



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

Gestión estratégica y el control de buenas prácticas en
restaurantes de Santo Domingo, Ecuador 2022

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Administración de Negocios - MBA

AUTORA:

Garcia Vera, Maria Belen (orcid.org/0000-0002-5263-3104)

ASESORA:

Dra. Robladillo Bravo, Liz Maribel (orcid.org/0000-0002-8613-1882)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y Herramientas Gerenciales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

A mi familia que es el regalo más grande que Dios ha puesto en mi camino...

Rafaella mi hija y Manuel mi esposo, por el apoyo constante y los que me dan fuerzas y motivos para salir adelante...

Por ellos y para ellos todo mi esfuerzo y dedicación.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por la oportunidad de seguirme preparando...

A mi docente Maribel Robladillo, por su apoyo y motivación para seguir el objetivo final.

Índice de Contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	14
3.1. <i>Tipo y diseño de investigación</i>	14
3.2. <i>Variables y operacionalización</i>	16
3.3. <i>Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis</i>	17
3.4. <i>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</i>	20
3.5. <i>Procedimientos</i>	21
3.6. <i>Métodos de análisis de datos</i>	21
3.7. <i>Aspectos éticos</i>	22
IV. RESULTADOS	23
V. DISCUSIÓN	30
VI. CONCLUSIONES	34
VII. RECOMENDACIONES	35
REFERENCIAS	36
ANEXOS	42

Índice de Tablas

Tabla 1	<i>Operacionalización de Variable: Control de buenas prácticas</i>	17
Tabla 2	<i>Operacionalización de Variable: Gestión Estratégica</i>	17
Tabla 3	<i>Distribución de la percepción de los colaboradores internos de la gestión estratégica</i>	23
Tabla 4	<i>Percepción de los colaboradores sobre la formulación estratégica</i>	24
Tabla 5	<i>Implementación estratégica en la percepción de los colaboradores</i>	24
Tabla 6	<i>Evaluación estratégica de los restaurantes</i>	24
Tabla 7	<i>Calificación de los canales de atención a clientes</i>	25
Tabla 8	<i>Impacto estratégico percibido por los clientes</i>	25
Tabla 9	<i>Impacto emocional en los clientes</i>	26
Tabla 10	<i>Percepción de los clientes sobre los temas ambientales en el restaurante</i>	26
Tabla 11	<i>Satisfacción de los clientes con la comida</i>	27
Tabla 12	<i>Plato preferido por los comensales</i>	27
Tabla 13	<i>Correlación entre gestión estratégica y buenas prácticas</i>	28
Tabla 14	<i>Correlación entre percepción de los clientes y posicionamiento de mercado</i>	28
Tabla 15	<i>Correlación entre percepción de los clientes y posicionamiento de mercado</i>	29
Tabla 16	<i>Correlación entre percepción de los clientes y posicionamiento de mercado</i>	30

Resumen

La presente investigación tuvo por objetivo determinar la relación entre la gestión estratégica y el control de buenas prácticas para el control de la inocuidad de productos alimentarios de la ciudad de Santo Domingo. El estudio fue de clase cuantitativo, con tipo de análisis descriptivos y exploratorios, con lo que se pudo caracterizar la población estudiada usando como herramientas encuestas y entrevistas focalizadas. Dentro de los resultados obtenidos se determinó que, con un Rho de Spearman de 0,95, sí existe una correlación significativamente alta y efectiva entre la gestión estratégica y el control de buenas prácticas por lo que es recomendable generar mecanismos que permitieran implementar las estrategias de manera efectiva. Como hallazgos se puede señalar a la alta tasa de conocimiento empírico con la cuentan los colaboradores de los restaurantes, algo que es recomendable que se trabaje desde la gerencia de cada local junto a sus empleados.

Palabras clave: Posicionamiento de mercado, herramientas de gestión, impacto estratégico.

Abstract

The aim of this research was to determine the relationship between strategic management and the good practices for the control of the safety of food products in the city of Santo Domingo. The study was quantitative, with a descriptive and exploratory type of analysis, with which it was possible to characterize the population studied using surveys and focused interviews as tools. Among the results obtained, it was determined that, with a Spearman's Rho of 0.95, there is a significantly high and effective correlation between strategic management and the improvement plan, so it is advisable to generate mechanisms that would allow strategies to be implemented in an effective way. effective. As findings, we can point to the high rate of empirical knowledge that restaurant employees have, something that is recommended to be worked on by the management of each location together with their employees.

Keywords: strategic management, good practices, strategic impact.

I. INTRODUCCIÓN

En el marco de los negocios, el sector de alimentos y bebidas es una fuerte alternativa para la promoción de empleos a nivel micro, mediana y grandes empresas; tal es su importancia que en el 2017 el rubro de la producción de alimentos contribuyó con mil millones de empleos a nivel mundial (Yamunaque, 2020).

El enfoque de salud y el sector de alimentos deben ir de la mano, ya que se tiene una correlación bastante fuerte con la salud de las personas que acuden a los mencionados establecimientos. Por eso se sostiene que la salubridad es el factor clave con que deben de contar las empresas alimentarias para proporcionar como valor agregado en sus productos (Lucero et al., 2020).

Es así que por la normalización que han existido en los estándares de salubridad suele ser la gerencia el canal convocado para difundir la aplicación de dichas normas, sin embargo, estos mismos suelen carecer de la predisposición y los conocimientos base para la aplicación de los manejos apegados a la norma nacional e internacional; esto conlleva la búsqueda de capacitaciones externas en el orden de generar planificación estratégica para la implementación en establecimientos (Araya y Araya, 2019).

Lo dicho anteriormente es un problema a nivel regional, donde se carece de conocimientos técnicos por lo que las atenciones y aplicaciones de normas se realizan basados en conocimientos empíricos; se comprueba que los locales que operan con conocimientos empíricos por más tiempo suelen tener problemas a nivel de costos con el pasar de los años (Patrón y Barroso, 2018).

Correspondido con el tema de costos, los riesgos por mal proceso de alimentos se incrementan y suben a niveles alarmantes, siendo un riesgo inminente para la salud de los comensales y la sostenibilidad del negocio. En algunos casos es una situación temporal, pero en otros casos resulta de alto riesgo (Vicente y Ramos, 2018).

Todos estos factores aterrizan en la necesidad de establecer control de buenas prácticas que se relacionan directamente con planes de mejora, se puede entender como una herramienta donde se determina amenazas y

debilidades que pueden ser trabajadas mediante la explotación de las fortalezas y oportunidades, pudiendo ser determinantes al momento de garantizar acceso a mercados y superar a los competidores (Ferrandis y García, 2016).

En el caso de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas en Ecuador, se tiene muchos atractivos a nivel culinarios que destacan por la falta de control sobre la imagen del medio ambiente y la cultura, estas características suelen perderse a través del tiempo en caso no contar con un adecuado programa de preservación. Por estas razones, es necesario analizar la preservación de la cultura culinaria vista desde buenas prácticas y planificación estratégica.

Se debe mencionar que no es la única investigación en la búsqueda de preservar el patrimonio natural que rodea a los comercios, es una suma con otras instituciones del sector académico. Se busca otro acercamiento a los temas ambientales, de desarrollo y culturales facilitando cambios en conceptos y estilos de vida de la localidad.

La investigación se realizó con la finalidad de proporcionar una herramienta práctica y fácilmente aplicable para los propietarios de empresas dedicadas a la industria alimentaria de la ciudad de Santo Domingo, perfeccionando los estándares de calidad, cambios y normas que ayudarán a corregir errores del pasado y mejorarlos para el futuro, lo cual contribuirá al conocimiento y mejora continua, aumentará la satisfacción de sus clientes demostrando su compromiso con la calidad, que conlleva al posicionamiento en el mercado.

Como tal, no hay información aterrizada a la geografía de Santo Domingo que respalde este enfoque, pero se pueden utilizar técnicas de observación para reconocer que los establecimientos de alimentos proporcionados por el centro de la ciudad no son higiénicos el manejo. conocimiento y preparación de gerentes y propietarios.

Por ello, se adecúan principios generales que puedan prever enfermedades y contaminación de diversos tipos de consumidores y mejorar la imagen del lobby

principal, esto acompaña la necesidad implementar el control de buenas prácticas en inocuidad alimentaria para pequeñas, medianas empresas y empleados, que conlleve a una mejor aceptación de clientes y colaboradores.

De lo expuesto resulta las siguientes formulaciones de problemas de investigación, teniendo como pregunta general ¿Como la gestión estratégica se relaciona con el control de buenas prácticas en restaurantes de la ciudad de Santo Domingo?

Así mismo como interrogantes específicas surge PE 1 ¿Cómo la formulación estratégica se relaciona con el control de buenas prácticas en restaurantes de la ciudad de Santo Domingo? PE 2 ¿Cómo la implementación estratégica se relaciona control de buenas prácticas en restaurantes de la ciudad de Santo Domingo? PE 3 ¿Cómo la evaluación estratégica se relaciona con control de buenas prácticas en restaurantes de la ciudad de Santo Domingo?

Las interrogantes expuestas con anterioridad responden a la necesidad que hay en Santo Domingo de los Tsáchilas por la diversidad de lugares que tienen como finalidad el comercio de alimentos y bebidas, careciendo de cultura de servicio al cliente y la cultura medioambiental.

Es así que la gestión estratégica no solo se centra en el producto final, sino en garantizar la sostenibilidad del negocio y del medio ambiente, puesto que no solo es necesario respetar prácticas industriales, sino que el mejor tratamiento de los desechos generados por las actividades del restaurante.

A nivel teórico se establecen múltiples métodos y procesos de gestión que admiten conseguir el deleite de los consumidores, y es experimentado que la gestión que se da por procesos está intrínsecamente relacionada con las metodologías de calidad (Centurión, 2015).

Con el plan de estudio se plantea fusionar estos aspectos, teniendo como meta que los colaboradores junten las suficientes herramientas y técnicas para que el producto final sea fácilmente reconocible en sus cambios de manera positiva para los clientes.

En el ámbito metodológico, con la presente investigación se examina e intenta evidenciar eficacia de las herramientas, técnicas, procesos y moldes de gestión centralmente del argumento y situación problemática debido a la carencia de implementar los manuales de buen manejo para lograr un servicio integral apegados a las normas de calidad e inocuidad de los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Santo Domingo (Carvallo, 2017).

