



Gestión de procesos en el sector de Catering: Un enfoque integral

Process Management in the Catering Industry: A Comprehensive Approach

María Yamilé López-Salazar

María.lopez2064@utc.edu.ec

Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga, Cotopaxi, Ecuador

<https://orcid.org/0009-0004-9818-123X>

Marlon Rubén Tinajero-Jiménez

marlon.tinajero@utc.edu.ec

Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga, Cotopaxi, Ecuador

<https://orcid.org/0000-0001-9545-2197>

RESUMEN

La gestión de procesos es un enfoque sistemático que permite a las organizaciones diseñar, implementar, controlar y mejorar sus procesos operativos, optimizando actividades para alcanzar objetivos de manera eficiente y eficaz. Esta investigación tiene como objetivo de investigación analizar la gestión de procesos en el sector de Catering en la empresa Catering Fernández. El presente estudio adoptó un enfoque cualitativo. Catering Fernández muestra un estado actual con una sólida gestión de procesos, lo que garantiza estabilidad operativa. Su enfoque en satisfacer las necesidades de los clientes demuestra un compromiso evidente. Esta combinación de eficiencia interna y orientación al cliente es fundamental para mantener y mejorar su posición en el mercado. El análisis de la cadena de valor revela que el área crítica de mejora en Catering Fernández reside en su estrategia de marketing actual.

Descriptores: ingeniería de la producción; organización del trabajo; calidad de la vida laboral. (Fuente: Tesauro UNESCO).

ABSTRACT

Process management is a systematic approach that allows organisations to design, implement, control and improve their operational processes, optimising activities to achieve objectives efficiently and effectively. The objective of this research is to analyse process management in the Catering sector in the company Catering Fernández. This study adopted a qualitative approach. Catering Fernández shows a current state with a solid process management, which guarantees operational stability. Its focus on meeting customer needs demonstrates a clear commitment. This combination of internal efficiency and customer orientation is key to maintaining and improving its market position. The value chain analysis reveals that the critical area for improvement at Catering Fernandez lies in its current marketing strategy.

Descriptors: production engineering; work organization; quality of working life. (Source: UNESCO Thesaurus).

Recibido: 09/06/2024. Revisado: 15/07/2024. Aprobado: 25/07/2024. Publicado: 02/08/2024.

Sección artículos de investigación



INTRODUCCIÓN

La gestión de procesos es un enfoque sistemático que permite a las organizaciones diseñar, implementar, controlar y mejorar sus procesos operativos, optimizando actividades para alcanzar objetivos de manera eficiente y eficaz. Su importancia radica en varios aspectos clave para el éxito de las empresas de servicios: mejora de la eficiencia operativa, calidad del servicio, flexibilidad y adaptabilidad, e innovación (Erazo, 2021) y (Peralta et al. 2019), destacan que la reingeniería de procesos puede mejorar significativamente medidas de rendimiento como costos, calidad, servicio y velocidad. En el sector servicios, la calidad es esencial para la satisfacción del cliente, y la gestión de procesos asegura una entrega constante y conforme a los estándares, esto permite una rápida adaptación a cambios del mercado y necesidades de los clientes, proporcionando una estructura para la implementación ágil de mejoras.

En las empresas de servicios, donde producción y consumo son simultáneos, la gestión de procesos adquiere especial relevancia. En este orden, (Cordero et al. 2023), sostiene que la calidad del servicio percibida por el cliente está directamente ligada a la eficiencia de los procesos internos. Las empresas deben centrarse en la gestión de procesos para garantizar que cada punto de contacto con el cliente sea manejado eficientemente, desde la toma de pedidos hasta la entrega del servicio y la gestión del feedback. En el caso específico de las empresas de catering, la gestión eficiente de procesos es crucial para asegurar que los alimentos se preparen y entreguen puntualmente, manteniendo altos estándares de calidad y seguridad alimentaria. Herramientas como el mapa de procesos y la cadena de valor ayudan a identificar cuellos de botella y áreas de mejora, optimizando la operación diaria y mejorando la respuesta a las demandas del mercado.

