



República del Ecuador
Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil
Facultad de Posgrado e Investigación

Trabajo de Titulación para opción al título de Magíster en:
Administración de Empresas

Tema:

**Estrategias para la logística y operaciones en servicios de banquetes y
catering Hotel 5 estrellas.**

Autor:

Ing. Yandri Ismael Zambrano Carreño

Marzo, 2024

Guayaquil – Ecuador

Declaración expresa

Yo, YANDRI ISMAEL ZAMBRANO CARREÑO DECLARO que: El Trabajo de Tesis, “ESTRATEGIAS PARA LA LOGÍSTICA Y OPERACIONES EN SERVICIOS DE BANQUETES Y CATERING HOTEL 5 ESTRELLAS”, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría. En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del trabajo de tesis referido y brindo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil (UTEG).

YANDRI ISMAEL ZAMBRANO CARREÑO

Agradecimiento

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento por el apoyo incondicional que me has brindado durante todo el proceso de mi tesis de maestría. Tu constante aliento, comprensión y paciencia han sido fundamentales para que haya podido superar los desafíos y alcanzar este logro significativo en mi vida académica. Gracias Luisa Narvaez.

YANDRI ISMAEL ZAMBRANO CARREÑO

Dedicatoria

A ti Luisa Nathalie Narvaez Castillo, y a nuestras preciosas hijas, con profunda gratitud y alegría, quiero dedicar este logro a ustedes, mis mayores fuentes de inspiración y apoyo. Mi tesis de Maestría ha llegado a su fin y no podría haberlo logrado sin la fuerza y el amor que ustedes me han brindado a lo largo de este desafío, pero gratificamente viaje. Con todo mi amor y gratitud gracias.

YANDRI ISMAEL ZAMBRANO CARREÑO

Tabla de Contenido

DECLARACIÓN EXPRESA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
Tabla de Contenido.....	v
Índice de tablas.....	vii
Índice de figuras	viii
RESUMEN.....	ix
SUMMARY	x
INTRODUCCIÓN.....	11
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	13
1.1. Antecedentes de la investigación	13
1.2. Planteamiento del problema	15
1.2.1. Formulación del problema.....	16
1.2.2. Sistematización del problema.....	16
1.3. Objetivos del trabajo de titulación	17
1.3.1. Objetivo general.....	17
1.3.2. Objetivos específicos	17
1.4. Justificación del proyecto	17
1.5. Marco de referencia	18
1.5.1. Organización de eventos.....	19
1.5.2. Estructura organizativa de logística.....	19
1.5.3. Logística hotelera	22
1.5.4. Marco conceptual	23
1.5.5. Marco Legal.....	24
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	25
2.1. Métodos de la investigación	25
2.2. Diseño, alcance y enfoque de la investigación.....	25
2.2.1. Diseño de la investigación	25
2.2.2. Enfoque de la investigación.....	25
2.2.3. Alcance de la investigación.....	26

2.3.	Unidad de análisis, población y muestra	26
2.4.	VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	27
2.4.1.	La observación.....	28
2.4.2.	La encuesta.....	29
2.5.	Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información	29
CAPÍTULO III. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....		30
3.1.	Análisis de los resultados.....	30
3.1.1.	Resultados de las encuestas.....	30
3.2.	Evaluar la situación actual del Hotel 5 estrellas, estableciendo las necesidades logísticas del mismo y requerimientos operativos del mercado meta. 37	
3.3.	Análisis de la operación.....	38
3.4.	Identificar las necesidades y hábitos de los clientes para brindar un servicio personalizado.	45
3.5.	Desarrollar estrategias que permitan optimizar tiempo y recursos en las operaciones de banquetes y eventos.	45
CONCLUSIONES.....		57
LECCIONES APRENDIDAS.....		59
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		60
ANEXOS.....		62

Índice de tablas

Tabla 1. Encuesta- Pregunta 1	30
Tabla 2. Encuesta- Pregunta 2	31
Tabla 3. Encuesta- Pregunta 3	32
Tabla 4. Encuesta- Pregunta 4	34
Tabla 5. Encuesta- Pregunta 5	35
Tabla 6. Encuesta- Pregunta 6	36
Tabla 7. Presupuesto estimado	56

Índice de figuras

Figura. 1 Encuesta - Pregunta 12.....	34
Figura. 2 Encuesta - Pregunta 19.....	36
Figura. 3 Análisis de resultados financieros por establecimiento	38
Figura. 4 Cumplimiento de presupuesto - Restaurantes	39
Figura. 5 Cumplimiento de presupuesto - FF	40
Figura. 6 Cumplimiento de presupuesto - Eventos	40
Figura. 7 Diagrama de contribución a las Vtas. Por establecimiento	41
Figura. 8 Medición de retrasos y eficiencia de la estimación de stock necesario en eventos	41
Figura. 9 Capacidad por estimación del inventario en eventos	43
Figura. 10 Modelo de mejora en la calidad	46
Figura. 11 Mise en place – Evento general.....	49
Figura. 12 Mise en place – Evento Corporativo	50
Figura. 13 Mise en place – Salón 1.....	50
Figura. 14 Mise en place – Salón 2.....	50
Figura. 15 Mise en place – Salón 3.....	51
Figura. 16 Mise en place – Distribución de mesas	52
Figura. 17 Herramientas tecnológicas – Software de gestión eventos.....	53
Figura. 18 Herramientas tecnológicas – Software de monitoreo eventos.....	53
Figura. 19 Herramientas tecnológicas – Menú interactivo.....	54
Figura. 20 Herramientas tecnológicas – Método de cocción	55

Resumen

El presente trabajo de investigación se orienta hacia proponer estrategias para la logística y operaciones en servicios de banquetes y *catering* en un hotel 5 estrellas de la ciudad de Guayaquil, para lograr esto, se identificaron las necesidades y hábitos de los clientes para brindar un servicio personalizado, además de evaluar la situación actual del establecimiento para conocer las necesidades logísticas del mismo y requerimientos operativos del mercado meta. La metodología planteada fue de corte mixto, descriptiva, correlacional, con la aplicación de una encuesta a 380 clientes del hotel. Los resultados se orientaron hacia la necesidad de innovación en cuanto a la cadena de suministros, logística y proveeduría, donde se evidenció un tiempo de retraso para los eventos que se contratan en el hotel, pero se opera con proveedores externos. Se concluye que la preferencia de los clientes frecuentemente se dirige a realizar sus eventos en lugares amplios, con seguridad, comodidad; el mercado meta, se orienta hacia el sexo femenino, de más de 25 años, que se divierte tomándose un café, donde sus gastos promedio son de 50 usd., mientras que su inversión para eventos sociales puede llegar hasta 10 mil dólares. Finalmente, las estrategias propuestas se orientaron hacia la planificación Integral de Eventos, Optimización de Inventario y Suministros, Capacitación y Estándares de Servicio, Uso de Tecnología y Software de Gestión, Evaluación Continua y Retroalimentación y Optimización del personal.

Palabras claves: hoteles, administración, banquetes, catering, operación.

SUMMARY

This research work is aimed at proposing strategies for logistics and operations in banquet and catering services in a 5-star hotel in the city of Guayaquil. To achieve this, the needs and habits of clients were identified to provide a personalized service. , in addition to evaluating the current situation of the establishment to know its logistical needs and operational requirements of the target market. The proposed methodology was mixed, descriptive, correlational, with the application of a survey to 380 hotel clients. The results were oriented towards the need for innovation in terms of the supply chain, logistics and procurement, where a delay time was evident for events that are contracted at the hotel, but are operated with external suppliers. It is concluded that clients' preference is frequently directed toward holding their events in spacious places, with safety and comfort; he. The target market is oriented towards the female sex, over 25 years old, who has fun having a coffee, where their average expenses are 50 USD, while their investment for social events can reach up to 10 thousand dollars. Finally, the proposed strategies were oriented towards Comprehensive Event Planning, Inventory and Supplies Optimization, Training and Service Standards, Use of Technology and Management Software, Continuous Evaluation and Feedback, and Staff Optimization.

Keywords: hotels, administration, banquets, catering, services, operation.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se enfoca en las estrategias para la logística y operaciones en servicios de banquetes y *catering*, en el departamento de alimentos y bebidas de un hotel 5 estrellas ubicadas en el centro de Guayaquil.

Los banquetes se dan desde inicios de los más grandes imperios, donde se tenía costumbre de organizar en largas mesas comidas y festines sólo por diversión o por la celebración de algo en particular; incluso, ya en la Biblia, en la Carta de San Pablo a los Corintios se habla de un ágape, un término que hace alusión a las primeras reuniones de los cristianos donde consagraban el pan y el vino. Todo esto, con el pasar de los años, ha venido desarrollándose y redefiniéndose, dando paso a muchos conceptos complementarios como la propia palabra “banquete” cuyo origen se cree que viene del francés *banquet* que le daba nombre a los grandes bancos de madera que rodeaban las mesas al momento de servir la comida.

A partir del Renacimiento, los refinamientos de la gastronomía italiana fueron ganando influencia en los círculos más privilegiados, que entre ellos organizaban sus fiestas culinarias con cierta frecuencia. El tenedor, una pieza muy exclusiva reservada únicamente a las clases más altas, comenzó a extenderse entre el pueblo, que hasta entonces comía ayudado únicamente de las manos o como mucho de algo parecido a una cuchara para coger las partes más blandas o deshechas. La costumbre de seguir reuniéndose para comer una gran variedad de platos y cada vez más suculentos, se mantuvo hasta muy avanzado el siglo XVIII, hasta que el francés Brillat-Savarín, autor del que se considera el primer tratado de gastronomía, titulado “Fisiología del Gusto”, (1825) abogó por la moderación en beneficio de la calidad, asegurando que «solamente el hombre de espíritu sabía comer». (Fuentes, 2023)

La corriente se fue extendiendo a todos los continentes, unos con mayor desarrollo, otros con menor despunte culinario, pero todos fueron adoptando la costumbre de servir por tiempos, al momento de servir los alimentos, luego, se empezó a manejar opciones de banquetes a mesa puesta o en tiempos, según la cantidad de platos, lo cual ameritaba y amerita hasta la actualidad, el manejo exacto de cantidades,

personal, vajilla, utensilios, tiempos de espera, tiempos de entrega, y muchos aspectos más.

