



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

FACULTAD DE EDUCACIÓN, TURISMO, ARTES Y HUMANIDADES

CARRERA DE TURISMO

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADO EN TURISMO**

TEMA:

**BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN INTEGRADA E INTELIGENTE EN LA
EMPRESA FAMILIAR RESTAURANTE “LO NUESTRO”**

AUTOR:

DAYANNA LISSETH MACÍAS VERA

KERLY VIVIANA PALMA SALTOS

TUTORA:

DRA. MABEL FONT ARANDA

MANTA, 2023

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Educación, Turismo, Artes y Humanidades de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de las estudiantes Macías Vera Dayanna Liseth y Palma Saltos Kerly Viviana, legalmente matriculadas en la carrera de Turismo, período académico 2022-2023 (2), cumpliendo el total de 384 horas, cuyo tema del proyecto es “Buenas prácticas de gestión integrada e inteligente en la empresa familiar restaurante Lo Nuestro”.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 27 de enero de 2023

Lo certifico,

Dra. Mabel Font Aranda

Docente Tutor(a)

Área: Turismo

AUTORÍA

El presente trabajo realizado previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo pertenece exclusivamente a las autoras, de tal manera que para uso de este documento se determina ubicar los respectivos créditos.

Dayanna Lisseth Macías Vera

1350795231

Kerly Viviana Palma Saltos

1313681155

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de carrera, titulado “Buenas prácticas de gestión integrada e inteligente en la empresa familiar restaurante Lo Nuestro” ha sido realizado y concluido por las estudiantes Macías Vera Dayanna Lisseth y Palma Saltos Kerly Viviana; el mismo que ha sido controlado y supervisado por los miembros del tribunal.

El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos pertinentes en lo referente a la investigación y diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal en las reuniones llevadas a cabo.

Para dar testimonio y autenticidad,

Firmamos:

Dra. Beatriz Moreira, Phd
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Dra. Mariuxi Bruzza
MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN

Lic. Claudia Loor
MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN

Dra. Mabel Font Aranda
DOCENTE TUTOR DE TITULACIÓN

Macías Vera Dayanna Lisseth

Palma Saltos Kerly Viviana

GRADUADAS

DEDICATORIA

Dedicó mi tesis en primera instancia a Dios, que fue mi principal apoyo, a mis padres Freddy y Ramona, que fueron mis mayores promotores durante este proceso ya que sin ellos no sería la persona que soy. Les agradezco por haberme inculcado principios de respeto y humildad que me han ayudado a ser mejor persona, a mi novio Anthony Mendoza quien me ha brindado su aprecio y apoyo incondicional en el transcurso de la carrera.

Macías Vera Dayanna Lisseth

Le dedico mi tesis a Dios, por guiarme en cada paso y permitir hacer las cosas correctas, por haber enviado un ángel con el propósito de incentivar y aconsejar para hacer el bien, a mi madre Letty Saltos por ser mi motivación y apoyarme durante todo el proceso, y a mi compañero de vida Marcos Mero, por su apoyo y ayuda para seguir adelante y cumplir mis logros

Palma Saltos Kerly Viviana

AGRADECIMIENTOS

Mi agradecimiento siempre es a Dios que me ha permitido llegar hasta este punto de mi carrera y de salud, a mis compañeros que se presentaron a inicios de mis estudios a Viviana Palma, Génesis Anchundia, Juliana Zambrano y Alan Delgado quienes me brindaron su apoyo y sin ellos no hubiera avanzado en tantos obstáculos que se presentaron durante la carrera. Por último, a mi tutora de tesis la Dra. Mabel Font Aranda ya que con su extraordinaria ayuda e inclusión logramos culminar la tesis.

Macias Vera Dayanna Lisseth

En primer lugar, agradezco a Dios por guiarme y permitirme pasar todos los procesos durante mi carrera, a mi madre quien me apoyo desde mis inicios educativos y durante mi proceso universitario, dándome ejemplos de superación y responsabilidad. Fomentando en mí deseos de superación y de triunfos en la vida, a mi mejor amigo y compañero de vida por apoyarme en momentos de debilidad, inculcando en mis fortalezas y confianza para culminar mí meta, a mis compañeras Dayanna y Génesis por brindarme su apoyo y ayuda. Le agradezco a la Dra. Mabel Font Aranda por su ayuda dedicación y enseñanzas logramos culminar la tesis

Palma Saltos Kerly Viviana

RESUMEN

La gestión integrada e inteligente permite a la empresa precisar sus procesos y normas para mejorar la calidad de sus productos, aprovechar las nuevas oportunidades que brinda la tecnología aplicando herramientas de innovación. El proyecto tiene como campo de acción la empresa familiar restaurante “Lo Nuestro”, teniendo en cuenta su objetivo de proponer buenas prácticas de gestión integrada e inteligente para el restaurante de modo que aporte a la mejora de la calidad del servicio que presta. El diseño metodológico de enfoque mixto y el empleo de métodos y técnicas como revisión bibliográfica, analítico-sintético, inductivo deductivo, lista de chequeo, entrevistas, encuestas y estadístico descriptivo. Los indicadores de gestión integrada e inteligente son específicos en base de la gestión de alimentos y bebidas que ayudan medir el control interno de la empresa. Cada indicador fue evaluado por los diferentes procesos que presentar la empresa familiar “Lo Nuestro”. La investigación aplicada en el restaurante resuelve los problemas, por medio de procesos en los que se derivan falencias por el incumplimiento de documentación, mencionando así el peligro del nivel de satisfacción de los clientes. Por otro lado, se mencionan la lista de buenas prácticas que se recopiló con un total de 14, para la mejora de la calidad en el restaurante.

Palabras Claves: Buenas prácticas, gestión integrada, gestión inteligente, empresa familiar, restaurante.

ABSTRACT

The integrated and intelligent management allows the company to specify its processes and standards to improve the quality of its products, taking advantage of the new opportunities offered by technology by applying innovation tools. The project has as its field of action the family business restaurant "Lo Nuestro", taking into account its objective of proposing good practices of integrated and intelligent management for the restaurant so that it contributes to the improvement of the quality of the service it provides. The methodological design of mixed approach and the use of methods and techniques such as literature review, analytical-synthetic, inductive-deductive, checklist, interviews, surveys and descriptive statistics. The integrated and intelligent management indicators are specific to the food and beverage management that help to measure the internal control of the company. Each indicator was evaluated for the different processes that present the family business "Lo Nuestro". The research applied in the restaurant solves the problems, by means of processes in which failures are derived by the non-compliance of documentation, thus mentioning the danger of the level of customer satisfaction. On the other hand, the list of good practices that was compiled with a total of 14 is mentioned, for the improvement of the quality in the restaurant.

Key words: Best practices, integrated management, intelligent management, family business, restaurant

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	14
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	19
1.1 Gestión turística.....	19
1.2 Gestión integrada e inteligente	22
1.3 Emprendimientos y empresas familiares en turismo.....	23
1.4 Empresas familiares de alimentos y bebidas	26
1.5 Buenas prácticas de gestión en empresas familiares de alimentos y bebidas.....	29
CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO	31
2.1 Criterios genéricos sobre el proceso de investigación.....	31
2.2 Secuencia de pasos para el desarrollo de la investigación	32
2.3 Descripción de los pasos, métodos técnicas y herramientas	33
CAPÍTULO III. RESULTADOS DISCUSIÓN	46
3.1 Determinación de políticas afines	46
3.2 Caracterización de la empresa familiar “Lo Nuestro”	47
3.3 Elaboración del mapa de procesos	49
3.4 Organigrama funcional y estructural Restaurante “Lo Nuestro”	51
3.5 Elaboración de los diagramas de flujos de los procesos principales Restaurante “Lo Nuestro”	52
3.6 Indicadores de gestión integrada e inteligente Restaurante “Lo Nuestro”	60
3.7 Diagnóstico Restaurante “Lo Nuestro”	61
3.8 Estructuración de buenas prácticas Restaurante “Lo Nuestro”	66
3.9 Prueba piloto Restaurante “Lo Nuestro”	68
CONCLUSIONES	73
RECOMENDACIONES	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	La gestión turística se maneja en distintos modelos.....	20
Tabla 2.	Definiciones de la ley orgánica de emprendimiento e innovación.....	24
Tabla 3.	Características de los emprendimientos	25
Tabla 4.	Tipos de establecimientos de restauración	27
Tabla 5 .	Indicadores de la lista de chequeo	40
Tabla 6.	Propuestas de buenas prácticas..... ¡Error! Marcador no definido.	
Tabla 7.	Lista de chequeo del restaurante “Lo Nuestro”	62
Tabla 8.	Propuestas de buenas prácticas..... ¡Error! Marcador no definido.	

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Hilo conductor del marco teórico referencial	19
Figura 2. Funciones de gestión de destinos y empresas turísticos	21
Figura 3. Diferencias de empresas familiares	25
Figura 4. Dimensiones de gestión	30
Figura 5. Mapa de procesos del Restaurante “Lo Nuestro”	35
Figura 6. Organigrama estructural Restaurante “Lo Nuestro”	36
Figura 7. Organigrama funcional Restaurante “Lo Nuestro”	36
Figura 8. Diagrama de flujo del proceso Restaurante “Lo Nuestro”	37
Figura 9. Matriz DAFO/ FODA	40
Figura 10. Lluvia de ideas	43
Figura 11. Lista de buenas prácticas aplicada en el restaurante “Lo Nuestro” ..	44
Figura 12. Registro único de contribuyente de la propietaria del restaurante Lo Nuestro	46
Figura 13. Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos	46
Figura 14. Ubicación del restaurante “Lo Nuestro”	47
Figura 15. Menú de alimentos y bebidas que ofrece el restaurante “Lo Nuestro”	48
Figura 16. Oferta en las redes sociales del restaurante Lo Nuestro	49
Figura 17. Mapa de procesos del Restaurante “Lo Nuestro”	50
Figura 18. Organigrama estructural Restaurante “Lo Nuestro”	50
Figura 19. Organigrama funcional Restaurante “Lo Nuestro”	51
Figura 20. Administración de la gestión del restaurante “Lo Nuestro”	52
Figura 21. Comercialización de los productos que oferta el restaurante “Lo “Nuestro”	52
Figura 22. Proceso para llevar acabo la contabilidad del restaurante “Lo Nuestro”	53
Figura 23. Compra de insumos del restaurante “Lo Nuestro”	54
Figura 24. Atención al cliente del restaurante “Lo Nuestro”	55
Figura 25. Preparación de alimentos carnicos	56
Figura 26 Preparación de alimentos vegetales	57
Figura 27. Preparación de bebidas	58

Figura 28. Proceso de limpieza en área de cocina del restaurante “Lo Nuestro”	59
Figura 29. Proceso de limpieza del espacio compartido a los consumidores....	59
Figura 30. Distribución de pedidos a domicilio	60
Figura 31. Evidencias de la realización de encuesta a la dueña del restaurante	61
Figura 32. Matriz DAFO/FODA	61
Figura 33. Lluvia de ideas	66
Figura 34. Evidencia de trabajo en equipo para la recolección de información del restaurante.....	67
Figura 35. Lista de buenas prácticas aplicada en el restaurante “Lo Nuestro” .	67
Figura 36. Código QR de la encuesta piloto	68
Figura 37. Evidencias de aplicación de código QR.....	69

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Árbol del problema del restaurante “Lo Nuestro”	80
Anexo 2 Carta de solicitud	81
Anexo 3 Carta de aceptación.....	82

INTRODUCCIÓN

La empresa familiar conforma un espacio para la adquisición y expresión de valores, actitudes y conocimientos en el desarrollo integral de cada individuo, permite la satisfacción de sus necesidades materiales y el desarrollo del espíritu creador y emprendedor (Gutiérrez, et al., 2018). En la empresa familiar, se toman decisiones, se evalúan las dinámicas que rigen las conductas, se desarrollan habilidades para resolver las dificultades y adoptar estrategias para fomentar su crecimiento, transferir el poder y el control, buscando generar valor (Corzo, 2018). Dentro del núcleo familiar, las empresas se consideran como un factor importante en cuanto a sus actividades cotidianas, ya que mediante ellas se genera rentabilidad para el crecimiento económico de la familia.

Un restaurante es un establecimiento donde se elaboran y/o expenden alimentos preparados. En estos establecimientos se puede comercializar bebidas alcohólicas y no alcohólicas. También para ofertar servicios de cafetería y, dependiendo de la categoría podrá disponer de servicio de autoservicio (Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas, 2018, p.8). El desarrollo del turismo a nivel mundial exige restaurantes ajustados a clientes en demanda excelencia, la variedad de restaurantes, poseen ubicación aceptada por consumidores, una de las principales zonas turísticas, gastronómicas y hoteleras de la ciudad de Manta. (Manzo, et al., 2020). En el sector de restaurantes el servicio al cliente es de vital importancia, tener un desempeño adecuado en el mismo lo provee de ventajas competitivas esenciales, mejora su posicionamiento en el mercado.

La gestión se entiende como un proceso que promueve el desarrollo y administración de una empresa con el fin de llevar al máximo un resultado económico y asistencia social de manera eficiente al ecosistema (Martínez & Michael, 2018). La gestión integrada se concibe como coordinación de las etapas de planificación, operación, evaluación y mejora del sistema de procesos a través del cumplimiento de requisitos demandados por partes interesadas pertinentes a largo plazo, contribuyendo la mejora del desempeño organizacional (Almaguer, Pérez, & Torres, 2018). La gestión integrada es una herramienta clave para mejorar los procesos dentro de una empresa.

Los países de América Latina desarrollaron marcos normativos y están invirtiendo en la mejora continua de sus procesos en la gestión de cada empresa, los gobiernos ponen en marcha las políticas y marcos regulatorios propiciando sostenibilidad económica, impulsando desarrollos sistemáticos (López & Iannacone, 2021). Las

empresas a nivel nacional y local atraviesan problemáticas con la organización interna de sus establecimientos, afectando la toma de decisiones lo que disminuye las posibilidades de mayores niveles de rentabilidad y crecimiento sostenido (Sumba & Santiestevan, 2018). La gestión integrada en una empresa es una forma de tramitar la organización y desarrollo, con el fin de mejorar la calidad de servicios, productos para el crecimiento económico.

La gestión inteligente es una apuesta a la generación de conocimiento que favorezca la toma de decisiones asertiva y desarrollo eficiente de los procesos, a través de tecnologías que faciliten la integración de la organización, el liderazgo de las personas (Nairo, et al., 2020). Las buenas prácticas de gestión integrada e inteligente son principios básicos de las empresas en el ámbito social, económico y de salud, para el proceso de gestión en los que conforman una empresa, ayuda a la mejora de calidad a los productos y servicios que ofrece el restaurante.

La gestión integrada facilita la participación pública como instrumento eficaz de entendimiento de conciencias de alto poder creativo, fortalecedora de identidades de gestión que integre personal, conocimientos, para las empresas que conserven saberes, buenas prácticas humanas en función de su bienestar (Salvador & Hernandez, 2019). La gestión inteligente, añade las tecnologías de la información y comunicación (TIC), que acoge turistas, comunidades y gestores inteligentes, el ser humano en la actualidad, son auxiliadas por las TIC; porque viabilizan las diversas tareas de la sociedad (Font-Aranda, 2021). La gestión integrada es una forma de administrar un negocio basada en procesos y objetivos existentes y la gestión inteligente se basa en tecnologías la cual permite a una empresa agilidad, automatización e innovación.

En Ecuador, según un estudio de la empresa familiar realizado por la Universidad de Especialidades Espíritu Santo (UEES), el 90,5% de las empresas registradas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros tienen una estructura tipo familiar (Loor Quiroz, 2018). Este restaurante busca mejorar sus condiciones de servicio y calidad de sus productos para satisfacer las necesidades de los clientes; sus platos a base de mariscos son un privilegio que no tienen otros lugares a nivel nacional.

Habitualmente la actividad turística se da por la visita de turistas en ciertos destinos, a dicha de esta actividad se le suman las empresas especializadas a la prestación

de servicios gastronómicos (Verduga Vélez, 2022). En la ciudad de Manta existe una cadena de restaurante importante que ayudan al crecimiento de la economía del lugar.

A partir de los criterios anteriores el trabajo tiene Justificación en diferentes ámbitos, aportando al proyecto institucional “Metodología de gestión integrada e inteligente de destinos para la mejora homogénea de la calidad turística. Provincia Manabí”.

Desde el punto de vista *teórico*, el estudio de la calidad del restaurante Lo Nuestro y la satisfacción, permite que se revise las teorías previas y ampliadas tomando un caso de estudio, es decir, con la investigación se logrará aportar a las teorías.

Práctico esta investigación contribuye a elevar el nivel de calidad de cada producto y servicios ofrecidos en el restaurante, a través en el proyecto.

La investigación se justifica metodológicamente porque propone una secuencia de pasos a seguir y diferentes métodos o estrategias que permiten obtener los resultados científicos.

La justificación *económica* de esta investigación se centra en que esta empresa se debe exponer en mayor medida a las buenas prácticas para poder alcanzar su mayor potencial para que la demanda aumente. El trabajo contribuirá al buen manejo de recursos y personal para llegar al clímax del éxito y así con una gestión integrada e inteligente será mejor el servicio que se preste.

En lo *político institucional* el proyecto mostrará indicadores viables para proyectar cambios y correctas formas de actuación mediante buenas prácticas.

Se verificará si el restaurante “Lo Nuestro” cumple todos los requisitos en el ámbito *Legal* asociado a lo que se establece respecto la estructura del establecimiento y su correcto funcionamiento en el servicio que se presta a la sociedad.

En el ámbito *ambiental* algunas buenas prácticas de gestión en el restaurante se enfocarán a la sostenibilidad, en particular sobre el sistema de reciclaje y el desarrollo de una cadena que vaya más allá del local y se convierta en un hábito cotidiano para todos.

Para indicar el *Planteamiento del problema* con base en los problemas que tiene la empresa familiar “Lo Nuestro” se elaboró la técnica del árbol del problema donde se muestran sus causas y efectos (Anexo 1).

De acuerdo al análisis teórico del árbol del problema se puede apreciar la falta de gestión dentro del restaurante “Lo Nuestro”, con respecto a las causas de la calidad del producto, gestión operativa y la atención al cliente, se obtiene sus consecuencias de clientes insatisfechos ya que ellos podrían dejar malas críticas, no regresar; poco conocimiento del establecimiento, pérdidas de marca, pérdidas de ventas al no actualizarse a los diferentes métodos de publicidad la cual se encuentra desactualizadas, en base aquello se realiza la propuesta de las buenas prácticas de gestión integrada e inteligente en la empresa familiar “Lo Nuestro” con el fin de mejorar su calidad.

Partiendo de lo anterior se realiza la **formulación del problema** ¿De qué forma se aporta a la mejora de la calidad en función de una gestión adecuada en el Restaurante “Lo Nuestro”?

De acuerdo con la interrogante se define el **objeto de la investigación**: la gestión integrada e inteligente en restaurantes y el **campo de acción** corresponde a la propuesta de las buenas prácticas de gestión integrada e inteligente en el restaurante” Lo Nuestro”.

