



*Asesorías y Tutorías para la Investigación Científica en la Educación Puig-Salabarría S.C.
José María Pino Suárez 400-2 esq a Lerdo de Tejada. Toluca, Estado de México. 7223898475*

RFC: ATI120618V12

Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.

<http://www.dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/>

Año: X Número:1 Artículo no.:75 Período: 1ro de septiembre al 31 de diciembre del 2022.

TÍTULO: Modelo de calidad para establecimientos de alimentos y bebidas con certificación R dorada.

AUTORAS:

1. Lic. Erika Vanessa Granizo Huaraca.
2. Máster. Estephany Alejandra Tapia Romero.

RESUMEN: El éxito en las empresas está en el logro de sus objetivos y desembocar en la excelencia, siendo uno de los elementos disruptivos la gestión de la calidad, y con ello, está la certificación R dorada para establecimientos de alimentos y bebidas propiciado por el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Riobamba, Ecuador. Es prioritario mantener el estándar e inclusive repotenciarlo por lo que se diseña el modelo de calidad con base en un diagnóstico situacional, evaluación de procesos operativos y de gestión, análisis sistemático de los procesos para la mejora continua y tomando como referencia el ciclo de Deming (planear, hacer, verificar y actuar). La investigación ratifica la necesidad de consolidar los efectos de la gestión de la calidad.

PALABRAS CLAVES: buenas prácticas alimentarias, calidad, certificación, ciclo de Deming.

TITLE: Quality model for food and beverage establishments with Gold R certification.

AUTHORS:

1. Bach. Erika Vanessa Granizo Huaraca.
2. Master. Estephany Alejandra Tapia Romero.

ABSTRACT: Success in companies lies in achieving their objectives and leading to excellence, one of the disruptive elements being quality management, and with it, there is the gold R certification for food and beverage establishments promoted by the Autonomous Government Decentralized from the Riobamba canton, Ecuador. Maintaining the standard and even reinforcing it is a priority, which is why the quality model is designed based on a situational diagnosis, evaluation of operational and management processes, systematic analysis of processes for continuous improvement and taking the Deming cycle as a reference (plan, do, check and act). The research confirms the need to consolidate the effects of quality management.

KEY WORDS: good food practices, quality, certification, Deming cycle.

INTRODUCCIÓN.

La concepción de la calidad por parte de las empresas hace referencia al desarrollo de procesos que impliquen la mejora continua hacia la búsqueda de resultados favorables para el crecimiento de la organización. Para, Zabala y Vélez, (2020) implica tener una filosofía de trabajo colaborativo que dirija la actuación de todos los colaboradores de la empresa a la consecución de los objetivos.

Promover la calidad dentro de las empresas puede ser un reto constante y laborioso, pero para Pincay y Parra (2020), si la gestión de la calidad parte de una planeación organizada como una herramienta de apoyo que dirija los procesos operativos, esto se convierte en una tarea más sencilla para los directivos, ya que facilita la toma de decisiones que permitan incrementar sostenidamente el rendimiento empresarial.

Además de gestionar los procesos de mejor manera, Amaya, et al. (2020) consideran que la calidad empresarial se enfoca también en el aprovechamiento y el adecuado manejo de los recursos para optimizar eficientemente el desarrollo de los procesos con la finalidad de reducir costes innecesarios en la producción y potenciar mejores resultados en las ventas.

Por otra parte, Reyes, et al. (2022) consideran que el enfoque en la calidad total de los procesos empresariales constituye una ventaja competitiva en el mercado; por ende, Martínez y El Kadi, (2019) sostienen que la adopción y el fortalecimiento de este componente influye un cambio de la cultura organizacional que pone en compromiso de la empresa la práctica ética y responsable de sus funciones. Además, Martínez (2021) menciona que es importante invertir en el bienestar del talento humano que priorice sus necesidades e intereses a fin de promover la mayor eficacia de sus actividades, dando como resultado un excelente desempeño laboral.

DESARROLLO.