Esto hace que la logística en hoteles se convierta en la cadena de valor más importante al momento de la organización de estos eventos, misma que debe estar manejada a la perfección para que estos lleguen a todos los puntos del Ecuador donde los clientes necesiten que se brinden servicios: La logística, es el punto de inicio de todo proceso en un Hotel de 5estrellas.

La presente investigación irá presentando diversos apartados, es así que dentro del capítulo I, se hará una explicación detallada de la situación problemática que se abordará.

Dentro del capítulo II, se hará una revisión literaria de los principales conceptos sobre las variables de estudios, otros estudios relacionados al presente así como los elementos de esencial importancia que se tiene para la fundamentación teórica del mismo:

En el capítulo III, se ha desarrollado la metodología de la investigación que tiene como principal objetivo el desarrollar la forma en que se llevó a cabo el análisis de los resultados y la discusión.

Finalmente, dentro del capítulo IV se diseñó la propuesta de solución, planteada desde las respuestas obtenidas del mercado objetivo, por lo que se presenta un planteamiento con estrategias para lograr la optimización de recursos en la operación y logística del *catering* y banquetes del hotel, objeto de estudio.

Se concluye con un apartado que recopila los principales resultados obtenidos, así como las recomendaciones acerca de las estrategias que se propusieron y como lograr la maximización del riesgo administrativo, que garantice el éxito de la operación y logística de banquetes y *catering* del hotel.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

1.1. Antecedentes de la investigación

Se reconoce a la hotelería como una rama del turismo que ha generado una gran demanda de consumidores de diversas tipologías alrededor del mundo, su actuación en el mercado turístico es realmente importante ya que se necesitará casi siempre un lugar donde hospedarse (Solis, 2021). Un buen servicio hotelero viene encadenado a procesos logísticos que hacen posible la estadía del huésped, de allí la importancia de la gestión logística como “medio para maximizar el nivel de satisfacción del cliente, a través de la distribución de productos con altos estándares de calidad, con un servicio esmerado y entregados en el tiempo oportuno” (Solis, 2021).

Es indispensable la hotelería como pieza fundamental al momento de hablar de turismo y de sus componentes; la misma se ha ido diversificando según los cambios que ha sufrido y que continua sufriendo el mercado mundial del hospedaje, ya que la diversificación de gustos y necesidades cada vez es mayor; razón por la cual, resulta totalmente necesario un acertado manejo logístico de las operaciones, más aún al momento de hablar de la alimentación (*catering* y banquetes) que se ofertan fuera del hotel.

La actividad hotelera ha tenido que adaptarse a las necesidades de los usuarios actuales quienes cada vez son más exigentes optando por una buena relación entre los clientes externos e internos de tal manera que el servicio sea el mejor, considerando que un cliente satisfecho colabora en la venta de los productos de una empresa al informar acerca de ellos a sus familiares, amigos y colegas; para lo cual todos los servicios ofertados por el hotel deben ser de calidad (Solis, 2021).

Las empresas hoteleras ahora son conscientes de que para permanecer en el mercado, deben hacer cambios drásticos en la calidad del servicio no solo para los clientes extranjeros, sino también para sus colaboradores. Los servicios ofrecidos se pueden palpar históricamente tanto por los turistas como colaboradores, cada uno con puntos de vista que en algún punto se intersecan y conviven, pudiendo así mejorar la experiencia en el proceso de hospedaje.

Existen varios documentos de los cuales se puede hacer uso referencial sobre el manejo de servicios externos de logística y alquiler de *catering* social; como aspecto principal a investigar y determinar procesos eficientes; sin duda, es la logística y el transporte, pero se sabe qué es la logística y el transporte de eventos empresariales y qué significa la logística de eventos.

Según el trabajo de investigación presentado por Burgos et al.(2020), para la obtención del grado académico de Magister y cuyo nombre es “Plan estratégico para hotel de cinco estrellas en el distrito de San Isidro periodo 2020-2024” indica lo siguiente:

Una de las características distintivas del enfoque moderno de planificación es de orientación externa. Es necesario poner atención a todos los acontecimientos de la industria, en especial al comportamiento de los competidores. Solo un profundo conocimiento de las características estructurales de la industria junto con un sólido conocimiento de las acciones de los competidores puede generar el pensamiento estratégico de alta calidad requerido para el desarrollo firme a largo plazo de una empresa (Burgos et al., 2020, p.16).

Se indica que lo primordial en la actualidad es el servicio externo, ya que existe, luego del episodio de pandemia que el mundo logró superar, una nueva tendencia a realizar eventos ya no dentro de las instalaciones hoteleras, sino trasladar el hotel a las casas; creando así una experiencia única, ya que se maneja ambientes distintos en cada evento, ninguno es igual a otro, y eso es el detonante para el aumento de la calidad en todos los servicios; para esto, la organización del banquete deberá realizarse tres días antes de la función a fin de coordinar y comunicar oportunamente las actividades a realizar en todos los departamentos relacionados con el servicio, y planificar y desarrollar las funciones correspondientes. Al crear este pedido, se tiene especial cuidado en presentar claramente todos los detalles del servicio y agregar pautas para cada departamento.

De acuerdo al trabajo de titulación previo a la obtención del título de Maestro en Gerencia de operaciones y logística de Campos (2018), cuyo título es: “Gestión logística en una empresa de servicio hotelero, Huancayo – Perú” se indica lo siguiente:

“Cuando una empresa aplica la logística como un mecanismo táctico y estratégico con el fin de definir su negocio principal, será una constante buscar siempre darle un valor agregado a sus procesos, así concluyen que los clientes reconocen ese factor diferenciador en el servicio que recibe y que es considerado para cuando el cliente emita su calificación, de acuerdo con el resultado, como un servicio favorable o desfavorable.” (Campos, 2018).

Esto nos indica que la aplicación de una Logística adecuada para cada trabajo a realizarse dentro de círculo hotelero, sirve como una carta de presentación, como la práctica para una visión acertada, favorable del desempeño a futuro del servicio empleado, aprovechando tiempos, recursos y sobretodo, dinero, haciendo bien las cosas, de una manera ordenada, rápida, sencilla y eficiente.

1.2. Planteamiento del problema

Como punto de partida del tema, se referirá al Centro de Eventos de un hotel 5 estrellas en Guayaquil. El hotel está ubicado en el casco comercial de la ciudad cerca al parque Centenario. Es un punto para el desarrollo de eventos sociales y empresariales, espectáculos y conciertos artísticos a nivel nacional, ya que la instalación es apta para la realización de este tipo de actividades y puede albergar hasta 500 personas dentro del establecimiento y fuera con una capacidad de atender a 5000 personas. Se cree que existe un buen desfase en la logística para permitir el despliegue exitoso del evento planeado antes, durante y después del evento.

No existe una adecuada y organizada planificación del evento para lograr el éxito esperado por los empresarios y organizadores. De esta forma, la mayoría de los eventos que se realizan carecen de planificación, organización, logística y buenas relaciones públicas estratégicas que compensen la inversión realizada por los organizadores para lograr los resultados económicos esperados.

Una adecuada planificación y aplicación de metodologías de previsión futuristas pueden lograr los objetivos propuestos por los organizadores y de esta forma los espectáculos planificados redundarán en un mejor rendimiento económico y la

satisfacción de los organizadores. Los cimientos de cualquier organización o empresa, cualquiera que sea su naturaleza, son la planificación, el orden y la metodología, porque si no se respetan estos parámetros reinará la confusión y la incompreensión que conducirá al fracaso.

Por lo tanto, es necesario observar la causa para que los eventos programados en los puntos contratados no produzcan los resultados esperados. Lo anterior tiene como objetivo corregir las deficiencias en la organización de la logística con el fin de mejorar la calidad y pertinencia de los eventos planificados. Por lo tanto, vale la pena preguntarse cuáles son las deficiencias de la organización del evento en el hotel 5 estrellas que no dan resultados óptimos cuando se realiza.

A continuación, se coloca en detalle algunos aspectos que pueden definirse como básicos al momento del montaje de eventos y que se deben tener cuidado de no convertirlos en deficiencias:

- Cantidad de invitados
- Adecuada cantidad de salones/bartenders/azafatos de eventos
- Tiempos de espera correctos
- Menú acorde a las especificaciones e ingredientes solicitados
- Logística de montaje a la hora adecuada
- Demás opciones que se hayan solicitado

1.2.1. Formulación del problema

¿Cómo mejorar la logística y operaciones en servicios de banquetes y *catering* en un hotel de 5 estrellas de la ciudad de Guayaquil?

1.2.2. Sistematización del problema

- ¿Cuáles son las necesidades actuales y hábitos de los clientes del hotel a tomar en cuenta para un servicio personalizado y de calidad?

- ¿Cómo se desempeña actualmente el área de servicios de banquetes y *catering* del hotel en cuanto a la atención de las necesidades y requerimientos?
- ¿Qué estrategias son recomendables a implementar para optimizar tiempos y recursos en los servicios de banquetes y *catering* del hotel?

1.3. Objetivos del trabajo de titulación

1.3.1. Objetivo general

Definir estrategias para la mejora de la logística y operaciones en servicios de banquetes y *catering* para un hotel 5 estrellas en la ciudad de Guayaquil.

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar las necesidades y hábitos de los clientes para brindar un servicio personalizado.
- Evaluar la situación actual del Hotel 5 estrellas, estableciendo las necesidades logísticas del mismo y requerimientos operativos del mercado meta.
- Desarrollar estrategias que permitan optimizar tiempo y recursos en las operaciones de banquetes y eventos.