La **idea por defender** en esta investigación es que las buenas prácticas de gestión integrada e inteligente aportan a la mejora de la calidad en función de una gestión adecuada en el Restaurante “Lo Nuestro”

La **variable independiente** corresponde a las buenas prácticas de gestión integrada e inteligente. Mientras la **variable dependiente** es la mejora de la calidad en función de una gestión adecuada en el Restaurante “Lo Nuestro.

El **objetivo general** del proyecto de investigación es: Proponer buenas prácticas de gestión integrada e inteligente para el restaurante “Lo Nuestro” de modo que aporte a la mejora de la calidad del servicio que se presta.

Los **objetivos específicos** se desglosan en tres:

1. Establecer el marco teórico metodológico acerca de la gestión integrada e inteligente en restaurantes.
2. Diagnosticar el estado actual de la gestión en el restaurante Lo Nuestro partiendo de indicadores de gestión integrada e inteligente.
3. Estructurar buenas prácticas de gestión integrada e inteligente para el restaurante Lo Nuestro.

Respecto el *diseño metodológico* el enfoque predominante es cualitativo que implica la modelación de mapa de procesos, los diagramas de flujos de los procesos, la evaluación de indicadores por cada proceso y a partir de aquí el planteamiento de buenas prácticas de gestión integrada e inteligente. Para lo anterior se requiere la revisión bibliográfica, el análisis de documentos oficiales, el empleo de otros métodos como analítico-sintético, inductivo deductivo, comparación y la técnica lista de chequeo. Pero también se emplea el enfoque cuantitativo mediante la aplicación de una encuesta a los clientes y el procesamiento estadístico descriptivo.

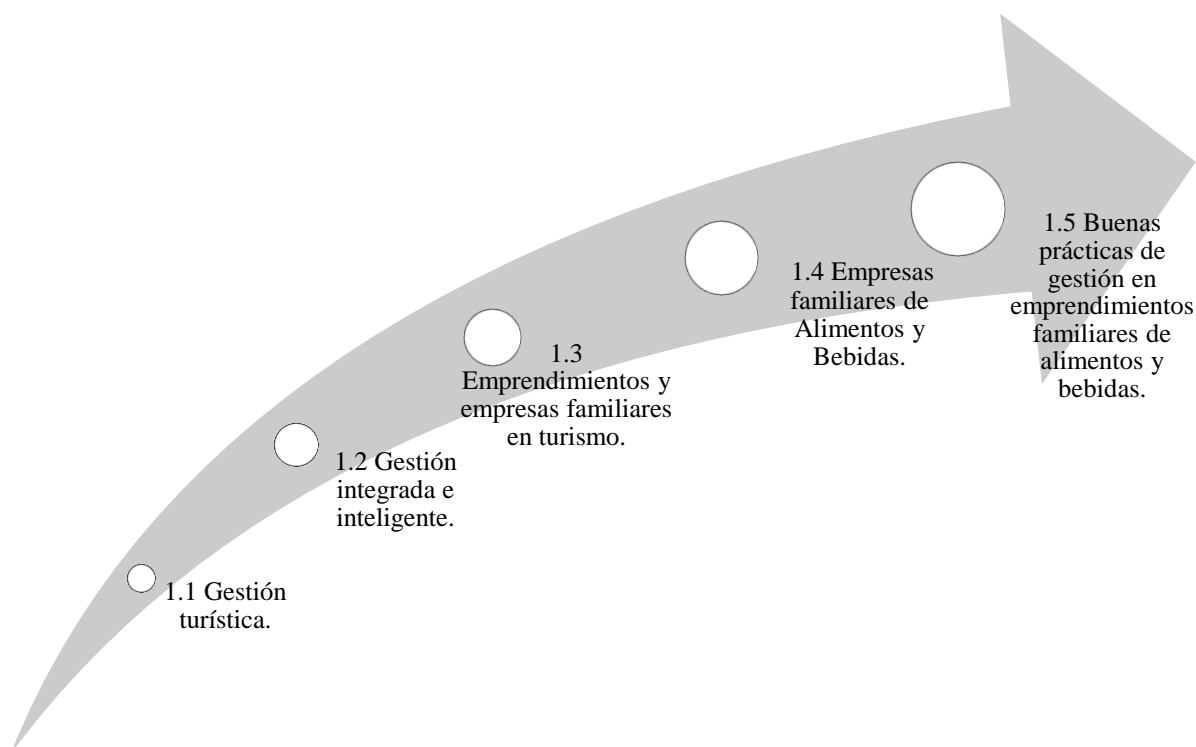
El informe de investigación se estructura en tres partes, en el *Capítulo I* se abordan los posicionamientos de diferentes autores. El *Capítulo II* sistematiza la metodología empleada en el proyecto institucional Metodología de gestión integrada e inteligente de destinos para la mejora homogénea de la calidad turística. Provincia Manabí. En el *Capítulo III* se muestran los resultados obtenidos con énfasis en la propuesta de buenas prácticas de gestión integrada e inteligente en la empresa familiar restaurante” Lo Nuestro”.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

Este capítulo aborda el marco teórico referencial, desarrollando cada una de las palabras claves identificadas (Figura 1).

Figura 1

Hilo conductor del marco teórico referencial



Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos, 2022.

1.1 Gestión turística

La gestión turística es la clave para su adecuado desarrollo, como en cualquier fase que muestra la economía una buena gestión en empresas, servicios y recursos turísticos que resulta esencial para garantizar el desarrollo sostenible y éxito del destino (Melgarejo & López, 2018). La gestión turística responde a procedimientos que se realizan para el logro de objetivos con su debida planificación y coordinación.

La gestión es un conjunto de acciones iniciada por diferentes autores locales con el fin de asegurar un desarrollo sostenible (Ezaquias, 2022). Esta considera la planificación, organización de trabajo, realización de diagnóstico del territorio para efectuar estudios profundos, obteniendo las mejores estrategias con el fin de aplicarlas en los diferentes ejes y favoreciendo el desarrollo de la comunidad (Naranjo, et al., 2019).

Dichos criterios son de gran valor al realizar un proceso de gestión turística en algún destino o empresa turísticas.

El autor (Naranjo, et al., 2019) menciona los distintos modelos de gestión turísticas que se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1

La gestión turística se maneja en distintos modelos

Tipos de modelos	Descripción
Generales o sistemas	Se refiere a un modelo jerárquico que se basa en la política, planificación, desarrollo del destino o empresa, nivel inferior basado en los recursos y atractivo turístico.
De proceso	Tienen acercamiento a la gestión turística y se basa en la demanda, y que aplica procesos de planificación.
De funciones	Son actividades que permite a la gestión turística la realización de objetivos.
Organizacionales	Son modelos que se encuentran en informes de consultorías, documentos como planes y estrategias turística.
Estructurales-funcionales	Presentan una forma interna del sector turístico y una dinámica funcional que da por el nombre de sistema turístico.
Demanda	Cita clasificaciones y factores de otro tipo vinculados a ella.
Desarrollo de destino	Muestra la evolución de los destinos turísticos o núcleos receptores del turismo.
Impacto	Se evalúan con anterioridad o posterioridad los impactos sociales, culturales, económicos, ambientales del turismo.

Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos (2022) a partir de Naranjo, et al. (2019).

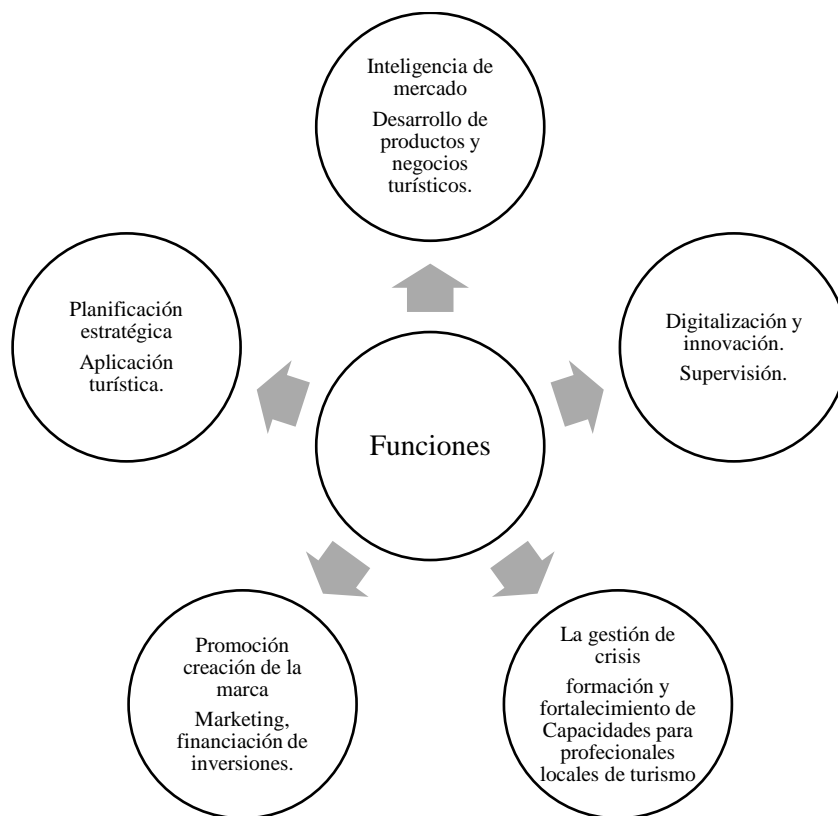
Todos los modelos cumplen con distintas funciones desde el general que se complementa en el desarrollo de una empresa basado en sus atractivos turístico. El proceso como su palabra lo dice se va haciendo la gestión turística conforme avanza la demanda para poder planificarlo y ejecutarlo con las funciones. Se requiere tener claros los objetivos e ir organizando los informes de consultorías y las estrategias turísticas en correspondencia con estos. Estos modelos o enfoques de gestión turística constituyen una base para el desarrollo del sector y para su dinámica funcional. Considerar la demanda permite evaluar el impacto social, cultural, económico y ambiental a nivel del destino y de la empresa turística.

El reto de la gestión turística recae en afrontar con rigor la planificación y la ejecución del turismo, aprovechando un importante motor de recuperación y puesta en valor los aspectos de un lugar turístico (Salvadeo & Ruarte, 2018). Por tanto, se desarrollan técnicas en la que introduce prácticas de procesos que fortalezca los beneficios del turismo.

La gestión se ha convertido en un protagonista fundamental para el desarrollo del turismo en escala de las empresas turísticas, existen muchas funciones y responsabilidades diferentes que tratan a la empresa turística (OMT, 2019). Como lo muestra el autor en la figura 2.

Figura 2

Funciones de gestión de destinos y empresas turísticas



Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos (2022) a partir de la OMT (2019).

Mediante las responsabilidades y funciones que fomentan la gestión turística se debe tomar en cuenta como puntos clave para los destinos o empresas que están en

declive con el fin de seguir siendo atractivo para los turistas y en cuanto a empresas que sigan en el mercado.

1.2 Gestión integrada e inteligente

La gestión integrada es una forma de gestionar una empresa basada de normas, procesos, en función de mejorar la calidad de productos, por su parte se entiende por la organización y planificación (Almaguer Torres, Pérez Campaña, & Torres Torres, 2018). Los autores (Cruz & Delgado, 2021) menciona que los indicadores de la gestión integrada expresan el comportamiento y desempeño de control interno a través de sus etapas.

Los indicadores de la gestión integrada sirven para dar seguimiento a los procesos que incluya la empresa y en el caso del turismo que garanticen la satisfacción del cliente, para que sea más efectivo a largo plazo.

Las TIC ha abierto nuevas oportunidades y herramientas para la industria del turismo. En la actualidad, destinos turísticos enfrentan un conjunto de nuevos desafíos que surgen los consumidores en el medio ambiente, influenciados por las tecnologías emergentes (Ranasinghe, et al., 2020). Todas las tecnologías como la realidad aumentada, redes sociales, reconocimiento de imágenes, etc., están evolucionando constantemente, así el sector turístico inteligente mantiene un largo camino (Shen, 2020). La aplicación de dispositivos inteligente en la industria del turismo es cada vez más extensa que produce enormes beneficios tanto sociales como económicos (Chen-Kuo, et al., 2020). Gracias a las oportunidades y herramientas que cuenta la industria hacia el turismo, surgen nuevas adversidades que conlleva los consumidores en el medio ambiente por culpa de la tecnología emergente como las redes sociales, viven en constante crecimiento, ayuda al sector turístico de una manera inteligente en vista de que contribuye de manera social y económica.

La gestión en la actualidad se encuentra en un foco de transformación debido a la información de la TIC, así como la participación de entes involucrados aspectos claves que se requiere para su calidad e imagen (Font & Petrus, 2021). Los desarrollos tecnológicos, como la revolución de las TIC, cada vez van haciéndose más evidentes en los destinos y empresas, es un proceso cíclico, los startups turísticos de éxitos serán las que desarrollen tecnologías altamente disruptivas en un futuro cercano (Izquierdo, et al.,

2022). La gestión inteligente se mantiene en el control de una empresa en diferentes áreas, la cual va ligado con sus objetivos.

Las TIC generan cambios grandes en la vida de las personas, iniciando una revolución económica, social y cultural, con el incremento de las redes sociales digitales que benefician a las empresas, las cuales utilizan estrategias innovadoras especialmente turísticas (Aláez, 2022). Innumerables herramientas de las TIC son utilizadas a nivel mundial por operadores turísticos, agencias de viajes, hoteles, restaurantes están aprovechando las nuevas tecnologías para no solo para ofrecer destinos, también para la gestión de base de datos clientes, proveedores, puntos de ventas (Osorio & Rodríguez, 2022) . Las Tecnologías de la información y la Comunicación en una empresa ayuda a dar soluciones tecnológicas que permite ordenar, procesar información de la empresa con mayor agilidad y eficacia.

La automatización de procesos resulta muy útil, no solo porque reduce el tiempo dedicado al registro de datos, sino porque también minimiza el número de errores a los que están sometidos estos procesos (Martínez S. , 2019). La gestión inteligente en restaurantes se aplica en la nueva tendencia del mercado gastronómico, que se trata de restaurantes automatizados digitalmente, donde no hay atención personal como mozos o cajeros, sino que las personas interactúan con la tecnología (Woxi, 2021). Los restaurantes que utilizan este tipo de tecnologías están cambiando la logística de su operación diaria y creando puntos focales para su desarrollo, como menús digitales a través de apps o códigos QR.

1.3 Emprendimientos y empresas familiares en turismo

Emprender, es iniciar la búsqueda generación de valor a través de la creación de una actividad económica y explotación de nuevos productos, estos emprendimientos de calidad dependen de todo ecosistema integrado que recoge aspectos personales de los individuos (Boza, 2018). El emprendimiento representa varios procesos sustanciales de la actividad económica, temporalmente menores a cinco años con necesidades de financiamiento de capital de trabajo, que nacen por la necesidad de atender un requerimiento del mercado, que inciden en las PYMES (Muñoz, Neira, & Ormaza, 2021). Los emprendimientos además de satisfacer necesidades a las personas, incrementa a la economía y genera trabajo a los habitantes de cierta localidad.

Para efecto de la siguiente Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación art 3, (Ley N° 151, 2020) se consideran en la Tabla 2.

Tabla 2

Definiciones de la ley orgánica de emprendimiento e innovación

Definiciones	Conceptos
Emprendimientos	Es un proyecto que tiene con duración menor a 5 años, la cual cubre necesidades, que necesita una organización y desarrollo con la finalidad de generar utilidades, empleo y desarrollo.
Innovación	Es un proceso creativo de producir nuevos productos, diseños, procesos, servicios, métodos u organizaciones o agregar valor a los productos existentes.
Emprendedor	Son personas naturales o jurídica que persiguen intereses, trabajan individual o colectivamente.

Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos (2022) a partir de Ley N° 151 de (2020).

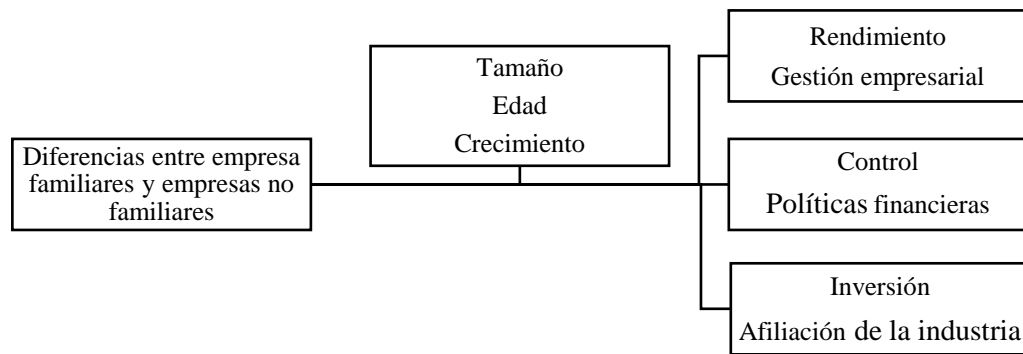
En las definiciones de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, tiene como primer definición que el emprendimiento requiere de recursos para satisfacer necesidades u oportunidades en la cual tenga un desarrollo que este utilizado para generar empleo; como segunda definición se encuentra la innovación que se encarga de producir nuevos productos, diseños, procesos, servicios, para una nueva organización de productos con valor y como tercer definición el empresario persigue intereses trabajando ya sea individual o colectivamente donde se crea innovaciones u oportunidades en la cual se organicen recursos necesarios para explotarlos.

La empresa familiar es una organización que trasciende de la cultura porque combinan atributos de la familia y la propietaria de la empresa que refleja dichos valores, estos valores y culturas son aspectos importantes que puede sacar adelante la empresa (Orozco, 2021). Las empresas familiares son uno de los elementos que ayudan al incremento del desarrollo a la economía global, creando riqueza y empleos.

Una empresa familiar es diferente a una empresa no familiar según (Hirsch, Rodríguez, & Rosas, 2020), como lo muestra la Figura 3.

Figura 3

Diferencias de empresas familiares



Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos (2022) a partir de Hirsch, Rodríguez & Rosas (2020).

El esquema muestra que cada empresa se diferencia de tal forma al tamaño, los años que tenga, su etapa en el mercado, control, rendimiento, la gestión que lleva, inversiones etc., también en todas las decisiones se tienen que armonizar los objetivos empresariales con los objetivos familiares.

La formación de emprendedores y nuevas empresas es una prioridad cuando se trata de promover el desarrollo económico y social de los países, por ello es necesario determinar cuál es su contribución a estos objetivos (Muñoz, Neira, & Ormaza, 2021). Las empresas familiares son muy importantes para el desarrollo de las economías, sobre todo de las emergentes, dependientes en un alto porcentaje de estas organizaciones, ya que generan, incrementar y potencializan un capital intelectual para la competitividad (García, Ricalde, & González, 2021). El emprendimiento resulta importante por sus efectos positivos en la generación de empleos y en el crecimiento económico.

El autor (Solís & Castillo, 2021) menciona que los emprendimientos se caracterizan considerando la síntesis que se muestra en la Tabla 3.

Tabla 3

Características de los emprendimientos

Características	Descripción
Evaluación de rentabilidad	Se diferencia entre los valores de cierto mercado para medir el valor creado para su inversión.
Proyecciones visualizadas	Marcar un objetivo con visualización a futura mediante proyecto.

