



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Diagnóstico situacional del restaurante Zona Refrescante de la ciudad de Machala y propuesta de mejoramiento

**BRITO MUÑOZ JACOBO STEEVENS
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Diagnóstico situacional del restaurante Zona Refrescante de la
ciudad de Machala y propuesta de mejoramiento**

**BRITO MUÑOZ JACOBO STEEVENS
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTOS INTEGRADORES

**Diagnóstico situacional del restaurante Zona Refrescante de la
ciudad de Machala y propuesta de mejoramiento**

**BRITO MUÑOZ JACOBO STEEVENS
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

PACHECO MOLINA ANDRES MARCELO

**MACHALA
2022**

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL RESTAURANTE ZONA REFRESCANTE DE LA CIUDAD DE MACHALA Y PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

by BRITO MUÑOZ JACOBO STEEVENS
DE LA CRUZ ARDILA GENESIS LISSETH

Submission date: 06-Mar-2023 08:59PM (UTC-0500)

Submission ID: 2030773852

File name: TITULACI_N_TURNITIN_BRITO_-_ARDILA.docx (610.33K)

Word count: 8165

Character count: 43713

TITULACIÓN BRITO - DE LA CRUZ

ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	dspace.uniandes.edu.ec Internet Source	1%
2	repositorio.uladech.edu.pe Internet Source	1%
3	dspace.ups.edu.ec Internet Source	1%
4	repositorioacademico.upc.edu.pe Internet Source	1%
5	Submitted to Universidad Técnica de Machala Student Paper	<1%
6	moam.info Internet Source	<1%
7	www.repositorio.unu.edu.pe Internet Source	<1%
8	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Student Paper	<1%
9	docplayer.es Internet Source	<1%

10	dspace.unitru.edu.pe Internet Source	<1 %
11	repositorio.utn.edu.ec Internet Source	<1 %
12	www.entrepreneur.com Internet Source	<1 %
13	www.theibfr.com Internet Source	<1 %
14	es.slideshare.net Internet Source	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 15 words

Exclude bibliography On

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, BRITO MUÑOZ JACOBO STEEVENS, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado Diagnóstico situacional del restaurante Zona Refrescante de la ciudad de Machala y propuesta de mejoramiento, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



BRITO MUÑOZ JACOBO STEEVENS

0704758432

Resumen

Un problema común de muchos restaurantes al momento de empezar a funcionar es que no están organizados y dirigidos correctamente, acciones que repercuten en el clima laboral y el compromiso del empleado con la organización, de modo que uno de tantos otros factores que permiten a un emprendimiento trascender en el mercado con eficiencia, es la de cambiar la mentalidad de los colaboradores con la finalidad de tener perfiles idóneos para cada área de trabajo, por lo cual en el proyecto se plantea como interrogante, ¿Cómo influye la gestión del talento humano al momento de brindar un servicio en el restaurante zona refrescante? Por lo cual se planteó realizar un diagnóstico organizacional y fue relevante la construcción de una matriz FODA y se expone la creación de la misión y visión que ayudará al negocio a definir quiénes son y a donde quieren llegar, misión Tras una investigación exhaustiva para analizar la situación real del restaurante zona refrescante en relación a la gestión del talento humano, se identificó que el negocio se interesa por el tipo de personal a seleccionar, que este no solo posea alta experiencia en el cargo a desempeñar y dentro del análisis situacional, se evidenció grandes ventajas significativas para el negocio La gestión del talento humano debe ser aplicada no solo en los servicios de comida sino en todos los sectores hosteleros, pues ayudará a que las empresas atraigan, retengan y fidelicen a sus colaboradores, en función a ello permitirá aumentar la productividad.

Palabras clave: Diagnostico situacional, productividad, organización, talento humano, capacitación.

Abstract

A common problem with many restaurants when they start operating is that they are not organized and run correctly, actions that have an impact on the work environment and the employee's commitment to the organization, so that one of many other factors that allow a business to to transcend the market efficiently, is to change the mentality of the collaborators in order to have suitable profiles for each work area, for which the project poses as a question, How does the management of human talent influence the moment to provide a service in the refreshing zone restaurant? For this reason, it was proposed to carry out an organizational diagnosis and the construction of a SWOT matrix was relevant and the creation of the mission and vision that will help the business define who they are and where they want to go, mission After an exhaustive investigation to analyze the situation. of the refreshing zone restaurant in relation to the management of human talent, it was identified that the business is interested in the type of personnel to select, that this not only has high experience in the position to be carried out and within the situational analysis, great Significant advantages for the business The management of human talent must be applied not only in food services but in all hospitality sectors, as it will help companies attract, retain and retain their collaborators, based on this it will increase productivity.

Keywords: Situational diagnosis, productivity, organization, human talent, training.

Contenido

1	CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
	1.1 Objeto de estudio.....	4
	1.2 Problema de investigación.....	5
	1.3 Justificación.....	6
	1.4 Objetivos De La Investigación.....	6
	1.4.1 Objetivos Generales.....	8
	1.4.2 Objetivos Específicos.....	8
2	CAPITULO II: DESARROLLO DEL PROYECTO.....	8
	2.1 Marco Teórico.....	8
	2.1.1 Organización.....	9
	2.1.2 Cultura Organizacional.....	9
	2.1.3 Administración Estratégica.....	10
	2.1.4 Desempeño Organizacional.....	10
	2.1.5 Talento Humano.....	10
	2.1.1 Proceso de la Administración Estratégica.....	11
	2.1.1 Análisis Interno.....	12
	2.1.2 Análisis Externo.....	12
	2.1.3 Desempeño Laboral.....	12
	2.1.4 Análisis de cargos.....	13
	2.1.5 Restaurante.....	14
	2.1.6 Restaurante Zona Refrescante.....	14
3	CAPITULO III: METODOLOGÍA DEL PROYECTO.....	15
	3.1 Diseño de Investigación.....	¡Error! Marcador no definido.
	3.2 Tipo de la Investigación.....	15
	3.3 Nivel de Investigación.....	15

3.4	Diseño de la Investigación.....	16
3.5	Método de la Investigación.....	16
3.6	Instrumento de Recolección de Datos	17
3.6.1	Población objeto de estudio.....	17
3.6.2	Muestra	18
3.7	Análisis de Resultados.....	19
3.8	Contrastación Teórica de Resultados.....	30
3.9	Propuesta Integradora.....	¡Error! Marcador no definido.
3.10	Valoración de la Factibilidad: Dimensiones Técnica-Económica-Social-Ambiental	34
4	Capitulo IV: Conclusiones y Recomendaciones.....	36
4.1	Conclusiones.....	36
4.2	Recomendaciones	37
5	Referencias	38

1 **CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

2 Objeto de estudio

Para Leyva y Guerra (2020) un objeto puede percibirse de manera objetiva o subjetiva y su estudio surge de la necesidad por comprender e interpretar la naturaleza de dicho fenómeno, a su vez diseñar estrategias si el caso lo amerita; y, de acuerdo con Abreu et al., (2018) expresan que el objeto de estudio es todo aquello perceptible para el investigador y la naturaleza de este puede ser social, física o intelectual, por lo general estos hechos o fenómenos que se presentan tienen la peculiaridad de que surgen por la poca o ausencia total de información, se requiere de un análisis exhaustivo y preciso mediante procesos metodológicos para la investigación.

El objeto de estudio es un proceso que busca la esquematización epistemológica del suceso que se desconoce y que se busca analizar con mayor profundidad. Por otra parte, Meyer (2010) manifiesta que la delimitación del fenómeno de investigación implica identificar los enlaces teóricos más que metodológicos de manera que se reúna información esencial con el propósito de aportar con fundamentos epistémicos relacionados al conocimiento de dicha área.

El presente proyecto tiene como objeto de estudio al restaurante Zona Refrescante que se encuentra ubicado en la ciudad de Machala en la calle circunvalación norte entre Augusto Valle y Washington Villalta dentro del comercial “Unioro” el mismo que funcionaba desde hace ya varios años pero que debido a la pandemia cesó sus actividades. En el año 2021 la señora Marisol Loaiza adquirió la franquicia y actualmente cuenta con diez trabajadores, entre ellos: tres cocineros, un ayudante de cocina, cuatro meseros y dos bartender, atienden de martes a domingo y el horario comprende de martes a viernes de 16H00 a 23H00, sábado y domingo de 12H00 a 23H00.

3 Problema de investigación

Perissé (2020) en su estudio mencionó que el problema en la investigación se lo percibe a través del planteamiento de una pregunta que se contextualiza en base a un conjunto de información tomada de situaciones o hechos observados, los cuales deben ser expresados de manera semántica. Este entorno se caracteriza por tomar un estilo de redacción en un marco de lenguaje con filosofía científica, cuya esencia orienta de manera clara y correcta en lo que se desea descubrir, y facilita el enfoque de nuestra interrogante sobre lo que no se sabe; tal como argumenta Torres y Monroy (2020) donde definen la problemática como una interrogante que indaga la relación sobre ciertas variantes donde la complejidad del objeto sirve para diferenciar entre un problema general y uno científico.

Tal como lo define Espinoza (2019) en su estudio el problema de investigación surge por la necesidad del observador por dar una respuesta o solución al objeto de análisis, de modo que todo estudio científico asume el enigma como un hecho o fenómeno que requiere ser resuelto. expresa que el problema es una sistematización más, y parte del conjunto de elementos involucrados en el desarrollo, el cual parte de la insatisfacción, incógnita o la dificultad para estas ser explicadas o solucionadas.

Un problema común de muchos restaurantes al momento de empezar a funcionar es que no están organizados y dirigidos correctamente, acciones que repercuten en el clima laboral y el compromiso del empleado con la organización, de modo que uno de tantos otros factores que permiten a un emprendimiento trascender en el mercado con eficiencia, es la de cambiar la mentalidad de los colaboradores con la finalidad de tener perfiles idóneos para cada área de trabajo. Un negocio debe disponer puestos y funciones precisos e intangibles de forma que las tareas se cumplan enfocadas al horizonte que zona refrescante busca alcanzar.

Debido a las exigencias de los clientes que se centra en la calidad del servicio es importante que a todos los locales se esfuercen en brindar la asistencia debida a los comensales, por lo cual en el proyecto se plantea como interrogante, ¿cómo influye la gestión del talento humano al momento de brindar un servicio en el restaurante zona refrescante? En la actualidad los negocios culinarios son emprendimientos muy rentables que se enfrentan cada vez a nuevos retos que son demandado por los clientes sean estas exigencias en la calidad de producto, la atención dada o el entorno que se encuentra.

4 Justificación

La real academia de la lengua española define la justificación como el principio o fundamento que demuestra un hecho, en palabras de Fernández (2020) es el momento idóneo para demostrar un respaldo decisivo a determinado tema que se quiere explicar, dándole un aspecto objetivo más que subjetivo y logre mantener un abordaje crítico; en el aspecto teórico es como detectar un vacío científico que se busca llenar con el proceso de investigación, y en la parte práctica se da cuando se resuelve un problema o se plantean alternativas estratégicas de solución; en cuanto a Chaverri (2018) refiere que este paso del estudio no pretende producir afirmaciones decisivas sobre un tema, más bien busca interrogarlo con la finalidad de obtener nuevos criterios o actualizarlos.