1.4. Justificación del proyecto

El departamento de Alimentos y Bebidas tiene un área de eventos y banquetes, no son una tarea fácil y requieren un carácter y un espíritu muy especial para conciliar y negociar las diferencias y lograr resultados exitosos y sobresalientes. Ser comunicativo, positivo y dinámico hará que su tarea sea mucho más fácil, ya que tendrá que mediar con su grupo de trabajo en la adquisición de productos y servicios y negociar constantemente para obtener el mejor resultado posible en cada pequeño acuerdo.

Al ser ordenado, metódico y detallado, puede planificar su tiempo y crear una lista de verificación que detalle cada tarea a realizar y quién es responsable de ella. Su control y seguimiento durante el evento y la logística hace que la gestión sea mucho más eficiente.

Como observador e innovador, busca y aprende nuevas herramientas y servicios alternativos que lo ayuden a minimizar los errores, los obstáculos y el conocido embudo de botella que siempre encuentra durante el desarrollo del proyecto. La flexibilidad es importante ya que nos permite trabajar en situaciones de emergencia y adelantar el resto del cronograma. Siempre habrá retrasos o cambios en el plan original debido a agentes externos, pero usar el plan B siempre es muy razonable y lógicamente aceptable.

Según Vasco y Montufar (2018), la administración del tiempo se refiere a analizar nuestro uso de este recurso en forma regular, para comprender la forma más adecuada de usarlo en forma efectiva. Afortunadamente, tanto los individuos como las organizaciones han intentado hacer frente al estrés de diversas maneras. Los individuos pueden tratar de reducir el estrés mediante mejor administración del tiempo, nutrición saludable, ejercicio, planeación de la carrera, cambio de empleo, promoción de la salud psicológica, relajación, meditación y oración (Espinosa et al., 2020). Las organizaciones, por su parte, pueden proporcionar asesoramiento o facilidades de recreación, o pueden mejorar el diseño del puesto al igualar a la persona al mismo (Chacha & Chacha, 2015).

1.5. Marco de referencia

La logística es la suma de los medios necesarios para lograr un objetivo específico en un proceso complejo. El montaje es el proceso utilizado para organizar tomas y secuencias de un evento o actividad de tal manera que los participantes perciban el todo integrado. La logística y la producción en un evento es administrar de manera eficiente todos los recursos para garantizar que se cumplan los objetivos principales y las necesidades identificadas. Los eventos ahora se pueden realizar de manera presencial, virtual o una combinación de ambos, en la modalidad que elijas. Se requiere la capacidad de activar esta logística y montajes para que este evento funcione de manera eficiente.

La logística es un conjunto amplio de actividades relacionadas con las transacciones y el flujo de materiales, productos e información. Estas

actividades se realizan para lograr dos metas comunes: alcanzar un flujo continuo de los procesos y brindar un nivel aceptable de servicio a los clientes (Pinheiro et al., 2017).

Un evento es un fenómeno que surge de ocasiones extraordinarias y tiene un fin recreativo, cultural, personal u organizacional, apartado de las actividades normales de la vida diaria, cuyo propósito es describir, celebrar o entrenar a un grupo de personas. , o para crear una experiencia, es una acción planificada temporalmente (lugar, fecha, hora), clasificada según el evento organizado.

Los eventos son herramientas de marketing, relaciones públicas y comunicación que sirven a una variedad de taxonomías. Un evento es una actuación “en vivo” organizada de acuerdo con los intereses de una organización, empresa o marca para transmitir un mensaje específico, inducir a la acción o crear una actitud a una audiencia específica.

1.5.1. Organización de eventos

La organización de eventos, es un tema muy diverso, ya que puede abarcar el 100% de todo el programa o solamente partes del mismo,

1.5.2. Estructura organizativa de logística

Las empresas de logística pueden tener muchas estructuras de organización, pero la estructura organizacional logística más típica debería consistir en un director de logística, un supervisor, un supervisor de la empresa comercializadora, un director de materiales; un director de compras, un director de almacén, un director de distribución, un especialista en envíos y algunos empleados de almacén (Saucedo, 2021).

Se define como la organización del flujo de materias primas, productos, servicios e información a lo largo de toda la cadena de suministro de un producto o servicio (Manrique et al., 2019). En forma coloquial es la gestión de todas las operaciones que buscan garantizar la disponibilidad de un

determinado componente (Producto, servicio o información) en tiempo y forma óptimos (Zona Logística, 2017).

Un sistema logístico traslada el producto desde punto a otro punto. Este sistema aparentemente simple en realidad está compuesto por muchos elementos y fases que deben trabajar en conjunto para lograr el objetivo de hacer llegar el producto al consumidor a tiempo y de la manera correcta; la estructura de su sistema logístico depende del tipo de producto que maneje. Sin embargo, en la mayoría de los casos, la estructura de cada sistema logístico debe tener al menos las siguientes fases o etapas:

1. Adquisición de productos

La adquisición de productos constituye la primera parte de la estructura de un sistema logístico. En esta fase se obtiene el producto una vez finalizado el proceso productivo. Es decir, tan pronto como salga de la fábrica o del piso de producción. Esta es la etapa en la que estos productos se transportan desde estas plantas de fabricación hasta los almacenes donde se mantienen en stock hasta que los consumidores los soliciten.

2. Inventario

Una vez que el producto llega al almacén, se debe verificar el inventario antes del almacenamiento. En otras palabras, debe estar registrado en la base de datos del almacén con toda la información sobre el producto en sí. Esta información nos permite saber dónde se almacenan nuestros productos, el número de unidades disponibles y las características específicas de cada producto. Esto permite un acceso rápido y eficiente cuando se necesita de nuevo. Por ejemplo, cuando se ha completado una venta y el producto debe enviarse al consumidor.

3. Almacenaje

Una vez que el producto ha sido debidamente inventariado, la siguiente etapa en el sistema logístico es el almacenamiento. En esta etapa, el producto se almacena hasta que se necesite. Esta etapa es fácil. No obstante, tenga en cuenta que este almacenamiento debe realizarse de

acuerdo con las características de cada producto para que le llegue en buenas condiciones. O ambos son iguales, considerando que las condiciones de almacenamiento de los respectivos productos son adecuadas. En la mayoría de los casos, no se requieren condiciones especiales, en otros casos, sin embargo, se deben considerar aspectos relacionados con la temperatura, la incidencia de la luz, la humedad ambiental.

4. Embalaje y manipulación

La siguiente etapa gestionada por el sistema logístico es el embalaje y manipulación del producto. Ocurre después de que el artículo ha sido vendido. En otras palabras, el producto es demandado por los consumidores. Cuando esto sucede, el producto sale de la fase de almacenamiento (esto es posible gracias al trabajo de inventario realizado anteriormente). Sin embargo, el producto debe empaquetarse y manipularse antes de enviarlo al cliente. Esto significa que el producto (o el producto si la venta incluye más de un producto) está debidamente preparado para garantizar que llegue en la forma solicitada por el cliente.

5. Transporte y distribución

La siguiente etapa en el sistema logístico es el transporte y la distribución. Esta es la etapa más visible del sistema logístico donde el producto llega al consumidor. En esta fase, los productos se transportan desde el almacén hasta el consumidor. Esto significa que los pedidos deben incluirse en el canal de distribución para permitir la distribución más eficiente posible y evitar sobrecostos.

6. Logística inversa

Podemos suponer que el sistema logístico termina cuando el producto llega al consumidor, pero hay otra fase que forma parte del sistema. Es logística inversa. Esta fase ocurre cuando los productos son cambiados o devueltos porque no cumplen completamente con las expectativas del cliente. El sistema logístico es más complicado de lo que parece a primera vista. Es un sistema que consta de muchos elementos y

acciones específicas para coordinar desde el sitio de producción hasta la entrega del producto al consumidor.

1.5.3. Logística hotelera

Por medio de este punto se puede determinar la importancia de la logística dentro del mundo hotelero, del servicio de *catering* y de los demás subsistemas existentes que influyen tanto directa como indirectamente en beneficio del cliente; razón principal de esta investigación, cuyo único propósito es el brindar un escenario ideal al momento de ofertar los servicios.

De acuerdo a la investigación realizada por docentes de la Universidad de Huila, Colombia, se presentan los siguientes conceptos logísticos que a continuación se detalla:

Logística es el proceso de planear, controlar y administrar la cadena de abastecimiento y distribución, desde el proveedor hasta el cliente y con un enfoque en la red de valor y colaboración entre los actores de la red logística interna y externa [...] la logística es el proceso de planear, implementar y controlar el flujo y almacenamiento eficiente y a un costo efectivo de las materias primas, inventarios en proceso, producto terminado e información relacionada, desde los puntos de origen hasta los de consumo; con el propósito de satisfacer las necesidades de los clientes (Saucedo, 2021).



Gráfica 1. Definición de logística

Fuente: (Paque Salazar, 2016)

Pequeña recopilación de dos teorías que se mostraron en el artículo publicado en la Revista de Investigación de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Huila; donde se expresa que el proceso nace desde la planificación de actividades, hasta la consecución final de las mismas; pasando por el cuidado de tiempos y presupuesto para optimizar resultados.

De igual manera, se muestra una primera gráfica donde se explica, la logística como la gerencia de la cadena de abastecimiento, desde la materia prima hasta el punto donde el producto o servicio que es finalmente consumido o utilizado; con tres flujos importantes de materiales (inventarios), información (trazabilidad) y capital de trabajo (costos).

1.5.4. Marco conceptual

En las empresas, la logística implica tareas de planificación y gestión de recursos. Su función es implementar y controlar con eficiencia los materiales y los productos, desde el punto de origen hasta el consumo, con la intención de satisfacer las necesidades del consumidor al menor coste posible (Carro & Gonzalez, 2001).