En cuanto al nivel práctico, al desarrollar el presente proyecto se espera obtener beneficios sociales como la mejora de la calidad de vida de la población que involucra a los restaurantes, se logrará un posicionamiento del recinto como primer destino de comidas típicas identificado con el cuidado del medio ambiente, a fin de atraer consumidores con alto poder adquisitivo al creciente sector del turismo.

Finalmente, en el ámbito económico con el plan en referencia se intenta indicar que presentar la gestión estratégica y el control de buenas prácticas en restaurantes de la ciudad de Santo Domingo se puede lograr un significativo ahorro de recursos tanto económicos como ambientales.

A continuación, se presenta los objetivos de la investigación. Objetivo General (OG): Determinar la relación entre la gestión estratégica y el control de buenas prácticas para restaurantes de la ciudad de Santo Domingo. Objetivo Específico (OE) 1 Determinar como la formulación estratégica se relaciona con el control de buenas prácticas en restaurantes de la ciudad de Santo Domingo. OE 2 Determinar como la implementación estratégica se relaciona con el control de buenas prácticas en restaurantes de la ciudad Santo Domingo 2022. OE 3 Determinar como la evaluación estratégica se relaciona con el control de buenas prácticas en restaurantes en la ciudad Santo Domingo 2022.

II. MARCO TEÓRICO

En referencia a los trabajos previos revisados en el contexto internacional, se inicia con los planteamientos realizados por Córdova (2022) quien señaló en la búsqueda de garantizar la calidad y seguridad alimentaria a nivel de restaurantes es importante la gestión del proceso de fabricación y manipulación de los alimentos, siendo considerado como una pieza fundamental las personas que están involucradas en la cocción y traslado de alimentos, para lograr la calidad final de los productos ofrecidos por el establecimiento.

La investigación se desplegó un marco teórico correspondiente a cada variable de investigación, y así sustentar el desarrollo del presente estudio con una completa base bibliográfica. Con las investigaciones realizadas se establecieron teorías y fundamentos científicos de las variables: dirección estratégica y el control de buenas prácticas.

Velásquez (2017) de acuerdo con su proyecto, determinó la correlación entre la gestión estratégica y el precepto en el comercio ambulante del municipio de Olivense en el año 2016, utilizando la revisión estratégica del teórico Prieto (2011), como marco para referenciarlos bien. Las decisiones pueden definir la naturaleza y una nueva dirección para la institución.

Según Calderon (2021) afirma que contar con un control de buenas prácticas proporciona una guía en relación con estándares y normas de higiene que tienen su base en la normativa de cada país y al Codex Alimentarius donde se tiene por objetivo disminuir las falencias de los manipuladores de alimentos y bebidas de los diferentes establecimientos.

Los controles de buenas prácticas para la manipulación de los alimentos y bebidas son indispensables para una buena limpieza y con ello prevenir enfermedades, en tal sentido Serrepe (2021) sostuvo que, los alimentos que hayan sido manipulados sin una higiene adecuada, pueden ser origen de enfermedades, mismas que hacen daño a la salud de las personas sobre todo aquellas que se encuentran en estado vulnerable tales como niños/as, mujeres embarazadas, adultos mayores, entre otros.

A su vez Barrios et al. (2020) precisaron que en los procesos donde se aplican control de buenas prácticas se generan ventajas competitivas a nivel de salud y a nivel de costos por lo que la institución tiende a mejorar el posicionamiento de los productos mediante el reconocimiento de sus características positivas en la salud.

Chanta (2019) precisa la gestión estratégica como paso operativo futuro donde se definen las tareas a realizar, con el fin de lograr los objetivos determinados dentro de la empresa en un tiempo concluyente, lo que asimismo aprueba tomar las excelentes decisiones. hacerse. sobrevivir, progresar y desarrollarse en las actividades comerciales.

Además de las características físicas, se debe tomar en cuenta la trazabilidad de los productos a ofertar, lo que permite dar un valor agregado en caso se opte por direccionarse a cierto mercado con determinados proveedores que generen responsabilidad social (Crespo y Zerna, 2020).

Con respecto a los antecedentes nacionales Flores y Ocon (2020) en su investigación tiene como objeto determinar cómo influyen las capacitaciones al personal en el desempeño laboral, en medio de un proceso de para restaurantes buenas prácticas comunitarios.

Lucero et al. (2020) sostienen que es necesario los controles de buenas prácticas en el marco de los procesos de gestión estratégica de cualquier establecimiento, recurriendo a temas específicos como las capacitaciones y estructura empresarial como mecanismo para que perduren dichos cambios.

Incluso existen estrategias que descienden a un nivel más promocional como lo planteado por Montesdeoca et al. (2020) quienes usaron mas métodos de marketing para aterrizar los controles de buenas prácticas en su plan de publicidad, arrojando mejores resultados en ventas.

De la misma manera Yamunaque (2020) expone que el desempeño laboral tiene una relación positiva con los controles de buenas prácticas, desde un punto de vista de procesos continuos que se realizan en los restaurantes, hablando de la motivación que sientes sus empleados al tener nuevos desafíos.

También Araya y Araya (2019) exponen que es necesario establecer ciertos parámetros en la búsqueda de alinear los controles de buenas prácticas a los recursos con los que cuenta la institución, incluyendo a los trabajadores en estos recursos. Así mismo, Calderón (2019) determinó que existe relación entre las variables gestión de procesos y desempeño laboral.

En relación con gestión estratégica, por el tamaño de los negocios se suelen tener de tipo familiares, esto es un punto que debe entrar en consideración ya que el manejo del talento humano, las inversiones y demás requerirá de otras estrategias y tratamientos para su manejo (Jacobo, 2019).

Con esto, la manera de introducir manuales o normativas también debe de llevar otra dinámica, por lo que se considerará la satisfacción laboral al momento de implementar dichas herramientas, de tal forma que se garantice la aplicabilidad (Ramírez et al., 2019).

Sobre esta línea, Ramírez et al. (2019) plantearon una investigación en un restaurante de gama superior manejada como negocio familiar, en el que se incrementó en un 30% el nivel de satisfacción del cliente luego de implementar los manuales de buenas prácticas, esto vinculado a los niveles de satisfacción laboral; los resultados coinciden con Torres et al. (2019) quienes realizaron una investigación en un restaurante de gama media, arrojando niveles similares y recomendando no olvidar a la parte de la satisfacción de los empleados.

Tras estos procesos se plantea hasta qué punto los clientes pueden ser fidelizados, correspondiendo como respuesta un resultado positivo tras levantar información y correlacionarla con la proactividad de los colaboradores (Alcívar y Chica, 2018).

Esto debe ser complementado con la potencialización de las habilidades blandas de los colaboradores las cuales les permitirán desenvolverse frente a nuevas situaciones que atraviesen con la aplicación de nuevas herramientas (Berselli et al., 2018).

La afirmación anterior se ve correspondida al hecho que hay ciertas condiciones de índole humana que favorecen más a ciertas personas al momento

de encontrarse con nuevos desafíos, culminando en un término de capacidades dinámicas (Brito, 2018).

Se puede unir a las investigaciones anteriores y coinciden en el adecuado manejo del talento humano, por lo que se debe priorizar las capacidades gerenciales que destaquen por esta habilidad (Castro, 2018).

Prieto (2018) definió la gestión estratégica como una herramienta de gestión, este desarrollo de permite a la empresa ser proactiva en cuanto a definición y planificación del tiempo venidero. El teórico usó el término gestión para representar gráficamente el concepto de un proceso participativo en el que se puede hacer y elegir con el fin de el bien común.

Con esto, las capacidades gerenciales entran con un rol fuerte para la aplicación de nuevas herramientas, por lo que según Lazzati (2018) es necesario establecer gestiones basados en el tamaño del negocio. A esta afirmación se le suma Ledesma (2018) que menciona los subsistemas de gestión y de productividad laboral para sectores que trabajen en el rubro de alimentos.

En relación con el tamaño de la empresa, Mendoza (2018) también propone la consideración subsistemas, pero giran en torno a condiciones físicas de los locales, sin restar importancia al ámbito humano; Meza (2018) se suma a la idea procurando un adecuado balance para no afectar la operatividad del restaurante.

Por lo que una vez que se establecen los ambientes físicos y humanos, se deben de evaluar condiciones básicas para medir la competitividad, entendida como concepto la manera de ser más eficiente en el uso de los recursos (Miranda, 2018).

Con esto, se suma a la competitividad los factores de calidad y el resultado desembocará en un negocio que capte mayor la atención a los clientes mediante estrategias de costo reducido (Moreno y Wong, 2018).

Lo anterior coincide con lo propuesto por (Pillaca, 2018) quien, mediante un enfoque verde, procura mejorar la calidad y competitividad con estrategias de conciencia verde para sensibilizar al público; esto es algo válido tomando en cuenta las cuestiones de diferenciación de marcas que proponen otras investigaciones (Reynoso y Reynoso, 2018).

Por esta razón Saavedra et al. (2018) plantean estrategias de auditoría interna a restaurantes para la evaluación de condiciones de cumplimiento de normas y manuales, arrojando que la metodología puede ser usada por las pequeñas y medianas empresas.

Otra investigación por considerar viene con Yzquierdo y Vasquez (2018) donde señalan los mecanismos para manejar la gestión estratégica en las diferentes fases de la implementación de controles de buenas prácticas, centrado en la retroalimentación con un pilar fundamental para sostener el mencionado proceso.

De la misma forma Deliberali et al. (2017) diseñaron una propuesta que priorizó el uso de herramientas administrativas para la implementación de mejoras en una red de restaurantes aledaños, gozando de mejor aceptación que procesos que fueron realizados de manera empírica y no contaban con un orden predeterminado por la gerencia.

García et al. (2017) efectúan un análisis centrado en la base de los trabajadores de los restaurantes y en la construcción de relaciones con los niveles directivos para la sostenibilidad de los controles de buenas prácticas, no obstante, por la naturaleza de los comedores se menciona la intervención de entes regulares tales como municipios.

Las personas quienes manipulan los alimentos siempre tienen que permanecer en altos niveles de conocimiento dentro de la cadena de la elaboración de alimentos y bebida, en este sentido Maldonado (2017) concluye que los cursos de capacitación para manipuladores de alimentos permiten alcanzar y mantener un buen nivel de conocimientos sobre los planes de mejora de cada institución en función al contexto.