Perseguir el rendimiento empresarial requiere de ideas estratégicas que proyecte las metas que la organización quiere alcanzar; por tanto, de acuerdo a Carrillo, et al. (2018) gestionar la calidad organizacional conlleva una coyuntura dinámica entre los actores que permita enfocar una visión colectiva hacia un mismo fin, cuya apertura conduzca a la excelencia del producto o servicio que satisfaga las expectativas de los clientes, proporcionando así una rentabilidad elevada en beneficio de la empresa.

Finalmente, Sánchez y Castro (2005) recalcan, que la calidad constituye una variable de medición para las organizaciones que buscan aspectos diferenciadores como ventaja competitiva; por tanto, Maldonado (2018) define a la calidad en base a la influencia de la imagen corporativa como un elemento subjetivo que conjuga las expectativas y percepción de la demanda con respecto a los productos o servicios ofertados.

Sin duda, para Murrieta, et al. (2020), la gestión de la calidad constituye un marco competitivo en el mercado, que trae consigo múltiples beneficios para la empresa y los actores quienes la conforman; por ende, se debe considerar que para asegurar el establecimiento de una estrategia de calidad es necesario conocer este concepto; razón por la cual, para Hernández, et al. (2018), la calidad implica una visión innovadora, cuya organización oriente la práctica de gestión por procesos que integre de

manera transversal una planeación estratégica que induzca acciones específicas que promuevan la mejora continua en la empresa.

En este caso, Tapia & Otíz (2020) analizan la calidad desde cuatro criterios adaptados con el ciclo de Deming (planear, hacer, verificar y actuar), cuya investigación presenta concepciones necesarias para idear un modelo de gestión de calidad para establecimientos de alimentos y bebidas con certificación R dorada de la ciudad de Riobamba, a fin de conocer si la aplicación de procesos de mejora continua optimiza la calidad del servicio.

La investigación parte del criterio de ocho restaurantes catalogados con la denominación de R dorada por parte de la Dirección de Turismo de la ciudad, mismos que se evaluaron con relación a las dimensiones descritas a continuación:

- **Dimensión planificar.**

Según Suárez y Zeña (2022), lo consideran como un componente esencial de toda empresa que acrecienta la productividad de la misma mediante una idónea gestión de los procesos, talento humano y recursos disponibles. En este sentido, conforme al objeto de estudio, se indagó las acciones de las empresas de alimentos y bebidas referente a su planeación continua, la participación que desempeñan el talento humano que la conforma, el establecimiento de acciones, y los procesos en relación a eventualidades de impacto global (COVID 19), donde se describe a continuación los criterios de actuación de los empresarios gastronómicos referente a este indicador.

Tabla 1. Plan. Posee plan de mejora continua.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	1	12,5	12,5	12,5
2	1	12,5	12,5	25,0
3	6	75,0	75,0	100,0
Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Tapia & Ortíz, (2021).

Tabla 2. Participación. Todo el personal participa del plan de mejora continua.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	2	25,0	25,0	25,0
3	6	75,0	75,0	100,0
Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Tapia & Otíz, (2021).

Tabla 3. Acciones. Planifica acciones para la nueva normalidad post COVID 19.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 2	1	12,5	12,5	12,5
3	7	87,5	87,5	100,0
Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Tapia & Otíz, (2021).

Tabla 4. Protocolos. Planificación de protocolos de atención al cliente post COVID 19.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	1	12,5	12,5	12,5
3	7	87,5	87,5	100,0
Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Tapia & Otíz, (2021).

Análisis.

Es necesario precisar, que para obtener el reconocimiento R dorada, la DITUR proporciona jornadas académicas direccionadas a la gestión de la calidad y la mejora; por ello, en los resultados se evidencia que 7 de 8 establecimientos cumplen con la posesión de un plan de acción; sin embargo, es necesario reconocer si el mencionado documento está en correspondencia de una planificación sólida con base en un estudio minucioso previo de los procesos tanto internos como externos; caso contrario, solo se concebiría como letra muerta sin efecto favorable alguno. Del mismo modo, es necesario destacar, que no todo el personal está involucrado en el proceso, y esto puede ser por diversas razones como la rotación de personal, contratos por temporadas, o por falta de motivación

al cliente interno, convirtiéndose en una debilidad en la consecución de objetivos empresariales y empoderamiento en su ejecución; por otra parte, frente a la realidad de la pandemia del COVID-19, los locales están tomando acciones para salvaguardar la salud de sus colaboradores aunque no todos tengan claro exactamente los medios para conseguirlo; por lo cual, a nivel del Comité de Operaciones de Emergencia (COE) cantonal, se han diseñado insumos que permitan esclarecer las dudas de los gestores, por lo que se reflejan las acciones con el 87,5% de cumplimiento en estos parámetros.