De acuerdo con lo anterior en el Ecuador los negocios de restaurantes buscan optimizar la productividad de su equipo de trabajo con la finalidad de lograr más eficiencia en la utilización de recursos que se requiere para brindar el servicio que es la fuente principal de ingresos que van a procurar el vital desarrollo económico. Obando (2020) hace referencia que por este motivo los locales de este tipo buscan aumentar la productividad a través de la gestión del talento humano comprendiendo que con las funciones del servicio al cliente están estrechamente interrelacionados.

En la provincia de El Oro se ha aumentado considerablemente la competencia en los restaurantes después de la pandemia, y se ha observado que los nuevos locales se esmeran en diferenciarse e invertir más en sus instalaciones para sobresalir ; sin embargo, no se están llevando a cabo mejoras en la preparación del equipo de trabajo que juega un papel importante; tal como argumentan Izquierdo y Vasquez (2018) señalan que toma años reclutar, capacitar y desarrollar el personal necesario para la conformación de grupos de trabajo competitivos, es por ello que las organizaciones han comenzado a considerar al talento humano como su capital más importante y la correcta administración de los mismos como una de sus tareas más decisivas.

En la ciudad de Machala dentro del comercio de los restaurantes, según Pérez et al. (2019) la planificación estratégica es vital para poder hacer de este negocio una actividad sostenible y sustentable, muestra de ello muchos negocios amplían su portafolio de servicios o productos, tal es el caso del negocio Zona Refrecante que inicialmente comenzó siendo una heladería y que a la presente fecha es un restaurante que ofrece platos a la carta entre otros; como resultado propio de la dinámica comercial, como de la visita de turistas recordando que la actividad de la gastronomía con la actividad turística están ligadas intrínsecamente.

5 Objetivos De La Investigación

Los objetivos de investigación según Tapia et al. (2018) son expresiones que anuncian la finalidad que se quiere alcanzar con el propósito de resolver las interrogantes del estudio a tratar. Son las tareas que guían el proceso que se tomara durante la indagación, es decir, cristalizar que es lo que queremos lograr; y para ello es importante que se manifiesten con verbos redactados de forma sencilla, concreta y viables; por otro lado, para Bastidas (2019) la importancia radica en que no solamente nos marca el camino a seguir, sino que determina específicamente hacia donde vamos para evitar desviaciones que tomen mucho

tiempo; esta apreciación, aunque suena obvia, no es tomada en cuenta por muchos investigadores, especialmente los más novatos.

6 Objetivos Generales

Según García y Sánchez (2020) puntualizan que el objetivo general es una síntesis del problema, que precisa la finalidad y limita el tema a tratar, en otras palabras, concreta la idea principal que orienta con un enfoque global el campo de acción que se debe tomar para cumplir de manera canalizada lo que se quiere lograr. En este análisis único es importante aplicar la taxonomía de Bloom que gracias a su clasificación de niveles de conocimiento contribuye a conocer el verbo infinitivo apropiado para el tipo de investigación a realizar. El presente proyecto tiene como objetivo general proponer acciones de mejora de la situación organizacional en el restaurante Zona Refrescante para optimizar el servicio brindado.

7 Objetivos Específicos

Para Arias et al. (2020) se plantean varios objetivos específicos en un orden lógico, encaminados a cumplir cada etapa del proceso, son coherentes y medibles; tales anunciados se interrelacionan dependiendo del alcance, diseño y situación. Finalmente, reflejan los aspectos y estrategias alineados a la ejecución de la meta general. Como objetivos específicos del presente proyecto se suscita: analizar la situación actual de la gestión de talento humano del restaurante; establecer un análisis FODA del estado real de la situación organizacional; definir el horizonte que exprese mejor el propósito que busca Zona Refrescante.

8 CAPITULO II: DESARROLLO DEL PROYECTO

9 Marco Teórico

Desde el punto de vista de Gómez et al. (2013), como se citó en Espinoza (2018) destaca que la importancia del marco teórico consiste en recopilar estudios relacionados al tema

de investigación la cual su grado veracidad está considerado por no más de cinco años a la fecha actual del análisis; de igual forma Gallego (2018) plantea que en esta etapa se evidencia los conceptos relevantes que ayudan a dar explicación a profundidad del planteamiento del problema con precisión de carácter académico.

10 Organización

De acuerdo a Fassio (2018) las organizaciones son agrupaciones de personas que conforman una unidad compleja, persiguen un objetivo en común, están compuestas de elementos que poseen diferentes funciones y a su vez están interrelacionadas, dirigidas o enfocadas hacia el cumplimiento de dichas metas; por lo consiguiente, Arévalo y Ortiz (2019) se refieren a las organizaciones como entidades con una composición exacta y objetivos precisos cuyo valor se centra en el recurso humano, que a través de su intercomunicación realizan de manera sincronizada acciones que permiten alcanzar los objetivos planteados.

11 Cultura Organizacional

De acuerdo con la investigación de Gonzáles et al., (2018) demuestran que las personas se encuentran más satisfechas con su trabajo cuando la cultura organizacional se preocupa por ellos, lo que causa un impacto positivo en su comportamiento y por consecuencia en los resultados de la empresa; como dicen Rivera et al. (2018) definen la cultura organizacional como el conjunto de significados y valores que sirven de marco de referencia para los miembros de la organización, estas características son impalpables y delimitan la forma en que se relacionan el equipo de trabajo en su entorno laboral, de esta manera cuando se presentan problemas de adaptación o integración, la cultura puede facilitar o dificultar la solución.

Por otra parte, Belalcázar (2012) destaca que la importancia de la cultura organizacional radica en el compromiso colectivo hacia una mayor productividad por parte de los diferentes grupos de interés, convirtiéndolos en un equipo motivado que se desarrolla dentro de un entorno que mejora el rendimiento y bienestar individual, pues todos tributan a que los objetivos y las metas planteadas sean alcanzadas sin descuidar el cumplimiento del horizonte empresarial.

12 Administración Estratégica

Según Blacutt (2019) la administración estratégica se define como la facultad de plantear, aplicar y valorar la toma de decisiones que se centran en alcanzar los objetivos. Todo esto se enfoca en la unificación de la parte administrativa, financiera, contable, mercadotécnica, operativa, productiva, investigativa y canales informativos que trabajan como un proceso reflexivo que encamine hacia la acción. Es decir, es una herramienta de análisis situacional que identifica cual es la estrategia ideal para la eficiencia de los recursos a su vez facilita un plan o modelo de acción veraz que conlleve a cumplir los objetivos.

13 Desempeño Organizacional

Según Ramírez et al. (2022) la utilización de recursos humanos materiales y financieros en una organización producen resultados medibles, éstos se comparan y se verifican con los objetivos previamente planteados para determinar si se lograron o no, y a la interpretación del nivel del cumplimiento alcanzado se la conoce como desempeño organizacional; Para Bernal et al. (2020) dentro del desempeño organizacional lo más importante es el recurso humano debido a que en el mundo de los negocios siempre surgen nuevos retos, y para afrontarlos tenazmente se va a necesitar de personal altamente talentoso, innovador, negociador y comprometido con la empresa.

Dentro de los retos estos residen en la posibilidad que tiene una empresa para lograr sus metas como: resultados económicos, calidad de producto o servicio, buen ambiente laboral, máxima satisfacción de los clientes, entre otros. Por tal razón las compañías invierten en evaluaciones de desempeño del personal que proporcione información de las capacidades y habilidades en el que se encuentran los colaboradores con la intención de obtener una base para la toma de decisiones que mejoren el rendimiento.

14 Talento Humano

Como señalan Ramírez et al., (2019) el talento humano radica en elaborar cualidades competitivas. En los últimos tiempos las organizaciones reclutan personal y priorizan la experiencia con el objetivo que se desenvuelvan eficientemente en las actividades que debe de cumplir en calidad de empleado, siendo este un activo fundamental que contribuye como el principal factor de crecimiento productivo de toda institución. Para Obando (2020) es importante antes de contratar personal, conocer detalladamente cuales son las habilidades que posee un individuo a fin de saber cuál es la capacitación más adecuada para que el nuevo trabajador pueda acoplarse e incorporarse con facilidad a las actividades de la empresa.

14.1.1 Proceso de la Administración Estratégica

De mismo modo manifiesta Hill y Jones (2011) que toda empresa busca obtener ventajas competitivas sobre la competencia a través de la elaboración y aplicación de estrategias sistematizadas con la finalidad de tener un crecimiento sostenible; El proceso tiene cinco pasos principales: 1.- Elegir la misión y las principales metas corporativas; 2.- Analizar el entorno competitivo externo para identificar las oportunidades y amenazas; 3.- estudiar el ambiente operativo interno para identificar sus fortalezas y debilidades; 4.- elegir estrategias que se basen en las fortalezas dentro de la organización y corrijan sus

debilidades con el fin de aprovechar las oportunidades y contrarrestar las amenazas externas; 5.- implementar las estrategias.

14.1.1 Análisis Interno

Como señala Ibarguen et al., (2019) el análisis interno son los aspectos que determinan cómo se compara la empresa frente a la competencia, tales que sus capacidades y elementos deben ser aprovechados al máximo; Desde la posición de Lana (2008) este estudio se centra en demostrar deficiencias y características de la organización, es decir reconocer aquellas fortalezas y debilidades con la que cuenta, debido a que son situaciones que están dentro del control de la organización; además esta investigación expone todo lo que se posee como recurso físico, intangible, humano, innovación, tecnológico, imagen y capacidad.

15 Análisis Externo

Citando a Ramírez et al. (2020) el análisis externo son los aspectos que determinan el ambiente donde se desenvuelve la empresa, teniendo muchas veces cambios inesperados para los que no se está preparado; en esta perspectiva aparecen situaciones que se escapan del control de la organización a diferencia del análisis interno como por ejemplo: entorno político, legal, económico, tecnológico, social, evolución de mercados y la competencia. El principal objetivo es detectar las amenazas que se presenten para prevenirlas y minimizarlas, así como también las oportunidades para aprovecharlas.

16 Desempeño Laboral

Heredia y Narváez (2021) afirman que el desempeño laboral es el conjunto de características que identifica la calidad del trabajador al efectuar determinadas tareas de manera competente y el comportamiento que pone en juego sus habilidades interpersonales para trabajar en equipo. Según Yupanqui (2022) el desempeño laboral

depende de las condiciones empleadas por los gerentes, es decir, si mantienen al talento humano en constante capacitación, si recompensan al personal por actividades que hacen que la empresa sobresalga entre la competencia, oportunidades de crecimiento profesional y personal, entre otros aspectos que posibilitan una mejor adecuación para el desarrollo de las tareas.

Además, aquí toma relevancia el área de talento humano cuya misión es mantener un grupo de trabajo motivado y capacitado en un ambiente laboral que permita aportar positivamente al desarrollo y productividad de la organización. Para ello es necesario monitorear desde el trabajo realizado y el resultado obtenido, también evaluar si el personal está preparado para un suceso inesperado.

17 Análisis de cargos

Desde el criterio de Assafiri et al., (2019) el análisis de cargos pretende analizar y definir todos los requerimientos, obligaciones y responsabilidades que un cargo requiere, así como también cuál es la exigencia de la función que se va a cumplir para poder ejercer el puesto de manera adecuada y eficiente. Como argumentan Ramírez et al., (2018) toda empresa tiene un estudio minucioso de cada una de sus áreas o departamentos, ahí sobresale el organigrama que detalla y organiza de manera jerárquica los diferentes cargos de menor a mayor rango, desde el conserje hasta el presidente, donde todas las actividades están interrelacionadas para la consecución de una meta en común.