En un entorno empresarial altamente competitivo, las empresas de servicios, y específicamente las del sector de catering, enfrentan el desafío constante de mantener y mejorar su eficiencia operativa y calidad del servicio. Catering Fernández, una microempresa con más de una década de trayectoria en Guayaquil y Salcedo, activa desde 2008. La empresa, que cuenta con un equipo de 12 personas altamente capacitadas y equipadas para todo tipo de preparaciones alimentarias, ofrece servicios de catering, principalmente enfocados en la preparación y distribución de almuerzos y cenas para una variada clientela, incluyendo oficinas, domicilios e instituciones públicas, la empresa proporciona servicios in situ en instalaciones adecuadas para este propósito ofrece servicios de catering con un equipo altamente capacitado y equipos de cocina adecuados. Sin embargo, para seguir siendo competitiva y satisfacer de manera óptima las demandas del mercado, es esencial que la empresa gestione eficientemente sus procesos internos.

La gestión de procesos se reconoce como una estrategia vital para optimizar las operaciones, reducir costos, mejorar la calidad del servicio, y adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y a las necesidades de los clientes. A pesar de esto, Catering Fernández enfrenta retos significativos en la identificación de sus procesos clave, la determinación de áreas de mejora y la implementación de estrategias que promuevan su crecimiento. La empresa actualmente carece de un enfoque sistemático para mapear y analizar sus procesos operativos. Sin una gestión eficiente de estos procesos, existen riesgos de redundancias, ineficiencias y pérdida de oportunidades de innovación. Además, la falta de una cultura de mejora continua puede impedir a la empresa aprovechar plenamente su potencial, lo que puede traducirse en una disminución de la satisfacción del cliente y una posición competitiva debilitada en el mercado.

Con estos antecedentes esta investigación tiene como objetivo de investigación analizar la gestión de procesos en el sector de Catering en la empresa Catering Fernández.

Referencial teórico

Para lograr el objetivo de investigación, se ha realizado una revisión bibliográfica detallada que aborda conceptos cruciales como la gestión, los procesos, la gestión de procesos y el servicio de catering. La gestión se define como un proceso integral que involucra en gran parte a la planificación, estructuración, organización y coordinación de recursos y actividades, esto, con el fin de alcanzar los objetivos propuestos por las organizaciones o empresas. Por lo tanto, beneficia a la toma de decisiones estratégicas, así como también, a la creación de planes de acción, monitoreando constantemente el avance y realizando los ajustes pertinentes según las necesidades que surjan. La gestión permite administrar y organizar de manera efectiva los recursos, a su vez ayuda a optimizar los procesos y a la toma de decisiones con el fin de mejorar cada área en la organización, a medida que la gestión toma posesión en las empresas, aumentan considerablemente las ventajas competitivas dentro del mercado laboral (Villadiego-Sánchez & Calics-Salcedo, 2022).

Los ámbitos de aplicación de la gestión se clasifican en categorías, cada una con características únicas que las distinguen, por ejemplo, la gestión empresarial, esta se enfoca en la planificación, la organización, la coordinación, el control y la evaluación de una empresa, se centra principalmente en la mejora de la productividad y la competitividad; así como la gestión de proyectos que permite la creación de un plan de acción o programa, a su vez, la implementación de estrategias para un objetivo determinado; la gestión del tiempo menciona a la maximización de la productividad y eficiencia personal o profesional; la gestión de recursos humanos se encarga de la organización del personal de una empresa para mejorar su desempeño; gestión financiera: beneficia al manejo de los recursos económicos de una organización para monitorear su estabilidad y crecimiento (Parra-Northon et al. 2022).

Los procesos, se definen como las acciones previamente coordinadas y planificadas, en las cuales participan personas y a su vez recursos materiales con el fin de cumplir un objetivo específico. Se monitorea constantemente a los procesos para asegurar que cumplan con las necesidades cambiantes de los clientes y al mercado, los procesos suelen cumplir con varias características que aportan beneficio, por ejemplo; la secuencialidad ayuda a tener un orden ya establecido de actividades; la interrelación habla sobre las actividades que están conectadas, es decir, cada una depende de la anterior y afecta a la siguiente, por otro lado; el objetivo común menciona que los procesos tienen un propósito claro y permiten lograr un resultado en conjunto, por último; la repetibilidad permite cumplir con resultados similares (Bustamante - Chong et al. 2019).