Sin embargo, se hace necesario mencionar no solo debe basarse en capacitaciones teóricas sino más bien deben desarrollar conocimientos prácticos mediante los cuales pongan en práctica todo lo aprendido (Tituaña, 2017).

Según Sánchez (2016), en una planta procesadora de alimentos el mantenimiento de la higiene es una condición esencial para asegurar los productos que allí se elaboren sean inofensivos.

En cada una de las etapas de la cadena alimentaria, desde la primera fase de producción hasta el consumo, son necesarias prácticas higiénicas eficaces. La mayoría de las dificultades asociadas con una higiene apropiada podrían impedirse con la elección, capacitación activa y motivación del equipo de limpieza (Apolinario, 2015).

Asimismo, Bravo (2015) precisó que planes de mejora en el caso de los restaurantes y establecimientos de bebidas son el conjunto de prácticas adecuadas aplicadas durante el proceso para garantizar la inocuidad de los alimentos; siendo así, una herramienta básica para la obtención de productos seguros para el consumo humano, que se centralizan en la higiene y forma de manipulación.

Del mismo modo, Centurión (2015) señala que las personas manipuladoras de alimentos son todas aquellas que, por su actividad laboral, tienen contacto directo o indirecto con los alimentos durante su preparación, fabricación, transformación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte, distribución, venta, suministros y servicio.

También, Cortez y Cholán (2015) manifiestan que una de las responsabilidades que tienen las personas al manipular alimentos es la prevención y cuidado al prepararlos, por lo que siempre deben tomar en cuenta lo expuesto al momento en que están desempeñando una función, y deben ser llevados por la ética para elaborar los productos en la línea de la alimentación sana y nutritiva mismos que son consumidos por personas quienes necesitan de una alimentación saludable.

Otro resultado en cuanto a los antecedentes internacionales fue el de González (2015) quién sostuvo que los productos y servicios elaborados deben tener todas características que conllevan a la calidad para prevenir enfermedades o algún incidente en la salud de las personas que consumen el producto, por esta razón los restaurantes deberán realizar evaluaciones constantes para saber si se cuenta con las mencionadas condiciones y en función de eso ser implementadas mediante los planes de mejora.

Asimismo, Patrón y Barroso (2015) concluyeron que en el Ecuador son escasas las empresas de restauración que implementan planes de mejoras, incluso hay casos que por ley son requeridos al estar inmersos en Áreas Naturales

Protegidas, esto debido a que están sin observación de las autoridades competentes en la higiene y el buen funcionamiento de un restaurante.

De la mano con el cumplimiento de requerimientos normativos debe estar la gestión estratégica, ya que por orden de prelación es necesario cumplir con los entes regulares al momento de operar en cualquier país, más aún si se aspira a tener responsabilidad social como compañía (Pilicita, 2015).

Ruiz (2015) complementa la idea de cumplimiento con un análisis económico de los problemas que se solucionan al momento de establecer planes de mejora y su fiel cumplimiento, llegando a tener casos donde el beneficio acumulado tiene un incremento de 50% respecto al periodo anterior de comparación por lo que se logra una organización más efectiva.

Varga y Galindo (2015) concluyen con su propuesta de planes de mejora que lo más relevante es reducir el sin número de riesgos que representa la contaminación cruzada, en específico cuando se trata de la vida de personas adultas mayores dando como resulta que tras la implementación de su manual el asilo de ancianos ha disminuido la incidencia de enfermedades adicionales de los adultos mayores un 60%.

En resumen, según la conferencia realizada por la Organización Mundial para la Alimentación y Agricultura (FAO) los planes de mejora en instituciones que prestan servicio de provisión de alimentos y bebidas deben de tener como objetivo garantizar la calidad del producto terminado, la satisfacción del cliente y del propietario (Ferrandis y García, 2014).

Lo expresado anteriormente coincide con la necesidad de Santo Domingo de los Tsáchilas quien tiene una importante credibilidad a nivel regional, nacional e internacional y puede ser destacado en otros aspectos como los recursos turísticos ricos en cultura culinaria tradicional (Franco et al., 2014).

Para resumir y contextualizar las siguientes secciones de la investigación, los planes de mejora se refieren a cualquier decisión estratégica que implique incorporar cambios a los diferentes procesos de la organización y que pueda traducirse en un mejor servicio percibido (Monsalve y Hernández, 2014).

Su importancia según Vicente y Ramos (2014) es que se cubren muchos de los aspectos más importantes, asegurando la calidad y la seguridad que benefician tanto a los empleadores como a los consumidores para los directamente involucrados y éstas surgen como un complemento necesario, también cabe mencionar que todo esto genera una guía dirigida a usuarios y consumidores que aplicadas contribuyendo a comportamientos comunes como el hogar, el trabajo y las compras, ayuda a construir una sociedad cada vez más en armonía con el medio ambiente.

Así mismo Carrasco et al. (2013) señalan que las áreas de aplicación que dentro del sector turístico para planes de mejora deben de tomar en cuenta el papel fundamental de las buenas prácticas, pero especialmente en los establecimientos de alimentos y bebidas, ya que requieren mayor cuidado en las diferentes áreas de aplicación, tales como higiene y seguridad, atención al cliente y manejo de residuos, las mismas que son indispensables para dar un buen trato tanto al cliente interno como externo sin dejar de ser responsables con el medio ambiente. A continuación, se realizará un detalle de acuerdo con las dimensiones que se aplicará en el proyecto.

Según Carvallo (2013) la variable de gestión de plan de mejora empresarial presenta seis dimensiones implementación, colocación, desarrollo, recompensa, retención y por último supervisión.

- La primera dimensión en estudio corresponde a la implementación del plan de manera que el personal debe conocer su contenido.
- La segunda dimensión es la colocación que tiene como finalidad ubicar a cada colaborador en las distintas áreas de maneja que los procesos lleven el fin que se desea
- La tercera dimensión es el desarrollo se incluye los talleres y capacitación al personal.
- La cuarta dimensión es la recompensa que tiene como objeto incentivar y motivar al personal de los establecimientos.
- La quinta dimensión es la retención son todas las actividades y recursos implementados para mantener satisfecho tanto al cliente interno como externo.

- La sexta dimensión es supervisión, todas y cada una de las actividades desarrolladas con el fin de mantener y garantizar el alcance de los objetivos propuestos a nivel del personal y empresarial.

Con respecto a la segunda variable control de buenas prácticas Espinoza (2013) menciona que el comportamiento tiene mucho que ver con las actitudes motivacionales que se van desarrollando en el transcurso del trabajo empleado y su capacidad de alcanzar los objetivos planteados en la organización. Las dimensiones de la segunda variable son factores actitudinales y factores operativos.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

El presente estudio se realiza con una dirección de tipo cualitativo, siendo una característica importante de este método es la clase de enfoque y la finalidad que trata de profundizar varios aspectos de la investigación. Con esta metodología se consigue un acercamiento a los directamente implicados y ven el mundo desde su perspectiva; esto constituye su principal atractivo. En este mismo orden de ideas se puede decir que el trabajo se sustenta por una investigación de carácter descriptivo.

Adicionalmente, el estudio es de enfoque cuantitativo puesto que se lo puede medir, dado que utilizamos guías de gestión y se manejan antecedentes para examinar la problemática que se oriente en el área de restaurantes de la ciudad de Santo Domingo.

Tipos de estudios

Los tipos de estudio realizados son detallados a continuación:

Estudio explorativo

Permite examinar un problema o tema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes, en este caso se rastreó el tema de investigación verificándose que no existen otros similares. Este estudio se lo realizó buscando información de las necesidades de capacitación que requieren los establecimientos de alimentos y bebidas.

Estudio descriptivo

Se definieron las necesidades de capacitación del cantón Sato Domingo, provincia Santo Domingo de los Tsáchilas, en función de las falencias encontradas en los estudios realizados, y la imperiosa necesidad de mejorar la calidad de vida de los pobladores y clientes; esto repercute en el sector turístico.

La investigación descriptiva se basa en realidades actuales caracterizándose por una interpretación precisa de la información que es el sustento de la propuesta, en este caso fue necesario precisar la demanda y corroborar la inexistencia de la oferta lo que se hizo mediante encuestas. En este tipo de estudio se emplean

muestras grandes y algunas veces se recomienda seleccionar de un 10 a un 20 por ciento de la población accesible.

Estudio crítico-propositivo

Se realizó este tipo de estudio ya que durante el desarrollo de la investigación se presentaron realidades en las que se emitió una crítica para exponer la necesidad de la capacitación, debido a que no se encuentran registros de algún tipo de solución o ayuda para impartir conocimientos.

Métodos de Investigación

El estudio realizado se basó en los siguientes métodos de investigación:

Método inductivo

Por ser un método que examina de forma general yendo a situaciones particulares y utilizando el análisis de los criterios dados por los encuestados. En esta situación se usó este método para emitir las conclusiones particulares con respecto a la capacitación de los participantes del proyecto.

Método deductivo

Se ha utilizado en la encuesta para estudiar las respuestas obtenidas en las encuestas y las observaciones realizadas, pues va de lo particular a lo general, lo que sugiere que se basa en los resultados de la encuesta para determinar a nivel general.

Método de observación

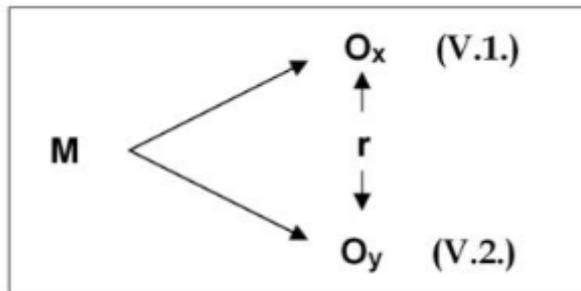
Al realizar el estudio de campo se logró un contacto personal tanto con los individuos como también con los hechos, para obtener los datos con un objetivo claro, que fue tomar información y registrarla para su posterior análisis.

Método analítico

Esta investigación permitió conocer más a fondo el objeto de estudio, para observar las causas, naturaleza y efectos con lo cual se puede explicar, comprender y establecer nuevas ideas de solución que van ligados a los distintos procesos del proyecto.