En una empresa, la logística incluye tareas de planificación y gestión de recursos. Su función es implementar y administrar eficientemente las materias primas y productos desde el origen hasta el consumo con el fin de satisfacer las necesidades de los consumidores al menor costo posible.

La importancia de la logística radica en la necesidad de mejorar el servicio al cliente y mejorar las etapas de comercialización y transporte al menor costo posible. Para ayudar a las empresas a diferenciarse de sus competidores, un análisis de su logística y cadena de suministro muestra que administrarlos adecuadamente no solo puede reducir los costos sino también aumentar las ventas.

1.5.5. Marco Legal

El Hotel referente en este trabajo es un hotel de categoría 5 estrellas que cumple con los siguientes requisitos del reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas vigente desde el 2018 (Decreto Ejecutivo, 2018):

En el reglamento se indica en el artículo 14 literal (g) *Servicio de Catering: Es la prestación externa del suministro de comida preparada y puede abastecer de todo lo necesario para la organización de cualquier evento, banquete, fiesta o similares; y, es en general la prestación de servicios de preparación de comidas para ser vendidas o servidas en puntos de consumo separados del lugar donde se elaboran (no comprende el servicio a domicilio de un restaurante, cafetería o establecimiento de alojamiento)*. Este artículo regula este tipo de actividades en el servicio de domicilio o *catering* es muy importante dentro de las operaciones en el mundo hotelero.

En el servicio puede o no incluir bebida, la mantelería, los cubiertos, el servicio de cocineros, meseros y personal de limpieza posterior al evento, Cuando el servicio de *catering* sea prestado por un establecimiento de alojamiento o de alimentos y bebidas, con registro y licencia de funcionamiento vigente, no se requiere de otro registro o licencia, ni pago adicional (Rivero, 2021)l.

Todos estos aspectos legales citados hasta este punto se deben a la razón de ser del Hotel en estudio, donde se muestra la funcionalidad, capacidad, rango y demás puntos que se deben resaltar para comprender la dimensión del estudio, ya que se trata de un hotel 5 estrellas, reconocido nacionalmente.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1. Métodos de la investigación

Para la presente investigación se usó el método científico, que es una serie de procedimientos de tipo lógico y experimental que permiten comprobar una hipótesis mediante experiencias controladas, replicables y precisas, o sea, mediante eso que conocemos hoy en día como ciencia (Hernández, Fernández, & Baptista, 2019).

2.2. Diseño, alcance y enfoque de la investigación

2.2.1. Diseño de la investigación

Esta investigación tuvo un diseño no experimental, ya que examinó información de varios casos en un punto específico en el tiempo; comúnmente utilizado en investigaciones cuantitativas con un enfoque descriptivo (Martínez, 2020).

De la misma manera, el diseño fue de campo, transversal, ya que para el estudio diagnóstico se requirió una medición del fenómeno objeto de estudio en un solo momento.

Este tipo de investigación sirvió para delimitar los diferentes problemas que se pueden estar dando por falta del conocimiento de estrategias correctas para la logística y operaciones en servicios de banquetes y *catering* hotel 5 estrellas en la ciudad de Guayaquil.

Esta evaluación sistemática e integral se enfocó en la interpretación de datos del servicio hotelero tomando como referencia un hotel 5 estrellas como caso de estudio práctico. La investigación constó de dos fases importantes, la primera se centró en la caracterización de sujetos donde se aplicaron entrevistas a los directivos y a los encargados de las áreas logísticas y la segunda fue el diagnóstico en el seguimiento de los procesos logísticos realizados en cada una de las áreas de las empresas en función de los servicios que brinda el establecimiento (Solis, 2021).

2.2.2. Enfoque de la investigación

Enfoque cuantitativo. Observación

Mediante la realización de una investigación cuantitativa se pueden recopilar datos objetivos. Además, la recopilación de valores numéricos permite medir la frecuencia de un fenómeno y observar condiciones reales. Esto se logra entrevistando a un gran número de personas y recogiendo una gran cantidad de datos (Qualtrix XM, 2022).

Los enfoques que se emplearon en el presente proyecto fueron cuantitativos y cualitativos ya que se empleó dos herramientas que definieron características específicas sobre lo que busca el cliente al momento de solicitar los servicios de banquetes y *catering* hotel 5 estrellas en la ciudad de Guayaquil.

Se necesita de ambos enfoques ya que al ser un servicio, se debe lidiar con las necesidades ilimitadas de los clientes, pero también se debe estructurar una base sobre la que se va a trabajar, por tanto, los resultados de la encuesta, van a brindar esa base o piedra angular para poder edificar, en base a la identificación correcta de necesidades (que brinda el enfoque cualitativo) las estrategias correctas para la logística y operaciones en servicios de banquetes y *catering* hotel 5 estrellas en la ciudad de Guayaquil.

2.2.3. Alcance de la investigación

Descriptivo

El alcance de esta investigación fue descriptivo, se logró dicho análisis a través de las encuestas realizadas a los asistentes del hotel 5 estrellas en donde se desarrolló la presente investigación. En promedio, se recibieron, alrededor de 80 clientes de manera diaria, teniendo picos intermitentes que se lo identificó a través de las épocas del año de manera internacional, como son San Valentín, día de las madres, día del padre, navidad, entre otras.

2.3. Unidad de análisis, población y muestra

La población para este estudio estuvo compuesta por clientes que fueron consumidores en los servicios de *catering* del hotel 5 estrella. La información fue

proporcionada por fuentes internas y confiables. Por lo tanto, en base a la factura emitida, se calculó un promedio de 80 clientes por día, huésped o cliente externo. Monto de pronóstico de 365 días al año donde se proyectó una población total de 29.200 personas. A continuación, se procedió a obtener la muestra:

$$n = X$$

$$N = 29.200 \text{ CONSUMIDORES}$$

$$Z = \text{Porcentaje de fiabilidad del } 95\% = 1.96$$

$$P = \text{Probabilidad de ocurrencia } (0,5)$$

$$E = \text{Error de muestreo del } 5\% (0,05)$$

$$Q = \text{Probabilidad de no ocurrencia } (0,5)$$

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d^2 (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{2\ 696\ 657 \times 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2 (2\ 696\ 657 - 1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$N = 380$$

2.4. Variables de la investigación

Desarrollar trabajos de investigación que arrojen resultados confiables, capaz de lograr los objetivos originalmente claros con buenos resultado para la satisfacción de los clientes. Variables de estudio operacionales y definidas para su aplicación de iniciar una logística en eventos son:

La forma en que se decide estudiar el mercado fue la investigación; una herramienta básica para recopilar información. Consiste en una serie de preguntas adecuadamente con el investigador hecho y ordenado de acuerdo a la forma, respuestas que deben ser procesadas para su posterior análisis. El mercado de eventos es un mercado de crecimiento y desarrollo, debido a la gran cantidad de

eventos que se realizan en Guayaquil tanto privados como públicos. A pesar de la grave situación económica que atraviesa el país, Logística se ha consolidado como un importante consumidor y por ello colabora con el mercado empresarial.

Las técnicas que se emplearon son tanto para alcanzar los fines cualitativos, como los fines cuantitativos de la investigación y poder obtener la información necesaria para plantear las distintas estrategias para la Logística y Operaciones en servicios de Banquetes y *Catering* Hotel 5 Estrellas: estas técnicas son la observación, la encuesta y la entrevista.

La forma en que se decidió estudiar el mercado fue la investigación; una herramienta básica para recopilar información. Consistió en una serie de preguntas adecuadamente con el investigador hecho y ordenado de acuerdo a la forma, respuestas que deben ser procesadas para su posterior análisis. El mercado de eventos es un mercado de crecimiento y desarrollo, debido a la gran cantidad de eventos que se realizan en Guayaquil tanto privados como públicos. A pesar de la grave situación económica que atraviesa el país, Logística se ha consolidado como un importante consumidor y por ello colabora con el mercado empresarial.

Las técnicas que se emplearon son tanto para alcanzar los fines cualitativos, como los fines cuantitativos de la investigación y poder obtener la información necesaria para plantear las distintas estrategias para la logística y operaciones en servicios de banquetes y *catering* hotel 5 estrellas: estas técnicas son la observación, la encuesta y la entrevista.

2.4.1. La observación

Esta fue de carácter cuantitativo, con el fin de relieves datos sobre las operaciones en base a observación directa de los procesos en cuanto a tiempos y recursos, así como la revisión de información documental en la forma de registros y bitácoras de operación.

2.4.2. La encuesta

Para el desarrollo de la encuesta, se aplicó en función a la operacionalización de variables a estudiar en el presente proyecto de investigación, las mismas que permitieron obtener dimensiones e indicadores y proceder con la elaboración de las preguntas, las cuales emplearon escala de Likert. Así mismo se procedió a validar el instrumento previo a un piloto de 5 encuestas, a los invitados y aplicar el coeficiente de Alfa de Cronbach mediante el software estadístico SPSS.

2.5. Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información

Las fuentes primarias de investigación se realizarán a través de artículos científicos, notas de investigación de especialistas en el campo de logística en eventos; son aquellas que proporcionan datos de primera mano, es decir es el propio investigador el que informa sobre los resultados de su investigación. (Mari, 2002)

Las fuentes secundarias fueron obtenidas de libros de artículos de revisión así se tuvo un abanico de información para el tema de investigación; Las fuentes terciarias de revistas, periódicos, boletines, conferencias; otras fuentes podrían ser presentaciones de PPT, programas de televisión, radios, PDFs.

Para la investigación se recopilaron fuentes secundarias como estadísticas, textos, artículos científicos publicados en revistas indexadas de instituciones públicas, gremios e instituciones privadas relacionadas con el objeto de estudio.

La información recopilada fue registrada a través de un formulario de campo, y registrará en una hoja simple de Excel (Microsoft.com, 2023) para la tabulación se utilizarán tablas y gráficos. Mientras que para el tratamiento de los datos, se utilizó SPSS (IBM, 2023).