Fijando metas	Tratar de alcanzar el objetivo mediante un tiempo fijo.
Decisiones de oportunidades	Las oportunidades pueden aplicarse para la toma de decisiones importante.
Organizador de su propio negocio.	Realización de un plan estratégico a fin de alcanzar sus objetivos de su propia empresa.

Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos (2022) a partir de Solís & Castillo (2021).

Dentro de las características la evaluación de rentabilidad se encarga de varios tipos de mercado para medir su valor hecho para su inversión. Las proyecciones visualizadas marcan un objetivo para una futura proyección, la fijación de metas se fija en el tiempo asignado para alcanzar los objetivos, las oportunidades se aplican para decidir decisiones que influyan la rentabilidad y se debe organizar el negocio para poder enfocar y alcanzar todos los objetivos planteados.

Las empresas familiares pueden caracterizarse por la existencia de relaciones entre la familia y la empresa, no limitan el ámbito de la gestión, sino especialmente al ámbito de propiedad y la influencia de la familia en la conducción de los negocios (Buldi, Araújo, & Mariani, 2021) . Las empresas familiares se clasifican en base a los valores de grupo familiar dominante sobre la propiedad, dirección, gobierno y el legado de la empresa, se diferencian en dos tipos empresas familiar pura y la empresa familiar profesionalizada (Martos, Ayala, & Osés, 2019). Las empresas familiares puras se tratan sobre el valor dominante que tienen las familias en la propiedad, mientras que las empresas familiares profesionalizas el valor dominante vienen entre socios.

Una forma de clasificar el emprendimiento es en función del grado de formalizar las actividades que se realiza (Almodóvar, 2018), de esta manera se identifica al emprendedor informal que comúnmente se dedica a ofrecer servicio para satisfacer las necesidades de los demás sin mantener un registro ante las autoridades.

1.4 Empresas familiares de alimentos y bebidas

El emprendimiento gastronómico familiar, produce nuevas ideas con valor agregado, que al ejecutarlas y captar la aceptación del mercado llega a ser innovadoras, una de las acciones promovidas ha sido que las familias han reunido capital para emprender negocios (Carrero, 2019). La restauración familiar es crear nuevas ideas que han sido reconocidas y aceptadas por el mercado se vuelven creativas, en este estudio, las iniciativas culinarias son de interés.

Los emprendimientos buscan durabilidad en el tiempo, y por eso la diversificación de actividades en las empresas familiares es importante porque promueve el desarrollo de una estrategia que integra aspectos empresariales, familiares y ambientales, con una clara dirección de crecimiento (Miranda, 2021). El emprendimiento familiar debe ser capaz de potenciar procesos de gestión que respondan a tendencias dinámicas basadas en la competitividad y puedan enfrentar escenarios económicos, sociales y ambientales volátiles e impredecibles.

La importancia del emprendimiento se encarga del análisis y de determinar estrategias de marketing que permitan que una empresa, negocio o emprendimiento, pueda efectuar una adecuada gestión comercial y con ello mantener en el mercado, ser competitivo y generar ganancias (Pérez G. E., 2022). El emprendimiento de una empresa o negocio depende de analizar y determinar las estrategias de marketing para así poder desarrollar una correcta gestión comercial y con ello hacer competencia en el mercado de una manera económica y competitiva.

Según los autores (Parra, Sosa, & Pérez, 2021) actualmente la globalización ha alcanzado a la industria de alimentos y bebidas, estos cambios han requerido la diversificación gastronómica a niveles interesantes, como se muestra en la Tabla 4.

Tabla 4

Tipos de establecimientos de restauración

Establecimientos	Descripción
Restaurantes	Se consideran a los establecimientos de servicio de alimentación variada al público ya sean alimentos y bebidas, para consumir en mismo local o en algunos casos para llevarla.
Cafeterías	Son los establecimientos donde se sirven helados, smoothies, refrescos, infusiones, cafés, té y bebidas calientes o frías en general; y también opciones culinarias ligeras como sándwich, ensaladas, pasteles, galletas.
Café - Bar	Considerado un híbrido de restaurantes y bares, tienen una su oferta: cafés, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, menús con alternativas culinarias ligeras y también disponen de pistas de baile, salas de fiesta.
Autoservicio	Consiste en el servicio de alimentos desde mostradores de línea o self service equipados con maquinaria para mantener los alimentos en perfecto estado de conservación y de servicio.

Buffet	Se ofrece amplia gama de alimentos fríos, calientes y bebidas, dispuestas generalmente en mesas amplias rectangulares o en equipos conservadores de temperaturas de donde los comensales se sirven a discreción.
Fast food	Esta modalidad de restauración ha crecido a pasos agigantados, consiste en preparar alimentos con rapidez y a precios módicos, surge como respuesta a las nuevas necesidades de los clientes que disponen de poco tiempo y dinero para comer.
Delivery food	Es una modalidad de servicio a domicilio a través de una llamada telefónica del cliente, principalmente vinculado a la comida rápida. No obstante, en la actualidad más establecimientos de alimentos y bebidas ofrecen este servicio con el apoyo operativo de entrega de aplicaciones como: Uber eats - Pedidos Ya – Rappi - Domino's pizza y Kfc
Take away	Son establecimientos de alimentos y bebidas con una oferta establecida y dispuesta para que el cliente haga el pedido, compre y consuma su comida fuera de las instalaciones; la vajilla y cubertería son descartables y tienen la marca corporativa impresa en la misma.
Vending	Consiste en mecanismos de servicio de alimentos y bebidas en máquinas expendedoras, mismos que pueden ser productos gastronómicos como sandwiches, wraps, pastelería dulce y salada; y también bebidas frías o calientes como chocolates, infusiones y cafés, aunque comúnmente tiene snacks.
Restaurantes temáticos o especializados	Son establecimientos de expendio de alimentos y bebidas con un estilo gastronómico determinado, en un entorno donde la decoración, el ambiente y el servicio armonicen con el estilo o la procedencia de la cocina que se sirve.
Fine dining	Los establecimientos de este concepto están especializados en alta cocina, pero sobre todo está en la experiencia culinaria. El establecimiento culinario debe respetarlo.

Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos (2022) a partir de Parra, Sosa, & Pérez (2021).

Cada vez más establecimientos de restauración, como cafeterías, restaurantes y bares, confía ahora en este servicio para obtener soporte operativo en la entrega de aplicaciones como: comida para llevar donde hay una oferta establecida, el cliente ordena y la comida se compra y esta lista para comer fuera del local.

El Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas (2018, p.10) menciona que los restaurantes se categorizan en: (5) cinco, (4) cuatro, (3) tres, (2) dos y (1) un tenedor, siendo (5) cinco tenedores la mayor categoría y un (1) tenedor la menor categoría.

1.5 Buenas prácticas de gestión en empresas familiares de alimentos y bebidas

Todo emprendimiento social tiene como principal fin la creación de valor social, o lo que significa, la generación de cambios positivos en la calidad de vida de las personas y comunidades a las cuales dirige su servicio o intervención (Pérez L. M., 2021). Las buenas prácticas en emprendimientos son los principios básicos y generales de higiene en los procesos de elaboración, conservación, envasado, transporte, y distribución de alimentos para el consumo humano ya que garantizaría la calidad del servicio en alimentos y bebidas (López, 2018). Las buenas prácticas hacen referencia a todos los principios, objetivos, valores que se actúa mediante una normativa, que sirve a la empresa para su mejor eficacia.

La responsabilidad social empresarial es una de las buenas prácticas dentro de una empresa, va estrechamente vinculadas y unidas a valores como transparencia, honestidad, preocupación por el entorno y las demás personas (Sanz, Castel, & Salvador, 2019). Las buenas prácticas de responsabilidad social empresarial son el eje principal para su éxito y permanencia en el mercado, haciendo uso de las buenas prácticas.

La importancia de mantener buenas prácticas en la gestión empresarial, tales como la estandarización de procesos, el desarrollo organizacional, la generación de confianza y satisfacción de los clientes, generando mayor motivación de los empleados hacia la empresa (Merlo, Cazar, & Benítez., 2019). El valor de conservar las buenas prácticas en la administración empresarial es de suma importante para sus procesos, organización, confianza y satisfacción de los consumidores, generará motivación de los empleados hacia la empresa.

Las dimensiones y subdimensiones del modelo de gestión cultural permiten los indicadores de gestión de los autores (Aguagallo & Barral, 2022) identifiquen a los gestores de alimentos y bebidas que aportan flexibilidad y capacidad suficiente para caracterizar una empresa o establecimiento gastronómico, como se muestra en la Figura 4.

Figura 4

Dimensiones de gestión

Cultura alimentaria	Trazabilidad alimentaria	Gestión de procesos	Servicio gastronómico
<ul style="list-style-type: none">•Gastronomía tradicional•Culinaria•Fiestas y ceremonias.	<ul style="list-style-type: none">•Producción agrícola y pecuaria•Lugares de adquisición de materia prima•Manipulación de alimentos y bebidas•servicio alimentario.	<ul style="list-style-type: none">•Administrativos•Operacionales•Marketing y ventas.	<ul style="list-style-type: none">•Gestión de compras•Almacenamiento y distribución•Mise en place•Producción alimentaria•Servicio.

Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos (2022) a partir de Aguagallo & Barral (2022).

Las cuatro dimensiones mencionadas: cultura alimentaria, promueve el empoderamiento cultural de los usuarios; trazabilidad alimentaria, promueve el uso de productos locales con identidades que protegen los saberes ancestrales; gestión de procesos, proyecta a la mejora continua; y prestación del servicio gastronómico, analiza todas las etapas, desde el momento de la compra hasta el servicio postventa.

CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO

En este capítulo se aborda el diseño metodológico, ampliando cada uno de los criterios para el proceso de investigación.

2.1 Criterios genéricos sobre el proceso de investigación

La investigación que se presenta tiene un enfoque cualitativo porque sigue los postulados planteados por diferentes autores. Aquí el investigador aborda el objeto de estudio, objetivos, problemas concretos de forma interpretativa, inductiva, multimetódica y reflexiva, se basa en un proceso interactivo entre el investigador y los participantes (Paitán, Mejía, Ramírez, & Paucar, 2014). En este enfoque se hace uso de técnicas como la observación no estructurada, entrevistas abierta, revisión de documentos, debates en grupos, evaluación de experiencias personales (Sampieri, Collado, & Lucio, 2014). Concluyendo en el enfoque cualitativo los objetivos y problemas concretos se interpretan en un proceso de investigación donde el participante recolecta los datos mediante revisión de documentos de manera no estructurada, se debate y evalúan las experiencias personales, entre otras.

El enfoque cualitativo es inductivo, permite conocer con mayor profundidad el objeto investigado y problema de estudio; el planteamiento cualitativo comprende: propósito, preguntas de investigación, justificación y viabilidad, exploración del problema, definición del ambiente (Sampieri & Torres, 2018). En este enfoque se crean diversas orientaciones para explicar condiciones reales de orden social respondiendo a: que realiza, en qué condiciones y con qué recursos; así la realidad es aprehendida, entendida y organizada (Paitán, et al., 2018). Se presenta el enfoque cualitativo porque permite profundizar los estilos de gestión en el restaurante Lo Nuestro, para reflexionar sobre la organización y los procesos, la recolección y análisis de datos permiten identificar falencias y proponer buenas prácticas de actuación.

También en este trabajo en menor medida se emplea el enfoque cuantitativo con alcance exploratorio porque hace referencia porque se realiza un pilotaje de la satisfacción de los clientes. También es descriptivo porque se analiza cómo es y cómo se manifiesta un determinado fenómeno (Sampieri & Torres, 2018), aquí se aplica una encuesta exploratoria a los consumidores del restaurante.

Esta investigación es de acción participativa porque permite investigar e interactuar con quienes conforma la empresa familiar restaurante Lo Nuestro, siguiendo criterios de algunos postulados, que personas de una comunidad buscan mejorar sus condiciones de vida y de su entorno (Zapata & Roldán, 2018). Participa con las personas al establecer perspectivas propias al entorno de las relaciones entre investigador e investigado.

El diseño apropiado con un enfoque no experimental es la investigación transversal, el propósito es describir variables y analizar incidencia e interrelación en un dicho momento, (Villanueva, 2022). Este proyecto considera una investigación transversal correspondiente al año 2022 y se basa en recolección de datos con el propósito de analizar los acontecimientos que presenta la empresa.

2.2 Secuencia de pasos para el desarrollo de la investigación

Para el desarrollo de la investigación se utilizan los pasos seguidos en el proyecto Metodología de gestión integrada e inteligente de empresas para la mejora homogénea de la calidad turística. Provincia Manabí.

En la siguiente Tabla 5 se explica de manera clara los pasos con sus respectivas descripción, métodos, técnicas, herramientas y resultados para el desarrollo de la investigación, que forma parte del proyecto institucional “Metodología de gestión integrada e inteligente de destinos para la mejora homogénea de la calidad turística. Provincia Manabí”.

Tabla 5

Pasos seguidos en la investigación

Pasos para el desarrollo de la investigación en empresas o entidades

Pasos	Descripción	Métodos, técnicas y herramientas	Resultados
1. Determinación de políticas afines	- Revisión de la política ecuatoriana afin. - Revisión de requisitos legales: Reglamentos, Acuerdos del Ministerio de Turismo, Ordenanzas municipales, permisos. Documentos operativos de la empresa o entidad.	-Analítico-sintético -Revisión de documentos oficiales -Comparación -Plan tipo de caracterización	- Políticas identificadas - Requisitos necesarios para la gestión integrada e inteligente
2. Elaboración del mapa de procesos	-Revisión y mejora del mapa de procesos si existe y se requiere o la elaboración.	-Modelación esquemática -Analítico-sintético	-Mapa de procesos perfeccionado o elaborado
3. Elaboración de los organigramas estructural y Funcional	-Revisión y mejora de los organigramas si existen o la elaboración.	-Modelación esquemática -Analítico-sintético	-Organigramas existentes o elaborados
4. Elaboración de los diagramas de flujos de los procesos principales	- Descripción de los procesos, operaciones y actividades.	- Flujogramas	- Diagramas de los principales procesos y subprocesos
5. Determinación de indicadores de gestión integrada e inteligente	- Lista de los indicadores a utilizar para el diagnóstico generales y específicos.	- Estudios comparados	- Líneas de actuación hacia las buenas prácticas
6. Diagnóstico	- Identificación de debilidades y fortalezas.	-Entrevista -Talleres -FODA -Lista de chequeo	- Aspectos claves a mejorar
7. Estructuración de buenas prácticas.	- Lista de buenas prácticas de gestión integrada e inteligente.	- Lluvia de ideas - Fichas técnicas de buenas prácticas	-Buenas prácticas para la mejora de la calidad.

Nota: Font Aranda, Viera Manzo, Alvaro Silva, Fernández Sanabria, 2021. Proyecto institucional "Metodología de gestión integrada e inteligente de destinos para la mejora homogénea de la calidad turística. Provincia Manabí".

2.3 Descripción de los pasos, métodos técnicas y herramientas

Determinados métodos se emplean en todos los pasos, estos se explican a continuación. Para el uso del método analítico- sintético se necesita de la identificación del problema a resolver, mediante el análisis como medio para alcanzar el objetivo dentro del desarrollo de la investigación.

Los métodos inductivo y deductivo se conforman en dos procedimientos, inducción y deducción: En el método inductivo se utiliza partiendo en casos particulares para llegar en una proposición general, consistiendo en la recolección de datos en casos específicos y su análisis para crear teorías. Mientras que en el método deductivo se utiliza para alcanzar conclusiones de lo general a lo particular siendo rigurosas y válidas.

El método comparativo se utiliza en la comparación de las dos variables al justificar las diferentes observaciones dentro de la investigación.

Se utiliza la revisión de documentos oficiales para el conocimiento de nuevas leyes y ordenamientos para su respectiva aplicación dentro de la empresa.

2.3.1 Determinación de políticas afines

El plan tipo de caracterización que se emplea incluye objetivo, misión, visión, plan estratégico.

En la revisión de documentos oficiales se encuentra el Reglamento de Alimentos y Bebidas acuerdo al Ministerio de Turismo donde el capítulo 1 está el objeto y ámbito los cuales son:

Art.1.- Objeto

Art.2.- Ámbito de aplicación

Art.3.- Exclusión

Art.4.- Definiciones

Para obtener el permiso de funcionamiento de un establecimiento categorizado como restaurante o cafetería se necesita de los siguientes requisitos obligatorios:

Contar con un Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC) y llenar el formulario de solicitud de permiso de funcionamiento seleccionando la actividad de Restaurantes/Cafeterías, en el sistema de permiso de funcionamiento, que se puede consultar en <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>. Como requisito especial para restaurantes o cafeterías es necesario contar con la categorización otorgada por el Ministerio de Turismo (Mintur), este trámite se lo puede realizar online.

Para la revisión se consideran aquellos aspectos reflejados en los documentos oficiales que guardan relación con la gestión integrada e inteligente.

2.3.2 Caracterización de la empresa familiar “Lo Nuestro”

Plan tipo de caracterización
1. Ubicación
2. Misión
3. Visión
4. Objetivos
5. Valores compartidos
6. Tipo de restaurante
7. Ofertas de alimentos y bebidas

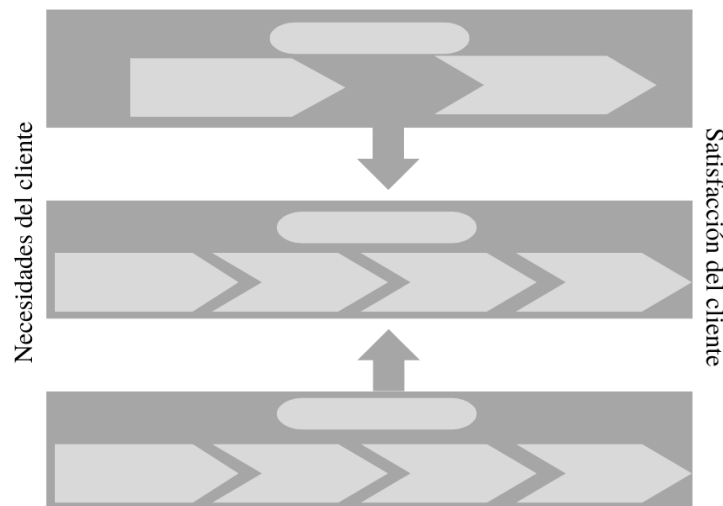
Por medio de la caracterización facilita la descripción, misión y control de los procesos mediante la identificación de sus elementos fundamentales, la cual permite comprender completamente el propósito de cada proceso y los aspectos claves de cómo deben realizarse en una empresa.

2.3.3 Elaboración del mapa de procesos

Mediante el mapa de procesos permite representar cada procedimiento con sus respectivas interrelaciones, esta herramienta proporciona la identificación del desarrollo de la empresa relacionándolos con los demás procesos en un orden, utilizando los métodos de análisis y síntesis para llevar a cabo el desarrollo, en la siguiente se presenta el modelo de mapa de procesos a utilizar.