3.2. Variables y operacionalización

El diagrama que representa consta de la siguiente información:



En donde:

- M = Muestra de Investigación.
- O_x = Observación Variable 1. (Comportamiento organizacional)
- O_y = Observación Variable 2. (La calidad del personal administrativo)
- r = Relación entre variables

Plan de mejora

Gestión estratégica

Variable independiente

Control de buenas prácticas

Definición conceptual: Con respecto a la segunda variable Control de buenas prácticas Bravo (2015) menciona que el comportamiento tiene mucho que ver con las actitudes motivacionales que se van desarrollando en el transcurso del trabajo empleado y su capacidad de alcanzar los objetivos planteados en la organización.

Para el presente caso de estudio se propondrán dimensiones de mejoras de tipo comerciales, estratégicas, emocionales y ambientales; por esta razón es que se procura medir el impacto con los clientes para determinar los efectos en las ventas y satisfacción de los comensales.

Tabla 1

Operacionalización de Variable: Control de buenas prácticas

Variable dependiente

Gestión estratégica

Definición conceptual: Lazzati (2018) define a la gestión estratégica como un acumulado de acciones tomadas para ampliar estrategias competitivas. Esto, mediante la implementación de políticas que faciliten la asignación eficiente de recursos, permite que las organizaciones tengan éxito, buscando lograr una ventaja competitiva sostenible a largo plazo.

Tabla 2

Operacionalización de Variable: Gestión Estratégica

3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis

Para realizar el diagnóstico de la necesidad es indispensable conocer los componentes o individuos (cada uno de los elementos que forman la población o la muestra) con quienes se va a llevar a cabo la investigación. Por lo que es necesario fijar el estudio realizando un muestreo.

Así se detalla la población de la siguiente manera: población (n)

- $n_1 = 6$ establecimientos (ver anexo N° 1). (Población finita)
- $n_2 = 6$ propietarios de los establecimientos. (Población finita)
- $n_3 = 51$ empleados de los establecimientos. (Población finita)
- $n_4 = 400$ clientes

Para el cálculo de n_4 se aplicó la siguiente fórmula tomando como universo a la población de Santo Domingo ya que el sector a encuestar no es homogéneo en diversas características.

$n = \frac{N * S^2}{(N - 1)(e^2 / 4) + S^2}$			$n = \frac{368013 \times 1,9^2}{(368013 - 1) (0,19^2 / 4) + 1,904^2}$
N	Universo	368013	$n = \frac{368013 \times 3,6}{(368013 - 1) (0,04 / 4) + 3,6252}$
S ²	Varianza	1,904	
E	Error respecto a la media	0,19	$n = \frac{1334126,62}{(368012) (0,01) + 13,14}$
n	Tamaño de la muestra	400	$n = \frac{1334126,62}{3334,45} \quad n = 400$

Población

Considerando que la población puede ser un conjunto finito o infinito de todos los elementos o individuos que son objeto del estudio estadístico, es decir, el total de personas u objetos que presentan características comunes visibles en un lugar y momento determinado, se obtuvo varias conclusiones que fueron tomadas de algunas características que definen como en este caso a la plaza en estudio seleccionada.

Homogeneidad

Todos los miembros y elementos de los servicios de alimentos y bebidas de Santo Domingo carecen de conocimientos en cuanto a planes de mejora, en el caso de los establecimientos, los seis encuestados no cuentan con infraestructura adecuada, los administradores prestan poca atención a la capacitación propia y de su personal, a su vez los colaboradores de éstos establecimientos no se encuentran capacitados y la característica común de los clientes es que todos acuden al lugar por deleitarse con la gastronomía típica de la zona.

Tiempo

En este caso la población y elemento de interés fue considerado realizarlo en el feriado de febrero 2022, específicamente del carnaval celebrado en el presente año, ya que en esto provoca la mayor afluencia de turismo y por ende personal.

Espacio

Realizado en los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Santo Domingo, provincia Santo Domingo de los Tsáchilas

Muestra

Para obtener la muestra de la población en estudio se aplicaron las técnicas de muestreo basadas en las características ya mencionadas.

Para ser más precisos en la investigación se consideró el tamaño de la muestra, por lo cual se prefirió usar un modelo grande tanto como fue posible ya que esto dio la posibilidad de representar la población de una mejor manera; tomando en cuenta los recursos disponibles.

Muestreo

Muestreo probabilístico

Se obtiene del criterio o criterios del investigador, por razones de tipo económico, comodidad, entre otros. Por lo cual se procuró que la muestra obtenida sea lo más representativa posible, al no utilizar el muestreo al azar, no tienen la garantía de las muestras probabilísticas, pero en la práctica son por lo general necesarias e inevitables.

Dentro de este tipo de muestreo se distinguió los siguientes, ya que no todos los elementos de la población pueden formar parte de la muestra:

Muestreo accidental

Son accidentales porque no responden a una planificación previa en cuanto a los individuos a elegir ya que toma las muestras disponibles, las que tiene a su alcance sin introducir selección o modificación alguna como en este caso se hizo con los clientes que visitaban los establecimientos del lugar. La elección de las personas dependió de la posibilidad de acceder a ellos. Es frecuente utilizar sujetos que las condiciones permiten, por ejemplo, en este caso entrevistamos a los comensales que visitaban los restaurantes de manera habitual y los que lo hacían por primera vez. Así, este tipo de muestreo es más débil, pero se usa cuando no se disponen de otras alternativas, sin descuidar el análisis y la interpretación de los resultados que se obtuvieron como en este caso.

Muestreo intencional

Se seleccionó de modo directo los elementos de la muestra que se necesitaban para este estudio, y es así como se consideró a los sujetos y elementos típicos de la población a través del criterio basado en la homogeneidad (elegido intencionalmente).

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las fuentes de recolección de datos escogidas para el fin de esta investigación fueron las siguientes:

Técnicas

Fuentes primarias

Se utilizaron técnicas que ayudaron a tener una idea clara del mercado como son: las entrevistas, las cuales fueron efectuadas a personas que conocen el manejo de este tipo de establecimientos para un mejor desenvolvimiento en el área; también se realizó por medio de encuestas, para de esta forma poder estudiar las necesidades del consumidor; por último se lo hizo a través de la observación, lo que ayudó a tener un mejor desarrollo al momento de establecer nuevas ideas que servirían y permitirían desarrollar el proyecto de capacitación.

Fuentes secundarias

Se realizó mediante la investigación de libros de autores críticos, los cuales fueron analizados y de esa forma ayudó a tener una mejor perspectiva con relación al tema que se va desempeñar. También se utilizó datos estadísticos, los cuales permitieron conocer la evolución que tienen los establecimientos y con esto se logró tener una mejor información al respecto.

Instrumentos de investigación

El proyecto que es objeto de estudio, en función de las características y objetivos que presenta se realizó en base a la modalidad de encuestas, entrevistas e investigación de campo.

Encuestas

Los datos obtenidos a partir de aplicar un conjunto de preguntas que se ajustaron de acuerdo con la naturaleza de la investigación fueron realizados a los clientes, de manera que se pudieron analizar las necesidades con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

Entrevistas

La manera más directa de profundizar la información requerida fue tener una conversación directa con el administrador y personal de los establecimientos, de esta manera se logró comprobar que los entrevistados no se encuentran preparados para dar un servicio de calidad.

Investigación de campo

La información recolectada se realizó por medio de encuestas y entrevistas que representó un sustento de las necesidades de los administradores, personal y clientes, a más de esto se realizó una ficha técnica para el establecimiento que permitió observar las falencias en cuanto a infraestructura.

3.5. Procedimientos

Los datos que fueron procesados a partir de cuestionarios están enfocados al personal tanto gerencial como trabajadores de los establecimientos de alimentos y bebidas, que son validados por especialistas en el tema de estudio y la confianza que brinda la programación estadística de alfa de Cronbach.

3.6. Métodos de análisis de datos

Las técnicas de análisis de datos representan la forma de cómo fue procesada la información recolectada en las encuestas, entrevistas y ficha técnica para lo cual se realizaron dos tipos de análisis:

Análisis estadístico

Se llevó a cabo a través de la recolección de información que se obtuvo con cada uno de los métodos utilizados que se menciona anteriormente, y así visualizar el mercado actual y ver cuáles son las falencias que éstos presentan para que por medio de la capacitación se logre resolver.

Análisis simple

Este estudio logró sacar conclusiones de los datos y las investigaciones realizadas, que darán la información necesaria para la toma de decisiones y saber si el proyecto va a tener la acogida que se espera en el mercado.

3.7. Aspectos éticos

Los aspectos éticos se basan en el hecho de que el estudio propuesto fue realizado por los mismos investigadores, quienes son responsables de la autenticidad, no plagio y otros estándares del estudio que conciernen a cualquiera de los estudios. proceso científico que requiere y es parte del proceso de los estándares marco de la UCV. Asimismo, dado que estos son los casos analizados que incluyen a menores de edad, toda la información se reserva en la condición nombrándolos directamente y los resultados se presentan en general y nunca personalizados, respete su privacidad.

IV. RESULTADOS

Estadística descriptiva

Los datos fueron recolectados por medio de un cuestionario técnico de la organización; el cuestionamiento a los funcionarios, y empleados para conocer sus necesidades con la apariencia que el administrador le da a sus empleados; y, finalmente, para la opinión de los clientes, se elaboró y aplicó una encuesta. A continuación, se muestran los resultados de la encuesta de campo:

Variable 1: Gestión Estratégica

Establecimientos

Se indagaron seis locales dedicados al servicio de preparación de alimentos. Al realizar el estudio de mercado se pudo notar grandes falencias en cuanto al servicio al cliente, manejo de residuos, higiene y seguridad que son aspectos tan importantes que se han dejado de lado por falta de entrenamiento del personal y dueños de restaurantes.

Por esta razón, se orienta en una capacitación en buenas prácticas enfocado en alimentos y bebidas mediante actividades de aprendizaje, es por ello que la idea tendrá como principios la novedad y exclusividad ya que éste sería un producto donde los participantes puedan gozar de una experiencia recreativa y educativa permitiendo así que el cliente sienta la diferencia de un servicio y producto de calidad siendo a su vez mucho más amable con el medio ambiente.