CAPÍTULO III. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

3.1. Análisis de los resultados

3.1.1. Resultados de las encuestas

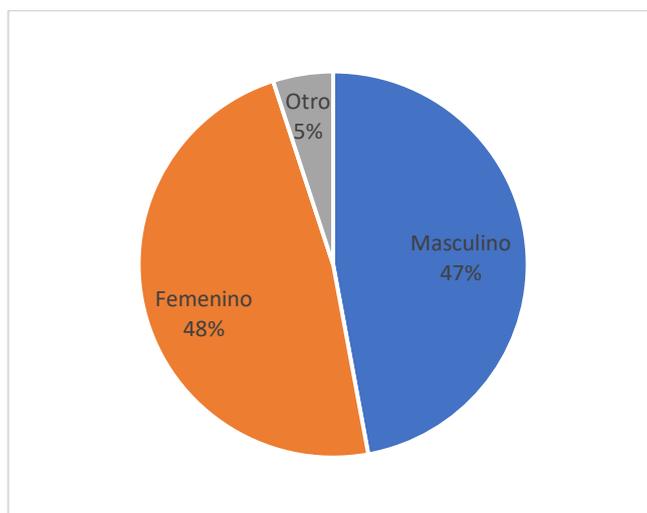
- **CARACTERIZACION DEL ENCUESTADO**

1. ¿Cuál es su género?

Tabla 1. Encuesta- Pregunta 1

1. ¿Cuál es su género?	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	179	47%
Femenino	182	48%
Otro	19	5%
Total	380	1

Figura. 1 encuesta - Pregunta 1



Análisis

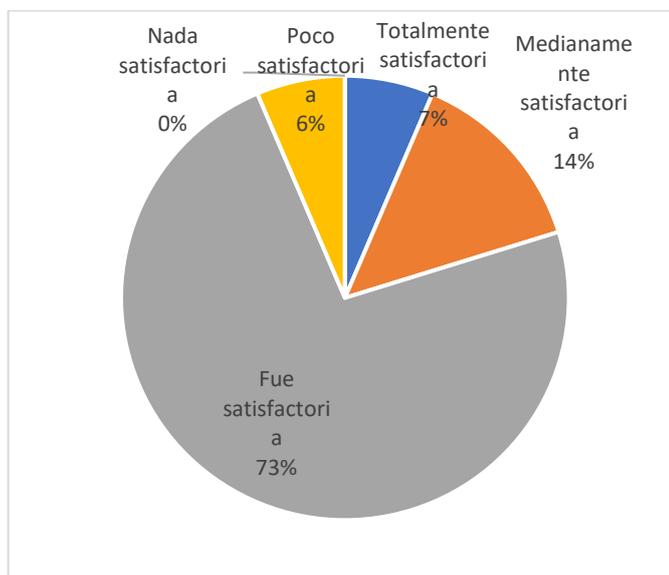
Se puede determinar que no es necesario tener un género para contratar un evento social dentro de las instalaciones o fuera de las instalaciones, han tenido matrimonios del mismo sexo y se les brindado la misma garantía como todos los eventos que será inolvidable. Sin embargo, es importante conocer el género, ya que la personalización de eventos, se difunde y fomenta la creatividad de quienes realizan los montajes de los mismos.

2. ¿Cómo califica los tiempos de respuesta a cada etapa de su requerimiento?

Tabla 2. Encuesta- Pregunta 2

2. ¿Cómo califica los tiempos de respuesta a cada etapa de su requerimiento?	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente satisfactoria	26	7%
Medianamente satisfactoria	56	15%
Fue satisfactoria	298	78%
Poco satisfactoria	26	7%
Nada satisfactoria	0	0%
Total	380	100%

Figura. 2 encuesta - Pregunta 2



Análisis

En cuanto a la atención del servicio, se indagó sobre Cómo califica los tiempos de respuesta a cada etapa de su requerimiento, a lo que el 78% de ellos indicó que fue satisfactoria, 15% de ellos dijo que fue Medianamente satisfactoria, un 7% indicó que fue totalmente satisfactoria, mientras que otro 7% de ellos indicó que fue poco satisfactoria.

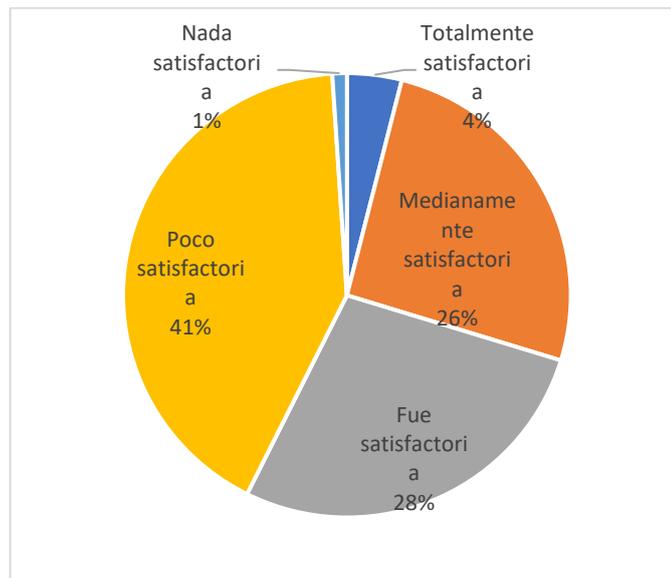
El manejo del tiempo dentro de la operación hotelera, es una línea vital para la satisfacción del cliente, el agotar recursos, retrasa la operación y por ende, retrasa toda la planificación que se hubiere proyectado. En eventos, es mucho más crítico, ya que la satisfacción se multiplica al igual que el nivel de inconformidad cuando las cosas no están a tiempo. Este efecto dominó perjudica la eficiencia de la operación hotelera, la misma que viene presentando deficiencias en la planificación de diversas etapas del proceso, las mismas que al estar conectadas por un itinerario, se vuelven complejas de organización de tal forma que todas las etapas de la provisión del servicio se cumplan con calidad.

3. El salón asignado a su evento, tuvo la adecuada cantidad de salones/ bartenders /azafatos de eventos?

Tabla 3. Encuesta- Pregunta 3

3. El salón asignado a su evento, tuvo la adecuada cantidad de salones/ bartenders /azafatos de eventos?	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente satisfactoria	15	4%
Medianamente satisfactoria	98	26%
Fue satisfactoria	105	28%
Poco satisfactoria	158	42%
Nada satisfactoria	4	1%
Total	380	1

Figura. 3 encuesta - Pregunta 3



Análisis

En cuanto a la atención del servicio, se indagó sobre El salón asignado a su evento, tuvo la adecuada cantidad de saloneros/ bartender /azafatos de eventos, a lo que el 42% de ellos dijo estar poco satisfecho con esto, 28% indicó que estuvo satisfecho, 26% indicó que estuvo medianamente satisfecho, 4% totalmente satisfecho mientras que 1% dijo que no estuvo satisfecho con la cantidad de personal para atender el evento.

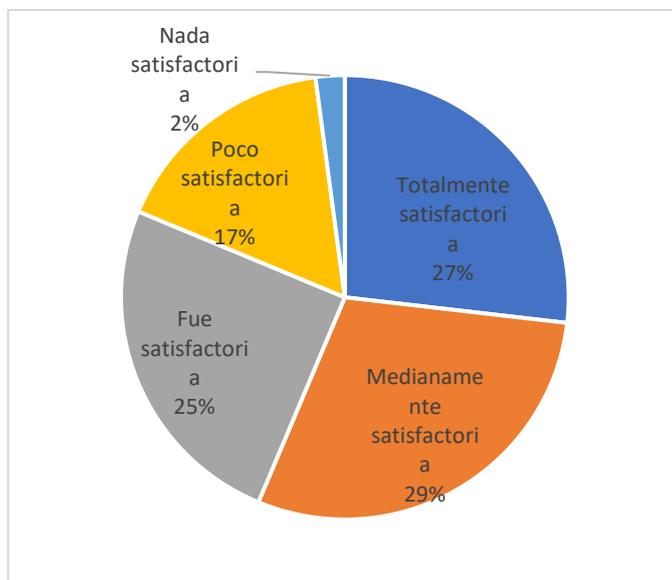
En este caso, es necesario mencionar que existe un staff de planta que atienden parte del proceso de provisión de alimentos y bebidas para los eventos sociales, por lo que los demás que se requieran en los otros procesos, se cubren con personal temporal por horas, los mismos que muchas veces, al ser contratados o referidos directamente con el coordinador asignado, no pasa por los filtros de aceptación que tiene el Hotel con el personal permanente. Por tanto, en relación a contratación temporal de personal, la calidad del servicio puede verse afectada por el desconocimiento del proceso o del nivel de servicio que se provee dentro del establecimiento.

4. El Menú estuvo acorde a las especificaciones e ingredientes solicitados?

Tabla 4. Encuesta- Pregunta 4

4. El Menú estuvo acorde a las especificaciones e ingredientes solicitados?	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente satisfactoria	102	27%
Medianamente satisfactoria	112	29%
Fue satisfactoria	95	25%
Poco satisfactoria	63	17%
Nada satisfactoria	8	2%
Total	380	1

Figura. 1 Encuesta - Pregunta 12



Análisis

En cuanto a la atención del servicio, se indagó sobre si el Menú estuvo acorde a las especificaciones e ingredientes solicitados, a lo que el 29% de ellos dijo estar medianamente satisfecho con esto, 27% afirmó estar totalmente satisfecho con el menú, 25% dijo estar satisfecho, mientras que un 17% dijo que estuvo poco satisfecho con el menú que se sirvió en el evento.