Entonces, esto proporciona la base para la orientación profesional y toma de decisiones en mejoras continuas. en su estudio se debe considerar cuatros aspectos que son: intelectuales, físicos, responsabilidades y condiciones laborales: los cuales son vitales en el momento de seleccionar la persona adecuada para ese cargo. Por otro lado, al definir un puesto de trabajo se toma en cuenta procesos como: descripción, diseño y evolución

del cargo para encontrar mejoras, por lo general cuando se está en busca de quien ocupe un puesto es necesario realizar una entrevista para conocer de manera directa las capacidades del aspirante.

18 Restaurante

Teniendo en cuenta a Puyuelo (2017) citado por Pacheco y Conde (2020), los restaurantes son uno de los negocios más antiguos y tradicionales, cada vez son más las personas que se unen a esta actividad alimentaria, se exponen a una ola de desafíos por la variedad gastronómica y la creatividad de la competencia. Por lo general se caracterizan por ser lugares acogedores que transmiten un ambiente social o familiar, para los propietarios es primordial la calidad y la atención al cliente como puntos clave, el servicio a la mesa y las entregas a domicilios. Su principal función es la producción de comida junto a variedades de bebidas, existen numerosas preparaciones y tipos de cocina, por lo que se pueden clasificar como restaurantes chinos, italianos, mexicanos etc.

Un restaurante suele consistir de un amplio salón en el que se encuentran ubicadas distintas mesas con sus respectivas sillas y en donde los clientes se sientan a degustar los platillos; En las mismas se halla una carta en la que se presentan todas las opciones del menú que se pueden consumir, entre ellas están, entradas ligeras como pastas y ensaladas, platos fuertes, especialidades, piqueos, postres etc., asimismo se presentan los precios y en donde un camarero suele tomar los pedidos de los clientes y servirlos cuando estén listos.

19 Restaurante Zona Refrescante

Es importante destacar la gestión del talento humano dentro de una empresa gastronómica de la ciudad de Machala, empleando para ello una planificación estratégica de los servicios que se ofrecen, así como de la atención al cliente que busca direccionarse al

cumplimiento de los objetivos convirtiendo a Zona Refrescante en un referente a nivel local; este emprendimiento se encuentra ubicado en la calle Circunvalación norte entre Augusto Valle y Av. Washington Villalta, en sus inicios fue una heladería para luego ofrecer platos a la carta, y, a la presente fecha es un restaurante que ha buscado llegar al público destacándose en la calidad de atención y servicio.

En el presente proyecto integrador se apunta a diagnosticar desde las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) del negocio gastronómico “Zona Refrescante” para identificar su proceso administrativo interno y revisar su planificación estratégica, lo que se aspira es potenciar el proceso organizacional tanto de la atención al cliente como de los productos que oferta zona refrescante a su clientela y ampliar la cobertura a nuevos comensales que conozcan de los servicios y recomienden sus productos, para ello se revisara la misión, visión y objetivos de la empresa, considerando que la propuesta inicial fue en el año 2010 y podría ser necesaria la actualización de los mismos, en base a la realidad y el contexto actual.

20 CAPITULO III: METODOLOGÍA DEL PROYECTO

21 Tipo de la Investigación

El enfoque correspondiente al presente proyecto es descriptivo, según Cifuentes (2019), consiste en detallar las cualidades y particularidades del objeto estudiado, así como planificar previamente un método de recolección de datos que permita interpretar estadísticamente al fenómeno. Por tal razón, se decidió este tipo de investigación con el fin de recopilar información de fuentes fidedignas y que dichos datos contribuyan a la búsqueda de soluciones del problema en cuestión.

También, se determinó realizar una investigación explicativa, ya que de acuerdo a Ramos (2020), busca que el investigador de respuesta al problema planteado, siendo ¿Cómo influye la gestión de talento humano al momento de brindar un servicio en el restaurante Zona Refrescante? y para aclarar aquello es necesario el cumplimiento de los objetivos específicos expuestos en la investigación.

Así mismo, otro tipo de análisis presente es la correlacional; desde el punto de vista de Cifuentes (2019), consiste en comprender el objeto de estudio con el uso de la cuantificación para entender la relación que existe entre dos o más concepciones. Bajo dicho concepto, se consideró este tipo para relacionar el grado de agrupación de los datos, comparándolos con otros estudios.

22 Nivel de Investigación

En la presente investigación se determinaron tres tipos de niveles en coherencia con los objetivos planteados, los cuales son: descriptivo, explicativo y exploratorio; de acuerdo a Ortega (2017) el primero consiste en caracterizar criterios reales del objeto de estudio; desde la posición de Hernández (2019) el segundo se enfoca en esclarecer las causas de los acontecimientos suscitados en la indagación y el tercero busca profundizar el estudio del problema cuando no está comprendido en su totalidad. En base a las definiciones, se indagó sobre la gestión del talento humano y los efectos que causa en los trabajadores al momento de brindar un servicio, para luego proceder a sintetizar los resultados a fin de que permitan soluciones favorables a la problemática planteada.

23 Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación es no experimental de carácter transversal, porque recae en un diagnóstico situacional de un restaurante, con ayuda de cuestionarios la información fue recolectada, analizada y procesada, sin alteración de los resultados, además, los datos

fueron tomados del momento y no se encuentran relacionados con años anteriores. De acuerdo a Arispe et al., (2020) las variables no fueron manipuladas, su análisis se da por medio de instrumentos y métodos previamente estructurados relacionados al enfoque de la investigación.

24 Método de la Investigación

El método aplicado en la investigación fue el deductivo, de acuerdo a Rodríguez y Pérez (2017) parte de lo universal a lo específico. Es por ello que, se indagó en la cultura organizacional, para luego determinar la influencia de la gestión del talento humano al instante de brindar un servicio. También, está presente el enfoque cuantitativo, debido a la naturaleza de este método que consiste en el análisis estadístico de la información recopilada; por otro parte, Finol y Vera (2020) enfatizan que mediante este proceso se puede encontrar patrones que sustenten la hipótesis planteada o permiten hallar nuevas suposiciones.

25 Instrumento de Recolección de Datos

Lama et al., (2021) proponen criterios en la selección de los instrumentos valorando su utilidad, potencial y delimitantes, por lo general las herramientas son utilizadas para uso práctico ya que permiten tener un registro de datos recopilados y este se clasifica según su finalidad. En el presente estudio la herramienta aplicada fue la encuesta que sirvió de gran ayuda en la recolección de la información elemental para la investigación; según García (1986) citado por Falcón et al., (2019) la encuesta es un instrumento aplicable por medio de cuestionarios a una población amplia que permite la cuantificación de datos para su respectivo análisis.

De modo que, se seleccionó esta técnica y se aplicó de forma presencial a los colaboradores y consumidores del restaurante Zona Refrescante con el fin de recabar

información sobre la influencia de las prácticas de talento humano con la experiencia recibida en atención y servicio brindado; también, aportó a la investigación ya que se deseaba establecer el diagnóstico situacional del restaurante, y, la información obtenida cedió a la elaboración de la matriz FODA y en función a ello estrategias de mejora.

Se elaboró dos cuestionarios, en el caso de los trabajadores el informe estuvo compuesto de 11 ítems, entre ellos: tres preguntas de opción múltiple, para Cruz et al., (2021) consiste en incógnitas con diferentes respuestas, donde el encuestado debe seleccionar una en función a sus conocimientos; cinco preguntas de respuesta dicotómica, según Edelsztein y Galagovsky (2021) presenta dos opciones sí o no; y, tres interrogantes basados en la escala de Likert que constó de 4 alternativas, Matas (2018) expresa que es una escala utilizada para conocer la valoración a las interrogantes desde la perspectiva del encuestado; mientras que, el cuestionario de los clientes abarco 9 ítems, cuatro de opción múltiple y cinco basados en la escala de Likert con cinco alternativas.

26 Población

Una población objeto de estudio, según Robles (2019) es un conjunto de elementos definidos que mantienen una serie de atributos accesibles y se localizan en un espacio delimitado, el cual sirve de referencia para la selección de la muestra. En el presente estudio se determinó la población como finita, debido a que en los datos del INEC 2021 expuestos en estudios de Vera et al., (2022) afirmaron que en el cantón Machala existen 129.969 personas económicamente activa que tomamos como referencia para la investigación.

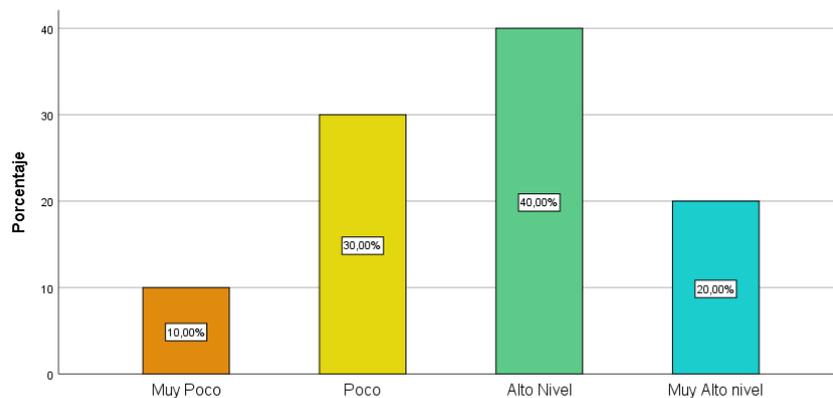
27 Muestra

Según Arispe et al., (2020) la muestra es la selección específica de una determinada parte de la población, su beneficio consiste en ahorrar tiempo y facilitar la toma de datos. Además, el número de usuarios a encuestar se definió por medio de la técnica de muestra por conveniencia, pues Otzen y Manterola (2017) señalan que el investigador tiene la facultad de decidir el número de personas que participaran en el estudio. Bajo esta definición, se expone que la muestra correspondiente a la presente investigación comprende 100 personas económicamente activas que consumen en el restaurante Zona Refrescante, con el fin de que los resultados obtenidos sean realistas y conlleven a resultados confiables.

28 Análisis de Resultados

Figura 1.

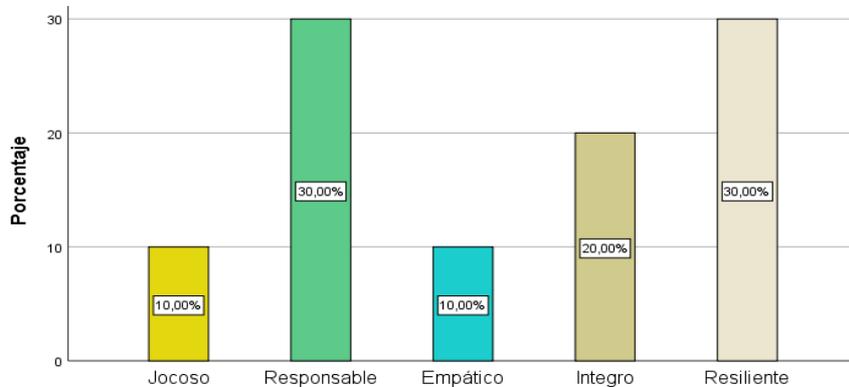
En una escala del 1 como grado más bajo y 5 como más alto. ¿Qué nivel de experiencia en el área que trabaja considera tener?