Para obtener información de los establecimientos se procedió a la aplicación de entrevistas a los administradores (ver anexo N° 3) y de una ficha técnica (ver anexo N° 2); los resultados obtenidos son detallados a continuación:

Tabla 3

Distribución de la percepción de los colaboradores internos de la gestión estratégica

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No optima	6	11,8	11,8	11,8
Regular	45	88,2	88,2	100
Total	51	100	100	

En la tabla 3 se puede visualizar que el 11,8% de los colaboradores tienen la percepción que la gestión estratégica es buena, mientras que el 88,2% sostiene que es regular.

Tabla 4

Percepción de los colaboradores sobre la formulación estratégica

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	49	96,1	96,1	96,1
Óptima	2	3,9	3,9	100,0
Total	51	100	100	

En la tabla 4 se muestra cómo los trabajadores perciben la formulación estratégica indicando que el 96,1% considera regular dicha característica, mientras que un 3,9% considera que es óptima.

Tabla 5

Implementación estratégica en la percepción de los colaboradores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	46	90,2	90,2	90,2
Óptima	5	9,8	9,8	100,0
Total	51	100	100	

Con la tabla 5 se puede visualizar que el 90,2% de los colaboradores consideran que la implementación estratégica se realiza de manera regular, esto debido a que hay poca claridad con las órdenes, mientras que un 9,8% sugiere que es óptima la implementación.

Tabla 6

Evaluación estratégica de los restaurantes

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No óptima	44	86,3	86,3	86,3
Regular	7	13,7	13,7	100,0
Total	51	100	100	

Para los colaboradores, la evaluación estratégica en un 86,3% de las veces se la considera no óptima, mientras que el 13,7% sostiene que se lo realiza de manera regular.

Variable 2: Control de buenas prácticas

Para el control de buenas prácticas se usará a los clientes como referencias para determinar si han percibido los cambios que se aplican en el plan de mejoras, por ende, se obtuvieron los siguientes resultados a partir de las caracterizaciones de los clientes.

La edad media de los clientes es de 26 a 35 años con un 34%, seguido por un 33% de 36 a 45 años. El 20% tiene de 46 a 65 años, el 13% tiene de 18 a 25 años. Mientras que su nivel de educación es del 54 % recién egresado de la escuela primaria, el 33 % egresado de la escuela secundaria inferior y al menos el 13 %, en cuyo número se compone de dos personas, tienen educación superior.

Tabla 7

Calificación de los canales de atención a clientes

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ineficiente	210	52,5	52,5	52,5
Regular	190	47,5	47,5	100,0
Total	400	100	100	

Basados en las mejoras comerciales se consultaron a los clientes respecto a la calidad en la atención comercial, obteniendo que un 52,5% considera ineficiente, mientras que un 47,5% lo consideró regular.

Tabla 8

Impacto estratégico percibido por los clientes

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	165	41,3	41,3	41,3
Moderado	235	58,8	58,8	100,0
Total	400	100	100	

En relación al impacto que se generó por publicidades, campañas y otros medios, se muestra en la tabla 8 que el 41,3% reconocieron dichos cambios al ser un grupo bajo, mientras que el 58,8% de los clientes tienen un reconocimiento moderado de las nuevas estrategias.

Tabla 9

Impacto emocional en los clientes

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	280	70,0	70,0	70,0
Moderado	74	18,5	18,5	88,5
Alto	46	11,5	11,5	100,0
Total	400	100	100	

Según se muestra en la tabla 9, el 70% de los clientes tiene un bajo nivel emocional de relacionamiento con los restaurantes, un 18,5% es moderado y el 11,5% es alto, cabe mencionar que son los comensales locales los que tienen un impacto emocional más fuerte con las mejoras.

Tabla 10

Percepción de los clientes sobre los temas ambientales en el restaurante

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	297	74,3	74,3	74,3
Moderado	103	25,8	25,8	100,0
Total	400	100	100	

En la tabla 10 se muestra que el 74,3% de los clientes considera que hay un nivel bajo de cuidado al medioambiente de parte de los restaurantes, apenas el 25,8% considera que son moderados.

Pregunta 2. Se refiere a la forma en que los empleados del establecimiento atienden a sus clientes. Como se observa a partir de los datos obtenidos de las encuestas aplicables, el 21% se mostró satisfecho con el trato recibido y la mayoría, es decir, el 79%, no se mostró satisfecho. Aquí, notamos una falencia importante que existe en los establecimientos encuestados, ya que, en lugar de tratar bien a los consumidores, solo venden alimentos sin darse cuenta de que el servicio que

les brindan es completo y de calidad. Los turistas que vienen a visitar o pasar por este lugar, tienen que sacar una buena foto del lugar.

Tabla 11

Satisfacción de los clientes con la comida

Satisfacción con la comida	Frecuencia	Porcentaje
No	233	58,3
Sí	167	41,8
Total	400	100

Para determinar satisfacción a nivel de producto se consultó luego de haber consumido si estaba contento con la comida recibida, el 58,3% manifestó que no, mientras que el 41,8% sostuvo que sí.

Tabla 12

Plato preferido por los comensales

Plato preferido	Frecuencia	Porcentaje
Fritada	233	58,3
Hornado	57	14,3
Caldo de manguera	45	11,3
Caldo de gallina	47	11,8
Otros	18	4,5
Total	400	100

En cuanto a las preferencias de los platos ofrecidos, el 58,3% de los clientes tienen a la fritada como plato preferido del lugar, un 14,3% considera que el hornado es su plato preferido, el 11,3% señala al caldo de manguera, un 11,8% menciona al caldo de gallina como su preferido y 4,5% señala a otros como sus platos preferidos.

Estadística inferencial

Prueba de hipótesis

Prueba de hipótesis general

H₀: No existe relación entre la gestión estratégica y control de buenas prácticas en restaurantes de Santo Domingo, Ecuador 2022.

H₁: Existe relación entre la gestión estratégica y control de buenas prácticas en restaurantes de Santo Domingo, Ecuador 2022.

Tabla 13

Correlación entre gestión estratégica y buenas prácticas

			Gestión estratégica	Buenas prácticas
Rho de Spearman	Gestión estratégica	Coeficiente de correlación	1	0,952
		Sig. (bilateral)	.	0
	Buenas prácticas	N	51	400
		Coeficiente de correlación	0,952	1
		Sig. (bilateral)	0	.
		N	51	400

La Tabla 13 muestra que los resultados de las pruebas de hipótesis son iguales a 0,952, una correlación significativamente alta y efectiva entre la gestión estratégica y el plan de mejora; de igual forma, tiene un nivel de significancia de 0,000, es decir menor a 0,05, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa; por tanto, existe relación entre la gestión estratégica y plan de mejoras en restaurantes de Santo Domingo, Ecuador 2022.

Prueba de la primera hipótesis específica

H₀: No existe relación significativa entre la percepción de los clientes y el posicionamiento de mercado en restaurantes de Santo Domingo, Ecuador 2022.

H₁: Existe relación significativa entre la percepción de los clientes y el posicionamiento de mercado en restaurantes de Santo Domingo, Ecuador 2022.

Tabla 14

Correlación entre percepción de los clientes y posicionamiento de mercado

			Posicionamiento de mercado	Percepción de los clientes
Rho de Spearman	Posicionamiento de mercado	Coeficiente de correlación	1	0,723
		Sig. (bilateral)	.	0

	N	51	400
Percepción de los clientes	Coefficiente de correlación	0,723	1
	Sig. (bilateral)	0	
	N	51	400

Prueba de la segunda hipótesis específica

H₀: No existe relación significativa entre la gestión estratégica y la verificación del plan de mejoras en restaurantes de Santo Domingo, Ecuador 2022.

H₁: Existe relación significativa entre la gestión estratégica y la verificación del plan de mejoras en restaurantes de Santo Domingo, Ecuador 2022.

Tabla 15

Correlación entre percepción de los clientes y posicionamiento de mercado

			Gestión estratégica	Verificación de buenas prácticas
Rho de Spearman	Gestión estratégica	Coefficiente de correlación	1	0,625
		Sig. (bilateral)		0
		N	51	400
	Verificación de buenas prácticas	Coefficiente de correlación	0,625	1
		Sig. (bilateral)	0	
		N	51	400

Prueba de la tercera hipótesis específica

H₀: No existe relación significativa entre la gestión estratégica y la implementación del plan de mejoras en restaurantes de Santo Domingo, Ecuador 2022.

H₁: Existe relación significativa entre la gestión estratégica y la implementación del plan de mejoras en restaurantes de Santo Domingo, Ecuador 2022.

Tabla 16*Correlación entre percepción de los clientes y posicionamiento de mercado*

			Ámbitos económico -productivo	Implementación del plan de mejoras
Rho de Spearman	Implementación del plan de mejoras	Coeficiente de correlación	1	0,825
		Sig. (bilateral)	.	0
		N	51	400
	Ámbitos económico-productivo	Coeficiente de correlación	0,825	1
		Sig. (bilateral)	0	.
		N	51	400

V. DISCUSIÓN

La presente investigación tuvo como finalidad atender al problema inicial en donde se identificó que todos los establecimientos que sólo cuentan con conocimientos empíricos; esto fue corroborado con encuestas previas a la intervención con el plan de mejoras, y que luego de la intervención con la intervención estratégica propuesta se empieza a generar un cambio a nivel visual para los comensales que se proveían del servicio en el sitio seleccionado para el estudio.

Estudios como los de Yamunaque (2020) y Apolinario (2015) coinciden con parte de los resultados del presente proyecto respecto a los cambios visibles y notorios para los comensales que concurren con cierto nivel de frecuencia a los establecimientos, mientras que para los clientes que van por primera vez se llevan mejores impresiones de los locales tras pasar por los procesos de implementación del manual respectivo.

Por otra parte, lo que sostiene Pilicita (2015) respecto a la aplicación de planes de mejora, con sus ventajas a nivel de salud y costos es corroborado desde la percepción de los clientes y los locales respectivamente, por lo que de seguir mejorando ciertos aspectos en la inocuidad se podrán transformar en referentes para la promoción de los locales.

En la investigación de Mendoza (2018) los resultados son relativamente similares, señalando como diferencia que se usó un mayor número en la población

que se consideró para el estudio pero reafirmando el hecho de la correlación existente entre la gestión estratégica y el plan de mejora.