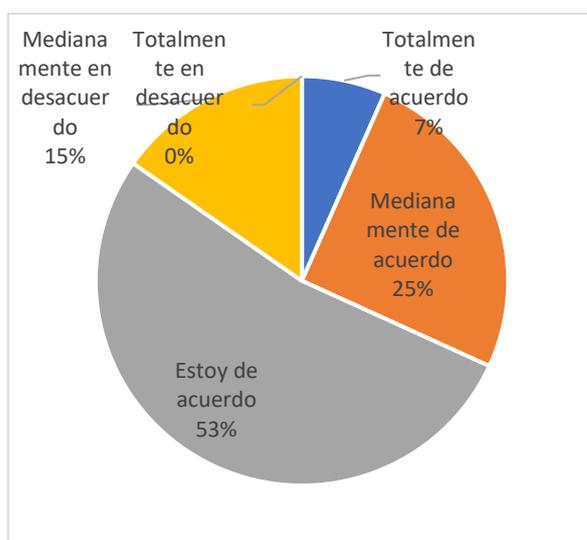
La provisión de alimentos y bebidas puede verse afectada por el canal de distribución desde la cocina hacia la sala, debido a que los colaboradores deben hacer dobles funciones o compartirse entre servir y preparar los alimentos. Esta situación trae consecuencias de tiempos en los que el usuario debe esperar más allá del tiempo estimado.

5. La logística de montaje estuvo a la hora adecuada?

Tabla 5. Encuesta- Pregunta 5

5. La logística de montaje estuvo a la hora adecuada?	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	25	7%
Medianamente de acuerdo	96	25%
Estoy de acuerdo	201	53%
Medianamente en desacuerdo	58	15%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	380	1

Figura. 5 Encuesta - Pregunta 5



Análisis

En cuanto a la atención del servicio, se indagó sobre si la logística de montaje estuvo a la hora adecuada, a lo que el 53% de ellos dijo estar de acuerdo, 25% de ellos indicó estar medianamente de acuerdo. 15% afirmó estar Medianamente en desacuerdo mientras que el 7% de ellos dijo que el montaje estuvo en las horas adecuadas previa al evento.

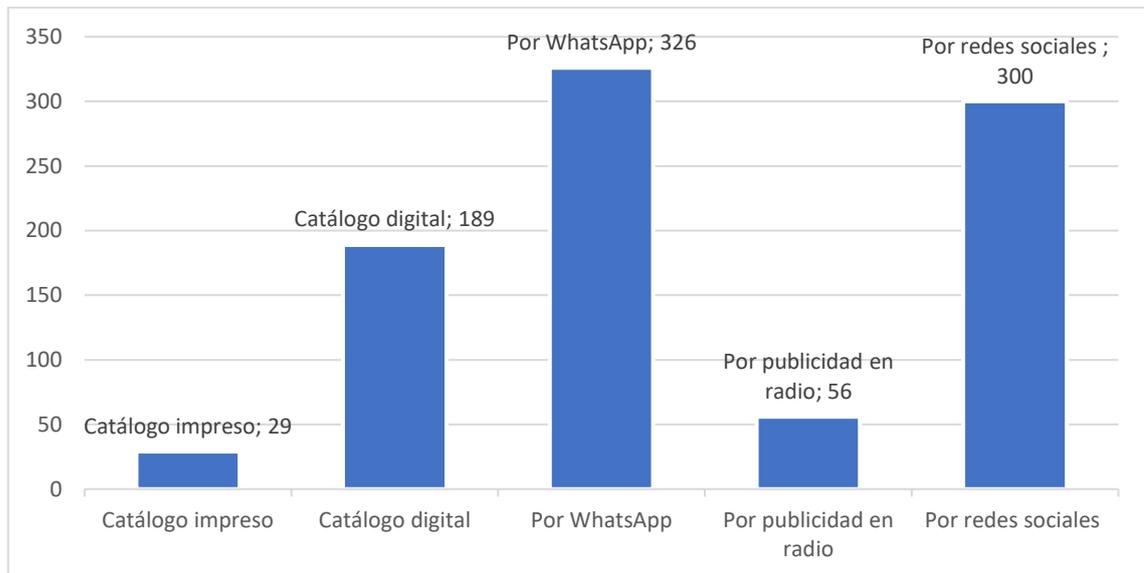
La alta demanda de los salones de eventos, de manera simultánea hace que el mobiliario que se utiliza para estos, se vea deficiente, haciendo que estos se alquilen de forma externa, a lo que hay tiempos de retraso en el montaje debido a que los externos no cumplen con las horas asignadas para cada salón.

6. ¿Cómo le gustaría recibir la información de los productos o servicios del hotel?

Tabla 6. Encuesta- Pregunta 6

6. ¿Cómo le gustaría recibir la información de los productos o servicios del hotel?	Frecuencia	Porcentaje
Catálogo impreso	29	8%
Catálogo digital	189	50%
Por WhatsApp	326	86%
Por publicidad en radio	56	15%
Por redes sociales	300	79%
Total	900	1

Figura. 2 Encuesta - Pregunta 19



Análisis

En cuanto a otros aspectos logísticos en sus eventos, se indagó cómo le gustaría recibir la información de los productos o servicios del hotel, Se puede evidenciar que el canal de WhatsApp es uno de los canales más rápidos para solicitar información de los servicios del hotel, la aplicación de WhatsApp es 24/7 mientras el canal de redes sociales se demora mucho en contestar los mensajes y se pierden muchos negocios.

3.2. Evaluar la situación actual del Hotel 5 estrellas, estableciendo las necesidades logísticas del mismo y requerimientos operativos del mercado meta.

El hotel de 5 estrellas cuenta con 236 habitaciones y suites recientemente renovadas, más de 23,000 pies cuadrados de espacio para eventos especiales y una variedad de comodidades generosas (HOV, 2023). cuenta con una infraestructura para eventos sociales de gran magnitud, con una amplia gama de servicios adicionales que permitirán la satisfacción del cliente desde su llegada al mismo.

Las locaciones perfectas para su evento están dentro del Hotel de la ciudad de Guayaquil que ofrece 2,192 m² de espacio para eventos a lo largo de sus 10 salas de reuniones y salones, además cuenta con espacio para eventos al aire libre (HOV, 2023).

La infraestructura es conveniente para todo tipo de eventos, y considerando que tiene 10 salones, la capacidad máxima de 700 pax y mínima de 10 pax, es necesario contar con el personal suficiente para llevar adelante todas las actividades y Logística para todos los eventos.

El presupuesto del año 2002 fue uno de los más altos y se tenía que cumplir las metas de cada mes por ende se contrata personal eventual para poder cubrir todos los puntos de servicio.

Como se puede observar, las necesidades puntuales del Hotel se encuentran inmersas en:

- ✓ Falta de personal temporal para la atención del servicio.
- ✓ Deficiencia en la planificación de los eventos, desde dispositivos y herramientas tecnológicas que ayuden a resolver la comunicación y personalización de eventos según la necesidad del mercado.

Entre los requerimientos operativos del mercado meta, se encuentran:

- ✓ Mejorar los tiempos de espera al respecto de recibir información comercial.
- ✓ Regularizar la situación de bartenders, para los eventos programados.

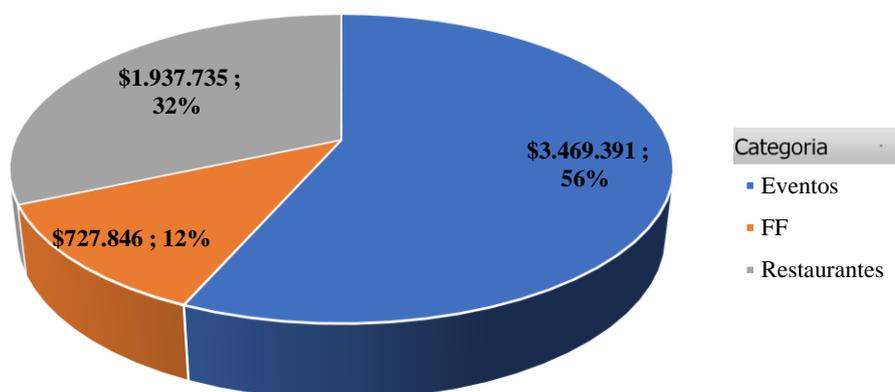
- ✓ Todos se orienta de manera general, a tener una personalización con el asesor comercial, de tal forma que es necesario mecanismos adecuados para los asesores de la ciudad de Guayaquil.

La gastronomía mantiene desde opciones para llevar hasta selecciones de alta cocina, tienen todo para satisfacer a cada client, desde la creatividad del Chef Ejecutivo.

3.3. Análisis de la operación

A fin de obtener información sobre el impacto económico que causan las deficiencias que presenta la operación, se han revisado documentos, formularios y registros de venta, organización y distribución de gastos del hotel en relación a su área de eventos.