- **Dimensión hacer.**

En relación a este indicador, Montesinos, et al. (2020) exponen, que es sumamente importante la participación de los responsables y del personal laboral, cuyo compromiso involucre la práctica profesional y ética de sus funciones, a fin de aportar eficientemente el desarrollo de las mismas, ya que la actuación colaborativa permite la correcta realización de las tareas planeadas en el plan de acción y su desarrollo eficiente hacia la consecución de la mejora continua. Es así, que conforme al objeto de estudio, se indagó las acciones de las empresas de alimentos y bebidas referente al proceso de actuación, donde se consideró la relación de las empresas con el cliente interno y externo, y su papel de desempeño con las necesidades de los proveedores, la atención al cliente, y las buenas prácticas laborales, mismas que se describen a continuación:

Tabla 5. Proveedores. Selección de proveedores, recepción y almacenamiento de alimentos e insumos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 2	1	12,5	12,5	12,5
3	7	87,5	87,5	100,0
Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Tapia & Otíz, (2021).

Tabla 6. BPM. Existe control de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) en los procesos de producción post COVID 19.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 2	1	12,5	12,5	12,5
3	7	87,5	87,5	100,0
Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Tapia & Otíz, (2021).

Tabla 7. Control. Control de los procesos de servicio al cliente.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 2	2	25,0	25,0	25,0
3	6	75,0	75,0	100,0
Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Tapia & Otíz, (2021).

Tabla 8. Post venta. Aplica servicio postventa.

Tabla 8. Post venta. Aplica servicio postventa.				
Frecuencia		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	2	25,0	25,0	25,0
3	6	75,0	75,0	100,0
Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Tapia & Otíz, (2021).

Tabla 9. Fidelización. Mantiene procesos de fidelización de clientes.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 2	3	37,5	37,5	37,5
3	5	62,5	62,5	100,0
Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Tapia & Otíz, (2021).

Análisis.

Las buenas prácticas de manufactura es uno de los principales objetivos de cumplimiento para la obtención del reconocimiento, y una vez aplicado por los beneficios que esto presenta, se sigue desarrollando constantemente en todos los restaurantes, y más aún en la temporalidad actual; sin embargo, es preciso mejorar constantemente los estándares en cuanto a la inocuidad alimentaria en toda la cadena de valor, puesto que se ha evidenciado que su cumplimiento se fija mayoritariamente en el salón o área de servicio, y no es minucioso en el área de producción alimentaria.

Es destacable la importancia que los establecimientos ofrecen al cuidado de la materia prima con una adecuada selección y control de proveedores, así como la minuciosidad en la recepción y almacenamiento, lo cual es importante en el aseguramiento de la calidad alimentaria.

En cuanto al servicio, no todos evidencian mantener un proceso como tal, lo cual se convierte en una debilidad, puesto que no se tienen estandarizados los tiempos de producción así como tampoco los puntos de control (PC) ni puntos críticos de control (PCC), promoviéndose la desorganización que incurre en fallas en la prestación del servicio.

Otro de los procesos clave es la fidelización del cliente, más aún solo el 75% aplica servicio post venta categorizado como una estrategia que promueve los efectos de fidelización, recomendación y regreso del cliente.

- **Dimensión verificar.**

Según Gutiérrez, et al. (2019) es la clave para comprobar si dichas acciones planteadas en el proceso de planificación cumplen a cabalidad con el propósito definido mediante una valoración de los resultados obtenidos conforme a las acciones tomadas, con la finalidad de comprobar su eficiencia o plantear acciones de mejora que permitan un mejor desempeño.