Mientras que Tituaña (2017) cambia ligeramente las variables a trabajar y se centra en el bienestar del personal que trabaja en los restaurantes para evaluar condiciones sanitarias y ver qué probabilidad hay que las interioricen saliendo un indicador alto al reconocer la importancia a nivel de personas y a nivel de negocio. Lo cual guarda relación con la sostenibilidad del presente estudio ya que serán los negocios que sostengan a través del tiempo cualquier plan de mejoras y su retroalimentación constante.

En referencia a las correlaciones que se muestran en los antecedentes se puede sostener que, coincidiendo con los presentes resultados, Ruiz (2015) encontró un Rho de Spearman de 0,78 mostrando la relación positiva entre las variables de gestión estratégica y el plan de mejora. A su vez, Maldonado (2017) en su trabajo con un enfoque hacia la gestión interna, concluye con un Rho de Spearman de 0,78 correlacionando la gestión operativa del manual con la gestión por resultados, coincidiendo ambos con una interacción positiva fuerte entre ambas dimensiones.

Mediante los procesos estadísticos inferenciales implementados se comprobó la hipótesis general donde se sostiene que sí existe relación entre la gestión estratégica y el plan de mejoras en restaurantes de Santo Domingo, Ecuador 2022 al obtener un Rho Spearman de 0,952 siendo altamente significativo; esto hace necesario empezar planteamientos más profundos en relación a los siguientes pasos en la atención al cliente y el proceso post venta.

En la misma línea se encontró el estudio de González (2015), donde su propuesta para planes de mejoras obtuvo un Rho de Spearman de 0,74 lo que lo convertiría en una relación positiva entre la implementación del manual y la percepción de mejor calidad proveída basados en los criterios de los clientes.

Como primer objetivo específico se tuvo: “Elaborar el diagnóstico de la situación actual de los establecimientos de alimentos y bebidas en la ciudad de Santo Domingo”, el cual reveló situaciones a nivel administrativo y operativo del caso de estudio propuesto logrando determinar que el conocimiento empírico prevalece en cada uno de los restaurantes.

Con esta situación también se encontró Calderón (2019) donde menciona que los empleados de los restaurantes manejaban un alto nivel de conocimiento empírico para buscar alcanzar los objetivos institucionales, no obstante, la capacitación le permitía obtener una mayor probabilidad de alcanzar un mejor rendimiento hacia la institución.

El segundo objetivo específico consistió en: “Verificar la implementación del plan de mejoras aplicables a establecimientos de alimentos y bebidas, en la ciudad Santo Domingo 2022”, esto con para dar fiel cumplimiento a lo propuesto y generar las condiciones para un cambio en los restaurantes. El cumplimiento se refleja en las encuestas realizadas al personal de los restaurantes donde su nivel técnico aumentó en relación a los conocimientos que se proveían en el plan de mejoras.

Es así que se coincide con Apolinario (2015) donde se menciona la necesidad que los productos elaborados estén en línea con manuales y reglamentos que garanticen la salud de los trabajadores y clientes, además de mencionar que tras la implementación del manual en su investigación los empleados incrementaron sus habilidades técnicas sobre las empíricas.

Como tercer objetivo específico se planteó: “Explicar los procesos de los planes de mejora y cómo han afectado a las actividades en los restaurantes en la ciudad Santo Domingo 2022”, meta que fue cumplida en su totalidad coincidiendo con la mejoría en la relación de los gerentes con los trabajadores de los restaurantes.

La relación empleador-trabajador también sufre una mejoría según Ledesma (2018) al asegurar la calidad y seguridad tanto para los empleados como para los clientes existe un ambiente más próspero lo que repercute en mejores experiencias y recomendaciones, con una tendencia positiva a incrementar las ventas.

Por tal razón, una vez realizado el estudio de campo, se considera adecuada la capacitación en buenas prácticas administrativas y de personal, incluyendo buen servicio al cliente, manejo de residuos, salud y seguridad para ayudar a mejorar cada falencia encontrada en los negocios de alimentos y bebidas para lograr consecuencias óptimas. Asimismo, el plan se considera aplicable a todos los lugares de comida de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Como limitaciones se encuentra el escaso nivel de información que se posee respecto a los temas a nivel local y nacional, además de problemas organizacionales de los restaurantes los cuales hacen muy diferente las dinámicas en cada uno elevando el nivel de complejidad al momento de tratar de estandarizar determinados procesos.

Se conoce a la comunidad y se han presentado varios proyectos, sin embargo, no se ha estudiado ningún proyecto similar al que se va a implementar, universidades e instituciones estatales. La información obtenida ayudará a comprender mejor los procesos que allí se desarrollan y puede ser un buen punto de partida para la creación de un sitio turístico con educación ambiental que considere las carencias reales de la población que la habita y la involucre en todas las etapas del proceso.

VI. CONCLUSIONES

Tras el análisis a nivel estadístico realizado de los datos y basados en las herramientas aplicadas dentro del marco de la investigación es posible concluir que:

1. Se implementó un control de buenas prácticas en la gestión empresarial con la ayuda de la gestión estratégica para el control de la inocuidad de productos alimentarios de la ciudad de Santo Domingo, logrando generar un impacto visual en los establecimientos e incrementando la satisfacción percibida por el cliente.
2. Mediante la elaboración del diagnóstico de la situación actual de los establecimientos de alimentos y bebidas en la ciudad de Santo Domingo se establecieron realidades que sirvieron para delimitar estrategias para el presente estudio, dado que el 54% de los empleados cuenta con educación primaria completada y el 100% de estos reconoció la importancia de la capacitación.
3. Con la verificación de la implementación del control de buenas prácticas aplicables a establecimientos de alimentos y bebidas, en la ciudad Santo Domingo 2022 fue posible establecer una ruta para análisis de causalidad en relación con futuros cambios que experimenten los establecimientos por parte del incremento en sus ventas o la reducción de costos.
4. En la búsqueda de explicar los procesos del control de buenas prácticas y cómo han afectado a las actividades en los restaurantes en la ciudad Santo Domingo 2022 se pudo hallar que según el Rho de Spearman (0,952) sí existe una relación positiva entre ambas dimensiones, situando en la posibilidad de conectar de manera más explícita el bienestar de los colaboradores con la satisfacción de los clientes.

VII. RECOMENDACIONES

- En relación con los resultados de capacitación y habilidades de los empleados, se sugiere la motivación y facilitación de talleres que le permitan incrementar capacidades a nivel técnico y humano.
- Se instauren manuales y reglamentos para los productos elaborados, en los establecimientos de alimentos y bebidas en la ciudad Santo Domingo, a fin de garantizar la salud de los trabajadores y clientes.
- A pesar de no estar incluido en el marco de la investigación, dentro de las observaciones mencionaron los participantes la falta de apoyo a nivel gubernamental (central y local) por lo que se pondrá a conocimiento de las instituciones respectivas los hallazgos para que tengan herramientas en la búsqueda de una posible intervención.
- Como conglomerado, es necesario que los locales tengan visión empresarial para lograr reducción de costos en estrategias de promoción y marca, de tal forma que el beneficio sea para los locales aledaños participantes.

REFERENCIAS

- Alcívar, M., & Chica, M. (2018). Evaluación de las prácticas verdes y su influencia en el capital de marca en restaurantes de la ciudad de Portoviejo. In *Espam MFL*. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí.
- Apolinario, W. (2015). *Propuesta para el mejoramiento de establecimientos de alimentos y bebidas para el cumplimiento cumplimiento de Buenas Prácticas De Manufactura en el Recinto Puerto El Morro, Villamil - Playas*. Universidad Estatal de Guayaquil.
- Araya, S., & Araya, C. (2019). Importancia de la certificación de calidad en la decisión de compra de productos agroalimentarios artesanales. *INNOVAR*, 30(77), 53–62.
- Barrios, K., Olivero, E., & Figueroa, B. (2020). Condiciones de la gestión del talento humano que favorecen el desarrollo de capacidades dinámicas. *Información Tecnológica*, 31(2), 55–62. <https://doi.org/10.4067/s0718-07642020000200055>
- Berselli, C., de Sousa, G., Gomes, R., & dos Anjos, S. (2018). Los canales de distribución y las estrategias en los restaurantes: Un estudio en Balneário Camboriú - Brasil. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 27, 609 – 627.
- Bravo, R. (2015). *Guía de Buenas Prácticas de Manufactura de Alimentos para mejorar la oferta gastronómica e imagen corporativa del restaurante Yasuní Kichwa Ecolodge*. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí.
- Brito, P. (2018). *Implementación de las BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) en la empresa PROINBE de la ciudad de Ambato*. Universidad Tecnológica Indoamérica.
- Calderon, G. (2021). *Influencia del clima laboral en el desempeño de los trabajadores del restaurante parrillero El Arriero, Trujillo 2017*. Universidad Privada del Norte.
- Calderón, J. (2019). *Manual de Buenas Prácticas para el restaurante de un asilo de ancianos en la ciudad de Guayaquil*. Universidad de Guayaquil.
- Carrasco, M., Guevara, B., & Falcón, N. (2013). Conocimientos y buenas prácticas

- de manufactura en personas dedicadas a la elaboración y expendio de alimentos preparados , en el distrito de Los Olivos , Lima- Perú. *Salud Tecnológica Veterinaria*, 1, 7–13. <https://doi.org/10.20453/stv.2013.104>
- Carvalho, M. (2013). *Manual de buenas prácticas de seguridad, salud e higiene ocupacional para restaurantes*. Universidad de Cuenca.
- Castro, M. (2018). El diseño gráfico configurado a través del marketing estratégico aplicado a los restaurantes de primera categoría de la ciudad de Cuenca. *DAYA*, 1(1), 63–85.
- Centurión, R. (2015). Gestión de calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de la provincia del Santa (2013). *In Crescendo*, 6(1), 146–165. <file:///C:/Users/ghenkis23/Downloads/Dialnet-GestionDeCalidadFormalizacionCompetitividadFinanci-5127577.pdf>
- Córdova, K. (2022). Gestión de calidad basada en el talento humano de las MYPE rubro restaurante del exterior del mercado de Morropón, 2022. *In Pontificia Universidad Católica Del Perú*. Pontificia Universidad Católica Del Perú.
- Cortez, S., & Cholán, A. (2015). Estrategias de calidad como instrumento para el desarrollo de la competitividad de las micro y pequeñas empresas de Trujillo. *Revista Ciencia y Tecnología*, 10(4), 147–156.
- Crespo, W., & Zerna, J. (2020). *Propuesta para la reestructuración del restaurante Johnnie Pines en el cantón Samborondón*. Universidad de Guayaquil.
- Deliberali, R., Miranda, P., & Do Nascimento, C. (2017). Análise da função do Trade Marketing: estudo de caso em uma empresa multinacional de bebidas na cidade de Ribeirão Preto - SP. *International Journal of Professional Business Review*, 2(1), 58–71. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2017.v2i1.42>
- Espinoza, S. (2013). *Evaluación de la gestión del desperdicio alimentario y su influencia en el capital de marca en restaurantes de la ciudad de Portoviejo* [Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí]. <http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/389/1/TAE28.pdf>
- Ferrandis, G., & García, A. (2014). *Seguridad, higiene y gestión de la calidad*

alimentaria (Editorial). Editorial Síntesis.