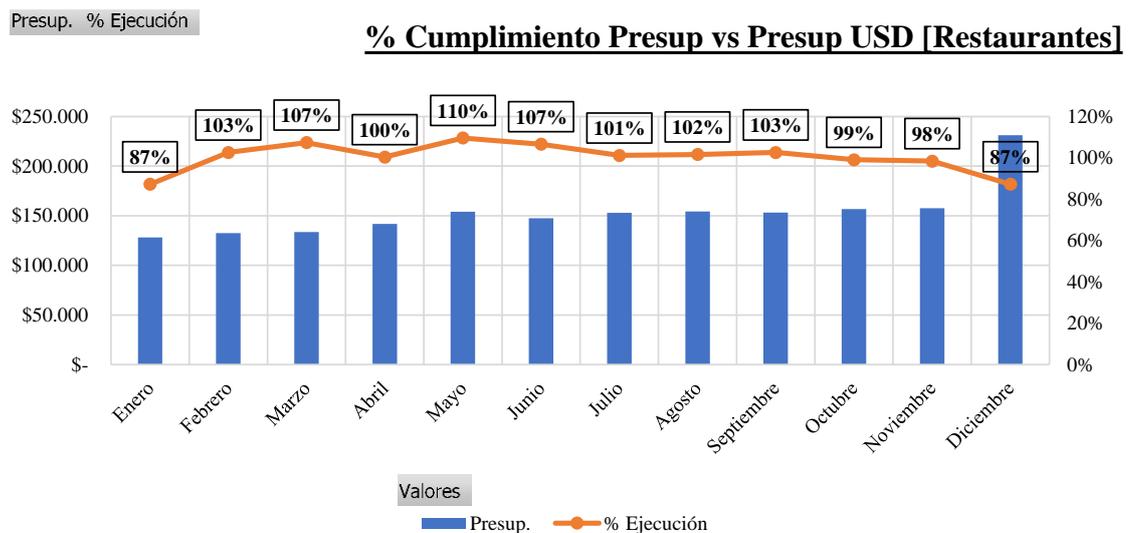
Figura. 3 Análisis de resultados financieros por establecimiento



La gráfica anual (figura 20) de desempeño de los restaurantes revela una tendencia interesante en relación con el cumplimiento del presupuesto de venta. A lo largo del año, se observa que los restaurantes tuvieron un alto nivel de éxito al cumplir con el presupuesto de venta mensual cuando el presupuesto mensual no superaba los 160.000 dólares. En estos casos, el rendimiento estuvo en línea con las expectativas financieras establecidas.

Sin embargo, en el mes de diciembre, se presenta una situación diferente. A pesar de tener un meta de presupuesto de venta que superaba los 200,000 dólares, solo se alcanzará el 87% de esa meta. Este resultado sugiere que, a medida que el presupuesto aumentó significativamente, el desempeño del equipo de ventas, terminó en comparación con los meses anteriores.

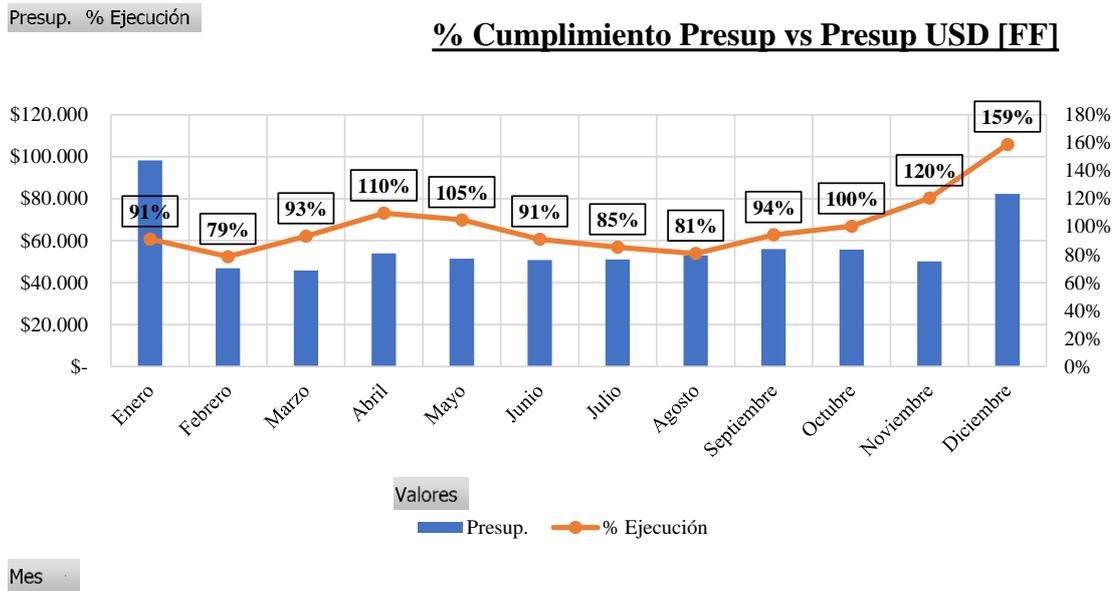
Figura. 4 Cumplimiento de presupuesto - Restaurantes



Esta observación podría implicar que existe una cierta sensibilidad en la demanda o en las operaciones durante el mes de diciembre, que podría requerir una mayor atención. Podría ser útil analizar más detalladamente las razones detrás de esta disminución en el rendimiento en diciembre, como factores estacionales, estrategias de promoción, fluctuaciones en el tráfico de clientes o cualquier otro elemento que pueda haber influido en este patrón.

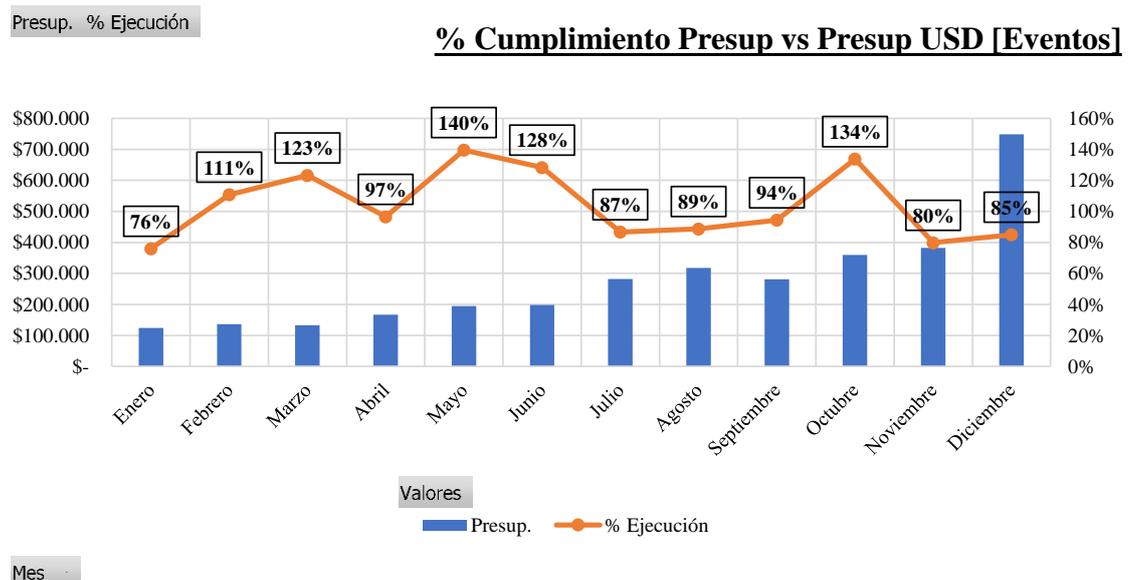
En resumen, la gráfica destaca la relación entre el presupuesto mensual y el cumplimiento del presupuesto de venta en los restaurantes. Mientras que los restaurantes tuvieron éxito en estabilizarse dentro de las expectativas de presupuesto cuando el gasto mensual se mantuvo por debajo de los 160,000 dólares, se demostró una disminución en el rendimiento en diciembre, cuando se estableció una meta de presupuesto de venta más alta. Esto subraya la importancia de analizar cuidadosamente los factores que pueden influir en estas variaciones y ajustar las estrategias en consecuencia para lograr un rendimiento más consistente en todas las épocas del año.

Figura. 5 Cumplimiento de presupuesto - FF



Los locales de la categoría FF muestran más bien un comportamiento estacional que no guarda relación con el volumen del presupuesto, los meses de marzo, abril y mayo alcanzan el presupuesto de venta con facilidad, lo mismo sucede en el último trimestre del año. Si embargo el resto del año el cumplimiento de la meta no pudo superar en promedio el 90% del presupuesto de venta.

Figura. 6 Cumplimiento de presupuesto - Eventos



La categoría de eventos muestra un comportamiento aún más errático. Tampoco guarda relación con el presupuesto de ventas.

Figura. 7 Diagrama de contribución a las Vtas. Por establecimiento

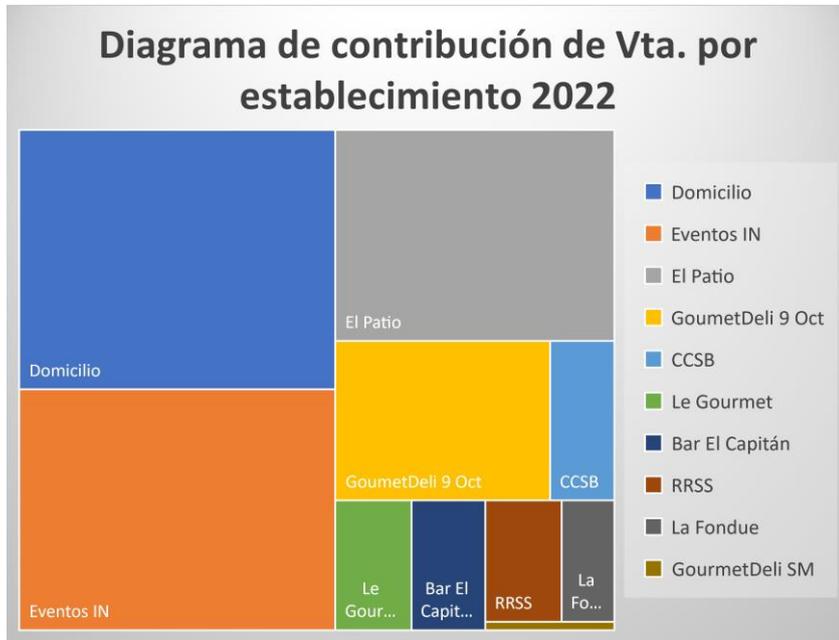
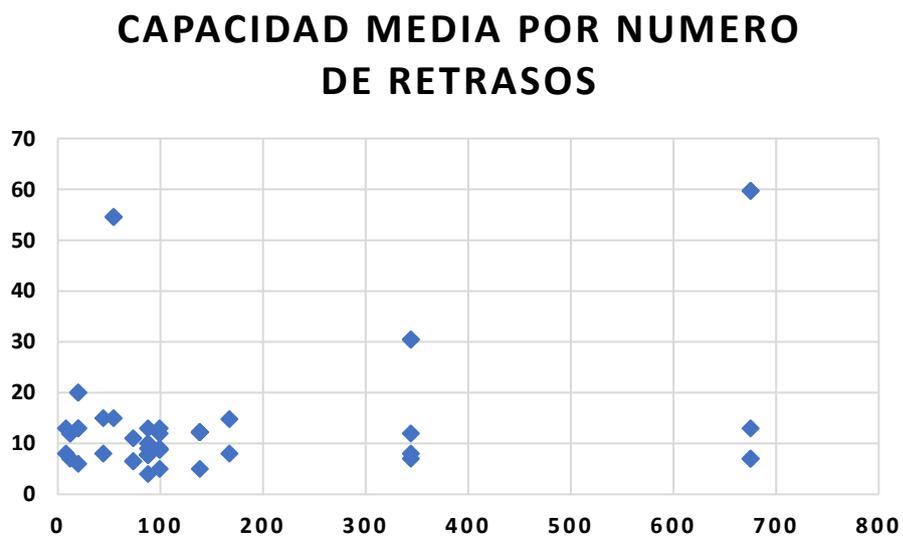