Con base a lo expuesto, se formularon varias interrogantes para determinar el proceso de verificación que tienen cada una de las empresas de alimentos y bebidas de la ciudad de Riobamba con distinción

de R dorada, en la cual se consideraron los criterios de actuación conforme a los sistemas de documentación y retroalimentación e identificación de los roblemas del sistema productivo, mismos que se detallan a continuación:

Tabla 10. Evaluación. Mantiene un sistema de evaluación de procesos documentada.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	2	25,0	25,0	25,0
2	3	37,5	37,5	62,5
3	3	37,5	37,5	100,0
Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Tapia & Otíz, (2021).

Tabla 11. Debilidades. Identifica posibles fuentes de debilidad o error en el sistema productivo.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	1	12,5	12,5	12,5
2	2	25,0	25,0	37,5
3	5	62,5	62,5	100,0
Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Tapia & Otíz, (2021).

Análisis.

La utilización de evaluación de procesos es uno de los puntos más importantes en la consecución de objetivos empresariales; sin embargo, el 25% de los establecimientos no mantiene un registro documentado, con lo cual es imposible conocer el estado actual del restaurante. Es necesario señalar, que el restante 75% de locales mantienen el sistema activo, pero no es aceptable su nivel de ejecución, pues la mayor categoría ofrecida es la de cumplimiento parcial, lo cual muestra una fuerte debilidad. Por otra parte, no todas las debilidades en los procesos son evidentes, por lo que la identificación de las mismas se desarrolla en un 62,5%, lo cual debe ser urgentemente analizado por los gestores, puesto que puede desembocar en un problema mayor.

- **Dimensión actuar.**

Este componente se constituye como el último proceso de actuación del ciclo de Deming, que de acuerdo con Rojas & Contreras (2021), termina de evaluar el proceso, ya implementado, midiendo el grado de éxito; de esta manera, se podrán adoptar nuevas ideas para la continua mejora del proceso (p. 15).

Por consiguiente, el desarrollo de este proceso permite orientar la toma las decisiones sustanciales para adecuar los cambios pertinentes a las actividades de operación de la organización. En este caso de estudio, se determina los siguientes criterios: la evaluación de los resultados de las empresas conforme a su plan de acción, la identificación de los puntos de mejora, y el establecimiento de programas o proyectos que promuevan el ejercicio de las buenas prácticas que mejoren la productividad de los procesos organizacionales, mismos que conforme a un monitoreo y control riguroso busque alcanzar los objetivos propuestos por la empresa.

Tabla 12. Plan de acción. Ajusta el plan de acción de acuerdo a los resultados.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	1	12,5	12,5	12,5
2	1	12,5	12,5	25,0
3	6	75,0	75,0	100,0
Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Tapia & Otíz, (2021).

Tabla 13. Mejora-quejas. Identifica los puntos de mejora mediante el sistema de quejas y reclamos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	1	12,5	12,5	12,5
2	2	25,0	25,0	37,5
3	5	62,5	62,5	100,0
Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Tapia & Otíz, (2021).

Tabla 14. Manual-BPM. Ejecuta los procesos productivos mediante un manual de buenasprácticas alimentarias.

	Porcentaje Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	1 12,5	12,5	12,5
3	7 87,5	87,5	100,0
Total	8	100,0	100,0

Fuente: Tapia & Otíz, (2021).

Análisis.

El plan de acción requiere actualizaciones, dependiendo de las necesidades y protocolos de cada establecimiento, y esto está en correspondencia de evaluaciones periódicas y sus resultados; sin embargo, solo el 75% lo aplica y con respetables criterios de mejora, pues su cumplimiento es moderado; así mismo, se evidencian las acciones sobre el sistema de quejas y reclamos con un indicador muy bajo de aplicación, lo que repercute en la necesidad de mejoras en este proceso, puesto que la toma de decisiones no está encaminada correctamente, considerando que el criterio de los clientes representa un amplio porcentaje de objetividad respecto a lo que el gerente o colaboradores sienten o piensan de la prestación del servicio. Es destacable y plausible, que el manejo de manuales de BPM se ha convertido en un insumo de total aplicación en 7 de los 8 restaurantes analizados, lo cual promueve la mejora de los procesos en cuanto al aseguramiento de la inocuidad alimentaria.

