómico.

2. ¿Cuáles son las principales estrategias que ha implementado para asegurar la calidad de los productos y servicios ofrecidos?

Una de la estrategia siempre va a ser estar innovando la carta poder mantener al cliente siempre en la pervertida de algo nuevo diferente y dentro de eso también lo que es de las redes sociales que son importantes ayuda a mantener la parte del aspecto.

Interpretación

Mantienen la innovación en el menú y utilizan las redes sociales para promover la oferta, destacando la importancia de mantener la parte visual atractiva.



3. ¿Cómo fomenta la innovación culinaria en su empresa? ¿Introduce regularmente nuevos platillos o conceptos en el menú?

Con los nuevos platos con la pregunta anterior fomentando de esa manera haciendo nuevos platos innovando subiendo fotos a las redes sociales, entonces todo es visual horita vende eso es importante.

Interpretación

Fomentan la innovación mediante nuevos platillos, promocionándolos en redes sociales y destacando la importancia de la presentación visual.

4. ¿Cómo ha integrado prácticas sostenibles y responsables en las operaciones diarias de su empresa?

Siempre todos esto conlleva una buena manipulación de alimentos buena compra, sobre todo como se compra, sobre que los productos serán frescos y poder garantizar y poder así mismo a los clientes.

Interpretación

Destacan la importancia de una buena manipulación de alimentos y la compra adecuada para garantizar productos frescos y de calidad.

5. ¿Cómo fomenta la interacción directa con los clientes para comprender sus necesidades y expectativas?

Esa es imposible a mí me encanta estar siempre pendiente de los clientes yo su mayor parte siempre estoy atendiendo a los clientes entonces me ayuda a saber esa necesidad del cliente y también saber la satisfacción del cliente, si el cliente está a un agrado del producto o no.

Interpretación

El dueño está siempre pendiente de los clientes, atendiéndolos personalmente para comprender sus necesidades y asegurar su satisfacción.



6. ¿Cómo asegura que su personal esté alineado con los estándares de calidad y servicio que desea mantener?

Siempre es importante un buen uniforme o una buena manipulación eso quiere decir que también hay que conllevar un orden, como lo de los chicos manipulan los alimentos, cómo están vestido, cómo están con la maya adecuada ósea todo eso es importante para el personal este alienado incluso dentro de eso se da un detalle par que el perfil que el personal debe mantener a diario para que regirse a una buena manera.

Interpretación

Se enfocan en un buen uniforme y manipulación de alimentos, manteniendo un orden en el manejo de los alimentos y asegurando que el personal siga un perfil adecuado.

7. ¿Cómo se adapta su empresa a los cambios en las preferencias del mercado y de los clientes?

Bueno netamente es estas situaciones actuales mantenemos mucho con promociones descuento dentro de eso siempre hay que saber cómo podemos ofrecer un buen producto, si la necesidad del cliente va dónde” restaurante “es algo barato no ósea cuidamos es parte asiendo promoción para también no que el piense que siempre UE va hacer oferta sino más bien v haber un beneficio en el restaurante.

Interpretación

Se adaptan a las preferencias del cliente mediante promociones y descuentos, ofreciendo productos de calidad a precios competitivos.

8. ¿Cómo selecciona y colabora con proveedores para asegurar la calidad de los ingredientes utilizados en sus platillos?

Bueno como le contesté en una pregunta anterior yo estoy siempre que mismo hago la compra, yo mismo estoy pendiente que los productos que me den sean fresco eso me garantiza muy bien lo que me dé algo buenos.



Interpretación

El dueño realiza personalmente la compra, asegurándose de la frescura de los productos y buscando garantizar la calidad.

9. ¿Cómo evalúa el desempeño general de su empresa en términos de calidad y satisfacción del cliente?

Bueno en decir que es un cien por ciento es imposible por qué sinceramente como un negocio turístico con en la parte gastronómica siempre va a conllevar algún retraso algunos satisfacción no de acuerdo por parte del cliente pero como evaluamos el desempeño en general lo estamos haciendo bien yo calculo que el ochentas porciento por qué el cliente lo importante es como yo digo que salga contento, salga satisfecho de lo que viene a de lo que vio de algunas publicidad sea de lo que realmente se está comiendo entonces para eso nosotros hacemos publicidad pagada fotos diseño y de todo los platos reales de nuestro restaurante para el cliente, lo que está viendo en una redes sociales pueda en todo caso también saber qué es lo que se está comiendo

Interpretación

Evalúan el desempeño de la empresa en términos de calidad y satisfacción del cliente a través de la percepción del cliente y la publicidad visual en redes sociales.