La importancia de los procesos se establece según la capacidad, eficiencia y desempeño de adaptación en una institución; la optimización de recursos, innovación, coordinación, productividad y comunicación son clave para un procedimiento eficiente y efectivo que alcanza niveles altos de calidad. Para una mejora de procesos es necesario enfocarse en pasos o etapas, los cuales, según (Zaratiegui, 1999) la identificación de oportunidades, medición, análisis, estabilización, plan para la revisión y mejora continua, son métodos para la obtención de objetivos y aspiraciones de una empresa. Es de esta forma como las etapas ayudan en la solución de problemas o efectividad de acciones propuestas por la empresa.

Es la disciplina que administra los procesos de una organización con el fin de mejorar la eficiencia y la eficacia de esta, se enfoca en identificar, diseñar, ejecutar, monitorear y controlar los procesos para alcanzar los objetivos de la empresa. La gestión de procesos también busca la optimización de recursos y la mejora continua, así como también, la adaptación a los cambios en el entorno. En este contexto, la gestión eficaz de los procesos y la toma de decisiones mejoran la competitividad de la empresa y su capacidad de adaptación a las demandas del mercado, la colaboración interdepartamental y la comunicación fluida son clave para asegurar la eficacia de la gestión de procesos. Por otro lado, el dinamismo de los entornos de las organizaciones y la competitividad creciente del mercado generan condiciones que requieren a las empresas ser cada vez más competitivas, innovadoras, flexibles y con mayor capacidad de respuesta a las demandas cambiantes del entorno (Pereda-Lévano, 2021).

En el contexto de la gestión de procesos, es crucial identificar y analizar las actividades que se

realizan dentro de una organización para la creación de un producto o para brindar un servicio. Para lograr esto, se utiliza una herramienta beneficiosa y visual llamada mapa de procesos. El mapeo de procesos es una herramienta clave para la gestión y la mejora continua de las organizaciones, ya que: estandariza los procesos garantizando consistencia en su ejecución; identifica ineficiencias y oportunidades de mejora; contribuye a la comprensión de los procesos por parte de todos los miembros de la organización identificando el macroproceso, los procesos clave, los subprocesos y las tareas o actividades (Medina-León et al. 2019).

Dentro de una organización, la mejora continua forma parte fundamental, a su vez, existen instrumentos considerados para el análisis del estado actual de una empresa, es la cadena de valor propuesta por Porter. Es una herramienta que permite analizar los procesos de una empresa en su estado natural, sin intervenir en las variables que los afectan. Se centra en vincular los procesos internos de la organización con las necesidades y expectativas de los clientes, clasificando las actividades en primarias y de apoyo. De esta manera, la cadena de valor como se observa en la figura 1, ayuda a las empresas de a mantener su ventaja competitiva en el mercado, analiza el estado actual de la empresa y optimiza sus procesos, es decir, se enfoca en brindar un servicio de calidad que satisfaga a sus comensales (La-Mota-Terranova et al., 2021).



Figura 1. Cadena de Valor

Nota: La figura muestra la estructura de la cadena de valor. Fuente: (Aguirre-Benalcázar et al. 2021)

Michael Porter identificó actividades que generan valor agregado en las empresas, estas integran la herramienta llamada "cadena de valor". Las actividades primarias incluyen a la logística interna, operaciones, logística externa, marketing y ventas, y servicio; por otro lado, las actividades de soporte contienen información sobre la infraestructura, recursos humanos, desarrollo de tecnología y compras. Cabe destacar que la logística interna, las operaciones, la logística externa, el mercadeo y ventas se enfocan en el control de costos con el fin de generar valor al consumidor. Estas actividades aportan a la identificación de oportunidades y amenazas, con el fin de conocer el estado actual de las organizaciones (López & Huamán, 2024).