Figura 5

Plantilla de mapas de procesos



Nota. Modelo de mapa de procesos, obtenido de:

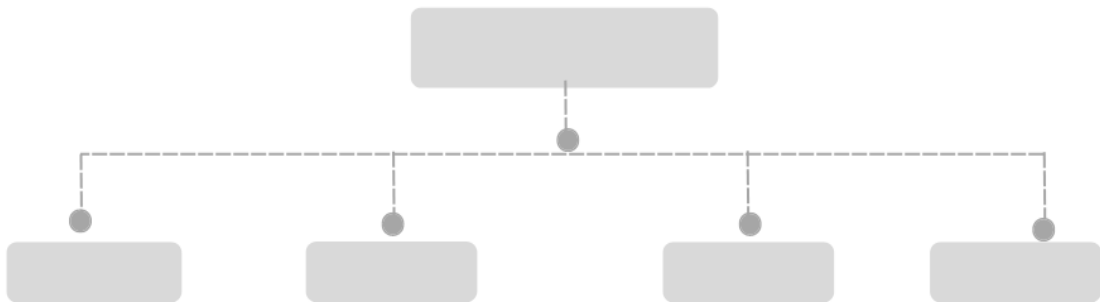
https://www.canva.com/design/DAFRZ6Ehn3A/AJP0YDAscaydE9k3ffn8Tg/edit?utm_content=DAFRZ6Ehn3A&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

2.3.4 Elaboración de los organigramas estructural y funcional

El organigrama estructural se utiliza para configurar la estructura de la organización dentro de la empresa, mientras que el organigrama funcional se encarga de representar las funciones o responsabilidades, como se muestran en la Figura 6 y Figura 7.

Figura 6

Plantilla Organigrama estructural Restaurante “Lo Nuestro”

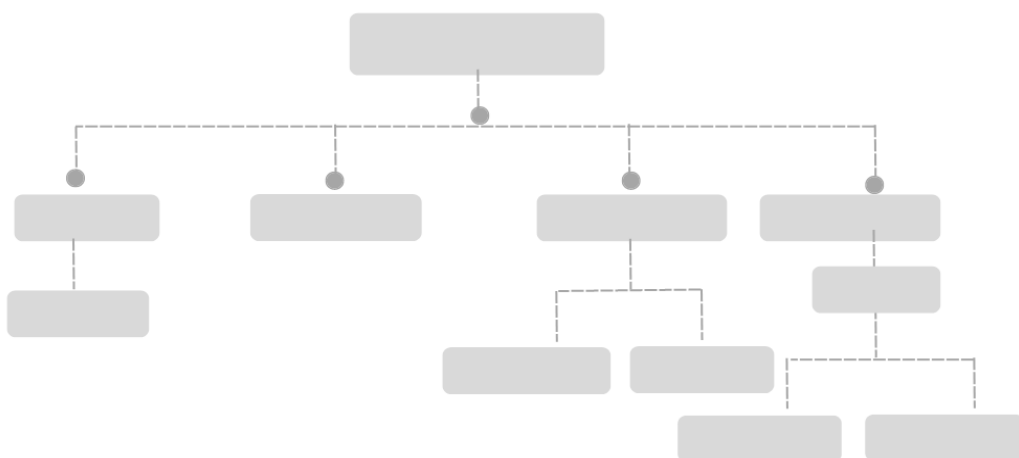


Nota. Modelo de organigrama funcional, obtenido de:

https://www.canva.com/design/DAFavxy9V2I/BjnJtmcec91Foelz2_t63g/edit?utm_content=DAFavxy9V2I&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Figura 7

Plantilla de organigrama funcional Restaurante “Lo Nuestro”



Nota. Modelo de organigrama funcional, obtenido de:

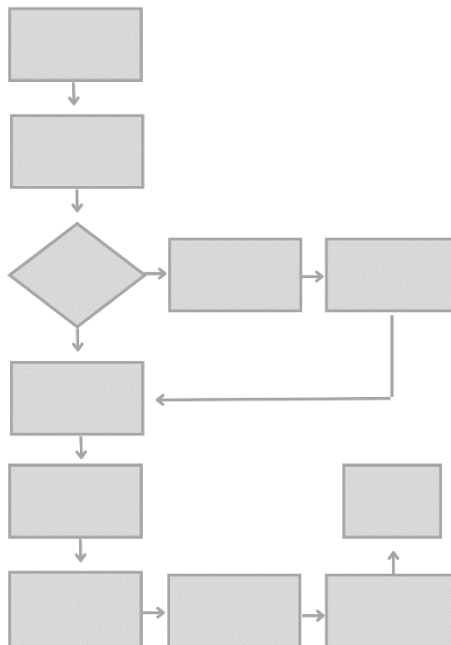
https://www.canva.com/design/DAFP69jNYx4/no_6WjSebmxeDz8DZn6vJQ/edit?utm_content=DAFP69jNYx4&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

2.3.5 Elaboración de los diagramas de flujos de los procesos principales

La herramienta del flujograma se utiliza para ordenar las secuencias de las actividades en el proceso, representándolo en un resumen gráfico la evolución de la empresa, a continuación, se muestra el modelo del flujograma:

Figura 8

Plantilla de diagrama de flujo del proceso Restaurante “Lo Nuestro”



Nota. Modelo de flujo de proceso, obtenido de:

https://www.canva.com/design/DAFav6x_GoQ/bsAoskzayua5z1AKjPyPQQ/edit?utm_content=DAFav6x_GoQ&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

2.3.6 Determinación de indicadores de gestión integrada e inteligente

La utilización de indicadores para la gestión integrada e inteligente ayuda a medir objetivamente el nivel de calidad de gestión en la empresa.

Lista de indicadores genéricos para el diagnóstico de la gestión integrada e inteligente

Indicadores de gestión integrada

1. Colaboración con otros actores para alcanzar metas
2. Participación en alianzas públicas y privadas
3. Consideración de la comunidad en la gestión
4. Inclusión de organizaciones no gubernamentales en la gestión
5. Relación con proveedores que permiten obtener mayores beneficios
6. Inversión en bienestar laboral
7. Equilibrio de la relación calidad-precio del producto
8. Enfoque de sostenibilidad (armonía entre ejes económicos, sociales y medioambientales)
9. Correcto comportamiento de los colaboradores
10. Desarrollo de los procesos y actividades en el tiempo establecido
11. Comunicación asertiva y manejo adecuado de las relaciones interpersonales
12. Inclusión de normativas y políticas de accesibilidad en el trabajo empresarial.
13. Información adaptada a la comprensión de personas con discapacidad y otros.

Indicadores de gestión inteligente

14. Disponibilidad de infraestructura de las tecnologías de la información y la comunicación
15. Uso efectivo y práctico de la tecnología moderna
16. Innovación en los diferentes procesos
17. Integración de escenarios físicos y virtuales
18. Visibilidad en internet
19. Servicios en línea
20. Uso de un Sistema integrado de accesibilidad (SIGA)

Nota: Font Aranda, Viera Manzo, Alvaro Silva, Fernández Sanabria, Díaz Rodríguez modificado de Neira Salvatierra, 2021. Proyecto institucional "Metodología de gestión integrada e inteligente de destinos para la mejora homogénea de la calidad turística. Provincia Manabí".

Además se consideran otros indicadores específicos para los negocios de alimentos y bebidas, tomados de Font Aranda y Blanco González (2018). Los indicadores son:

Reconocimiento a la calidad de los productos, facturación adecuada, entrega en el plazo establecido, resolución de imprevistos, satisfacción del cliente, aprovechamiento de recursos.

2.3.7 Diagnóstico

2.3.7.1 Entrevista

Para la realización del diagnóstico se aplican varias técnicas como la entrevista que se muestra.

<p>Entrevista dirigida a los directivos del turismo a nivel territorial, destino, empresa o entidad turística</p> <p>La gestión integrada expresa las acciones y operaciones interconectadas en el desarrollo armónico entre todos los colaboradores implicados en las actividades y el sistema turístico. La gestión inteligente utiliza el eje de las tecnologías de la información y las comunicaciones junto a la gobernanza, la innovación, la accesibilidad y la sostenibilidad para el logro de las metas, en este caso relacionadas con el turismo. Su opinión acerca de la gestión turística en el territorio o destino es de crucial importancia para proyectar cambios e incidir en la mejora de la calidad y la satisfacción de los visitantes. De antemano agradecemos su colaboración.</p> <p>1. ¿Qué opinión tiene sobre la necesidad de una gestión integrada e inteligente del turismo en el cantón y las empresas afines?</p> <p>2. Exprese las tres principales FORTALEZAS de la gestión turística en el territorio, destino, empresa o entidad turística.</p> <p>3. Exprese las tres principales OPORTUNIDADES de la gestión turística en el territorio, destino, empresa o entidad turística.</p> <p>4. Exprese las tres principales DEBILIDADES de la gestión turística en el territorio, destino, empresa o entidad turística.</p> <p>5. Exprese las tres principales AMENAZAS de la gestión turística en el territorio, destino, empresa o entidad turística.</p> <p>6. Proponga tres BUENAS PRÁCTICAS para la mejora de la gestión turística integrada e inteligente en el territorio, destino, empresa o entidad turística.</p> <p>Datos del entrevistado:</p> <p>Género: _____ Ocupación: _____</p> <p>Años de experiencia en la actividad: _____</p> <p>Nombres y apellidos _____</p>
--

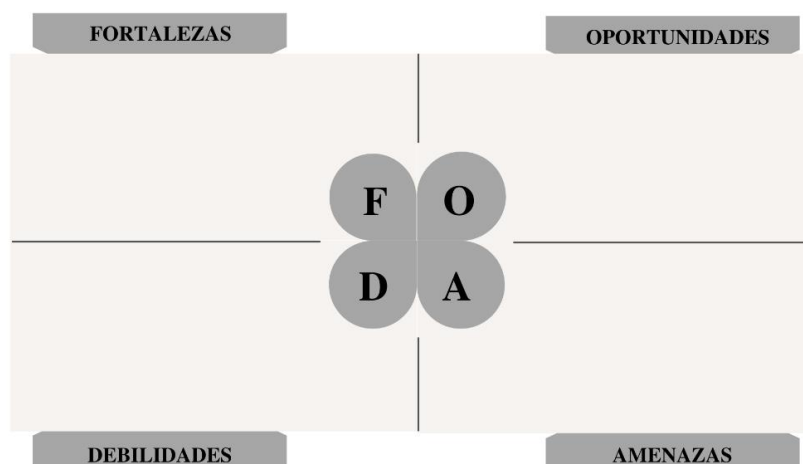
Nota: Font Aranda, Viera Manzo, Álvaro Silva, Fernández Sanabria, Díaz Rodríguez, 2021. Proyecto institucional "Metodología de gestión integrada e inteligente de destinos para la mejora homogénea de la calidad turística. Provincia Manabí"

2.3.7.2 Análisis FODA

La herramienta del análisis FODA permite la visualización mediante un cuadro sobre la situación de la empresa u organización de tal forma se pueda obtener un diagnóstico lo cual permita tomar decisiones. Posteriormente se presenta el modelo de Análisis FODA:

Figura 9

Matriz DAFO/ FODA



Nota. Modelo de análisis FODA, obtenido de: https://www.canva.com/design/DAFQWzEtrwE/IfBboch-wy3sBmFnhHQrgg/edit?utm_content=DAFQWzEtrwE&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

2.3.7.3 Lista de chequeo

La lista de chequeo se utiliza para determinar el cumplimiento de reglas establecidas o recolectar datos de forma sistemática. A continuación, el modelo de la lista de chequeo:

Tabla 5

Indicadores de la lista de chequeo

Indicadores	Si (1pto)	No (0pto)	Parcial (0,5pto)	Observaciones	Recomendaciones
Gestión integrada					
Colaboración con otros actores para alcanzar metas					
Participación en alianzas públicas y privadas					

Consideración de la comunidad en la gestión					
Inclusión de organizaciones no gubernamentales en la gestión					
Relación con proveedores que permiten mayores beneficios					
Inversión en bienestar laboral					
Equilibrio de la relación calidad-precio del producto					
Enfoque de sostenibilidad (armonía entre ejes económicos, sociales y medioambientales)					
Correcto comportamiento de los colaboradores					
Desarrollo de los procesos y actividades en el tiempo establecido					
Comunicación asertiva y manejo adecuado de las relaciones interpersonales					
Inclusión de normativas y políticas de accesibilidad en el trabajo empresarial					
Información adaptada a la comprensión de personas con discapacidad y otros					

Gestión inteligente					
Disponibilidad de infraestructura de las tecnologías de la información y la comunicación					
Uso efectivo y práctico de la tecnología moderna					
Innovación en los diferentes procesos					
Integración de los escenarios físicos y virtuales					
Visibilidad en internet					
Servicios en línea					
Uso de un sistema integrado de accesibilidad (SIGA)					
Indicadores específicos para negocios de alimentos y bebidas					
Reconocimiento a la calidad de los productos					
Facturación adecuada					
Entrega en el plazo establecido					
Revolución de imprevisto					
Satisfacción del cliente					
Aprovechamiento de recursos					

Nota. Modificado de Font Aranda y Blanco González, (2018); Neira Salvatierra, Font Aranda, Álvaro Silva, Viera Manzo, Sanabria Fernández citado en Neira Salvatierra et al; (2021) y Díaz Rodríguez, (2021)

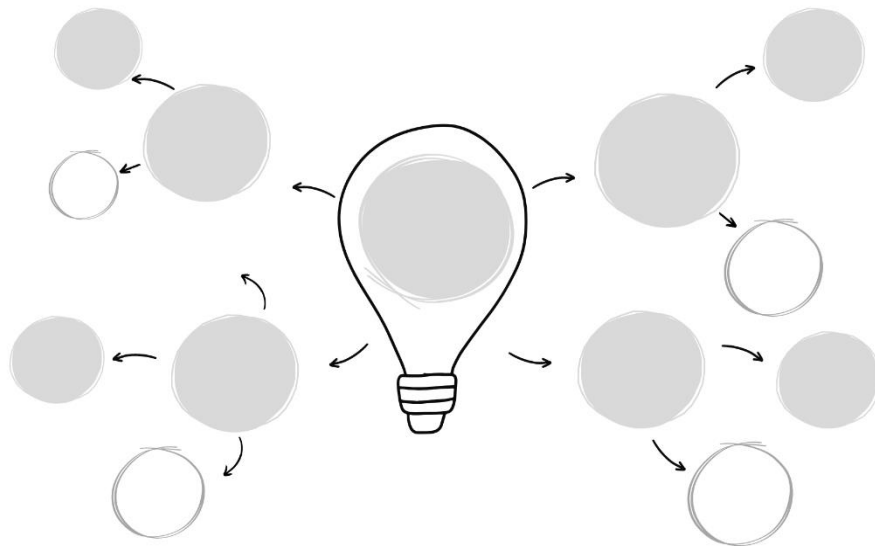
2.3.8 Estructuración de buenas prácticas

La lista de las buenas prácticas se construye a partir de los resultados obtenidos en las etapas anteriores mediante los intercambios con los directivos y los colaboradores, el fin de mejorar la calidad con buenas prácticas.

Las lluvias de ideas ayudan a mejorar el trabajo en equipo e inspirar la conexión grupal. Toda esta colaboración no solo genera mejores ideas, sino que también puede potenciar el trabajo en equipo.

Figura 10

Plantilla para reflejar la lluvia de ideas

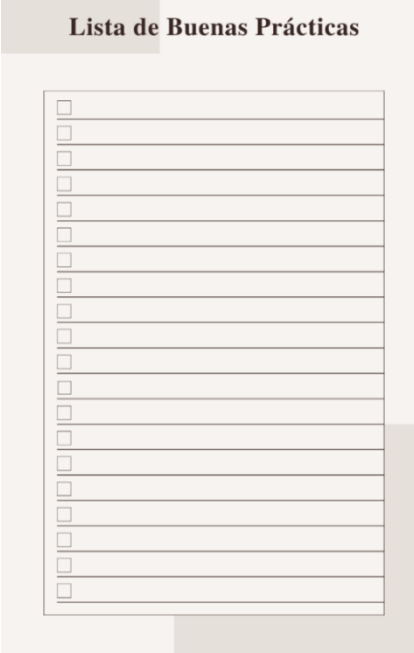


Nota. Modelo de lluvia de ideas, obtenido de:

https://www.canva.com/design/DAFYDWjdHYE/UZ88Inf3kHf9470FWHjJrQ/edit?utm_content=DAFYDWjdHYE&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Figura 11

Planilla de lista de buenas prácticas aplicada en el restaurante “Lo Nuestro”



The image shows a digital checklist titled "Lista de Buenas Prácticas". It consists of a header bar with the title in bold black text. Below the header is a vertical list of 20 empty rectangular boxes, each preceded by a small square checkbox. The entire checklist is set against a light beige background.

Nota. Modelo de lista de buenas prácticas, obtenido de:

https://www.canva.com/design/DAFOXPYfUBo/74tjtlXNcM5kUEYqwE9e5w/edit?utm_content=DAFOXPYfUBo&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

2.3.9 Prueba piloto

Se aplica una prueba piloto a los consumidores con el fin de disminuir posibles sesgos y errores en la obtención de datos para la mejora de la metodología planteada.

Para la realización la prueba piloto se utilizó un código QR, con la intención de facilitarle el proceso a los clientes, también se contó con la aplicación de forms para plasmar las preguntas direccionando un enlace, todo este proceso se mantuvo en un tiempo establecido y mostrando las evidencias en fotos.

Encuesta sobre satisfacción del consumidor empresa de alimentos y bebidas

Agradecemos su opinión sobre el servicio que le hemos prestado y no ayudará a mejorar la calidad.

1. ¿Recomendaría este establecimiento? Si/No

2. ¿Qué oferta de alimentos y bebidas prefirió?

3. Califique los siguientes indicadores sobre la atención al cliente

Indicadores	1	2	3	4	5
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Neutral	Satisfecho	Muy Satisfecho
Calidad de los productos					
Relación calidad-precio					
Facturación adecuada					
Entrega en el plazo establecido					
Limpieza					
Amabilidad					
Experiencia total					

4. ¿Qué Sugerencias desee realizar?

5. Género

Femenino

Masculino

otro

6. Edad _____

7. Lugar de residencia:

En el cantón

En otro cantón de la provincia Manabí

En otra provincia de Ecuador

En otro país

Nota: Font Aranda, Viera Manzo, Alvaro Silva, Fernández Sanabria, Díaz Rodríguez, 2021. Proyecto institucional "Metodología de gestión integrada e inteligente de destinos para la mejora homogénea de la calidad turística. Provincia Manabí". Indicadores Específicos de alimentos y bebidas, modificado de Font Aranda y Blanco González (2018).

CAPÍTULO III. RESULTADOS DISCUSIÓN

En la fase de resultados, se ofrece una descripción general de la investigación y se presentan los datos obtenidos en un orden lógico, en este capítulo se abordan los resultados obtenidos mediante mapas de procesos, flujograma, organigrama, lista de chequeo, talleres, FODA y lista de buenas prácticas.

3.1 Determinación de políticas afines

La empresa cumple con algunos de los documentos oficiales que se muestran en las siguientes figuras y otros de los documentos que se encuentran en sistemas y no en físico información que se obtiene de la dueña.

La empresa Familiar “Lo Nuestro” cuenta con registro de contribuyente (RUC) en el SRI (Figura 12).