En conclusión, 7 de los 8 establecimientos cumplen con un plan de acción; sin embargo, no todo el personal está absolutamente involucrado en el proceso; es decir, los actores no son partícipes directos de la construcción de la herramienta, por lo cual es muy probable, e que no cumpla su rol efectivo; por tanto, es evidente la necesidad del manejo de herramientas de control de gestión y procesos para regular la mejora continua después de la obtención del reconocimiento de calidad, pues no todos los restaurantes tienen las mismas necesidades ni se direccionan a la calidad total de

manera uniforme, teniendo en cuenta, que mientras unos restaurantes se preocupan de los procesos productivos para que los platillos sean de mejor calidad, otros se direccionan a buscar la calidad desde la presentación de espacios y el servicio al cliente; así mismo, hay quienes documentan de manera ordenada los procesos evolutivos y de mejora, y quienes deciden aplicarlo sin registros como se evidencia con apenas el 37,5% de los restaurantes que lo hacen pero de manera básica.

Se debe tomar en consideración la mejora continua como una filosofía empresarial con la aplicación de sistemas de gestión, pues no solamente se logra la reducción de defectos sino el empoderamiento del personal para el cumplimiento de un objetivo común, conseguir la calidad total como equipo para ser gratificados con la satisfacción del cliente mediante los comentarios positivos o de mejora como una sola empresa productiva.

Los procesos de mejora continua constituyen los indicadores clave para efectivizar planes de gestión de la calidad en cada una de las fases de la cadena de valor; por lo cual, es necesario determinar las estrategias más idóneas que parten de una evaluación frecuente de procesos y su posterior toma de decisiones.

Con base a los resultados analizados, se consolida la formulación de un plan de acción que permita vincular estrategias que sean adaptables a las necesidades de las empresas de alimentación y bebidas de la ciudad de Riobamba con la distinción R dorada para contribuir con la mejora continua de sus actividades.

Tabla 15 Plan estratégico R dorada.

PERSPECTIVA / ESTRATEGIA	OBJETIVO	PROGRAMA	INDICADOR	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
Del cliente Programa de fidelización	<ul style="list-style-type: none"> • Obtener fidelización de los clientes mediante un servicio de calidad • Atraer y mantener la cartera de clientes mediante recompensas por la compra de productos 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar al cliente interno para mejorar la atención y el servicio •Premiar las compras consecutivas con vales de descuento o promociones 	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de la satisfacción de los clientes externos por la satisfacción de los servicios adquiridos • Porcentaje de clientes de compras habituales 	Matriz de seguimiento de clientes Manejo y resolución de conflictos <ul style="list-style-type: none"> • Recompensas o descuentos por fidelidad 	Gerente administrativo
Interna o de procesos Redefinir planeación de los procesos operativos hacia la consecución de la calidad total	<ul style="list-style-type: none"> • Garantizar el correcto funcionamiento de los procesos operativos del establecimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Estandarización de procesos •Establecimiento de un manual de funciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejoras en los procesos de operativos • Incremento de la producción y ventas 	Definición de los roles Planteamiento de estrategias empresariales Planteamiento de acciones de mejora	Gerente administrativo
De los recursos Optimización de los recursos e innovación tecnológica	<ul style="list-style-type: none"> • Establecimiento de matrices de seguimiento para controlar el uso adecuado de los recursos • Incorporación de plataformas virtuales que permitan promocionar los productos y servicios 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de fichas técnicas de cumplimiento. • Programa de publicidad de marketing digital 	<ul style="list-style-type: none"> • Disminución de pérdidas económicas • Porcentaje de visitas y seguidores de las plataformas virtuales 	<ul style="list-style-type: none"> •Diseño de formularios de evaluación y control Informes de resultados y acciones de mejoras <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de la competencia Diseño de contenidos Creación de spots publicitarios	Gerente administrativo

Fuente: Los autores (2021).

CONCLUSIONES.

Se concluye, que la implementación de los modelos de calidad en las empresas permite asegurar la correcta gestión de los procesos internos, además de promover la mejora continua, que proyecte una imagen positiva de la organización donde plasme estándares altos con base a las buenas prácticas laborales que promuevan un sistema colaborativo.