De acuerdo con las reflexiones anteriores, la gestión de procesos contribuye a la función óptima de las actividades propuestas por una empresa con el fin de satisfacer las necesidades del cliente, con respecto al servicio de catering, la gestión de procesos facilita la calidad del servicio, eficiencia del personal y el éxito del evento, estos elementos contribuyen hacia un objetivo deseado por el cliente y así elevar la productividad de la empresa. Como menciona (Falcón-Acosta et al. 2016), hoy en día el servicio de catering se ha convertido en un método conveniente para facilitar la realización de eventos sociales y otros. Sin embargo, en varias empresas la demanda por insatisfacción de los usuarios es un reto constante para su progreso.

La gestión de procesos aplicada al servicio de catering está experimentando en estos últimos años un continuo desarrollo para alcanzar niveles óptimos de calidad y competitividad. Esto es muy útil para corregir desviaciones, establecer relaciones y vínculos entre los distintos procesos, definiendo los estándares a seguir y planificar, acorde con las necesidades de los usuarios. Beneficia a la reducción de costos, debido a que el adecuado manejo de inventarios reduce los desperdicios y por ende a la toma de decisiones financieras, por otro lado, ayuda a la innovación y a la mejora continua, debido a que facilita la detección de áreas de perfeccionamiento y procesos clave que se encuentran dentro la gestión como tal (Sánchez, 2020).

MÉTODO

El presente estudio adoptó un enfoque cualitativo, adecuado para comprender en profundidad las percepciones, experiencias y significados que los individuos atribuyen a un fenómeno específico. Este enfoque permite explorar la complejidad del tema investigado desde la perspectiva de los participantes, lo que es esencial para capturar los datos y proporcionar una interpretación profunda y contextualizada de los hallazgos.

Se utilizó el método interpretativo para analizar los datos recolectados. Este enfoque se centra en la interpretación de los significados y experiencias de los participantes, buscando comprender el contexto y las subjetividades involucradas en el fenómeno de estudio. El análisis interpretativo permite al investigador ir más allá de la descripción superficial de los datos, ofreciendo una comprensión más matizada y detallada de los mismos.

La recolección de datos se realizó mediante una entrevista en profundidad con un actor clave (gerente de la empresa objeto de estudio) relacionado con el fenómeno en estudio. La elección de este actor se basó en su conocimiento, experiencia y posición estratégica, lo que le permite ofrecer una perspectiva privilegiada sobre el tema investigado. La entrevista fue semiestructurada, permitiendo flexibilidad para explorar temas emergentes durante la conversación, al tiempo que se aseguraba la cobertura de los puntos clave definidos previamente en el guion de la entrevista.

La entrevista fue grabada y transcrita íntegramente para su posterior análisis. El proceso de análisis siguió los principios del método interpretativo, enfocándose en identificar temas y patrones recurrentes, así como en la construcción de una narrativa coherente que refleje la visión y experiencia del actor clave entrevistado. Los datos recopilados fueron analizados mediante la técnica análisis de contenido.

RESULTADOS

Según los datos obtenidos en la entrevista al gerente, la empresa Catering Fernández tiene una visión clara y objetivos definidos para mantenerse competitiva en el mercado. La empresa cuenta con dos sucursales, una en Guayaquil y otra en Salcedo. La recepción de pedidos y solicitudes de los clientes se organiza a través de un sistema centralizado donde se registran y gestionan todas las solicitudes, desde la recepción del pedido hasta la entrega final.

La planificación y diseño de menús para eventos específicos se realiza en colaboración con los clientes, considerando sus preferencias y necesidades dietéticas, con reuniones previas para definir detalles y asegurar su satisfacción. La preparación de alimentos incluye la selección



cuidadosa de ingredientes frescos y de alta calidad, almacenándolos adecuadamente y siguiendo estrictas normas de higiene y seguridad alimentaria. La logística de entrega de pedidos fuera del local físico se coordina meticulosamente, planificando rutas eficientes y utilizando vehículos adecuados para garantizar que los pedidos lleguen a tiempo y en perfectas condiciones.