Los trabajadores del restaurante Zona Refrescante mantienen un alto nivel de experiencia, razón por la cual son capaces de desempeñar cada una de sus funciones según el puesto en el que trabajan, el 60% de los encuestados ponderaron a este indicador en un rango de muy alto-alto; mientras que, un 30% indican tener poco nivel de experiencia y un 10% muy poco.

Figura 2.

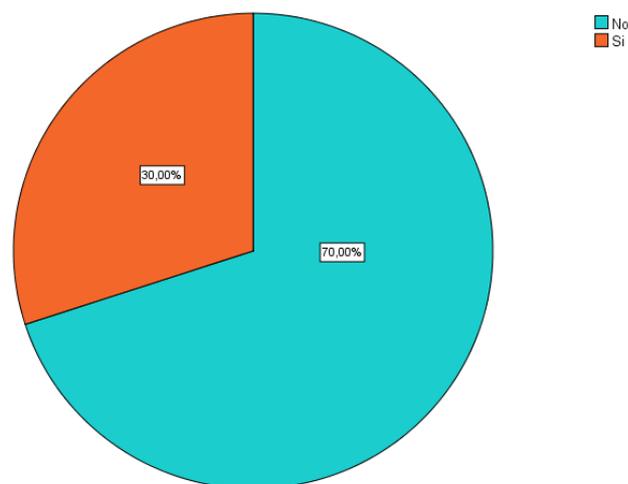
Seleccione una opción ¿Qué cualidad distingue en usted en el trabajo en equipo?



El carácter de los colaboradores en el trabajo en equipo es importante, pues incrementa la creatividad y motivación permitiendo que las actividades realizadas tributen al alcance de objetivos, en tal caso el 60% de los encuestados indicaron que las cualidades que más los resaltan al realizar trabajos en equipos son responsable y resiliente, sin embargo, un 10% adoptan características jocosas, acciones que impiden que el grupo trabaje de la mejor forma.

Figura 3.

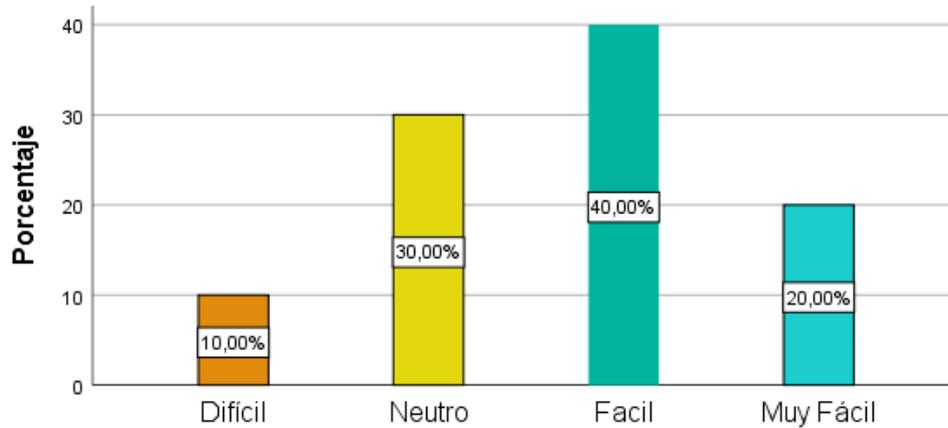
¿Conoce usted, si la empresa se maneja con protocolos, instructivos o reuniones que optimice sus funciones en relación a la atención y el servicio?



En base a los resultados del pastel, el 70% de los trabajadores indican que el negocio no cuenta con algún apoyo o guía que mejore las funciones de los trabajadores, mientras que un 30% dice si conocer que existe métodos para brindar un óptimo servicio;

Figura 4.

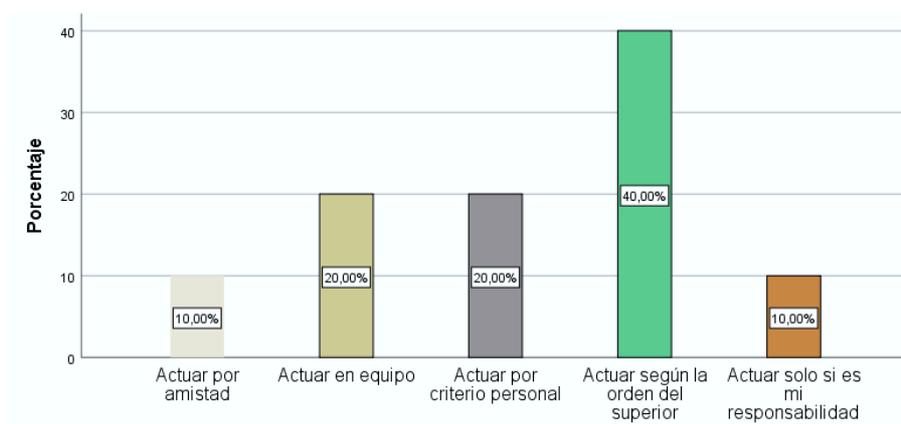
Según por experiencia ¿Qué tan fácil o difícil le resultaría resolver algún inconveniente inusual que pueda suscitarse al haber brindado un servicio?



Más de la mitad de los trabajadores señalan tener la seguridad para responder con facilidad a cualquier inquietud que se pueda presentar con un cliente, pero existe un 30% que considera no estar seguro de que tan fácil o difícil podría resolver un problema, y, un 10% considera que es difícil; aquello permite determinar que gran parte del personal cuenta con la experiencia necesaria para actuar ante diferentes situaciones que se presentan con los comensales.

Figura 5.

¿Cómo actuaría ante imprevistos que este afrontando un compañero con el cliente?

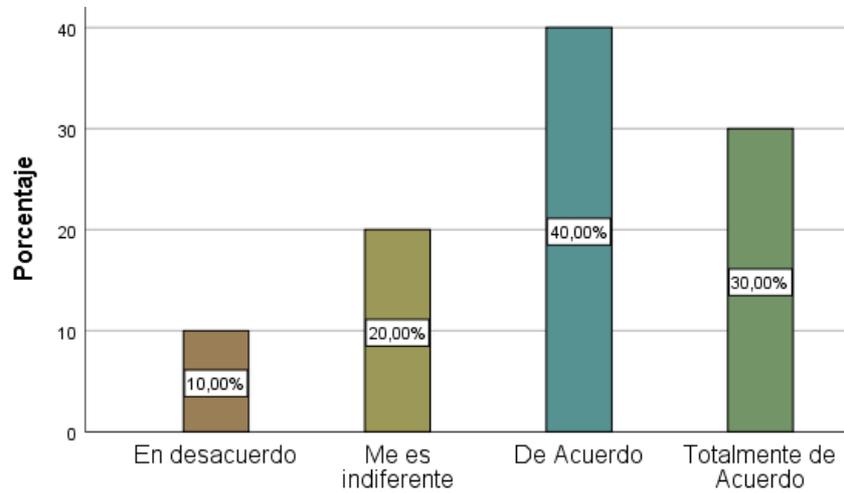


Más de la mitad de los encuestados, señalan que el actuar ante imprevistos suscitados entre compañeros de trabajo con los clientes es únicamente si el superior ordena su intervención, de esta forma evitan que dichos conflictos se extiendan y repercutan en otras

acciones; los restantes, indican proceder según sea el caso: en equipo, a criterio personal u actuar bajo responsabilidad.

Figura 6.

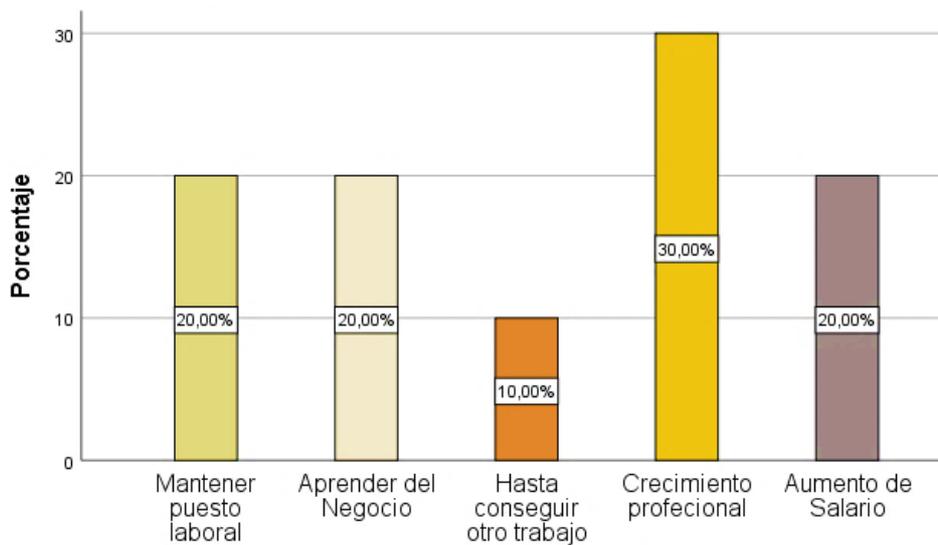
¿El ambiente laboral es propio para la buena ejecución de sus labores?



El ambiente laboral presente en el negocio es apropiado para la correcta ejecución de las tareas asignadas, sin embargo, se debe prestar atención a recomendaciones u opiniones de los encuestados, pues, una minoría señala no estar conforme con el entorno, lo que impide que el trabajador se desenvuelva eficientemente.

Figura 7.

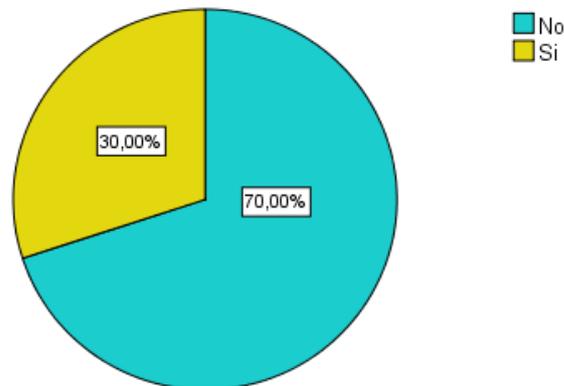
¿Qué expectativas tiene a futuro con la empresa?



El 30% de los encuestados indican que buscan crecer profesionalmente en el área que se desempeñan, pues, dan lo mejor de sí y ponen en práctica cada una de las recomendaciones por parte del gerente, un 20% se centran en mantener sus puestos, al igual que aprender más del negocio y en función a ello recibir un aumento salarial por su aporte al crecimiento del negocio, adicional a ello, un 10% están en sus puestos hasta que se les presente nuevas ofertas de trabajo.

Figura 8.

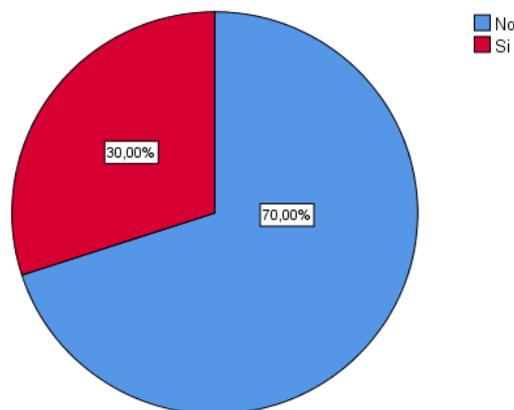
¿Existe algún trato especial para los clientes más frecuentes?



Con un mayor porcentaje a la opción si, los encuestados indican que el trato para los clientes frecuentes es el mismo que para cualquier otro cliente, imposibilitando así brindar una atención personalizada para la fidelización de los mismos.