La gestión de la calidad consolida un marco competitivo en el entorno, que desde la responsabilidad directiva, coadyuve acciones que garanticen la eficiencia del desarrollo de los procesos, el manejo adecuado de los recursos, así como también, satisfaga las necesidades de los clientes internos y externos con la finalidad de promover una cultura organizacional proactiva en cumplimiento con los objetivos empresariales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

1. Amaya, P., Felix, E., Rojas, S., & Díaz, L. (2020). Estrategias para potenciar el aprendizaje y el rendimiento académico en estudiantes universitarios. *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 25(núm. 90).
2. Carrillo, F., Carrillo, V., & Moreno, C. (2018). Calidad total: Un enfoque de la administración del siglo XXI. *RECIMUNDO: Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento*, págs. 634-647.
3. Gutiérrez, E., Nuñez, Y., Milagros, V., & Manay, A. (2019). Aplicación de ciclo Deming para la mejora de la productividad en una empresa de transportes. *Revista Científica EPígmalión*.
4. Hernández, H., Barrios, I., & Martínez, D. (2018). Gestión de la calidad elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Dialnet*, Vol. 16(Nº. 28), págs. 169-185.
5. Maldonado, J. (2018). *FUNDAMENTOS DE CALIDAD TOTAL*. *Revista Academia*.
6. Martínez, L., & El Kadi, O. (2019). Logística integral y calidad total, filosofía de gestión organizacional orientadas al cliente. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, págs. 202-232.
7. Martínez, R. (2021). La calidad 4.0 en las empresas de servicio. *Dissertare Revista De Investigación En Ciencias Sociales*, pp. 1-12.

8. Montesinos, S., Vázquez, C., Maya, I., & Gracida, E. (2020). Mejora Continua en una empresa en México: estudio desde el ciclo Deming. *Revista Venezolana de Gerencia*.
9. Murrieta, Y., Ochoa, E., & Carballo, B. (2020). Reflexión crítica de los sistemas de gestión de calidad: ventajas y desventajas. *Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad*, pp. 115-132.
10. Pincay, Y., & Parra, C. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. *Dominio científico* , Vol 6(No 3), pp. 1118 - 1142.
11. Reyes, I., Flores, H., Callupe, R., orres, M., & Guerra, E. (2022). Gestión de calidad y formación profesional. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores* .
12. Sánchez, M., & Castro, J. (2005). *Calidad total: modelo EFQM de excelencia*. 2a edición. Madrid: FC Editorial.
13. Suárez, K., & Zeña, J. (2022). El ciclo Deming y la productividad: Una Revisión Bibliográfica y Futuras Líneas de Investigación. *Revista Científica y Tecnológica QANTU YACHAY*.
14. Zabala, F., & Vélez, E. (2020). La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios - Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, Vol. 6(Nº. 3), págs. 264-281.

BIBLIOGRAFÍA.

1. Rojas, C., & Contreras, R. (2021). *Repositorio, Universidad César Vallejo Perú*. Obtenido de Repositorio, Universidad César Vallejo Perú: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/75441>
2. Tapia, E., & Otíz, G. (2020). *Repositorio, Universidad técnica de Ambato*. Obtenido de Repositorio, Universidad técnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32442/1/0604123851ESTEPHANYALEJANDRATAPIAROMERO-signed.pdf>

DATOS DE LAS AUTORAS.

- 1. Erika Vanessa Granizo Huaraca.** Licenciada en Gestión Gastronómica. Maestrante en Hotelería y Gastronomía. Riobamba, Ecuador. Correo electrónico: erika.granizo@esPOCH.edu.ec
- 2. Estephany Alejandra Tapia Romero.** Ingeniera en Gestión Turística y Hotelera, Máster en Gestión de la Calidad de Empresas Turísticas. Docente Escuela de Cocina Riogourmet. Riobamba, Ecuador. Correo electrónico: tefo336@hotmail.es

RECIBIDO: 22 de mayo del 2022.

APROBADO: 2 de julio del 2022.