Para garantizar la calidad y presentación de los alimentos y servicios, la empresa implementa controles de calidad rigurosos en cada etapa del proceso y capacita al personal en técnicas de presentación y emplatado. El seguimiento y la retroalimentación de los clientes se manejan a través de encuestas de satisfacción y llamadas telefónicas postservicio, valorando mucho la opinión de los clientes y utilizando esta información para mejorar continuamente.

Los procesos principales del servicio incluyen la recepción de pedidos, planificación de menús, preparación de alimentos, coordinación logística, entrega y seguimiento postservicio, diseñados para optimizar la eficiencia y la calidad. La empresa realiza capacitaciones y entrenamientos periódicos para el personal con el fin de mejorar la gestión de procesos y la calidad del servicio, abarcando tanto habilidades técnicas como aspectos de servicio al cliente.

Los servicios de Catering Fernández se promocionan a través de diversos medios de comunicación, incluyendo redes sociales, publicidad en línea y recomendaciones de boca en boca, y la empresa participa en ferias y eventos locales para aumentar su visibilidad. En los últimos años, la empresa ha mantenido una base de clientes estable, con un ligero incremento en la cantidad de nuevos clientes gracias a sus esfuerzos de marketing y promoción. La producción ha incrementado debido a la expansión de sus servicios y la apertura de nuevas sucursales, permitiendo a la empresa atender a un mayor número de clientes y eventos.

El análisis de información muestra el estado actual de la empresa "Catering Fernández" donde, la gestión de procesos permite identificar los más importantes para la prestación del servicio, cuenta con logística interna y externa que consideran las actividades fundamentales para la empresa y su mejora continua, en cuanto a la correcta atención al cliente, la empresa mantiene un trato cordial y profesional hacia los beneficiarios, dispone de un buzón de quejas y sugerencias para resolver de manera oportuna todo tipo de problemas relacionados con la empresa, en cuanto a infraestructura, la empresa cuenta con equipamiento y herramientas de trabajo necesarios para brindar un servicio de calidad, posee un espacio amplio y apropiado para la preparación de alimentos, y a su vez, cuenta con vehículos adecuados para el transporte de alimentos. Por otro lado, el marketing es un elemento clave para el crecimiento de todo tipo de organización, sin embargo, el servicio de catering en cuestión no ha priorizado el desarrollo de estrategias de marketing como un medio para impulsar su expansión.

La recopilación de la información a través de documentos proporcionados por el departamento administrativo como el manual de procesos y también la observación directa, permitieron realizar el mapa de procesos y a su vez, identificar los que son clave dentro del servicio de catering y por consiguiente, se muestran en la figura 2.



Figura 2. Mapa de Procesos

Nota: La figura muestra el mapa de procesos de la Empresa. Fuente: Elaboración propia.

En el mapa se muestran los procesos más relevantes, en primera instancia, en los círculo central, representa el macro proceso llamado servicio de alimentación Catering Fernández; seguido de los círculos pequeños de colores que representan los 5 procesos clave identificados dentro del servicio, definiéndolos como la planeación de los menús, coordinación con los proveedores, almacenamiento de insumos, producción y comercialización; por otra parte, los títulos de color azul muestran los subprocesos dentro de la empresa, estos se definen como la creación de los menús mensualmente con la chef encargada, ingreso, clasificación y organización de los insumos, preparación del menú, recepción, empaque y distribución de pedidos; y por último, las tareas o actividades que se realizan en cada proceso. A continuación, en la figura 3, se muestra el análisis de la cadena de valor de la empresa Catering Fernández.