Figura 9.

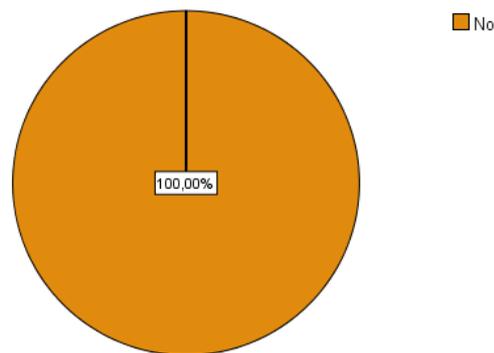
¿El equipo de trabajo se organiza y se prepara cuando existen festividades o eventos?



El actuar de los trabajadores ante un elevado número de clientes por situaciones como festividades o eventos, es el mismo que manejan en cualquier ocasión, pues no existe un plan de actividades o distribución de las tareas que debe cumplir cada quien, aquello se evidencia en los resultados de la encuesta ya que el 70% marco este indicador como “no”.

Figura 10.

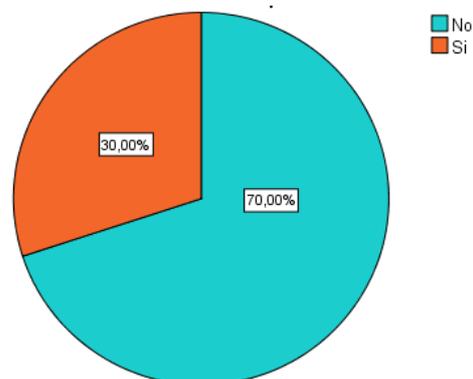
¿Conoce la misión, visión de la empresa?



Se encontró que todos los trabajadores no conocen ni la misión ni la visión.

Figura 11.

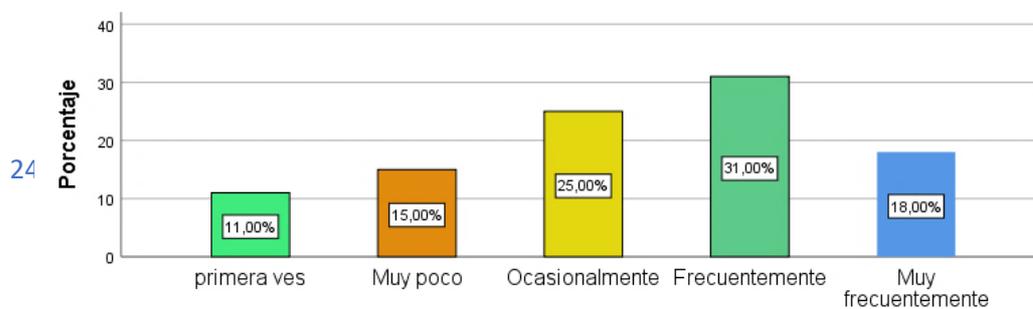
¿Cree que los objetivos y metas del restaurante se cumplen?



Al no conocer el horizonte empresarial, los trabajadores desconocen si las actividades que realizan tributan al alcance de objetivos de la organización.

Figura 12.

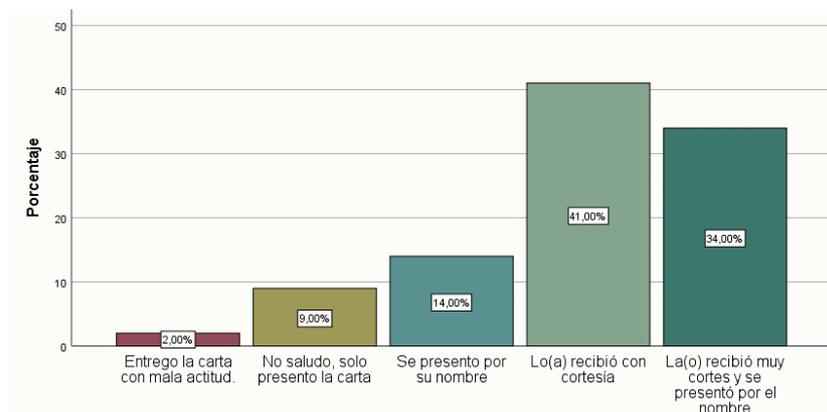
¿Con que frecuencia acude a Zona Refrescante?



El gráfico evidencia que el 49% de las ventas corresponde a las personas que acuden al establecimiento en un rango de muy frecuente-frecuente, 25% por clientes ocasionales, 15% usuarios que son de vez en cuando y un 11% a quienes visitan por primera vez, se puede interpretar que gran número de los comensales visitan muy seguido el local.

Figura 13.

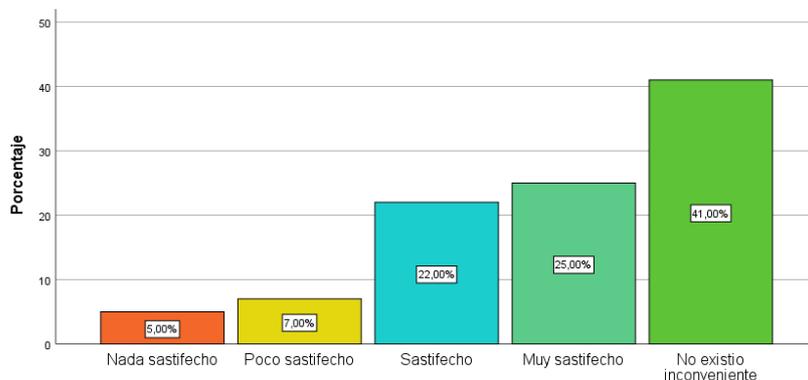
¿El mesero se presentó usando alguna de estas opciones?



El actuar de los meseros permite que el local sea visitado y recomendando, pues, el 41% de los clientes señalan que los meseros son corteses, el 34% son corteses y crean un vínculo con el cliente al presentarse por su nombre, un 14% se presentan solo usando su nombre y un 11% no está aplicando buenas prácticas de atención,

Figura 14.

Si existió algún inconveniente en el servicio, ¿Qué tan satisfecho quedo con la solución presentada por quien lo atendió?

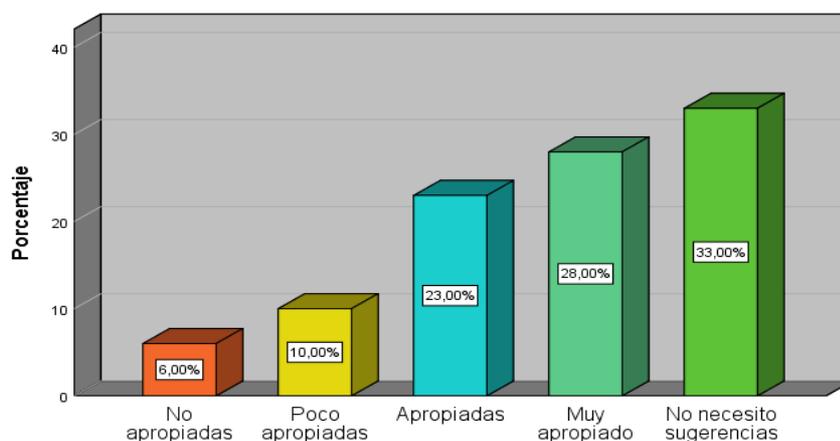


Un 41% de los clientes no experimentan ningún inconveniente en el servicio, y, existe un 47% de comensales que quedaron complacidos con la solución presentada; mientras que, un 13% señala no haber quedado contento con la forma en como resolvieron su

requerimiento; aquello evidencia que es necesario orientar al personal de cómo actuar ante diferentes circunstancias.

Figura 15.

¿Qué tan apropiadas fueron las sugerencias de los platos que le dio el mesero?



Los datos recopilados determinaron que un 33% de los comensales no necesitan sugerencia en la selección de platos, un 23% y 28% consideraron que fueron apropiadas las sugerencias que ofreció el mesero, y solo un 16% de los encuestados señalan que el mesero no supo ofrecer una efectiva sugerencia; por lo tanto, es indispensable el fortalecimiento de los conocimientos sobre los platillos y así los meseros brinden un mejor servicio.

Figura 16.

*Tabla cruzada 8. Seleccione una opción. ¿Cuál fue la mejor parte de su visita al local? *9 ¿En general como califica la experiencia en nuestro restaurante?*

% dentro de 8. Seleccione una opción. ¿Cuál fue la mejor parte de su visita al local?

		9. ¿En general como califica la experiencia en nuestro restaurante?				Total
		Poco aceptable	Regular	Aceptable	Muy aceptable	
8. Seleccione una opción. ¿Cuál fue la mejor parte de su visita al local?	La variedad de la carta	11,1%	11,4%	44,1%	33,3%	100,0%
	La comodidad del comedor	28,6%	35,7%	28,6%	7,1%	100,0%
	La presentación de los meseros	26,7%	20,0%	46,7%	6,7%	100,0%
	La visualización y sabor de los platos	9,5%	21,9%	23,8%	44,8%	100,0%
	La atención		12,5%	62,5%	25,0%	100,0%
Total		12,0%	33,0%	38,0%	17,0%	100,0%

Medidas direccionales

			Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Ordinal	d de	Simétrico	,880	,892	2,822	,002
por	Somers	8. Seleccione una opción. ¿Cuál fue la mejor parte de su visita al local?	,898	,893	2,822	,001
ordinal		Dependiente				
		9. ¿En general como califica la experiencia en nuestro restaurante?	,880	,8987	2,822	,003
		Dependiente				

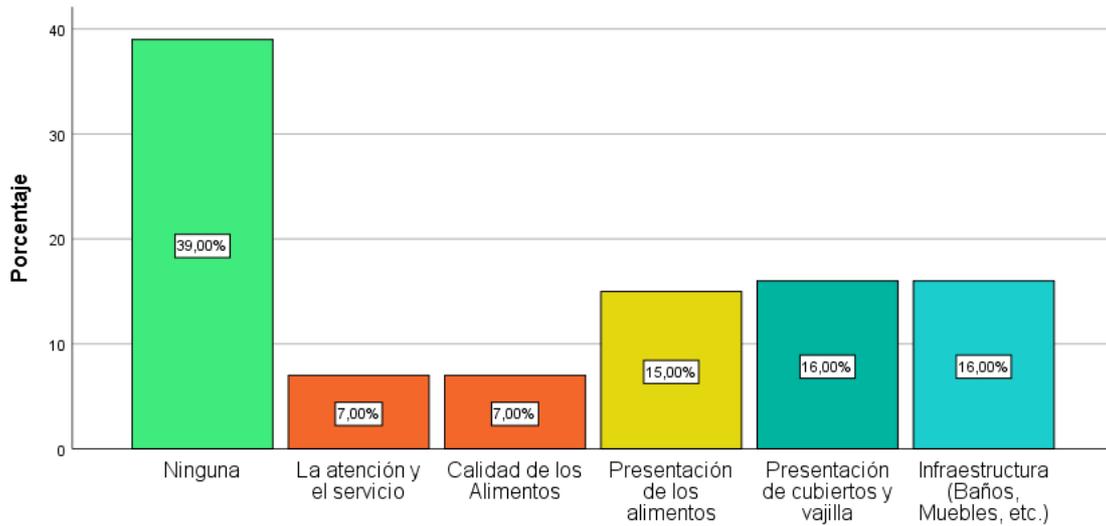
a. No se presupone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que presupone aceptada la hipótesis.