Figura 12

Registro único de contribuyente de la propietaria del restaurante “Lo Nuestro”

Consulta de RUC			
RUC	Razón social		
1308363322001	NAVARRETE MENDOZA JENNY DAMARI		
Estado contribuyente en el RUC	Nombre comercial		
ACTIVO			
Actividad económica principal		VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN RESTAURANTES, INCLUSO PARA LLEVAR.	
Tipo contribuyente	Clase contribuyente	Obligado a llevar contabilidad	
PERSONA NATURAL	RIMPE	NO	
Fecha inicio actividades	Fecha actualización	Fecha cese actividades	Fecha reinicio actividades
21/01/2015	16/11/2022		

Nota. Tomado del SRI en línea, obtenido de: <https://srienlinea.sri.gob.ec/sri-en-linea/SriRucWeb/ConsultaRuc/Consultas/consultaRuc>

También cuenta con el Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos (Figura 13). Declara la dueña del restaurante que no cuenta con el documento en físico de la licencia única anual de funcionamiento turístico, solo se encuentra registrado en sistemas, como sugerencia debe tener todos los documentos legales a disposición y a la

vista del público para afirmar con seguridad que se encuentran en un establecimiento legalizado, siendo una buena práctica.

Figura 13

Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos



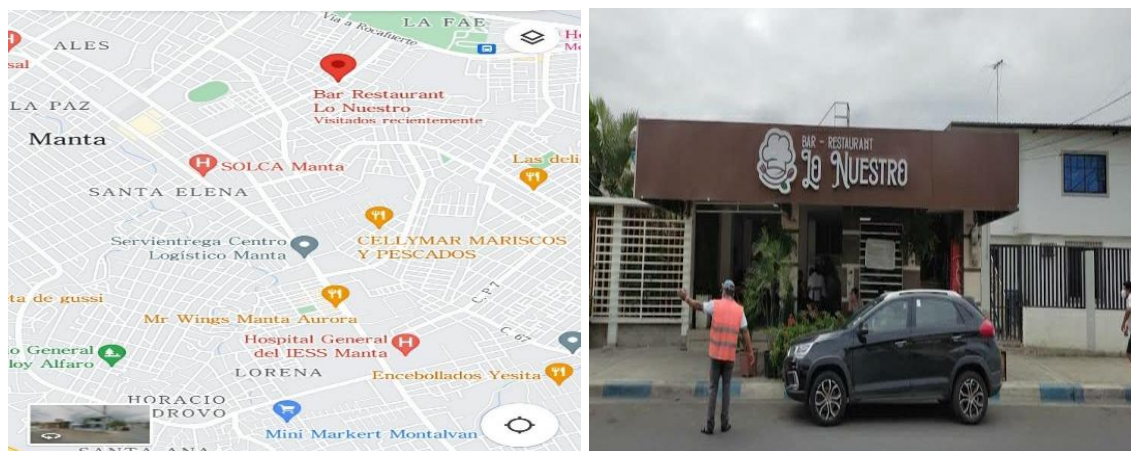
Nota. Tomada desde el restaurante “Lo Nuestro”

3.2 Caracterización de la empresa familiar “Lo Nuestro”

El restaurante “Lo Nuestro” se encuentra ubicado en el Barrio San Agustín - Calle Oliva Miranda diagonal a la Iglesia, Puerto de Manta, Ecuador (Figura 14).

Figura 14

Ubicación del restaurante “Lo Nuestro”



Nota. Google Maps

Misión: Satisfacer las necesidades de nuestros clientes de tal forma que nuestro nombre sea conocido como una experiencia memorable.

Visión: Ser reconocidos entre los mejores restaurantes a nivel local y nacional por nuestra oferta gastronómica, ambiente y atención.

Objetivos: Ofrecer un buen servicio al cliente con el fin de fidelizar a nuestros consumidores.

Valores compartidos: La empresa familiar restaurante “Lo Nuestro”, se destaca por sus valores dentro de la empresa como el respeto, honestidad, responsabilidad y confianza.

Tipo de restaurante

A desconocimiento del tipo de categorización de parte de la dueña del restaurante, se recomienda cumplir con los requisitos establecidos por el reglamento turístico de alimentos y bebidas (2018, p.10) para la obtención de su debida categorización.

Ofertas de alimentos y bebidas

El restaurante ofrece diferentes tipos de menú como se muestra en la Figura 15.

Figura 15

Menú de alimentos y bebidas que ofrece el restaurante “Lo Nuestro”

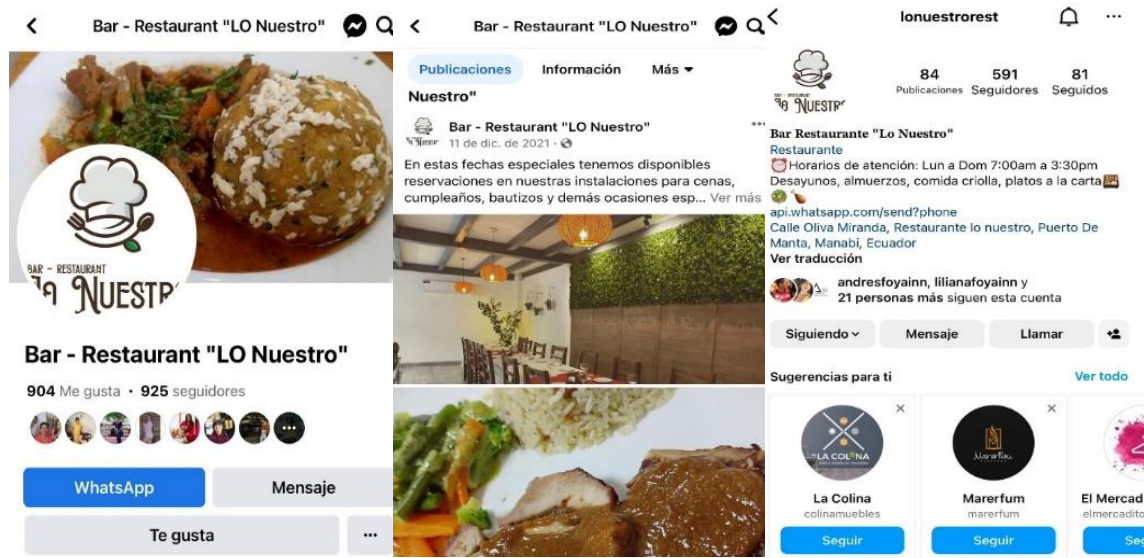


Nota. Foto tomada en el restaurante “Lo Nuestro”

La carta del menú se muestra en ciertas categorías incluyendo sus precios correspondientes de cada alimento que vaya a consumirse. Además, se encuentra en una etapa de deterioro y se recomienda usar un protector para su mantenimiento u optar de manera digital utilizando un código QR que se encuentre ubicado en el centro de cada mesa, que facilitaría el acceso a los consumidores.

Figura 16

Oferta en las redes sociales del restaurante “Lo Nuestro”



Nota. Imagen tomada de las redes sociales Facebook e Instagram, 2023.

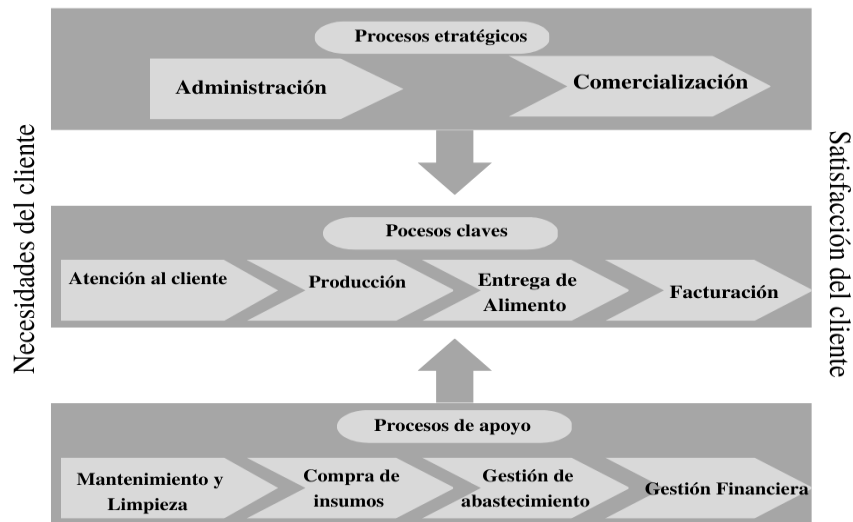
El canal digital de comercialización que tienen son las redes sociales, la página de Facebook e Instagram se encuentra desactualizadas, solo utilizan WhatsApp para publicar el menú de cada día, como sugerencia tener activa sus redes exponiendo así el producto y servicio que brindan, de esta forma mantener informados de lo que ofrecen a los consumidores.

3.3 Elaboración del mapa de procesos

Luego de una entrevista a la dueña del restaurante Lo Nuestro y verificar que no existe la información solicitada se procede a hacer todos los mapas y a levantar los procesos principales que garantizan una mejor gestión del negocio. El mapa de procesos del Restaurante “Lo Nuestro” se muestra en la Figura 17.

Figura 17

Mapa de procesos del Restaurante “Lo Nuestro”



Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos, 2023.

De acuerdo con el mapa de procesos, hace énfasis a la atención de los clientes, desde la comercialización, producción hasta la entrega de su producto y su facturación. Tomando en cuenta se debería implementar estrategias con el fin medir el nivel de satisfacción de los clientes, además de incluir las buenas prácticas.

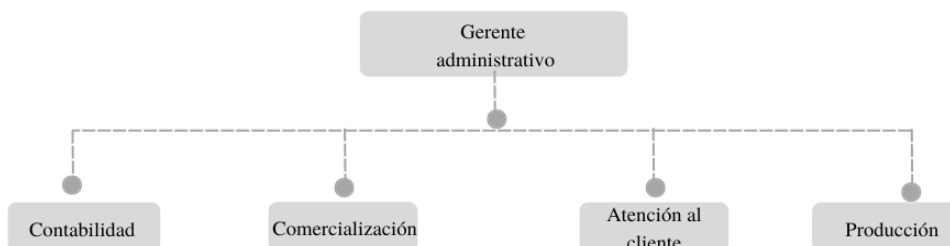
3.4 Elaboración de los organigramas estructural y funcional

En esta fase se muestra la organización estructural de la empresa el cual se visualiza en la Figura 18.

3.4.1 Organigrama estructural Restaurante “Lo Nuestro”

Figura 18

Organigrama estructural Restaurante “Lo Nuestro”



Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos, 2023.

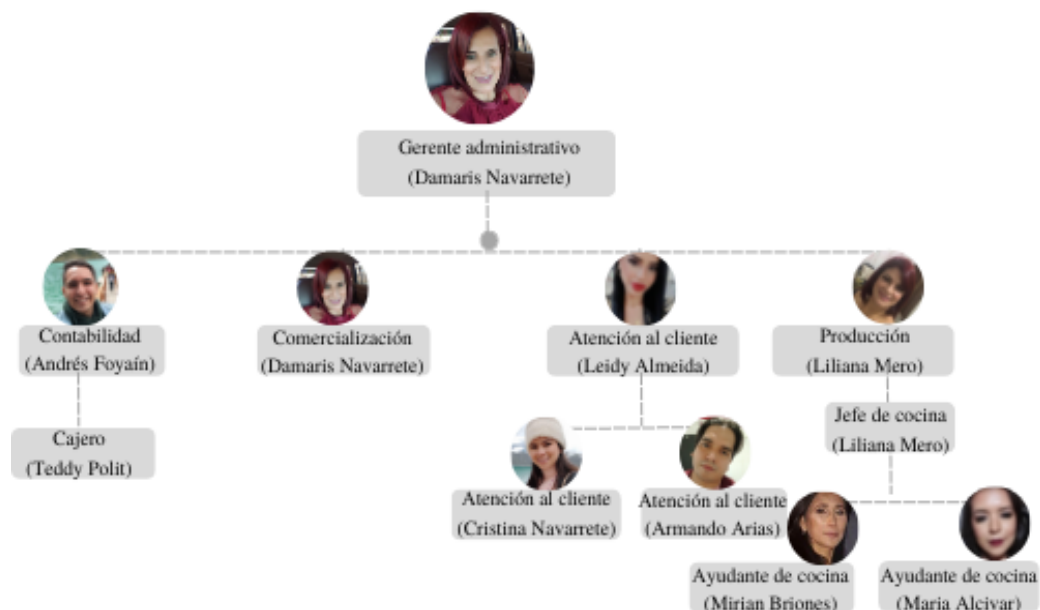
Como se muestra en el organigrama estructural está conformado por un gerente encargado de la administración del restaurante junto al jefe de cocina y sus ayudantes que son delegados a la preparación de alimentos. Por consiguiente, cuenta con un cajero que es el encargado de dar información para el manejo de la contabilidad y finalmente en la comercialización cuenta con el apoyo de los encargados a la atención al cliente.

3.4.2 Organigrama funcional Restaurante “Lo Nuestro”

En esta etapa se recopila la información sobre las funciones de la empresa familiar y se procede a la elaboración del organigrama funcional que se muestra en la Figura 19.

Figura 19

Organigrama funcional Restaurante “Lo Nuestro”



Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos, 2023. con el permiso de la dueña y los colaboradores del restaurante “Lo Nuestro”.

En la figura anterior se expresa que en el restaurante “Lo Nuestro” se realizan las siguientes funciones dentro de la empresa familiar, desde el gerente del restaurante que es la dueña donde recibe soporte por parte de la administración y comercialización. El jefe de cocina junto a dos ayudantes de cocina se encarga en la elaboración de alimentos. En el área de contabilidad se realiza el manejo por un cajero cuya responsabilidad corresponde al hijo junto a otro empleado. Como apoyo en el área de atención al cliente se encargan tres personas, cuyas tareas son atender al cliente y la limpieza del lugar. En

general, este proceso debe implementarse en las empresas, ya que permite definir el rumbo y las funciones de cada empleado, designando responsabilidades y actividades.

3.5 Elaboración de los diagramas de flujos de los procesos principales Restaurante “Lo Nuestro”

En esta fase se encarga de recolectar información sobre los procesos que se realizan en la empresa familiar, en la figura 4 se muestran los flujogramas del restaurante familiar “Lo Nuestro” (Figura 20).

Figura 20

Administración de la gestión del restaurante “Lo Nuestro”

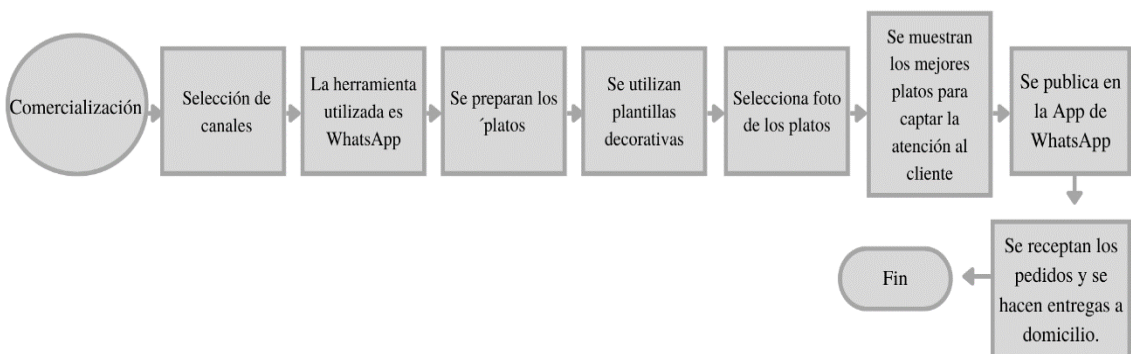


Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos, 2023.

La administración que maneja la dueña del restaurante se encarga de seguir continuamente con la gestión operativa el cual ayuda a sus procesos de mejora como empresa y en cumplir sus actividades ya sean contables o financieras, para que estos se realicen de manera eficiente.

Figura 21

Comercialización de los productos que oferta el restaurante “Lo Nuestro”

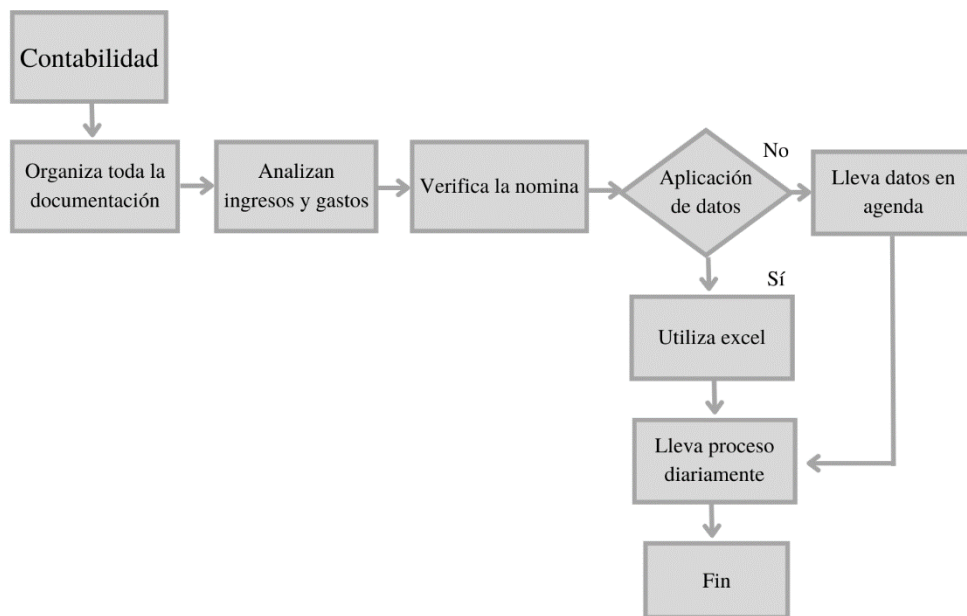


Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos, 2023.

La comercialización en el restaurante se hace de manera digital utilizando la app de WhatsApp, se recomendaría actualizar y crear páginas web, páginas de Facebook, Twiter, Instagram entre otras, además utilizar estrategias de comercialización para captar la atención del cliente.

Figura 22

Proceso para llevar acabo la contabilidad del restaurante “Lo Nuestro”

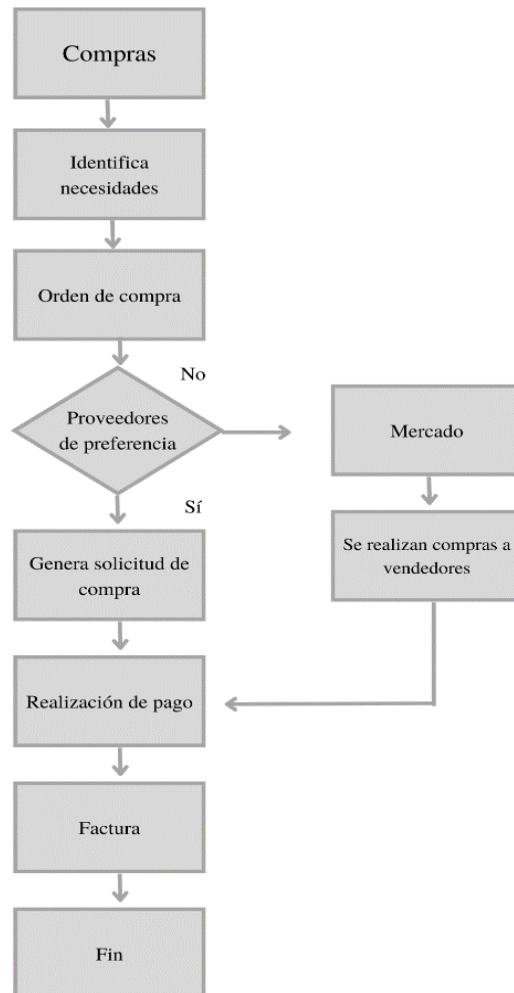


Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos, 2023.