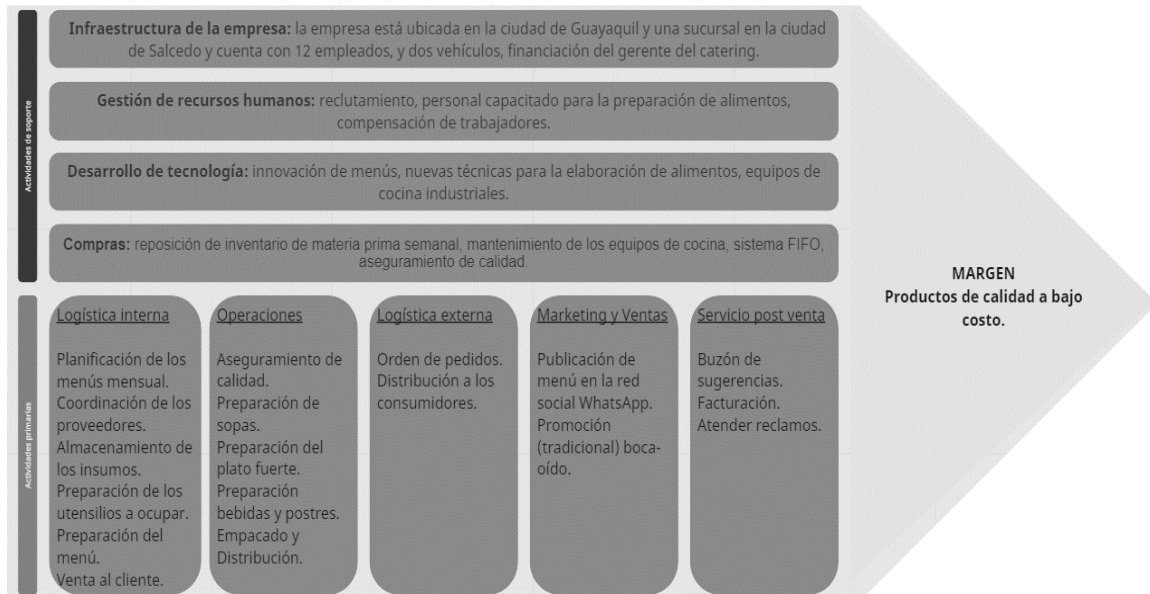


Figura 3. Cadena de valor

Nota: La figura muestra la cadena de valor de la Empresa. Fuente: Elaboración propia.

La cadena de valor se elaboró mediante análisis documental y una entrevista al gerente, destacando tanto las actividades primarias como las de soporte, las cuales ayudan a identificar los defectos en la gestión de procesos de la empresa. En los cuadros verdes se presentan las actividades de soporte que proporcionan información sobre la infraestructura de la empresa, la gestión de recursos humanos, el desarrollo tecnológico y las compras, todas ellas generando valor directo para la empresa.

Las actividades primarias incluyen la logística interna, que abarca la planificación mensual de menús, la coordinación con proveedores, el almacenamiento de insumos, la preparación de utensilios, la preparación del menú y la venta al cliente. Las operaciones se centran en asegurar la calidad de los alimentos, la preparación de sopas, platos fuertes, bebidas y postres, así como el empaque y la distribución de los productos. La gestión de pedidos y el transporte de alimentos son aspectos cruciales dentro de la logística interna.

En el área de marketing y ventas, se identificó que la falta de estrategias de marketing efectivas y actualizadas es el principal obstáculo para el crecimiento sostenido de la empresa. La ausencia de un plan de marketing adecuado impide a la empresa expandir su alcance e incrementar significativamente la cantidad de pedidos recibidos, limitando directamente su productividad. El análisis reveló que la empresa depende exclusivamente de medios de promoción limitados, como WhatsApp y el boca a boca tradicional. Esta estrategia pasiva y poco sofisticada no permite a la empresa aprovechar su potencial de mercado ni atraer nuevos clientes de manera proactiva.

También se detectó una deficiencia en el área de marketing. El análisis sugiere que esto podría deberse a una falta de efectividad en la promoción de sus productos. Por lo tanto, se recomienda ajustar las estrategias de marketing actuales mediante una propuesta mejorada. Esto no solo ofrecerá nuevas perspectivas, sino que también contribuirá a aumentar la producción y, consecuentemente, las ventas.

DISCUSIÓN

Catering Fernández muestra una sólida gestión de procesos, asegurando una estabilidad operativa mediante la planificación meticulosa de menús específicos en colaboración directa con los clientes. Este enfoque no solo garantiza la personalización del servicio, sino que también optimiza la calidad de los alimentos y la satisfacción del cliente, aspectos esenciales respaldados por estudios previos como el realizado en Venezuela por (García, 2016), que subraya la importancia de la gestión de procesos en la industria de servicios alimentarios.