Mediante una tabla cruzada validando la intensidad de asociación con la prueba d de somers, se obtuvo un valor de ,892 cercano a 1, que de acuerdo a la página oficial IBM SPSS (2021) el grado de relación para la medida de asociación está dada del -1 a 1. Donde valores cercanos a 1 señala una relación fuerte entre las variables. Existe un 62,5% de los clientes que calificaron aceptable la atención, con un 44,8% obtuvo la presentación de los platos les pareció muy aceptable, también el 35,7% calificó la comodidad del comedor como regular y un 44,1% señaló que les parece aceptable la variedad de la carta; Se evidenció un alto nivel de aceptación de parte de los clientes en relación con la atención recibida de parte de los trabajadores.

Figura 17.

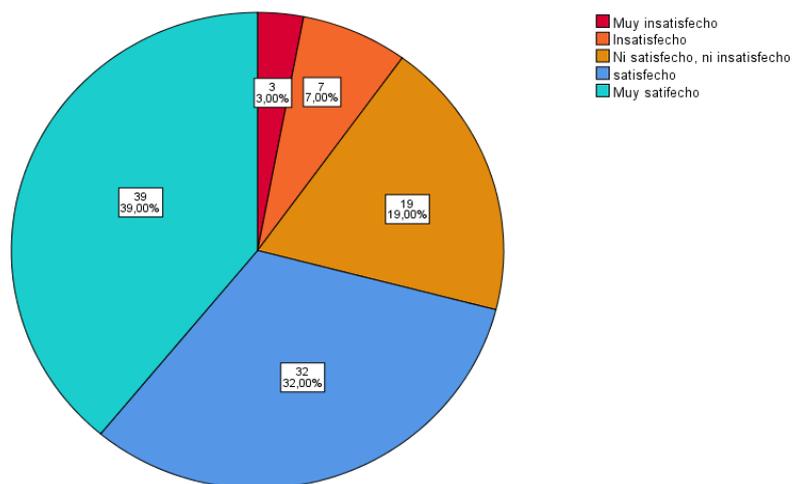
Si podría elegir cambiar o mejorar dentro de Zona Refrescante, ¿Qué opción le gustaria que se tome en cuenta?



Se obtuvo un 39% de la muestra que está satisfecha en todos los aspectos, en cambio un 16% demuestran una insatisfacción en infraestructura, presentación de cubiertos o vajillas, también un 15% está inconforme con la presentación de los alimentos, la atención, servicio y la calidad de los alimentos tienen un 7%, para mejorar en la prestación del servicio, es necesario tomar en cuenta las sugerencias emitidas por los clientes.

Figura 18.

¿La calidad de la comida satisface sus expectativas?



Se puede analizar que hay un 71% de la población están en un rango de muy satisfecho-satisfecho con la calidad de la comida, pero un 19% no experimento esa peculiaridad en sus platos, en estados rojos se encontró un 7% insatisfecho y un 3% muy insatisfecho haber quedado, lo que se deberá optimizar para que no vuelva a pasar.

Figura 19.

*Tabla cruzada 5. ¿Recomendaría usted a sus familiares y amigos que visiten el Restaurante? *2.*

¿Cómo califica la atención del mesero?

% dentro de 5. ¿Recomendaría usted a sus familiares y amigos que visiten el Restaurante?

		2.¿Cómo califica la atención del mesero?				Total
		Mala	Regular	Bueno	Excelente	
5.¿Recomendaría usted a sus familiares y amigos que visiten el Restaurante?	Poco probable	30,0%	25,0%	25,0%	20,0%	100,0%
	Tal vez	18,2%	46,0%	13,6%	18,2%	100,0%
	Probablemente		40,0%	36,4%	23,5%	100,0%
	Muy probablemente		15,4%	43,6%	41,0%	100,0%
Total		4,0%	33,0%	34,0%	29,0%	100,0%

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,31.

Medidas direccionales

			Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Ordinal	d de	Simétrico	,981	,981	4,198	,000
por ordinal	Somers	5.¿Recomendaría usted a sus familiares y amigos que visiten el Restaurante? Dependiente	,991	,980	4,198	,000
		2.¿Cómo califica la atención del mesero? Dependiente	,975	,982	4,198	,000

a. No se presupone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico acepta la hipótesis.

Mediante la misma prueba d de somers se validó la intensidad de asociación para la presente tabla cruzada el cual se obtuvo un valor de ,981 cercano a 1. con un 43.6% de

los clientes que les pareció buena la atención consideran que es muy probable que recomienden el restaurante, el 40% de los comensales que recibieron una atención regular es probable que les hablen a sus familiares sobre el local, el 46% que señalo regular indica que tal vez sugerirán visitar, y un 30% que califico el trabajo del mesero considero que es poco probable que recomienden a sus familiares.

29 Contrastación Teórica de Resultados

Los resultados de las encuestas aplicadas a los trabajadores del restaurante Zona Refrescante de la ciudad de Machala, indican que más de la mitad de los encuestados mantienen un alto nivel de experiencia en función al área en la que desempeñan sus actividades. De acuerdo con Romero y Franco (2022) manifiestan que la experiencia laboral proporciona más seguridad en la ejecución de las actividades cotidianas del cargo asumido repercutiendo de manera idónea en la productividad organizacional.

Un alto nivel de los colaboradores mantienen valores tales como la responsabilidad y la resiliencia en el trabajo en equipo, pues, son conscientes de las obligaciones que deben cumplir y ven el lado positivo de las situaciones presentes, es así que, teniendo en cuenta a Torrelles et al., (2011) destacan que el óptimo rendimiento del trabajo en equipo no solamente está en reclutar talento con experiencia sino también que los valores personales en los individuo juegan un papel importante a la hora de que el equipo ejecuten armónicamente sus funciones.

La experiencia es un punto a favor de los colaboradores, pues son capaces de resolver las diferentes situaciones polémicas presentes al instante de brindar un servicio, ya que, de acuerdo al personal encuestado a más de la mitad les resulta fácil. Desde el punto de vista de Silva et al., (2020) el personal con un cierto grado de conocimiento es más habilidoso

para resolver problemas declarados por los clientes, por ello es fundamental contar con talento con experiencia para el óptimo desarrollo de funciones.

La percepción de los comensales del restaurante con respecto a la valoración de visita al local afirma que gran parte acuden en un rango de muy frecuente – frecuente, los clientes frecuentes representan el 31%; aunque no es un dato desfavorable, existe un índice optimista que muestra una aceptación a los servicios ofrecidos. Pierrend (2020) expone que la vida útil de toda entidad prestadora de cualquier tipo de servicio está sujeta al impacto que genera ésta en el mercado, contar con clientes que se vuelvan más frecuentes es vital para mantenerse en los estándares adecuados, para esto las empresas deben garantizar un servicio de calidad y de esta forma asegurar la permanencia del cliente.

Según Arellano (2017), la presentación del mesero al cliente es un factor crítico, porque a partir de la primera impresión el consumidor interpretará el tipo de cultura organizacional del negocio y en base al trato, el usuario tendrá una percepción anticipada de la calidad del servicio, es decir, si son educados, si dan respuestas a las diferentes inquietudes presentes durante la prestación o si tratan de calmar los conflictos son ventajas competitivas de la organización. Referente a los resultados de las encuestas, gran parte de empleados son corteses al presentarse con los clientes y otro dato bastante significativo de trabajadores confraternizan con los comensales presentándose por el nombre de manera que se desarrolle un vínculo con el empleado lo que influye positivamente con el restaurante.

Las personas que acuden al restaurante Zona Refrescante optan por recomendar el lugar a familiares y amigos gracias a todos los factores que influyen en la percepción de los clientes. Pérez et al., (2019) afirman que el compromiso del talento humano es brindar una atención y servicio de calidad, lo que provoca en el consumidor sentir satisfacción al

servicio y aquello repercute positivamente a que los comensales sugieran el restaurante a otras personas.

30 Propuesta Integradora

En relación al diagnóstico organizacional fue relevante la construcción de la Matriz FODA; los datos internos fueron obtenidos de la encuesta aplicada a los trabajadores y la información externa conseguidos por medio de la observación, con el fin de evidenciar a claridad la situación actual del restaurante Zona Refrescante, luego se procedió a la interrelación de factores internos-externos bajo la finalidad de crear estrategias que permitan mitigar los diferentes sucesos encontrados.

Cuadro 1 Matriz FODA

Fortalezas	Oportunidades
F1: Parking amplio y gratuito.	O1: Afluencia de trabajadores que laboran en los diferentes locales del C.C.U.
F2: El sabor es de satisfacción para los clientes.	O2: Usuarios que visitan los centros de salud del sector.
F3: Personal capacitado en resolución de conflictos.	O3: Compradores que visitan los locales del C.C.U.
F4: Personal con experiencia.	O4: Eventos organizados por el C.C.U.
F5: Buena acogida de la marca.	O5: Ubicación comercial.
Debilidades	Amenazas
D1: Fuga de empleados por nuevas ofertas laborales.	A1: Negocio con la misma actividad junto al local.
D2: Ausencia de métodos de organización para eventos.	A2: Posible incremento en costos de arriendo.
D3: Inexistencia de atención personalizada a clientes fieles.	A3: Elevado precio de algunos ingredientes para ciertos platos.
D4: Inexistencia del horizonte empresarial.	A4: Diferente horario de cierre entre C.C.U y el restaurante.
D5: Publicación desactualizada en Instagram.	A5: Estafas en ventas a través de redes sociales.

Con los resultados obtenidos por medio del análisis interno-externo, representado en la Matriz FODA, se plantea las siguientes estrategias interrelacionadas y presentadas en FO, FA, DO, DA.

Estrategias FO	Estrategias FA
F1-O5: Adecuar un espacio exclusivo para vehículos de los clientes.	F1-A4: Contratar a un cuidador de vehículos en horario de 22:00-23:00pm.
F2-O1-O2-O3: Innovar en la presentación de platos.	F2-A3: Mantener la cantidad de ingredientes de cada receta.
F3-O1-O2-O3: Compensar al personal por las soluciones efectivas.	F3-A5: Capacitar al personal en el tema de delitos cibernéticos.
F4-O4: Organizar métodos para la atención al cliente.	F4-A1: Recompensar al personal por su desempeño laboral.
F5-O5: Ofrecer promociones los martes y jueves.	F5-A1: Ofrecer cortesías a festejados.
Estrategias DO	Estrategias DA
D1-O5: Crear un clima laboral apto para que los trabajadores desempeñen sus funciones.	D1-A1: Crear métodos de retención del personal.
D2-O4: Planificar reuniones de organización en ventas de gran afluencia de personas.	D2-A1: Preparar al personal en temas de atención masiva.
D3-O1-O2-O3: Crear un buzón de quejas para el conocimiento de la percepción del cliente.	D3-A1: Promover el uso del buzón de quejas.
D5-O1-O2-O3: Realizar publicidad pagada en la plataforma Instagram.	D4-A1: Proponer la misión y visión para orientar al personal en el cumplimiento de objetivos.
	D5-A1: Promover el uso de la red social.

Referente al horizonte, se expone la creación de la misión y visión que ayudará al negocio a definir quiénes son y a donde quieren llegar, misión: Zona Refrescante es un restaurante comprometido con la innovación en cada uno de sus platos, brindado a sus clientes atención y servicios de excelente calidad, y, visión: Ser reconocidos en la ciudad de Machala como uno de los mejores restaurantes que ofrece servicios y platillos deliciosos.