El manejo de la contabilidad se organiza de una manera ordenada en la que toda documentación se analiza de forma sincrónica para tener un control y una mejor administración financiera.

Figura 23

Compra de insumos del restaurante “Lo Nuestro”

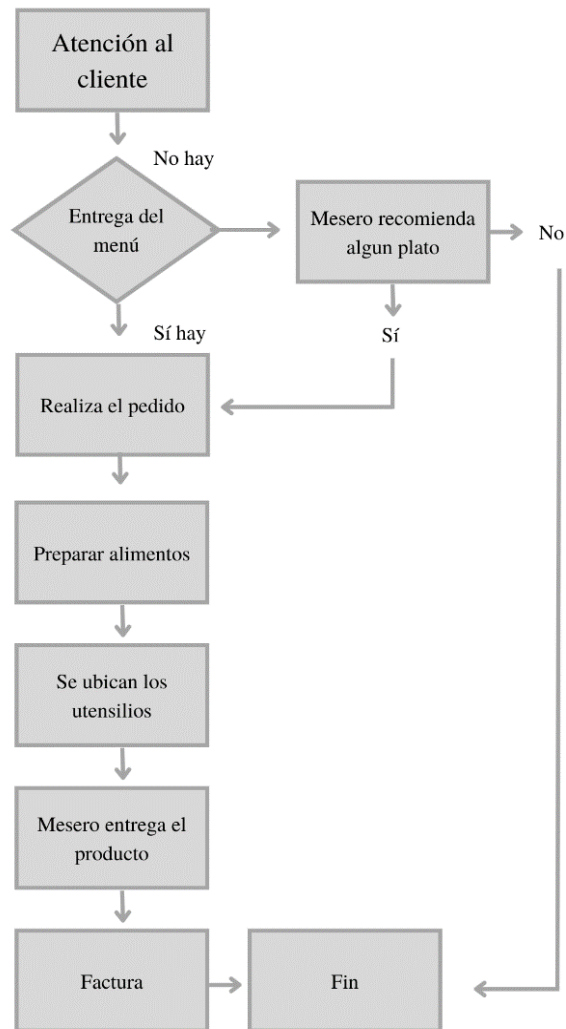


Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos, 2023.

En la compra de insumos se encarga el jefe de compras la cual viene siendo la dueña del restaurante, esta identifica cada necesidad faltante de los insumos que se escaseen para la elaboración de los productos.

Figura 24

Atención al cliente del restaurante “Lo Nuestro”

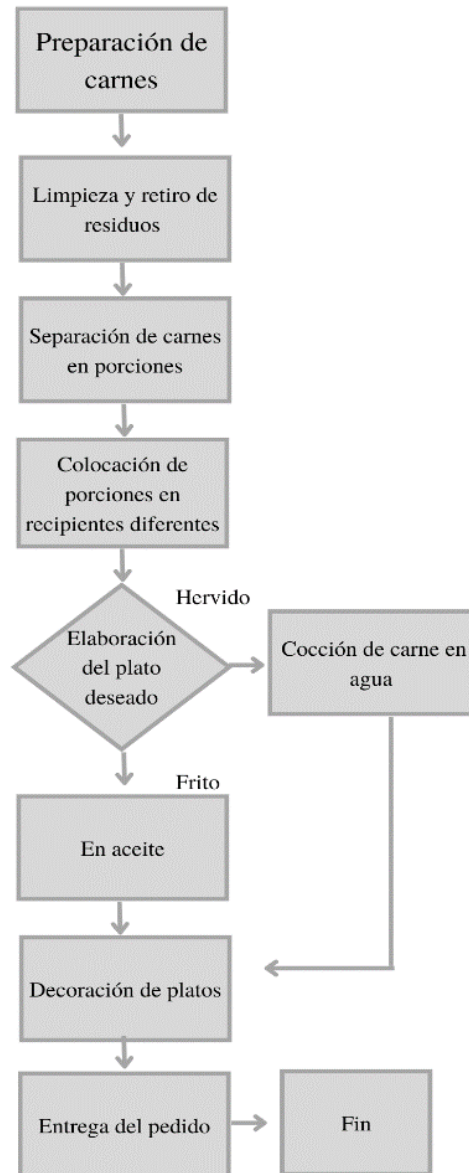


Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos, 2023.

En el diagrama se muestra el proceso de como se maneja la atención en el restaurante, entre los meseros y consumidores.

Figura 25

Preparación de alimentos cárnicos

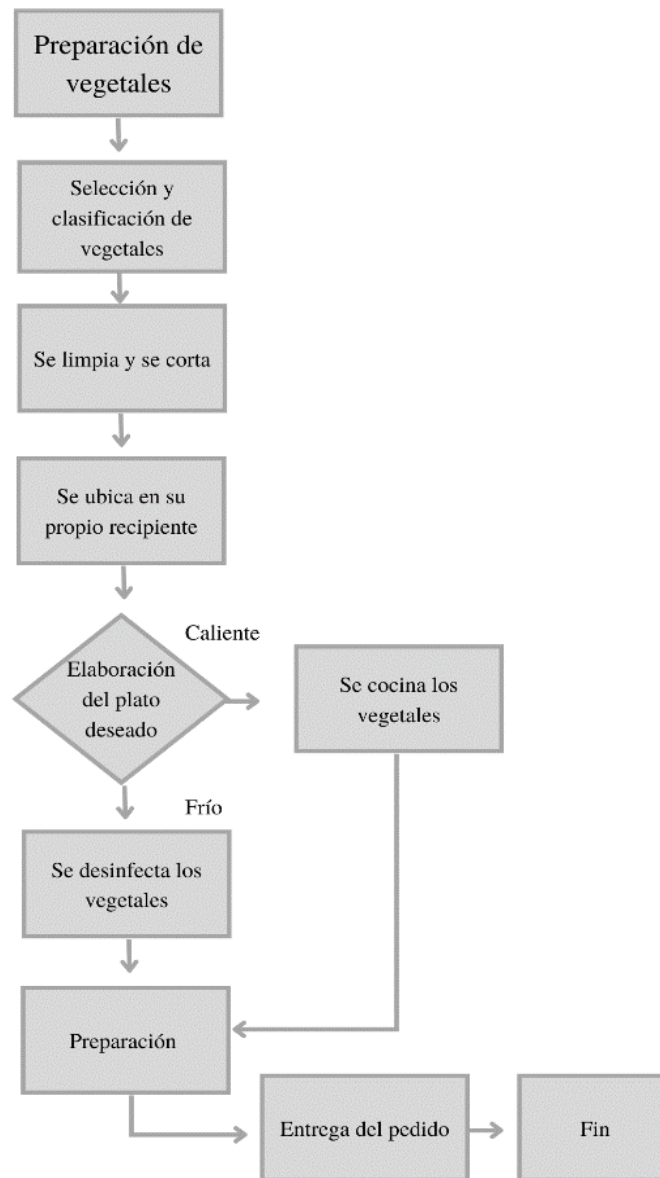


Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos, 2023.

La preparación de los productos conlleva un procedimiento importante, la cual el jefe de cocina considera que tenga un buen manejo como la desinfección de la materia prima y que su producto llegue al consumidor final de tal manera pueda sentirse satisfecho de la calidad de producto que consume.

Figura 26

Preparación de alimentos vegetales

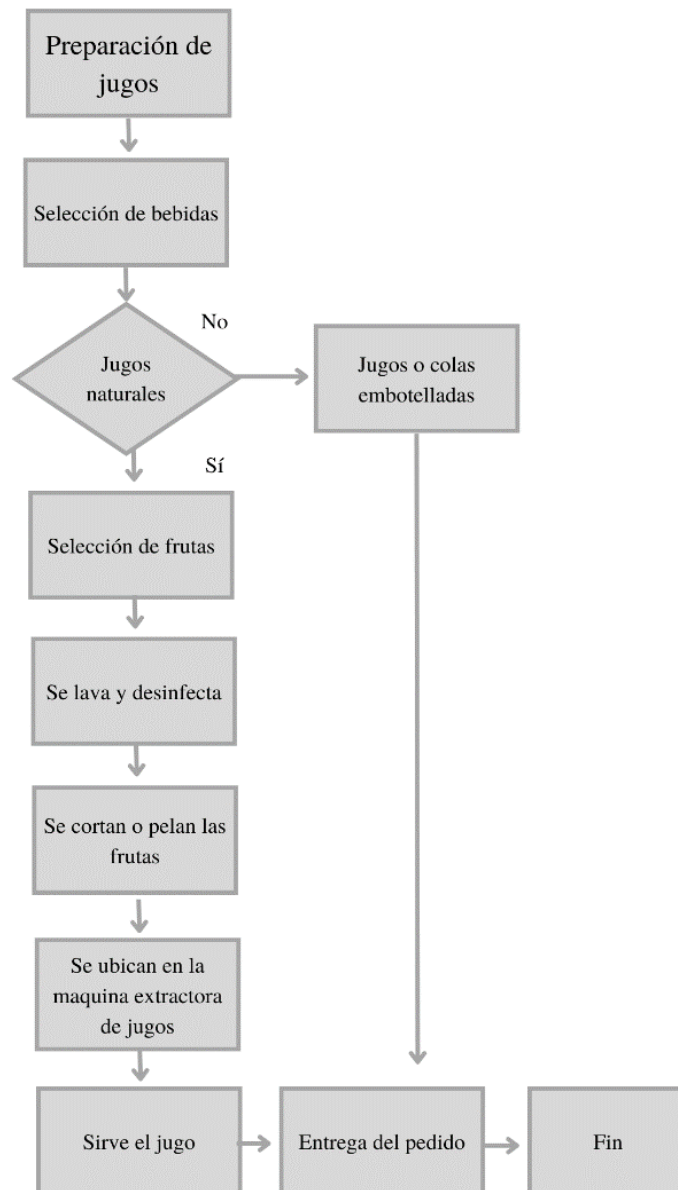


Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos, 2023.

La elaboración de los vegetales pasa por diferentes actividades antes de llegar al consumidor, principalmente por la desinfección de la materia con el fin de cuidar a los consumidores sintiéndose seguros y satisfecho.

Figura 27

Preparación de bebidas

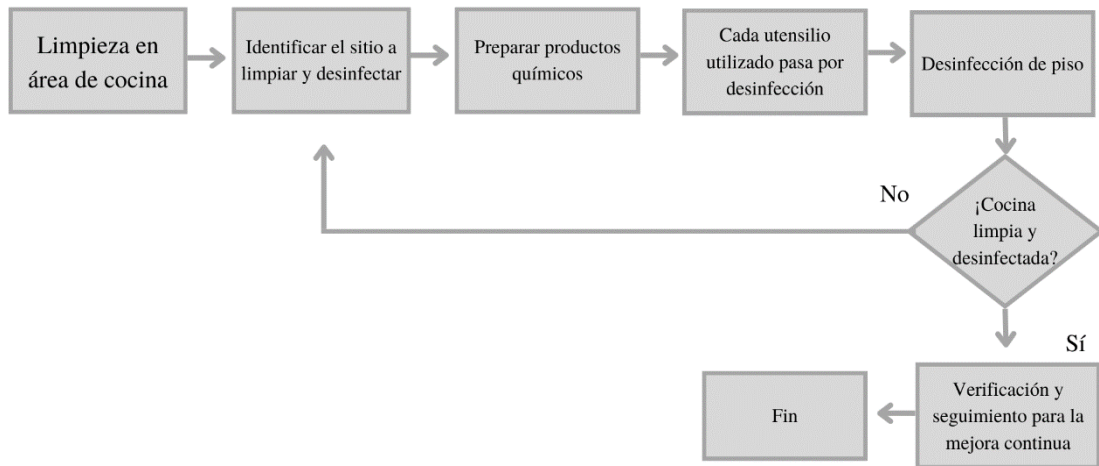


Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos, 2023.

En el proceso de la preparación de las bebidas se utiliza la maquina extractora de jugos que le permite obtener con mas facilidad el producto y ayuda con la entrega inmediata para así darle un buen servicio a los consumidores.

Figura 28

Proceso de limpieza en área de cocina del restaurante “Lo Nuestro”

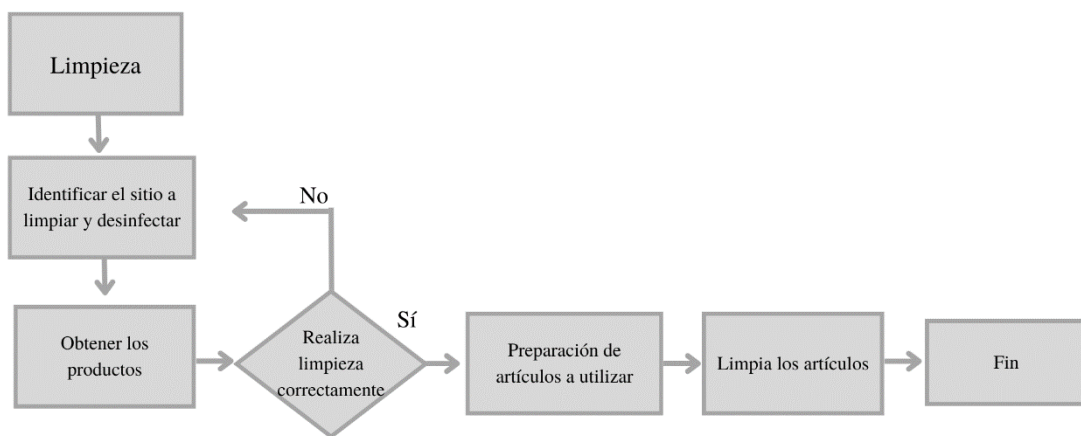


Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos, 2023.

La limpieza en el restaurante se hace de manera adecuada para evitar la acumulación de utensilios sucios, se mantiene la cocina con la superficie y el suelo limpio.

Figura 29

Proceso de limpieza del espacio compartido a los consumidores

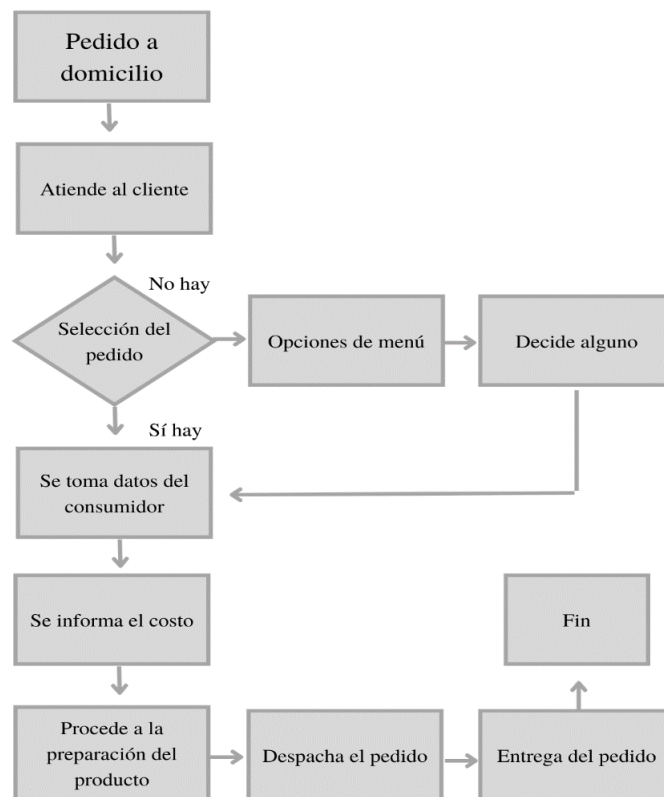


Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos, 2023.

Referente al proceso de limpieza es uno de los elementos importantes que la empresa debe conservar, para que así la higiene del establecimiento se mantenga constantemente limpio y con una buena imagen.

Figura 30

Distribución de pedidos a domicilio



Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos, 2023.

En la distribución de pedidos, existen falencias al momento de entrega, por tener asociados indirectos para la entrega de alimentos y bebidas, deben potenciarse para brindar una atención de calidad.

3.6 Indicadores de gestión integrada e inteligente Restaurante “Lo Nuestro”

Los indicadores sirven de base para hacer instrumentos la cual permite medir la gestión integrada e inteligente en la empresa familiar, se toma la información del proyecto institucional “Metodología de gestión integrada e inteligente de destinos para la mejora homogénea de la calidad turística. Provincia Manabí” por los autores, Font Aranda; Vera Manzo; Álvaro Silva; Fernández Sanabria; Díaz Rodríguez modificado de Neira Salvatierra, 2021). A continuación, se muestra el análisis de los indicadores más abordados.

3.7 Diagnóstico Restaurante “Lo Nuestro”

3.7.1 Entrevista Restaurante “Lo Nuestro”

En el siguiente apartado se muestra la entrevista que se aplicó a la dueña del restaurante “Lo Nuestro” junto a sus colaboradores, en un tiempo determinado de dos horas el día 28 de octubre del 2022, como evidencia se muestra a continuación.

Figura 31

Evidencias de la realización de encuesta a la dueña del restaurante



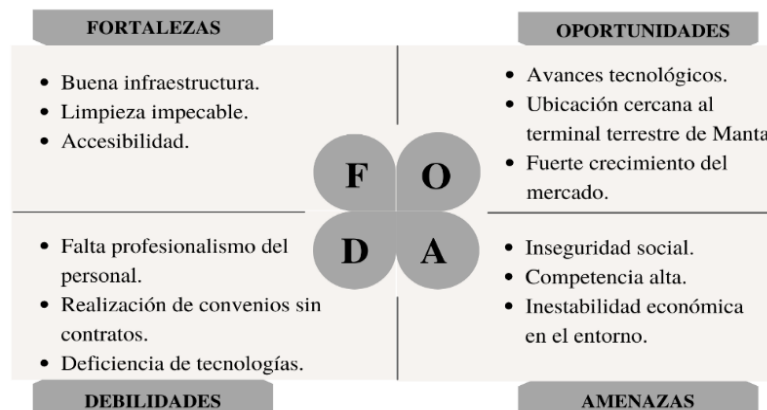
Nota. Imagen tomada desde el restaurante “Lo Nuestro”

3.7.2 Análisis FODA Restaurante “Lo Nuestro”

En el siguiente análisis FODA se muestran información sobre las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que presentan la empresa familiar “Lo Nuestro” (Figura 32).

Figura 32

Matriz DAFO/FODA



Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos, 2023.

Con respecto al análisis FODA presentado anteriormente, se muestran sus aspectos positivos y negativos, información que fue tomada de sus diferentes colaboradores y dueña del restaurante.

3.7.3 Lista de chequeo Restaurante “Lo Nuestro”

Referente a la lista de chequeo se realizó un control para garantizar el proceso de práctica para que las funciones del restaurante cumplan de forma organizada. El proceso de la lista de chequeo de gestión integrada e inteligente y específica, se realiza mediante la evaluación de cada indicador como lo muestra la tabla 7.