La empresa también demuestra una gestión eficiente de la logística, desde la selección de ingredientes frescos hasta la entrega puntual de los pedidos. Esta coordinación meticulosa no solo asegura la frescura y calidad de los alimentos, sino que también refleja un compromiso con las normas de higiene y seguridad alimentaria, aspectos críticos respaldados por la investigación de (Berlanga et al. 2019), que destacan la importancia de la logística eficiente en la satisfacción del cliente y la reputación de la marca.

Sin embargo, uno de los hallazgos clave es la deficiencia en las estrategias de marketing de Catering Fernández. A diferencia de otras investigaciones como por ejemplo la de (Medina et al. 2024), que enfatizan la efectividad de las estrategias de marketing digital y la presencia en redes sociales para atraer y retener clientes, Catering Fernández depende principalmente de métodos tradicionales como WhatsApp y el boca a boca. Esta limitación estratégica podría estar obstaculizando su capacidad para expandirse de manera proactiva en el mercado y atraer nuevos clientes, un aspecto crucial respaldado por estudios que indican que una presencia robusta en plataformas digitales puede impulsar significativamente las ventas y el crecimiento empresarial.



CONCLUSIONES

Catering Fernández muestra un estado actual con una sólida gestión de procesos, lo que garantiza estabilidad operativa. Su enfoque en satisfacer las necesidades de los clientes demuestra un compromiso evidente. Esta combinación de eficiencia interna y orientación al cliente es fundamental para mantener y mejorar su posición en el mercado.

El análisis de la cadena de valor revela que el área crítica de mejora en Catering Fernández reside en su estrategia de marketing actual. Con solo dos canales de promoción establecidos, la empresa enfrenta limitaciones significativas para maximizar su alcance y efectividad en el mercado. Mejorar estas estrategias es crucial para impulsar tanto la producción como las ventas de manera sostenida.

Para abordar las deficiencias identificadas, se proponen diversas estrategias de marketing innovadoras. Estas incluyen la interacción directa con los clientes mediante la creación de promociones atractivas, el establecimiento de alianzas estratégicas, y la participación en patrocinios y auspicios relevantes, se recomienda una fuerte presencia en plataformas de redes sociales como TikTok, Instagram y Facebook, aprovechando el potencial del contenido visual para captar la atención del público objetivo. Complementariamente, la utilización de publicidad impresa como tarjetas de presentación y volantes busca reforzar la presencia de la marca en diversos contextos. Estas propuestas estratégicas tienen como objetivo no solo aumentar la producción y las ventas de Catering Fernández, sino también fortalecer su posición competitiva en el mercado a largo plazo.

FINANCIAMIENTO

No monetario

CONFLICTO DE INTERÉS

No existe conflicto de interés con personas o instituciones ligadas a la investigación.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Técnica de Cotopaxi por incentivar la investigación científica.

REFERENCIAS

- Aguirre-Benalcázar, M. C., Romero Hidalgo, O. M., Jaramillo Paredes, M. F., & Ruiz Carrillo, J. A. (2021). Situación de la mediana empresa ecuatoriana: Rasgos distintivos de sus prácticas gerenciales [The situation of Ecuador's medium-sized enterprises: Distinctive features of their management practices]. *Revista De Ciencias Sociales*, 27(2), 352-366. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i2.35929>
- Berlanga, M., López, S., Orús, P., & Soler, L. (2019). *Higiene y seguridad alimentaria [Food hygiene and safety]*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Bustamante -Chong, Mariana, Bustamante Chong, César, Caamaño Bustamante, Vanessa, & Cabezas Galarza, Franklin. (2019). Análisis de la gestión de procesos administrativos en el departamento de talento humano [analysis of the management of administrative processes in the department of human talent]. *Revista San Gregorio*, 1(31), 64-71.
- Cordero, D., Erazo, J., & Bermeo, K. (2023). Calidad del servicio en organizaciones proveedoras de internet desde la perspectiva de estudiantes de los diferentes niveles educativos [Quality of service in internet provider organisations from the perspective of students at different educational levels]. *Revista Conrado*, 19(90), 83-91.
- Erazo, J. C. (2021). Capital intelectual y gestión de innovación: Pequeñas y medianas empresas de cuero y calzado en Tungurahua—Ecuador [Intellectual capital and