31 Valoración de la Factibilidad: Dimensiones Técnica-Económica-Social-Ambiental

Dimensión Técnica

La dimensión técnica según Flores et al., (2016) comprende aquellas herramientas y equipos necesarios en la valoración de factibilidad del proyecto. En tal sentido, en esta dimensión se hizo uso de herramientas tecnológicas que permitieron procesar los datos obtenidos a través de la técnica de recolección aplicada y así dar solución a la situación polémica planteada, afirmando que la gestión del talento humano incide de forma positiva al momento de brindar un servicio, pues, por la atención que reciben los clientes permitirá la fidelización.

Dimensión Económica

De acuerdo a Alarcón et al., (2020) la dimensión económica hace referencia a los recursos financieros utilizados en el desarrollo de la investigación. Bajo este contexto, la dimensión económica del presente proyecto permitió conseguir información relevante sobre el problema de estudio, pues, se hizo uso de recursos propios en la aplicación de la técnica de recolección de datos seleccionada.

En relación al negocio, se evidencia que mantiene una infraestructura adecuada para que el personal realice sus actividades, la cocina se encuentra previamente equipada con equipos de calidad que posibilitan el óptimo cumplimiento del servicio, en relación a la atención al público el local dispone de 25 mesas y mientras esperan por su pedido, los clientes por medio de los televisores que dispone el local pueden visualizar y disfrutar de videos musicales, de igual forma tienen un clima fresco gracias a los aires acondicionados que posee.

Dimensión Social

En palabras de Álvarez et al., (2017) la dimensión social permite conocer si la ejecución de un proyecto impacta de forma positiva o negativa en la sociedad. Por tal razón, el impacto que ocasiona la investigación en el contexto social es favorable, ya que brinda a emprendedores información relevante sobre las empresas de servicio de comida, y, de cómo la gestión del talento humano aporta al área de servicio.

Dimensión Ambiental

Para Gómez et al., (2018) la dimensión ambiental hace referencia a si el resultado de la investigación afecta al entorno. El desarrollo de la investigación no afectó en gran escala al medio ambiente, puesto a que se centró en realizar un diagnóstico sobre la situación actual del restaurante zona refrescante y para ello se hizo uso únicamente de 100 hojas en las que se exponía las preguntas acordes al tema, más no se requirió de algún otro instrumento que contamine a la naturaleza.

32 Capítulo IV: Conclusiones y Recomendaciones

33 Conclusiones

Tras una investigación exhaustiva para analizar la situación real del restaurante zona refrescante en relación a la gestión del talento humano, se identificó que el negocio se interesa por el tipo de personal a seleccionar, que este no solo posea alta experiencia en el cargo a desempeñar, sino que este comprometido con la organización y este presto a realizar cada una de las tareas que se le asigne, por tal razón, se evidencia gran desempeño en los colaboradores debido a que han creado vínculos positivos con los clientes a tal punto de recomendar al negocio.

Dentro del análisis situacional, se evidenció grandes ventajas significativas para el negocio, como: la ubicación, pues zona refrescante está ubicado en un sitio estratégico y seguro; instalaciones adecuadas para que el trabajador desempeñe cada una de sus funciones; buen clima laboral, todo aquello aporta a que los colaboradores sean eficientes y competitivos en su trabajo, tributando al crecimiento del negocio.

En relación al horizonte, el restaurante no contaba con misión y visión definida, razón por la cual los trabajadores desconocían si las actividades que realizaban tributaban al alcance de la meta planteada, por lo que se planteó un panorama que exprese quienes son, hacia dónde quieren llegar y lo que quieren lograr. Referente a la propuesta, los procedimientos de servicio al cliente previamente estructurados servirán de guía para los trabajadores a fin de que crean vínculos con los clientes, la implementación de las acciones sugeridas permitirá que zona refrescante no solo se centre en satisfacer las necesidades del cliente, sino que atender a inquietudes y aceptar recomendaciones.

34 Recomendaciones

La gestión del talento humano debe ser aplicada no solo en los servicios de comida sino en todos los sectores hosteleros, pues ayudará a que las empresas atraigan, retengan y fidelicen a sus colaboradores, en función a ello permitirá aumentar la productividad, tener un clima laboral adecuado, así como el cumplimiento de las normas establecidas en el negocio tributando a que este sea más rentable y competitivo en el mercado.

Los restaurantes al momento de la contratación del talento humano no deben fijarse únicamente en la experiencia, sino considerar valores, capacidades y habilidades que posee la persona, así como el compromiso que tienen en realizar cada una de las actividades asignadas, pues de nada sirve tener personal con largos años de experiencia sino saben tratar con los clientes.

El restaurante zona refrescante debe motivar y capacitar constantemente a sus colaboradores, indicando como deben actuar en los diferentes escenarios que se presenten y recalando que es necesario brindar una atención personalizada a los comensales, pues de los trabajadores depende evidenciar la cultura organizacional y la satisfacción de los clientes ya que ellos son la carta de presentación.

35 Referencias

- Abreu, O., Rhea, S., Arciniegas, G., & Rosero, M. (dic. de 2018). Objeto de Estudio de la Didáctica: Análisis Histórico Epistemológico y Crítico del Concepto. *Scielo*, *11*(6). doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062018000600075>
- Aguilar, P., Cruz, L., Aguilar, P., & Garza, R. (16 de abril de 2019). Branding en la fidelización de clientes de Starbucks en la ciudad de. *RED MARKA*, *23*(1), 107-125. doi:<https://doi.org/10.17979/redma.2019.23.1.5458>
- Alarcón, R., Salvador, Y., & Pérez, M. (2020). Dimensiones claves de una gestión pública efectiva en gobiernos locales. Aplicación en un caso de estudio. *Revista Universidad y Sociedad*, *12*(6), 411 - 420. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n6/2218-3620-rus-12-06-411.pdf>
- Álvarez, M., Muñoz, L., Cardona, B., Restrepo, L., & Ruiz, N. (2017). Caracterización de la dimensión ambiental incluida en los informes de sostenibilidad de las empresas colombianas pertenecientes al CECODES. *En-Contexto Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad*, *5*(7), 225-247. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5518/551857515010/551857515010.pdf>
- Arellano, H. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. *Revista Dominios de las ciencias*, *3*(1), 72-83. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6128526.pdf>
- Arévalo, R., & Ortiz, H. (octubre de 2019). Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector. *El profesional de la información*, *28*(5). doi:<https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.22>

- Arias, J., Covinos, M., & Cáceres, M. (diciembre de 2020). Formulación de los objetivos específicos desde el alcance correlacionar en trabajo de investigación. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar*, 4(2), 237. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i2.73
- Arispe, C., Yangali, J., Guerrero, M., Lozada, O., Acuña, L., & Arellano, C. (2020). *La Investigación Científica*. Guayaquil: Departamento de investigación y postgrados Universidad Internacional del Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4310/1/LA%20INVESTIGACION%20CIENTIFICA.pdf>
- Assafiri, Y., Medina, Y., Medina, A., Nogueira, D., & Medina, D. (1 de agosto de 2019). Método Developing A Curriculum para el análisis ocupacional. Acercamiento a la Gestión del Conocimiento. *Ingeniería Industrial*, 40(2). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1815-59362019000200161&script=sci_arttext&tlng=en
- Bastidas, J. (febrero de 2019). Fundamentos para la redacción de objetivos en los trabajos de investigación de pregrado. *MEXTESOLjournal*, 43(1). Obtenido de <http://www.mextesol.net/journal/public/files/fa080a3fa2032c0faad2097af44c10ca.pdf>
- Bernal, I., Pedraza, N., & Castillo, L. (18 de 06 de 2020). El capital humano y su relación con el desempeño organizacional. *Revista Espacios*, 41(22). Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a20v41n22/a20v41n22p14.pdf>
- Blacutt, J. (Mayo de 2019). Las Nuevas tendencias de la Administración Estratégica. Un enfoque basado en la orientación a las competencias centrales, al mercado o a las actividades estratégicas. *Revistas Perspectivas*(43), 135-148. Obtenido de

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1994-37332019000100006&script=sci_arttext

Calapiña, E., Jessica, C., & Toapanta, J. (2019). LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y LA PROSPECTIVA, SEMEJANZAS Y. *Tambara*(54), 742-759. Obtenido de https://tambara.org/wp-content/uploads/2019/09/6.LA-PLANIFICACI%C3%93N-ESTRAT%C3%89GICA-Y-LA-PROSPECTIVA_toapanta_FINAL-FINAL.pdf

Cáliz, C., Martínez, L., Vigier, H., & Núñez, J. (2016). El rol del empowerment en el éxito empresarial. *Investigación Administrativa*, 1(117), 23-37. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4560/456046142002.pdf>

Cevallos, T., Bastidas, M., Fierro, A., & Ordóñez, E. (2019). Indicadores para medir la calidad de servicio y normas de protocolo y etiqueta, aplicando el modelo servqual en el restaurante Tapas & Topes, de Puyo, Provincia de Pastaza. *Cincia Digital*, 3(1), 75-91. Obtenido de <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/article/download/263/567>

Chaverri, D. (29 de Enero de 2018). DELIMITACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES. *Revista de Ciencias Sociales*(157). doi:<https://doi.org/10.15517/rcs.v0i157.32189>

Cifuentes, A. (01 de Julio de 2019). Tendencias en metodología de investigación en Psicoterapia: Una aproximación epistemométrica. *SciElo*, 15(2). doi:<https://doi.org/10.15332/22563067.3856>

Cóndor, B., & Remache, M. (2019). La evaluación al desempeño directivo y docente como una oportunidad para mejorar la calidad educativa. *Revista Cátedra*,

2(1), 116-131. Obtenido de
<https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/CATEDRA/article/view/1436/2697>

Cruz, I., Morejón, N., & González, D. (2021). Los ejercicios con distractores y de opción múltiple para el desarrollo de las habilidades. *VARONA*, 1(73), 1-7. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360670689007>

Delfín, F., & Acosta, M. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. *Pensamiento y Gestión*, 40(1), 186-202. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n40/n40a08.pdf>

Edelsztein, V., & Galagovsky, L. (2021). Identificar y responder preguntas resolubles mediante un diseño experimental: una experiencia con docentes de escuela primaria. *Ciencia y Educación*, 27, 1-17. Obtenido de <https://www.scielo.br/j/ciedu/a/vDD87BkQhx95w7NKv9Fp3jy/?format=pdf&lang=es>

Espinoza, E. (15 de marzo de 2018). La hipótesis en la investigación. *Revista de Educación Mensitive.*, 16(1), 122-139. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-76962018000100122

Espinoza, E. (08 de Jun. de 2019). EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN. *SciELO*, 14(64). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442018000400022#B17

Falcón, V., Pertile, V., & Ponce, B. (2019). *La encuesta como instrumento de recolección de datos sociales: Resultados diagnóstico para la intervención en el Barrio Paloma de la Paz (La Olla) - ciudad de Corrientes (2017-2018)*. Ensenada,

Argentina: Ensenada : Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Obtenido de https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.13544/ev.13544.pdf

Fassio, A. (Diciembre de 2018). REFLEXIONES ACERCA DE LA METODOLOGIA CUALITATIVA PARA EL ESTUDIO DE LAS ORGANIZACIONES. *Ciencias Administrativas*(12), 73-84. doi:doi.org/10.24215/23143738e028