10. ¿Cuáles considera que son los mayores desafíos para mantener y mejorar la calidad en el mercado gastronómico de Babahoyo?

Bueno yo soy de Guayaquil vengo de una ciudad grande con bastante competencia pero también con clientes que en realidad son muy exigentes pero también sabe dónde ir y que pagar y cuánto pagar pero en cambio aquí en Babahoyo son los mayores desafíos en manera que Babahoyo es una cuidate de pequeño a mayor restaurante basándose a los lugares gastronómicos siempre va a ver menos demanda al cliente entonces esto desafíos para



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



mantener el producto, la calidad y los más importantes de ellos mantener una buena atención al cliente.

Interpretación

Destacan que, en Babahoyo, al ser una ciudad más pequeña, los mayores desafíos son mantener la calidad y atención al cliente en un mercado con menos demanda.

Entrevista #3 Restaurante #3

1. ¿Cuál es la visión que tiene para su empresa gastronómica en términos de calidad y servicio al cliente?

La visión nuestra es entendernos más y atender bien a las personas y dar un buen servicio, tener buenos trabajadores para así ayudar a la comunidad.

Interpretación

La visión es entender y atender bien a las personas, proporcionando un buen servicio y contribuyendo al bienestar de la comunidad.

2. ¿Cuáles son las principales estrategias que ha implementado para asegurar la calidad de los productos y servicios ofrecidos?

Contratar gente especializado en lo que es la materia.

Interpretación

Se enfocan en contratar personal especializado en la materia para asegurar la calidad de productos y servicios.

3. ¿Cómo fomenta la innovación culinaria en su empresa? ¿Introduce regularmente nuevos platillos o conceptos en el menú?

Las personas especializadas en eso. Siempre estamos fomentando nuevos platos.

Interpretación



UNIVERSIDAD TÉCNICA BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
TURISMO



Fomentan nuevos platillos mediante personas especializadas en cocina, siempre buscando innovar en el menú.

4. ¿Cómo ha integrado prácticas sostenibles y responsables en las operaciones diarias de su empresa?

Es la perseverancia.

Interpretación

La perseverancia es clave para mantener prácticas sostenibles y responsables en las operaciones diarias de la empresa.

5. ¿Cómo fomenta la interacción directa con los clientes para comprender sus necesidades y expectativas?

Acudo a otro restaurante o me siento yo mismo aquí cómo cliente para ver la satisfacción del cliente.

Interpretación

El propietario se involucra directamente, visitando otros restaurantes y siendo cliente en su propio establecimiento para evaluar la satisfacción del cliente.

6. ¿Cómo asegura que su personal esté alineado con los estándares de calidad y servicio que desea mantener?

Supervisión personalmente.

Interpretación

La supervisión personal es esencial para asegurar que el personal esté alineado con los estándares de calidad y servicio.

7. ¿Cómo se adapta su empresa a los cambios en las preferencias del mercado y de los clientes?

Tenemos que alinearnos día a día a los cambios tecnológicos y culinarios, tenemos que adaptarnos día a día.



Interpretación

Destacan la importancia de adaptarse a los cambios tecnológicos y culinarios, alineándose día a día a las preferencias del mercado y clientes.

8. ¿Cómo selecciona y colabora con proveedores para asegurar la calidad de los ingredientes utilizados en sus platillos?

Utilizando los mejores ingredientes, tenemos algunos proveedores y no solo cogemos a solo proveedores siempre estamos investigando más proveedores.

Interpretación

Utilizan los mejores ingredientes y están constantemente investigando nuevos proveedores para asegurar la calidad de los ingredientes.

9. ¿Cómo evalúa el desempeño general de su empresa en términos de calidad y satisfacción del cliente?

Estamos avanzando día a día.

Interpretación

La empresa está avanzando día a día, y evalúan su desempeño general en función de la mejora continua.

10. ¿Cuáles considera que son los mayores desafíos para mantener y mejorar la calidad en el mercado gastronómico de Babahoyo?

Satisfacer al cliente.

Interpretación

El mayor desafío es satisfacer al cliente en un mercado gastronómico local, destacando la importancia de la adaptación continua.

Anexo 3. Entrevista a dueños de empresas gastronómicas



Figura 1 Entrevista a dueño de empresa gastronómica.



Figura 2. Entrevista a dueño de empresa gastronómica.