- innovation management: Small and medium-sized leather and footwear enterprises in Tungurahua-Ecuador]. *Revista De Ciencias Sociales*, 27, 230-245. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i.37004>
- Falcón-Acosta, Odalys, Petersson-Roldán, Maritza, Benavides-García, Sonia, & Sarmenteros-Bon, Ileana. (2016). Los métodos cuantitativos en la mejora de los procesos del catering [Quantitative methods in improving processes of catering]. *Ingeniería Industrial*, 37(1), 70-77.
- García, A., (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente [Service culture in optimising customer service]. *Telos*, 18(3), 381-398.
- La-Mota-Terranova, G., Iglesias Mora, P., & Zea Maridueña, J. (2021). Modelo estratégico para optimizar la productividad de la empresa M&D Catering [Strategic model to optimise the productivity of the company M&D Catering]. *Revista Científica Ciencia Y Tecnología*, 21(30). <https://doi.org/10.47189/rcct.v30i30.444>
- López, Carlos F., & Huamán, Ludencino A.. (2024). Cadena de valor: modelo de gestión para la formación inicial del profesorado [Value chain: management model for initial teacher training]. *Formación universitaria*, 17(2), 47-60. <https://dx.doi.org/10.4067/s0718-50062024000200047>
- Medina, M. A. (2024). El impacto de la inteligencia artificial en la personalización de la experiencia del cliente en el e-commerce [The impact of artificial intelligence on personalising the customer experience in e-commerce]. *Universidad Y Sociedad*, 16(4), 394-403.
- Medina-León, Alberto, Nogueira Rivera, Dianelys, Hernández-Nariño, Arialys, & Comas Rodríguez, Raúl. (2019). Procedimiento para la gestión por procesos: métodos y herramientas de apoyo [Procedure for process management: methods and support tools]. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 27(2), 328-342. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052019000200328>
- Parra-Northon, Adolfo Antonio De la, & Figueroa González, Ernesto Geovani. (2022). Diseño de un instrumento para medir la capacidad de gestión para resultados en la Universidad Juárez del Estado de Durango [Design of an instrument to measure the capacity to manage for results at the Universidad Juárez del Estado de Durango]. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 12(24), e047. <https://doi.org/10.23913/ride.v12i24.1199>
- Peralta, M. R. (2019). Cuadro de mando integral, enfoque estratégico al proceso administrativo y educativo [Balanced scorecard, strategic approach to the administrative and educational process]. *Visionario Digital*, 3(22), 120-144. <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.2.627>
- Pereda-Lévano, F. (2021). El Sistema de Gestión de la Calidad y su Influencia en la Gestión por Procesos de la Administración Pública [The Quality Management System and its Influence on Process Management in Public Administration]. *Gestión En El Tercer Milenio*, 24(48), 153-159. <https://doi.org/10.15381/gtm.v24i48.21828>
- Sánchez, M. L. (2020). *Desarrollo de un modelo de gestión integrando el uso de las nuevas tecnologías en el sector Hotelero-Eventos Catering* [Development of a management model integrating the use of new technologies in the Hotel sector - Catering Events]. Tesis de grado. <http://hdl.handle.net/10654/37962>
- Villadiego-Sánchez, L. I., & Calics-Salcedo, L. P. . (2022). La gestión del talento humano: elemento catalizador del éxito en las organizaciones actuales [Human talent management: a catalyst for success in today's organisations]. *Revista Dialogus*, (9), 67-85. <https://doi.org/10.37594/dialogus.vi9.731>



Zaratiegui, J. R. (1999). La gestión por procesos: Su papel e importancia [Process management: its role and importance in the enterprise]. *Economía industrial*, 330, 81-82.

Derechos de autor: 2024 Por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>