Tabla 6

Lista de chequeo del restaurante “Lo Nuestro”

Indicadores	Si (1pto)	No (0pto)	Parcial (0,5pto)	Observación	Recomendaciones
Gestión integrada					
Colaboración con otros actores para alcanzar metas.	x			Si existe colaboración por parte de los empleados para alcanzar metas.	Trabajar en conjunto como empresa para alcanzar metas.
Participación en alianzas públicas y privadas.		x		Poco interés de participación	Crear estrategias de participación.
Consideración de la comunidad en la gestión.		x		No existe participación de la comunidad para la gestión.	Conformar participaciones para elevar la apreciación de la empresa
Inclusión de organizaciones no gubernamentales en la gestión.			x	Algunos de los colaboradores no tienen certificados calificado para la elaboración de sus actividades.	Capacitarse para obtener mayor conocimiento en el área de trabajo.
Relación con proveedores que	x			Mantienen buena relación	Establecer una confianza entre

permiten mayores beneficios.				con proveedores muy puntuales.	proveedor e inversionista para mejorar ofertas de productos.
Inversión en bienestar laboral.	x			Existe seguro social para los empleados.	Implementar un pequeño seguro para empleados indocumentados.
Equilibrio de la relación calidad-precio del producto.	x			Se mantiene un precio justo.	Mantener un mismo nivel de calidad por un precio justo.
Enfoque de sostenibilidad (armonía entre ejes económicos, sociales y medioambientales).			x	Parcialmente no cumple con ciertos enfoques como el medioambiental .	Incluir contenedores de color para clasificar los desechos.
Correcto comportamiento de los colaboradores.	x			Existe buena relación de compañerismo.	Aplicar buenas prácticas de enseñanzas a nuevos colaboradores.
Desarrollo de los procesos y actividades en el tiempo establecido.			x	Demora en la entrega de pedido.	Coordinar el tiempo y contribuir sus actividades.
Comunicación asertiva y manejo adecuado de las relaciones interpersonales.	x			Existe comunicación de negocio dentro de la empresa.	Establecer un tiempo adecuado para aclarar ciertas falencias realizadas en hora laboral.
Inclusión de normativas y políticas de accesibilidad en el trabajo empresarial.	x			Cuenta con reglas internas para los empleados.	Supervisar que los empleados cumplan con las normativas establecidas en el trabajo.
Información adaptada a la comprensión de personas con discapacidad y otros.			x	No existe ninguna información adaptada a personas con discapacidad.	Capacitar temas de información sobre personas con discapacidad.

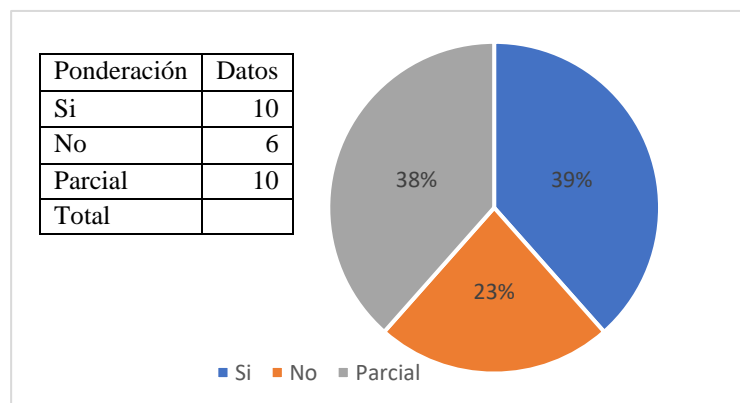
Gestión inteligente					
Disponibilidad de infraestructura de las tecnologías de la información y la comunicación.			x	Dispone de Excel para llevar a cabo su información diaria contable.	Adaptar una infraestructura tecnológica.
Uso efectivo y práctico de la tecnología moderna.		x		No cuenta con tecnología moderna que conlleve a una buena comercialización.	Uso de la tecnología de la realidad aumentada.
Innovación en los diferentes procesos.		x		No existe interés.	Actualizar procesos de innovación.
Integración de los escenarios físicos y virtuales.			x	Mantiene un buen espacio físico, para clientes exclusivos, pero no cuenta con escenarios virtuales.	Incluir tendencias tecnológicas como realidad virtual.
Visibilidad en internet.			x	Solo utiliza un canal de comercialización.	Ser activo en redes sociales.
Servicios en línea.	x			Brindan atención vía WhatsApp y telefónicas.	Brindar buen servicio online para tener un mayor alcance en ventas.
Uso de un sistema integrado de accesibilidad (SIGA).		x		No contiene este tipo de sistema.	Incluir un sistema de SIGA para las personas con dificultades.
Indicadores específicos para negocios de alimentos y bebidas					
Reconocimiento a la calidad de los productos.	x			Los productos tienen buena calidad.	Aplicar estrategias de mejora de calidad de productos.

Facturación adecuada.			x	No cuenta con facturas electrónicas.	Actualizar su forma de facturación.
Entrega en el plazo establecido.			x	No siempre entregan el pedido a tiempo establecido.	Buscar un buen manejo de coordinación entre el cocinero y mesero para su entrega en el tiempo establecido.
Resolución de impreviso.	x			Si suelen resolver imprevistos.	Controlar los imprevistos que se presenten en cada área.
Satisfacción del cliente.			x	La empresa satisface ciertas necesidades de los consumidores.	Incluir estrategias de satisfacción.
Aprovechamiento de recursos.		x		No aprovechan en su totalidad los recursos en sus diferentes áreas.	Aprovechar en su totalidad recursos actualizados.
Ponderación	10	6	10		
	38,5%	23%	38,5%		

Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos, 2023.

Figura 33

Datos ponderados de la lista de chequeo



Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos, 2023.

Al evaluarse los indicadores por cada proceso se obtiene que; los colaboradores trabajan en conjunto para alcanzar metas y en las diferentes áreas mantiene buena relación con sus diferentes proveedores la cual facilita un beneficio para el restaurante; en la parte administrativa se encarga en incluir interés para el bienestar de los colaboradores, en los diferentes procesos de la empresa se mantiene un equilibrio de calidad y precio, tiene buen enfoque de sostenibilidad, se maneja un buen comportamiento de los colaboradores y además incluyen normativas que permiten realizar sus actividades adecuadamente; por consiguiente el restaurante “Lo Nuestro” se caracteriza por brindar productos de calidad y resolviendo imprevistos. Por otro lado, al analizar cada indicador da algunos aspectos negativos que no cumple la empresa y que genera un déficit en la administración, comercialización, se recomienda evaluar de manera precisa la gestión integrada e inteligente y específicas, implementando las buenas prácticas.

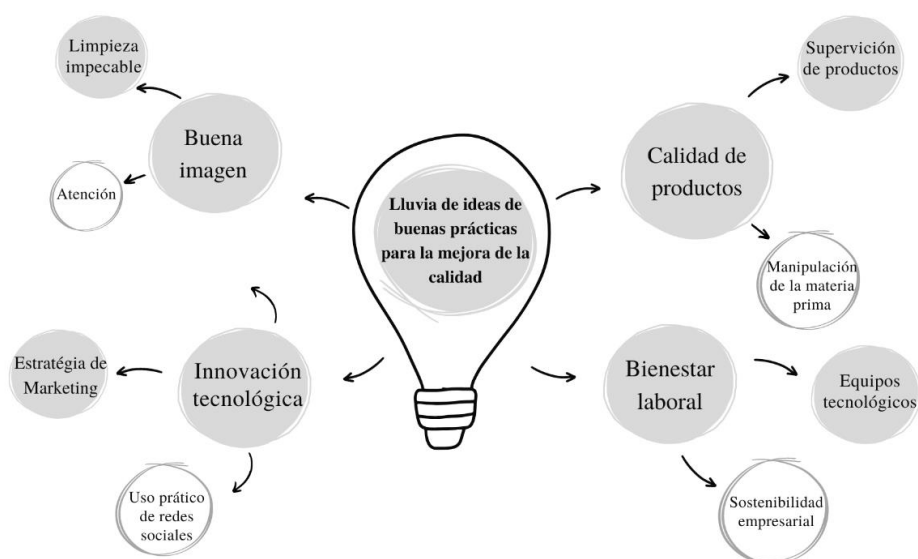
3.8 Estructuración de buenas prácticas Restaurante “Lo Nuestro”

3.8.1 Lluvias de ideas Restaurante “Lo Nuestro”

En este capítulo se aborda una lluvia de ideas que se muestra a continuación en la Figura 34.

Figura 34

Lluvia de ideas



Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos, 2023.

En consideración del proceso que se dio en la realización de lluvias de ideas se toma algunos aspectos que se involucran en la empresa, datos que fueron tomados mediante una entrevista realizada a la dueña y colaboradores del Restaurante “Lo Nuestro”.

Figura 35

Evidencia de trabajo en equipo para la recolección de información del restaurante



Nota. Imagen tomada desde el restaurante “Lo Nuestro”.

La información del restaurante fue recolectada con la ayuda de la dueña y los empleados, esto permite obtener datos del estado actual de la empresa.

3.8.2 Lista de buenas prácticas Restaurante “Lo Nuestro”

Las buenas prácticas se obtienen después de haber implementado la lista de chequeo que se muestra en la Figura 36.

Figura 36

Lista de buenas prácticas aplicada en el restaurante “Lo Nuestro”

Lista de Buenas Prácticas	
<input type="checkbox"/>	Facturación adecuada.
<input type="checkbox"/>	Tener documentos legales en físico.
<input type="checkbox"/>	Innovación tecnológica.
<input type="checkbox"/>	Redes sociales actualizadas.
<input type="checkbox"/>	Cumplir con los requisitos en orden.
<input type="checkbox"/>	Mejorar la atención y el plazo al entregar el servicio.
<input type="checkbox"/>	Implementar código QR del menú.
<input type="checkbox"/>	Capacitar constantemente a los colaboradores.
<input type="checkbox"/>	Integrar servicios en línea.
<input type="checkbox"/>	Adaptar un sistema informático en la parte contable.
<input type="checkbox"/>	Implementar enfoque sostenible medioambiental.
<input type="checkbox"/>	Poner en práctica las nuevas tendencias virtuales.
<input type="checkbox"/>	Incluir prueba piloto para medir el nivel de satisfacción de los clientes.
<input type="checkbox"/>	Incorporar nuevas normas de higiene y vestimenta a los empleados.

Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos, 2023.

Al incluirse las buenas prácticas en la empresa familiar “Lo Nuestro” aporta a la mejora de la gestión integrada e inteligente y específica.

3.9 Prueba piloto Restaurante “Lo Nuestro”

En el proceso de la aplicación de la encuesta piloto, se realiza las preguntas en forms obteniendo así un enlace permitiendo su acceso, que se adjunta a continuación; https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=AHmhMY11_EyxGvToPCe47UxGqCyHm1lJiBFfflpL-01UNTVMNUNPWVIwU0Y0MVMYVjFMS1JIR1VNQi4u,

La encuesta se determinó en un tiempo de 4 horas por cada día durante una semana, se utilizó una estrategia de crear un código QR, mediante la explicación de un video en YouTube el cual revelo que debía ingresar a la página RcodeMonkey donde se selecciona la categoría de enlace que se va a obtener y después se ingresa el enlace de las preguntas en forms, como último paso se selecciona el icono de crear código QR finalizando el proceso. Esta estrategia se utilizó para facilitar el acceso a los encuestados, por consiguiente, se muestra el código y evidencias de la aplicación de las encuestas en la Figura 37.

Figura 37

Código QR de la encuesta piloto



Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos, 2023.

El código QR se obtuvo mediante la explicación de un video informativo de YouTube, obtenido de: <https://www.youtube.com/watch?v=DTT26pODaBY&feature=youtu.be>

Figura 38

Evidencias de aplicación de código QR



Nota. Imagen tomada desde el restaurante “Lo Nuestro”

La aplicación del Código QR ayudo a tener una facilidad al momento de ser encuestados a los consumidores del restaurante.

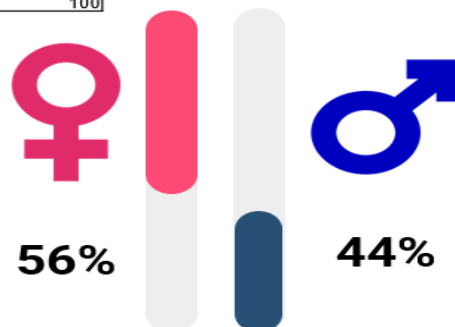
3.9.1 Tabulación Restaurante “Lo Nuestro”

En la empresa restaurante “Lo Nuestro” se aplicaron un total de 100 encuesta que se muestra en el siguiente análisis (Figura 39).

Figura 39

Género de las personas escogidas para la realización de las encuestas

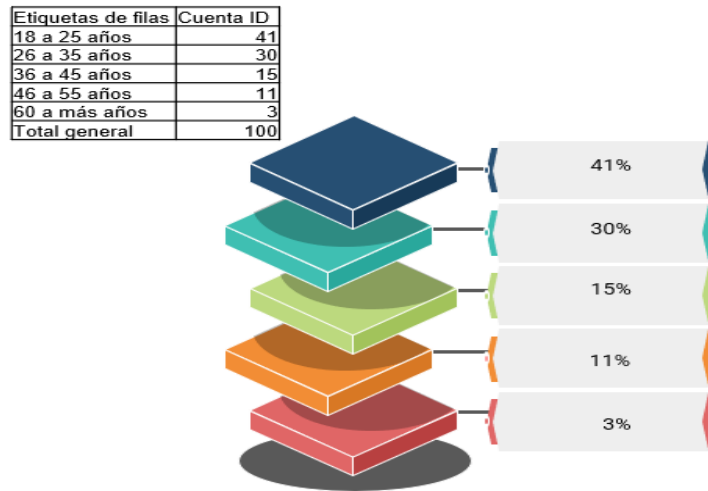
Etiquetas de fila	Cuenta de Género
Femenino	56
Masculino	44
Total general	100



Nota. En la figura anterior se muestran el tipo de géneros que fueron elegidos de forma aleatoria para la realización de las encuestas.

Figura 40

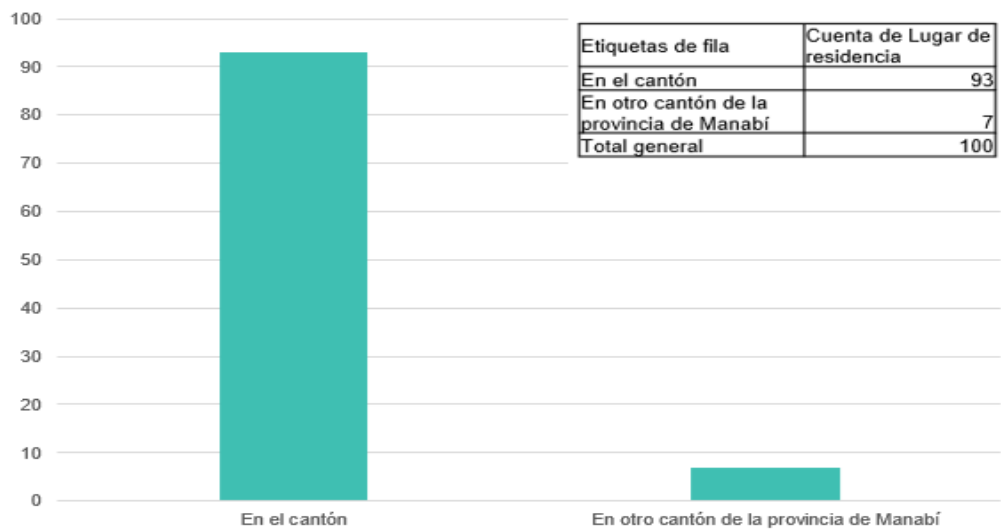
Rango de edades a los consumidores del restaurante “Lo Nuestro”



Nota. En la figura se muestra el rango de edades de los consumidores en la cual fueron encuestados.

Figura 41

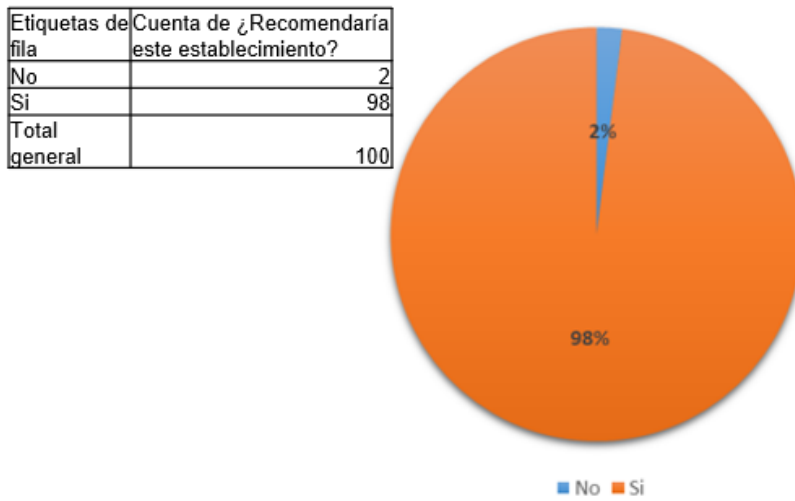
Lugar residencial de consumidores



Nota. Mediante la figura se interpreta que la mayor cantidad de consumidores residen en el cantón.

Figura 42

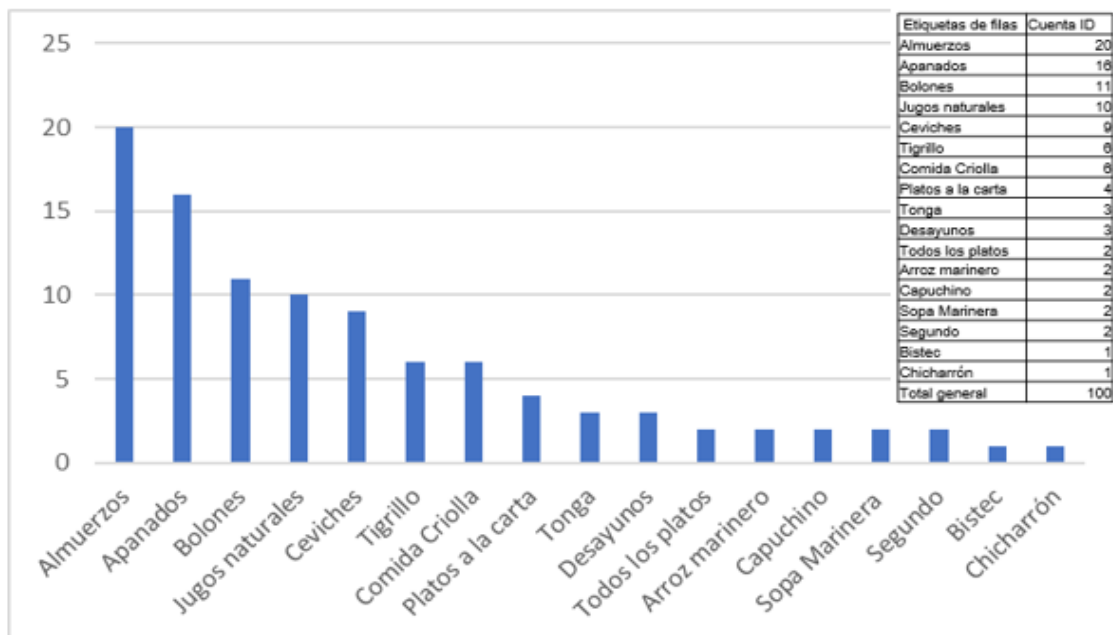
Recomendación del restaurante "Lo Nuestro"



Nota. En esta figura representa la recomendación del restaurante "Lo Nuestro" la mayoría de los encuestados optaron por recomendar el restaurante.