Flores, P., & Ocon, E. (2020). Análisis de la relación de la calidad en el servicio y la lealtad del cliente en restaurantes de la ciudad de Ensenada. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 13(1), 25–35.

Franco, J., Restrepo, J., & Sánchez, J. (2014). La gestión del mercadeo: un aporte a la competitividad de las pequeñas empresas del sector servicios en Medellín. *Pensamiento y Gestión*, 1(37), 150–174. <https://doi.org/10.14482/pege.37.7025>

García, L., García, X., Gonzáles, L., Canese, J., & Ramos, P. (2017). Buenas Prácticas de Manufactura en comedores del Mercado Central de Abasto de Asunción, Paraguay. *Memorias Institucionales de Investigación En Ciencias de La Salud*, 15(1), 42–47. [https://doi.org/10.18004/Mem.iics/1812-9528/2017.015\(01\)42-047](https://doi.org/10.18004/Mem.iics/1812-9528/2017.015(01)42-047)

González, F. (2015). Importancia de la capacitación a personas que prestan servicios de alimentación , como medio para disminuir las ETAS en Costa Rica. *Repertorio Científico*, 18, 11–16.

Jacobo, A. (2019). *Análisis situacional y propuesta de implementación de un manual básico de Buenas Prácticas de Manufactura para los expendedores de pescado fresco del mercado de abastos de Castilla-Piura*. Universidad Nacional de Piura.

Lazzati, S. (2018). *Gestión Estratégica: En los distintos niveles de la organización*. Ediciones Granica.

Ledesma, E. (2018). *Las Buenas Prácticas en los restaurantes*.

Lucero, J., Cueva, E., & Hidalgo, R. (2020). Gestión de calidad en micro y pequeñas empresas de servicio automotriz ecuatoriano. *Estudios de La Gestión. Revista Internacional de Administración*, 8(8), 11–33. <https://doi.org/10.32719/25506641.2020.8.9>

Maldonado, R. (2017). *Control interno y su incidencia en la gestión operativa de los restaurantes de Manta, Manabí*. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Mendoza, B. (2018). *Manual de Buenas Prácticas Ambientales y Turísticas en la*

- zona urbana de la Parroquia Calderón, cantón Quito, provincia de Pichincha (Issue 301). Universidad Tecnológica Israel.
- Meza, G. (2018). *Tradición culinaria y las normas de las Buenas Prácticas*. Universidad Técnica de Manabí.
- Miranda, V. (2018). Subsistemas de la gestión del talento humano y la productividad laboral en una empresa del sector de restaurantes del distrito de Independencia-Lima 2020 [Universidad Privada del Norte]. In *Universidad Privada del Norte*. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/11291>
- Monsalve, C., & Hernández, S. (2014). Gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: caso bucaramanga. *Casos Empresariales*, 160–173.
- Montesdeoca, M., Gil, I., & Ruiz, M. (2020). ¿Cómo influyen las prácticas verdes y el manejo del desperdicio alimentario en el capital de marca de los restaurantes? *Estudios Gerenciales*, 36(154), 100–113. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2020.154.3349>
- Moreno, M., & Wong, H. (2018). Relación de las habilidades directivas y la satisfacción laboral en la empresa Chiken King de Trujillo, 2018. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, XIV(27), 1–11.
- Patrón, R., & Barroso, F. (2015). Competencias directivas de gerentes de restaurantes turísticos: Un estudio en la ciudad de San Francisco de Campeche, México. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 24(1), 96–114.
- Pilicita, S. (2015). *Manual de Buenas Prácticas de Manufactura, en un área de alimentos y bebidas, para el Mercado Central de Machachi Cantón Mejía*. Universidad Iberoamericana del Ecuador.
- Pillaca, G. (2018). Gestión Del Talento Humano Y Calidad Del Servicio En Los Restaurantes Del Distrito De Ayacucho, 2018 [Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. In *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*. <http://repositorio.uladech.edu.pe>
- Ramírez, R., Chacón, H., & Valencia, K. (2019). Gestión del talento humano como estrategia organizacional en las pequeñas y medianas empresas. *Centro de*

- Investigacion de Ciencias Administrativas y Gerencialess*, 16(1), 20–42.
<http://ojs.urbe.edu/index.php/cicag/article/view/2929/3703>
- Ramírez, R., Espindola, C., Ruíz, G., & Hugueth, A. (2019). Human talent management: Analysis from the strategic approach. *Informacion Tecnologica*, 30(6), 167–176. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642019000600167>
- Reynoso, A., & Reynoso, J. (2018). Factores del éxito emprendedor de una mujer mexicana de origen campesino con escasa escolarización básica. *AD-Minister*, 107–135. <https://doi.org/10.17230/ad-minister.32.5>
- Ruiz, M. (2015). *Administración de restaurantes y las Buenas Prácticas en Alluriquin, Santo Domingo-Ecuador*. Universidad Técnica Equinoccial.
- Saavedra, M., Camarena, M., & Tapia, B. (2018). Calidad para la competitividad en las micro, pequeñas y medianas empresas, de la Ciudad de México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22(80), 551. <https://doi.org/10.31876/revista.v22i80.23174>
- Sánchez, F. (2016). *Diseño de un Manual de Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos para los restaurantes de cuarta categoría de la ciudad de Puyo*. Universidad Técnica de Ambato.
- Serrepe, M. (2021). *Influencia de competencias directivas en el liderazgo de responsables de empresas familiares del sector gastronómico. Caso de estudio 4 empresas*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Tituaña, W. (2017). *Buenas Prácticas en las cocinas de restaurantes y su impacto en la rentabilidad financiera*. Universidad Central del Ecuador.
- Torres, O., Vallejos, A., & Burbano, J. (2019). Buenas prácticas de gestión administrativa en empresas de servicios en la ciudad de Ibarra. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 7(99), 1–9. <https://doi.org/10.37700/2676-1261.2019.07.099.001>
- Varga, J., & Galindo, F. (2015). Innovación Y Gestión Del Conocimiento Competencias Soft Sobre Competencias Hard : Análisis De La Capacidad Para Innovar En Los Chefs De La Alta Cocina. *Innovación y Gestión Del Conocimiento*, 1(1), 2–11.

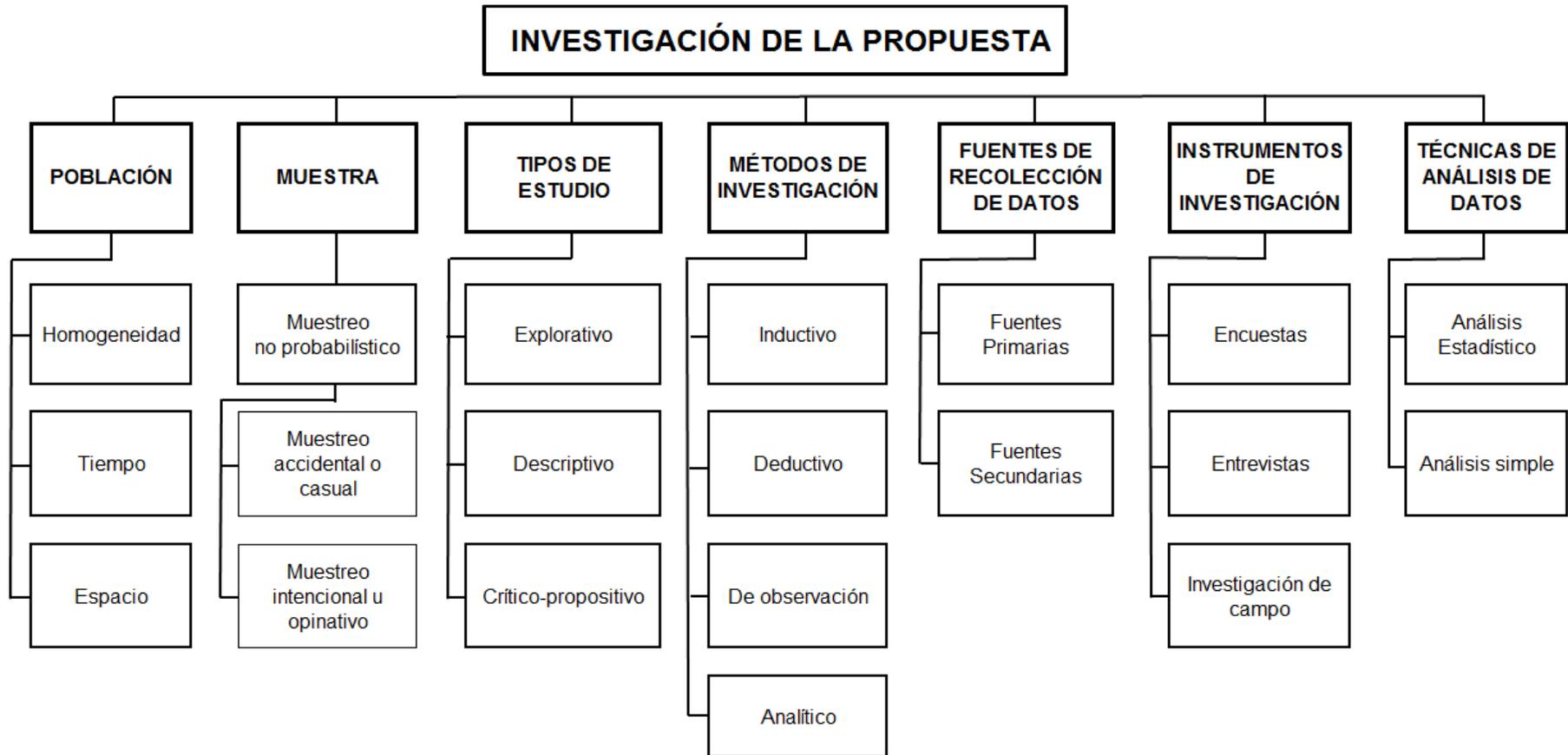
- Vicente, J., & Ramos, R. (2014). Auditorías internas al sistema de seguridad alimentaria aplicada en las cocinas de un Resort de Playa en SC, Brasil. *Revista Electrónica Estácio Saúde*, 3(1), 1–12.
- Yamunaque, L. (2020). *Gestión de la calidad e higiene y saneamiento en los alimentos de las MYPES, rubro restaurantes en Lambayeque, año 2020*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Yzquierdo, H., & Vasquez, Y. (2018). *Influencia de la gestión del talento humano en el desempeño laboral de los colaboradores del restaurante Longhorn, Cajamarca, 2018*. Universidad Privada del Norte.