Feria, H., Matilla, M., & Mantecón, S. (septiembre de 2020). LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE INDAGACIÓN EMPÍRICA? *Didasc@lia: Didáctica y Educación*, 11(3), 62-79. Obtenido de <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalía/article/view/992/997>

Fernández , V. (17 de julio de 2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *La Revista Científica Espiritu Emprendedor TES* , 14(3), 65-76. doi:<https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.207>

Finol, M., & Vera , J. (Junio de 2020). Paradigmas, enfoques y métodos de investigación: análisis teórico. *MundoRecursivo*, 3(1). Obtenido de <https://drive.google.com/file/d/1vI7S1dPpkES8zUwyfenm0Jn6PmzAsKMO/view>

Flores , P., Castro, M., & Ávila, V. (2016). Estudio de factibilidad para implantar una fábrica procesadora de stevia en la ciudad de Cuenca. *RETOS. Revista de ciencias de la administración y economía*, 6(12), 148-161. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5045/504551172002/504551172002.pdf>

Gallego, J. (septiembre de 2018). CÓMO SE CONSTRUYE EL MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN . *ARTIGOS Cadernos de Pesquisa*, 48(169). doi:<https://doi.org/10.1590/198053145177>

- García, J., & Sánchez, P. (diciembre de 2020). Diseño teórico de la investigación: instrucciones metodológicas para el desarrollo de propuestas y proyectos de investigación científica. *SciElo*, 31(6). doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000600159>
- Gómez, C., Sánchez, V., & Fajardo, M. (2018). Los proyectos y sus dimensiones: una aproximación conceptual. *Contexto*, 7, 57-64. Obtenido de <https://revistas.ugca.edu.co/index.php/contexto/article/view/885/1362>
- González, W., Bastidas, C., Figueroa, H., Zambrano, C., & Matabanchoy, S. (2018). Revisión sistemática de las concepciones de cultura organizacional. *Universidad y Salud*, 20(2), 200-214. doi:DOI: <http://dx.doi.org/10.22267/rus.182002.123>
- Granados, R. (marzo de 2020). Revisión teórica de herramientas metodológicas aplicadas en la investigación criminológica. *derechocambiosocial*(59), 501-511. Obtenido de <file:///D:/Users/Lenovo/Downloads/Dialnet-RevisionTeoricaDeHerramientasMetodologicasAplicada-7219653.pdf>
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (3 de julio de 2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 163-173. doi:<http://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>
- Heredia, M., & Narváez, C. (Diciembre de 2021). La importancia de la Evaluación del desempeño del talento humano en las organizaciones de salud. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 6(12). doi:<http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v6i12.1288>
- Hernández, R. (2019). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN: LAS RUTAS CUANTITATIVA, CUALITATIVA Y MIXTA*. Mexico : McGraw-Hill

Interamericana. Obtenido de
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/65000949/METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_LAS_RUTA-libre.pdf?1606028883=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMETODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_LAS_RUTA.pdf&Expires=1674367991&Signature=XYkOCpzBJ2XpQN3oa91s8

Hill, C., & Jones, G. (2011). *Administración Estratégica*. Cengage Learning. Obtenido de <https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/dedf2b5fa50a2747a702bd8121c4f08e.pdf>

Ibarguen, Y., Rueda, L., & Garcia, A. (2019). Análisis de la estructura organizacional del consultorio Innovadental a partir de la matriz DOFA. *Revista Ploutos*, 9. doi:<https://doi.org/10.21158/23227230.v9.n0.2019.2645>

IBM Corporation. (2021). *IBM - SPSS Statistics*. Obtenido de IBM: <https://www.ibm.com/docs/es/spss-statistics/saas?topic=crosstabs-statistics>

Lama, P., Lama, M., & Lama, A. (2021). Los instrumentos de la investigación científica: Hacia una plataforma teórica que clarifique y gratifique. *Horizonte de la Ciencia*, 22(12), 189-202. Obtenido de DOI: [10.26490/uncp.horizonteciencia.2022.22.1078](https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2022.22.1078)

Leyva, J., & Guerra, Y. (22 de Junio de 2020). Objeto de investigación y campo de acción: componentes del diseño de una investigación científica. *SciELO*, 12(3). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-28742020000300241#:~:text=%E2%80%9CEI%20objeto%20de%20estudio%20es,a%20su%20interpretaci%C3%B3n%20y%20comprensi%C3%B3n%E2%80%9D

- Matas , A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 20(1), 38-47. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6374359.pdf>
- Molinari, G., Alfonso, A., & Scaramellini, N. (2018). *Las áreas funcionales en las organizaciones*. Buenos Aires: Universidad de la plata. Obtenido de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/69362/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Molinari, G., Alfonso, A., & Scaramellini, N. (2018). *Las áreas funcionales en las organizaciones*. Buenos Aires: Universidad de la Plata. Obtenido de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/69362/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Navarro, C., Gracián, G., & Ferrer, W. (2018). La calidad del capital humano una vertiente positiva en la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas enfocada en la empresa Cristy Viajes. *Universidad y Sociedad*, 10(2), 26-33. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n2/2218-3620-rus-10-02-26.pdf>
- Obando, M. (Agosto de 2020). CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO Y PRODUCTIVIDAD: UNA REVISIÓN LITERARIA. *ECASinergia*, 11(2). doi:https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v11i2.2254
- Ortega, G. (20 de Julio de 2017). Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación. *Journal of the Selva Andina Research Society*, 155-156. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/pdf/jsars/v8n2/v8n2_a08.pdf
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol.*, 35(1), 227-232. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>

- Pacheco, C., & Conde, I. (2020). RETOS Y OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR GASTRONÓMICO: UN. *Creative Commons*. Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/9776e6c2-ed89-440c-a26b-9664546725a6/content>
- Pérez, E., Cedillo, R., & Calle, M. (diciembre de 2019). Grado de satisfacción en la prestación de servicio de restauración en los puertos de la provincia de El Oro. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 15(2), 180-191. Obtenido de <https://www.scielo.cl/pdf/riat/v15n2/0718-235X-riat-27-52-00180.pdf>
- Perissé, M. (14 de diciembre de 2020). Ciencia de alto impacto: elaboración y escritura de proyectos de investigación. *Ciencia y Técnica Administrativa - CyTA*. Obtenido de http://www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/ciencia_alto_impacto.htm
- Pierrend, S. (2020). La Fidelización del Cliente y Retención del Cliente: Tendencia que se Exige Hoy en Día. *Gestión en el Tercer Milenio*, 23(45), 10. doi:<https://doi.org/10.15381/gtm.v23i45.18935>
- Quispe, D., & Sánchez, M. (2011). Encuestas y entrevistas en investigación científica. *Revista de Actualización Clínica Investiga*, 10, 490-494. Obtenido de http://www.revistasbolivianas.ciencia.bo/scielo.php?pid=S2304-37682011000700009&script=sci_arttext&tlng=es
- Ramírez, F., Assafiri, Y., Salgado, G., & Cruz, L. (1 de Diciembre de 2020). Análisis de la eficacia de la gestión con enfoque externo en el sector privado. *Ingeniería Industrial*, 14(3). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1815-59362020000300007&script=sci_arttext&tlng=pt

- Ramírez, G., Magaña, D., & Ojeda, R. (2022). Productividad, aspectos que benefician a la organización. Revisión sistemática de la producción científica. *Trascender, contabilidad y gestión*, 7(20). doi:<https://doi.org/10.36791/tcg.v8i20.166>
- Ramírez, R., Espindola, C., Ruíz, G., & Hugueth, A. (diciembre de 2019). Gestión del Talento Humano: Análisis desde el Enfoque Estratégico. *Revista Información tecnológica*, 30(6). doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000600167>
- Ramírez, R., Villalobos, J., & Herrera, B. (10 de Marzo de 2018). Proceso de talento humano en la gestión estratégica. *Opción*(18). Obtenido de <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/3097/Proceso%20de%20talento%20humano%20en%20la%20gesti%20estrat%20gica.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Ramos, C. (2020). LOS ALCANCES DE UNA INVESTIGACIÓN. *CienciAmérica*, 9(3), 1-5. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7746475.pdf>
- Rivera, D., Carrillo, S., Forgiony, J., Nuván, I., & Rozo, A. (3 de marzo de 2018). Cultura organizacional, retos y desafíos para las organizaciones saludables. *Revista Espacios*, 39(22), 27. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n22/18392227.html>
- Robles, B. (19 de febrero de 2019). Población y Muestra. *Pueblo Continente*, 30(1). doi:<http://doi.org/10.22497/PuebloCont.301.30121>
- Rodas, F., & Pacheco, V. (2020). Grupos Focales: Marco de Referencia para su Implementación. *INNOVA Research Journal*, 5(3), 182-195. Obtenido de <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/1401/1734>

- Rodríguez, A., & Pérez, A. (1 de marzo de 2017). Métodos científicos de indagación y construcción del conocimiento. *Revista EAN*(82), 175-195. doi:<https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Romero, G., & Franco, M. (2022). Experiencia laboral como factor clave en la calidad educativa de carreras técnicas y tecnológicas relacionadas con el campo administrativo. *Educación y Sociedad*, 13(2), 233-248. Obtenido de <https://revistascientificas.cuc.edu.co/culturaeducacionysociedad/article/view/3866/4237>
- Silva, J., Macías, B., Tello, E., & Delgado, J. (2020). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *Ciencias Sociales*, 15(2), 85-101. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/cuat/v15n2/2007-7858-cuat-15-02-85.pdf>
- Tapia, L., Palomino, A., Lucero, Y., & Valenzuela, R. (2018). Pregunta, hipótesis y objetivos de una investigación clínica. *REVISTA MÉDICA CLÍNICA LAS CONDES*, 30, 29-35. doi:<https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2018.12.003>
- Torrelles, C., Coiuduras, J., Isus, S., Carrera, X., París, G., & Cela, J. (2011). Competencia de trabajo en equipo: definición y categorización. *Revista de currículum y formación de profesorado*, 15(3), 1-17. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/567/56722230020.pdf>
- Torres, A., & Monroy, J. (2020). El problema de la definición del Problema de Investigación. *Boletín científico de la escuela superior atotonilco de Tula*, 7(13). doi:<https://doi.org/10.29057/esat.v7i13.5265>
- Torres, Z. (2014). *Administración Estratégica*. México: Grupo Editorial Patria. Obtenido de <https://editorialpatria.com.mx/mobile/pdf/files/9786074380026.pdf>

- Vera, L., Muñoz, J., & Sotomayor, J. (07 de 2022 de 2022). Impacto en el consumo y comportamiento de compra de las familias oreñas generado por la crisis sanitaria. *Polo del Conocimiento*, 7(2). doi:<http://dx.doi.org/10.23857/pc.v7i2.3598>
- Yupanqui, R. (31 de octubre de 2022). Gestión del talento humano como estrategia para el óptimo desempeño laboral: Un estudio de revisión sistemática. (S. d. Punta, Ed.) *BIS-business Innova Sciences*, 3(3). Obtenido de <http://www.innovasciencesbusiness.org/index.php/ISB/article/view/119/91>
- Zambrano, M., Alejo, O., & Zambrano, P. (2019). Factores influyentes en la lealtad electrónica hacia comunidades turísticas en línea: Caso mochileros. *Revista de ciencias sociales (RCS)*, 25(3), 200-217. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28060161014/28060161014.pdf>