Figura 43

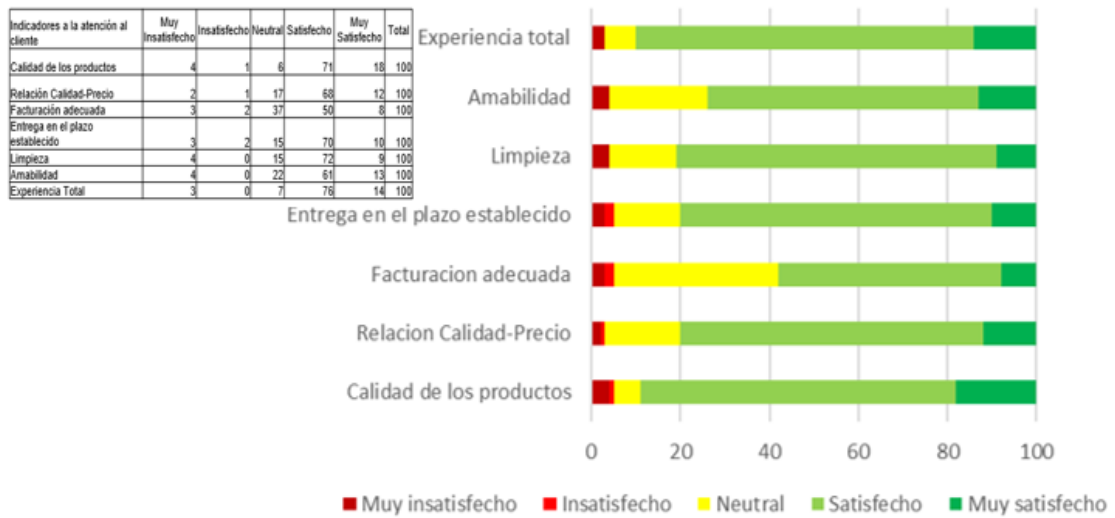
Alimentos y bebidas más consumidos por los clientes del restaurante "Lo Nuestro"



Nota. En la figura anterior representa los platos ofertados del restaurante Lo Nuestro y los más elegidos por los consumidores.

Figura 44

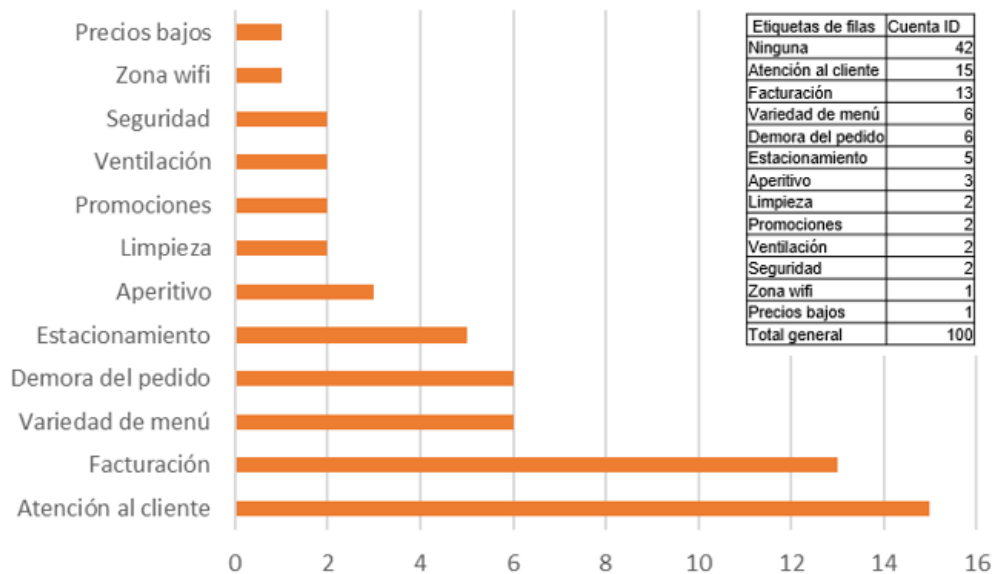
Indicadores de la atención al cliente



Nota. Los indicadores al ser evaluado mediante las encuestas se obtuvieron como resultado que los consumidores se encuentran satisfechos en mayor parte de los servicios que brindan el restaurante “Lo Nuestro”.

Figura 45

Sugerencias realizadas de parte de los consumidores de la empresa familiar “Lo Nuestro”



Nota. En la figura expuesta se da a conocer las sugerencias que los consumidores plantearon para la mejora del restaurante.

CONCLUSIONES

La investigación aplicada en el restaurante resuelve los problemas de la empresa ¿De qué forma se aporta a la mejora de la calidad en función de una gestión adecuada en el Restaurante “Lo Nuestro”? que mediante los métodos y técnicas se cumple los objetivos planteados al aplicarse las buenas prácticas.

La empresa familiar “Lo Nuestro” como determinación de políticas afines no cumple con todos los documentos oficiales en físico, por lo que se implementa una buena práctica.

El análisis de los indicadores muestra que 38,5 % se cumplen totalmente como son la colaboración, relación con proveedores que permiten mayores beneficios, inversión en bienestar laboral, equilibrio de la relación calidad-precio del producto, la inclusión de normativas, los servicio en línea, entre otras. No obstante, igual cantidad se cumplen parcialmente y los demás no se cumplen.

De acuerdo con la lista de chequeo se determinan los problemas que deberían tomarse en cuenta como, los enfoques de sostenibilidad para mejorar la calidad del servicio de la empresa familiar y la innovación tecnológica que es la fuente que permite promocionar el restaurante.

Se obtienen 14 buenas prácticas mediante la evaluación y análisis de cada proceso del restaurante “Lo Nuestro” a través de los indicadores de gestión integrada e inteligente y específico y la lluvia de ideas con los colaboradores, que ayuda a la mejora de la calidad de la empresa.

Una buena práctica de gestión integrada e inteligente se implementó en la creación de un código QR, para facilitar al momento de encuestar a los consumidores y así obtener los resultados de su experiencia total que es satisfactoria, y mostrando falencias como la facturación.

RECOMENDACIONES

Aprovechar los recursos tecnológicos modernos para exponer con más información lo que oferta el restaurante “Lo Nuestro”, con el fin de llamar la atención del cliente.

Incluir capacitaciones a colaboradores y dueña de la empresa donde se brinde información de cada función que tienen dentro del restaurante, con el fin de dar una atención de mayor calidad a los consumidores.

Cumplir con obligaciones legales como la facturación adecuada con el fin de proyectar una buena calidad de servicio a los clientes y así evitar sanciones por parte de las autoridades.

Utilizar los resultados en el desarrollo de la docencia e investigación en la carrera de Turismo.

REFERENCIAS

- Aguagallo, C. F., & Barral, O. P. (2022). Modelo de gestión empresarial para el patrimonio alimentario. *Contabilidad y Negocios*, 141-166.
- Almaguer, R., Pérez, M., & Torres, I. (2018). La gestión integrada y por procesos de los proyectos de desarrollo local. *Ciencias Técnicas*, 51-64.
- Aláez, J. D. (13 de Julio de 2022). Destinos turísticos inteligentes. *Ruo*, 36. Obtenido de <https://digibuo.uniovi.es/dspace/handle/10651/64163>
- Almaguer Torres, R. M., Pérez Campaña, M., & Torres Torres, I. C. (2018). La gestión integrada y por procesos de los proyectos de desarrollo local. *Centro de Información y Gestión Tecnológica de Holguín*, 51-64.
- Almodóvar, M. (2018). Tipo de emprendimiento y fase de desarrollo como factores clave para el resultado de las actividad emprendedora . *Cuadernos de relaciones laborales* .
- Boza, C. S. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Espacios* , 15.
- Buldi, G. L., Araújo, G. C., & Mariani, M. A. (2021). Empresas Familiares De Turismo Rural En Mato Grosso Do Sul. *Encuentro Internacional de Gestión, Desarrollo e Innovación*.
- Carrero, T. R. (2019). Los emprendimientos gastronómicos familiares: una estrategia para impulsar el desarrollo territorial. Universidad de Los Andes. Merida: ResearchGate. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/357636457_Los_emprendimientos_gastronomicos_familiares_una_estrategia_para_impulsar_el_desarrollo_territorial
- Corzo, A. (2018). Caracterización de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro-restaurantes campestres. *Uladech Católica*.
- Cruz, L. V., & Delgado, F. M. (2021). Evolución del control interno hacia una gestión integrada al control de gestión. *Estudios de la Gestión Revista Internacional de Administración* , 211-230.
- Ezaquias, J. E. (2022). La Gestión del Ecoturismo como Vía de Contribución al Desarrollo Local de Cuando Cubango, Angola. *Ciencias Administrativas*, 107-107.

- Font-Aranda. (2021). Perspectiva espacio - territorio en la gestión integral e inteligente de destinos turísticos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 94.
- Font, M., & Petrus, J. (2021). Metodología Para La Gestión Integrada E Inteligente De Destinos Turísticos De Manabí Ecuador. *Intern. Journal of Profess. Bus. Review*, 1-15.
- García, M. O., Ricalde, D. C., & González, R. O. (2021). Gestión del conocimiento enfocado a la competitividad en Empresas. *Mexico : Experiencias en innovación, competitividad y gestión*.
- Gutierrez, J., Borre, R., Diaz, G., & Sulbaran, N. (2018). Emprendimiento como fuente de desarrollo de la empresa familiar. algunas reflexiones sobre Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales*.
- Hirsch, J., Rodríguez, N., & Rosas, B. (2020). Decisiones gerenciales en empresas familiares en Querétaro, México. *Estudios en Ciencias Sociales y Administrativas de la Universidad de Celaya*, 07-26.
- Izquierdo, L. M., Ferrando, A. M., Tostado, M. S., & Rodríguez, A. R. (2022). Reinención del turismo en clave de inteligencia artificial. *fedea*.
- Ley N° 151 de 2020. (28 de Febrero de 2020). *Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación*.
- Loor Quiroz, O. R. (2018). Factores estratégicos para elevar la rentabilidad y ventas de la empresa familiar Disloorqui en la ciudad de Manta. *DSpace*.
- López, A., & Iannacone, J. (2021). La gestión integral de residuos sólidos urbanos en América Latina. *PAIDEIA XXI*, 453-474.
- López, G. (2018). Aplicación de las buenas prácticas de manufactura en el servicio de alimentos y bebidas de la asociación de expendedores de comidas preparadas 2 de May. Obtenido de Universidad Estatal Península de Santa Elena: <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/4524>
- Manzo, E., Fernandez, B., Caballero, D., Loor, C., & Cabrera, A. (2020). Higiene y manipulación de los alimentos en los restaurantes de Playita Mía de la. *Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad*, 60-65. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7685085>
- Martínez, Y., & Michael, V. (2018). La gestión integrada de los recursos hídricos: una necesidad de estos tiempos. *Ingeniería hidráulica y ambiental*, 58-72.
- Martínez, S. (2019). Software de gestión inteligente: ¿Cuáles son las tendencias del futuro?

- Martos, E. S., Ayala, J. C., & Osés, E. R. (2019). Clasificación de las empresas familiares en base a sus valores. Clasificación de las empresas familiares en base a sus valores. Cuadernos de Economía.
- Melgarejo, A. M., & López, I. S. (2018). La Planificación Y La Gestión Como Herramientas De Desarrollo De Los Destinos Turísticos. Turismo y Desarrollo local sostenible.
- Merlo, O. X., Cazar, A. F., & Benítez., J. P. (2019). Buenas prácticas de gestión administrativa en empresas de servicios en la ciudad de Ibarra. Dilemas Comtemporáneos, Educación, política y Valores .
- Ministerio de turismo. (2018, 05 de octubre). Reglamento de alimentos y bebidas. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf
- Miranda, A. M. (2021). Alineamiento de la comunicación en el proceso de diversificación de servicios de una empresa familiar. Caso del restaurante Mr. Girón. Pirhua.
- Muñoz, J. B., Neira, M. L., & Ormaza, J. E. (2021). Emprendimiento e innovación. Ciencias Sociales , 315-333.
- Nairo, R., Otto, P., Jenny, G., Deicy, N., Zulma, A., Felipe, v., . . . Robinson, L. (2020). Análisis de la Implementación de la Transformación Digital en las PYMES Manufactureras. Taller Artes y Letras S.A.S.
- Naranjo, R., Pelegrín, A., Ramón, L., Pelegrín, N., Pelegrín, L., & López, Y. (2019). Modelos de gestión turística: mirada crítica desde diferentes perspectivas. Recus. Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad. ISSN, 16-25.
- OMT. (2019). Directrices de la OMT para el fortalecimiento de las organizaciones de gestión de. Organización Mundial del Turismo.
- Orozco, F. C. (2021). Empresas Familiares una mirada a su funcionamiento . Mexico : w.w.w.unison.mx.
- Osorio, M. P., & Rodríguez, A. (2022). Implementación efectiva de las plataformas digitales en los procesos de consolidación del sector turístico en el departamento del Meta . Economía y Negocios , 17-28.
- Paitán, H. Ñ., Dueñas, M. R., Vilela, J. J., & Delgado, H. E. (2018). Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis. Bogotá: Ediciones de la U.
- Paitán, H. Ñ., Mejía, E. M., Ramírez, E. N., & Paucar, A. V. (2014). Metodología de la investigación cualitativa - cuantitativa y redacción de tesis . Bogotá: Ediciones de la U.

- Parra, I. M., Sosa, G. H., & Pérez, M. Á. (2021). Análisis de la oferta turística - gastronómica de Ecuador y la implementación de estrategias de marketing. Polo del Conocimiento, 1118 - 1137.
- Pérez, G. E. (2022). Plan de marketing para el servicio gastronómico mar e terra en Quito - Ecuador, mediante herramientas digitales. Master-ADME;010.
- Pérez, L. M. (2021). ¿Cómo genera valor el emprendimiento social de inclusión socio-laboral? Propuesta metodológica para la identificación y análisis de buenas prácticas. Revista de Estudios Cooperativos, 1-26.
- Ranasinghe, Dantharaya, Ranaweera, & Idroos. (2020). Papel de la inteligencia del destino en la formación de la satisfacción del turista: un SEM basado en atributos tecnológicos en Sri Lanka. Serie de conferencias IOP: Ciencias ambientales y de la tierra.
- Salvadeo, V., & Ruarte, P. (2018). Patrimonio mundial: Parque Nacional Talampaya-Importancia en la gestión turística. Serie correlación geológica.
- Salvador, D., & Hernandez, E. (2019). Experiencia de formación en gestión integral del patrimonio histórico y cultural en la universidad de cienfuego. Universidad y Sociedad, 248-253.
- Sampieri, R. H., & Torres, C. P. (2018). Metodología De La Investigación: Las Rutas Cuantitativa, Cualitativa Y Mixta. México : McGRAW.
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, M. d. (2014). Metodología de la investigación. México : McGRAW.
- Sanz, F. J., Castel, A. F., & Salvador, M. L. (2019). Prácticas de RSE en cooperativas. Experiencias y resultados mediante el estudio de casos. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 13-14.
- Shen, X. T. (2020). Diseño de un Sistema de Gestión de Servicios de Visitas Inteligentes para la Recolección de Información Personal con el fin de integrar la Gestión Turística en un Isla aislada. Ciencias Aplicadas .
- Solís, V. L., & Castillo, B. (2021). Pluralidad en las teorías del emprendimiento . Farem Estelí, 84-85.
- Sumba, R., & Santiestevan, K. (2018). Las microempresas y la necesidad de fortalecimiento: reflexiones de la zona sur de Manabí, Ecuador. Revista Universidad y Sociedad,, 323-326.

Verduga Vélez, E. R. (Marzo de 2022). Estrategias de marketing post covid 19 para la reactivación económica de restaurantes del centro de la ciudad de Manta. Espam Mfl, 111. Obtenido de Espam Mfl: <https://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/1735>

Villanueva, F. J. (2022). Metodología de la investigación. Mexico: Héctor Guerrero Aguilar. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=6e-KEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=metodologia+de+la+investigaci%C3%B3n+no+experimental&ots=WGKR3JDGbu&sig=tBKBenUoINXm3XkYTxUFXxkGVtU#v=onepage&q=metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20no%20experimental&f=false>

Woxi. (15 de Abril de 2021). Restaurante inteligente. Obtenido de <https://woxi.digital/2021/04/15/restaurante-inteligente/>

Zapata, F., & Roldán, V. (2018). La investigación - Acción participativa. Serie manuales y herramientas para la adaptación, 5.

ANEXOS

Anexo 1

Árbol del problema del restaurante “Lo Nuestro”



Nota. Macías-Vera & Palma-Saltos, 2022.

Anexo 2

Carta de solicitud



Uleam
UNIVERSIDAD CACICA
ELOY ALFARO DE MANABÍ

Facultad de Hotelería y Turismo

SOLICITUD PARA EL DESARROLLO DE INVESTIGACIÓN

Manta, 09/08/2022

Sra. Damaris Navarrete Mendoza

Dueña del restaurante Lo Nuestro

Nosotras, **Kerly Viviana Palma Saltos** con número de cédula **131368115-5** y **Dayanna Liseth Macías Vera** con número de cédula **135079523-1** estudiantes de la carrera de Turismo-2018 solicito a usted se apruebe el desarrollo del proyecto de investigación de nuestro Trabajo de Titulación que tiene como tema **"Buenas prácticas de gestión integrada e inteligente en la empresa familiar restaurante "Lo Nuestro"** el cual tributa al proyecto institucional "Metodología de gestión integrada e inteligente de destinos para la mejora homogénea de la calidad turística. Provincia Manabí" tiene por líder a la Dra. Mabel Font Aranda.

Por la atención a la presente quedo de usted muy agradecida.

Atentamente,

Kerly Palma

Kerly Viviana Palma Saltos
C.I: 131368115-5

Dayanna Macías V

Dayanna Liseth Macías Vera
C.I: 135079523-1



MABEL FONT ARANDA

Dra. Mabel Font Aranda
C.I: 175690067-4

Mabel Font Aranda

Recibido: 09/08/2022

Anexo 3

Carta de aceptación

Carta de aceptación de la empresa Familiar Lo Nuestro

Manta, 10 de agosto del 2022

Srtas.

Macías Vera Dayanna

Palma Saltos Kerly

Estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro De Manabí

Facultad Hotelería y Turismo

De acuerdo a la solicitud en la fecha 9 de agosto del 2022 se da a conocer que yo, Damaris Navarrete Mendoza propietaria del restaurante Lo Nuestro, mediante esta carta hago la siguiente aprobación para la realización del proyecto de investigación con el tema, **Buenas prácticas de gestión integrada e inteligente en la empresa familiar "Lo Nuestro"** a cargo de las estudiantes, Dayanna Liseth Macías Vera y Kerly Viviana Palma Saltos de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, con el fin de la realización de un trabajo excelente.

Atentamente,



Damaris Navarrete Mendoza

Propietaria del restaurante Lo Nuestro