ANEXOS

Anexos 1 Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA						
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE INDEPENDIENTE	INDICADOR	VARIABLE DEPENDIENTE	INDICADOR
GENERAL	GENERAL	GENERAL				
¿De qué manera la gestión estratégica puede influir en la implementación de buenas prácticas para el control de inocuidad de alimentarios en restaurantes de la ciudad de Santo Domingo Influye en el posicionamiento del mercado?	Determinar la relación entre la gestión estratégica y el plan de mejora para el control de la inocuidad de productos alimentarios de la ciudad de Santo Domingo	Existe una relación entre la gestión estratégica y el plan de mejora	Plan de Mejora	% de cumplimiento del plan de mejora	Gestión estratégica	Fases de la gestión estratégica cumplida
ESPECÍFICOS	ESPECÍFICOS	ESPECÍFICO				
¿De qué manera se verá afectada el posicionamiento de mercado en relación a la percepción de los clientes sobre la inocuidad y calidad?	Elaborar el diagnóstico de la situación actual de los establecimientos de alimentos y bebidas en la ciudad de Santo Domingo	Existe una relación entre el posicionamiento de mercado y la percepción de los clientes sobre la inocuidad y calidad	Percepción de los clientes	% impact o emocional y ambiental	Posicionamiento de mercado	% implementación estratégica
¿Cómo se encuentra estructurada la gestión estratégica en los restaurantes de la ciudad de Santo Domingo?	Verificar la implementación del plan de mejoras aplicables a establecimientos de alimentos y bebidas, en la ciudad Santo Domingo 2022	La gestión estratégica cuenta con herramientas para verificar el plan de mejora	Verificación de mejoras	% impact o estratégico	Herramientas de gestión	% formulación estratégica
¿De qué forma la implementación del plan de mejora puede repercutir en el ámbito económico/financiero de los restaurantes?	Explicar los procesos de los planes de mejora y cómo han afectado a las actividades en los restaurantes en la ciudad Santo Domingo 2022	La implementación del plan de mejora repercute en los ámbitos económico/financiero	Implementación de plan de mejora	% Mejora comercial	Ámbitos económicos/financieros	% evaluación estratégica

Anexos 2
Estructura de la investigación



FICHA DE SEGUIMIENTO Y REGISTRO DE ACTITUDES

I. ESTABLECIMIENTO.....

II FECHA..... ADMINISTRATIVO.....

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	Higiene y seguridad	Manejo de residuos	Atención al cliente	Sentido de Orden	Sentido de responsabilidad
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						

Anexos 4
Evaluación al participante

EVALUACIÓN AL PARTICIPANTE

INDICADORES	NUNCA	RARA VEZ	ALGUNAS VECES	CON FRECUENCIA	SIEMPRE
	1	2	3	4	5
1) ¿Los participantes están satisfechos con la capacitación?					
2) ¿Los participantes se encontraron predispuestos a aceptar la capacitación?					
3) ¿El grupo se involucró con entusiasmo en las distintas actividades?					
4) ¿Al evaluar y calificar los conocimientos del grupo cree Ud. que han alcanzado los objetivos de aprendizaje?					
5. A través del curso, las temáticas impartidas, ¿han permitido un cambio de actitud en los participantes?					
6) ¿Considera Ud. la eficacia de la capacitación como intervención para mejorar el desempeño del personal y Administrador?					
TOTAL DE PUNTOS					

Anexos 5
Evaluación para el capacitador

INDICADORES	NUNCA	RARA VEZ	ALGUNAS VECES	CON FRECUENCIA	SIEMPRE
	1	2	3	4	5
1. La dinámica grupal que ha gestionado el facilitador ha sido positiva					
2. El desempeño profesional del facilitador en las clases llena sus expectativas					
3. Las actividades didácticas que el facilitador maneja en las clases son adecuadas al grupo de participantes					
4. Las actividades de aprendizaje propuestas están enfocadas al mejoramiento de sus conocimientos.					
5. Las actividades de aprendizaje propuestas están enfocadas al mejoramiento de sus habilidades					
6. Las actividades de aprendizaje propuestas están enfocadas al mejoramiento de sus actitudes					
TOTAL DE PUNTOS					

EVALUACIÓN CAPACITACIÓN

Nombre del facilitador: Temática de capacitación: Fecha de realización: Lugar:
Indicaciones: Favor calificar poniendo una x en los cuadrados ubicados al lado de los números de valoración propuestos, cuyo significado es el siguiente: 1 = insuficiente 2= Regular 3=Bueno 4= muy bueno 5= excelente

1) ¿El tema desarrollado ha cumplido sus expectativas? 1 2 3 4 5
2) ¿Los objetivos han sido cumplidos de manera eficiente de acuerdo a los contenidos de la capacitación ? 1 2 3 4 5
3) Los contenidos desarrollados son aplicables en la realidad de la localidad o población, de forma: 1 2 3 4 5
4) La información aprendida servirá para su aplicabilidad en la implementación de su desempeño laboral, de manera: 1 2 3 4 5
5) La participación e interacción entre alumnos y facilitador / a ha sido: 1 2 3 4 5
6) El desarrollo de actividades teórico- práctico por parte del facilitador/ a ha sido: 1 2 3 4 5
7) La organización y coordinación logística del evento la consideró: 1 2 3 4 5
8) La motivación generada en Ud. por la capacitación recibida ha sido: 1 2 3 4 5

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita): María Belén García Vera

Presente

Asunto: Validación de instrumentos a través de juicio de experto

Nos es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de Maestría en Administración MBA de la Universidad César Vallejo, en la sede Lima, promoción 2022-2023, aula ..., requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi trabajo de investigación.

El título nombre del proyecto de investigación es: Gestión del manual de buenas prácticas y el control de inocuidad alimentaria en restaurantes de Santo Domingo, Ecuador 2022 y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente

María Belén García Vera
1720322757

- DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

Variable 1: Dependiente

Gestión Estratégica

(Lazzati, 2018) La gestión estratégica es un acumulado de acciones tomadas para ampliar estrategias competitivas. Esto, mediante la implementación de políticas que faciliten la asignación eficiente de recursos, permite que las organizaciones tengan éxito, buscando lograr una ventaja competitiva sostenible a largo plazo

- Dimensiones de las variables:

Dimensión 1

Liderar estratégica y gerencialmente

Variable 2: Independiente

Control de buenas prácticas

Con respecto a la segunda variable control de buenas prácticas (Chávez, 2019) menciona que el comportamiento tiene mucho que ver con las actitudes motivacionales que se van desarrollando en el transcurso del trabajo empleado y su capacidad de alcanzar los objetivos planteados en la organización. Las dimensiones de la segunda variable son factores actitudinales y factores operativos.

- Dimensiones de las variables:

Dimensión 2

Capacitación continua

Dimensión 3

Competitividad sostenida

- **MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES**

Variable 1: Control de buenas prácticas (Variable Independiente)

Dimensiones	indicadores	ítems	Niveles o rangos
Liderar estratégica y gerencialmente	Gestión de mejora Gestión Del TH Estructura organizacional	1-12	Ordinal El cuestionario consta de 25 ítems con medición Likert:

Fuente: Elaboración propia.

- **Variable 2: Gestión Estratégica**

Dimensiones	indicadores	ítems	Niveles o rangos
Capacitación continua	 Gestionar capacitación	13-25	NUNCA (1) CASI NUNCA (2) A VECES (3)
Competitividad sostenida	Gestionar la innovación	13-25	CASI SIEMPRE (4) SIEMPRE (5)

Fuente: Elaboración propia.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE GESTIÓN ESTRATÉGICA

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 2 Capacitación continua							
1	Los participantes están satisfechos con la capacitación	x		x		x		
2	Los participantes se encontraron predispuestos a aceptar la capacitación	x		x		x		
3	El grupo se involucró con entusiasmo en las distintas actividades	x		x		x		
	DIMENSIÓN 3 Competitividad sostenida							
4	Al evaluar y calificar los conocimientos del grupo cree Ud. que han alcanzado los objetivos de aprendizaje	X		X		X		
5	A través del curso, las temáticas impartidas, ¿han permitido un cambio de actitud en los participantes?	X		X		X		
6	La eficacia de la capacitación como intervención para mejorar el desempeño del personal y Administrador	X		X		X		

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia): ____ Si ____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []** **Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Robladillo Bravo Liz Maribel DNI: 09217078 Especialidad del validador: Metodóloga**

1Pertinencia:El ítem corresponde al concepto teórico formulado. **2Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

3Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

...13.....de...JULIO....del 2022.....



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ROBLADILLO BRAVO LIZ MARIBEL, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Gestión Estratégica y el control de buenas prácticas en Restaurantes de Santo Domingo, Ecuador 2022", cuyo autor es GARCIA VERA MARIA BELEN, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido de 16.00%, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 18 de Agosto del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ROBLADILLO BRAVO LIZ MARIBEL DNI: 09217078 ORCID 0000-0002-8613-1882	Firmado digitalmente por: LROBLADILLOB el 18-08- 2022 17:39:58

Código documento Trilce: TRI - 0419368