Figura. 8 Medición de retrasos y eficiencia de la estimación de stock necesario en eventos



Un diagrama de dispersión es una herramienta gráfica utilizada en estadísticas para visualizar la relación entre dos variables. En este caso, estamos comparando la "capacidad media de mobiliario en el salón" en el eje X y el "número de retrasos detectados en el evento" en el eje Y. Cada punto en el gráfico representa un evento específico y su ubicación en el gráfico indica los valores observados de estas dos variables para ese evento. Al analizar el patrón general de los puntos en el gráfico, podemos identificar si existe alguna relación o tendencia entre las variables.

Relación Observada:

La relación observada en el diagrama sugiere que la "capacidad media de mobiliario en el salón" aumentó y, el "número de retrasos detectados en el evento" tiende a incrementar levemente, pero muy dispersos, por lo que no tendría significancia estadística. Esto implica que existe una relación entre estas dos variables, y podría ocurrir un retraso en la logística de los eventos siempre que exista un aumento en la capacidad del salón.

Posibles causas

Mayor Complejidad Logística: A medida que la capacidad del salón aumenta, es posible que la complejidad logística para la preparación y el montaje de los eventos también aumente. Una mayor capacidad podría requerir más mobiliario, personal y recursos, lo que podría conducir a un mayor riesgo de retrasos en la coordinación y ejecución de la logística.

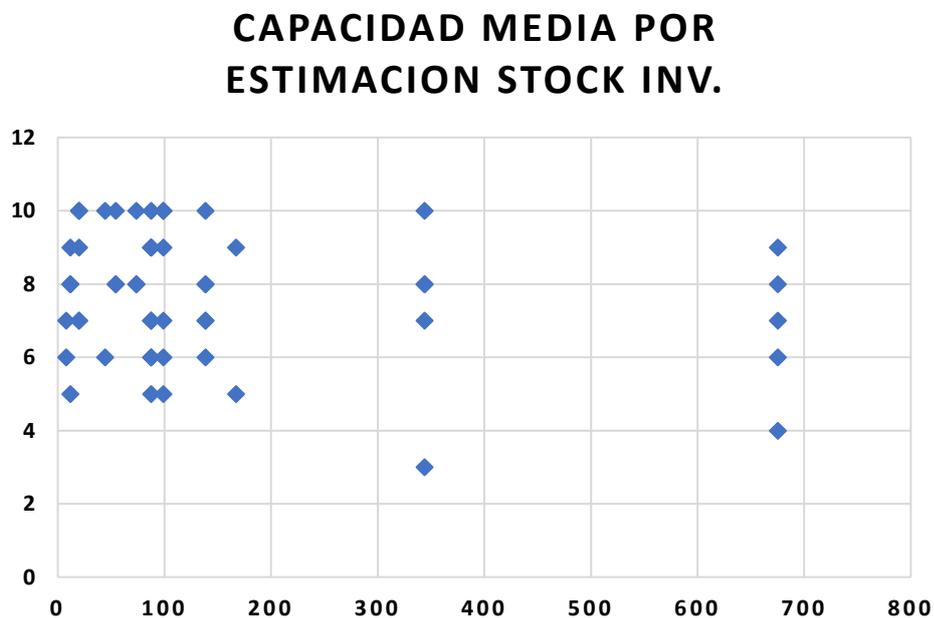
Recursos Insuficientes: Aunque el salón tiene mayor capacidad, puede ser que los recursos disponibles para gestionar eventos no estén siendo húmedos proporcionalmente. Por ejemplo, si el personal encargado de la logística no se incrementa en la misma medida que la capacidad, esto podría llevar a una mayor presión y retrasos en la ejecución de las tareas necesarias.

Mayor Demanda de Servicios Adicionales: Salones con mayor capacidad podrían atraer eventos más grandes y elaborados, lo que podría implicar la solicitud de servicios adicionales como decoración personalizada, complejo montaje de equipos audiovisuales, entre otros. La incorporación de

estos servicios extras podría aumentar la posibilidad de retrasos si no se planifican y coordinan adecuadamente.

En resumen, el diagrama de dispersión muestra una tendencia de aumento de retrasos en la logística a medida que la capacidad del salón se incrementa. Las hipótesis empíricas demostraron posibles explicaciones de por qué este fenómeno podría estar ocurriendo.

Figura. 9 **Capacidad por estimación del inventario en eventos**



En este caso, estamos comparando la "capacidad media de mobiliario en el salón" en el eje X y el "coeficiente de eficacia en la estimación del inventario necesario" en el eje Y. Cada punto en el gráfico representa un evento específico y su ubicación en el gráfico indica los valores observados de estas dos variables para ese evento. Al analizar el patrón general de los puntos en el gráfico, podemos identificar si existe alguna relación o tendencia entre las variables.

Tendencia Observada:

La tendencia observada en el diagrama de dispersión sugiere que a medida que la "capacidad media de mobiliario en el salón" aumenta, el "coeficiente de eficacia en la estimación del inventario necesario" disminuye,

lo que indica que la gestión tiene operativa más dificultades para estimar con precisión la cantidad de inventario necesaria para el evento. Además, se menciona que se ha experimentado la falta de stock en varios productos.

Posibles causas

Complejidad de la Planificación Logística: A medida que la capacidad del salón aumenta, la logística para gestionar un evento también puede volverse más compleja. Más mobiliario y espacio pueden implicar una mayor variedad de requisitos logísticos, como la y tipo de alimentos, bebidas y otros suministros. Esta mayor complejidad podría dificultar la estimación precisa del inventario necesario.

Variedad en las Demandas de los Eventos: Salones más grandes pueden atraer una mayor diversidad de eventos, cada uno con necesidades únicas de inventario. La gestión operativa podría tener dificultades para prever y satisfacer las variadas demandas de diferentes tipos de eventos, lo que podría llevar a estimaciones inexactas ya la falta de stock en ciertos productos.

Coordinación y Comunicación: A medida que el tamaño del salón aumenta, la coordinación y comunicación interna puede volverse más compleja. Si no se establecieron protocolos de comunicación efectivos entre los equipos de ventas, planificación de eventos y logística, puede haber malentendidos o información incompleta sobre las necesidades de inventario, lo que resulta en estimaciones inexactas.

En resumen, el diagrama de dispersión muestra una tendencia a que la gestión operativa tiene dificultades para estimar con verosimilitud la cantidad de inventario necesaria a medida que la capacidad del salón se incrementa.

3.4. Identificar las necesidades y hábitos de los clientes para brindar un servicio personalizado.

Dentro de los resultados de la encuesta realizada con los clientes del hotel, se realizó la caracterización del sujeto de estudio, convertido en el mercado meta, se orienta hacia el sexo femenino, de más de 25 años, que se divierte tomándose un café en las instalaciones del hotel, donde sus gastos promedio son de 50 usd. Como gasto diario, mientras que su inversión para eventos sociales puede llegar hasta 10 mil dólares.

Los clientes se orientan a realizar sus eventos en lugares amplios, con seguridad, comodidad, El precio ha pasado a ser parte de la segunda opción cuando se decide un lugar, ya que primordialmente se requiere un espacio de parqueo, cercano al lugar, con capacidad de bodega de más de 4 vehículos, entre otros.

En relación a la comida, los usuarios del servicio, tienen una apreciación muy exclusiva que requiere ampliar los detalles dependiendo del pedido del cliente. Esto se recalca, es personalizado, siempre que no exista una causa de fuerza mayor que impida que se cumpla con los requerimientos en la alimentación.

Las reservas, abonos o pagos por el lugar, se hacen directamente con transferencias, tarjetas de crédito o tarjetas de débito, que no excedan gastos de hasta 10 mil dólares. Se afirmó que ellos prefieren usar los medios tradicionales para obtener información de sus productos y las sugerencias del día.

3.5. Desarrollar estrategias que permitan optimizar tiempo y recursos en las operaciones de banquetes y eventos.

Considerando las necesidades detectadas en la presente investigación, se puede afirmar que las estrategias realizadas pueden causar un impacto positivo siempre que el equipo ejecute bien las sugerencias.

Propuesta de mejoramiento basado en 5 estrategias

Para lograr un cambio significativo en el proceso del montaje de eventos, atención en restaurantes y lo concerniente a los servicios del hotel 5 estrellas, se requiere manifestar claramente que debe existir y permanecer un proceso de calidad, que pueda influir para la mejora de todos los procedimientos o áreas de manera integral.

Dado que el Hotel mantiene servicios de alimentación para huéspedes, clientes aleatorios y clientes corporativos, se requiere manejar una gran cantidad de información, que debe obedecer a la calidad del servicio que se ofrece, Una de las formas que se propone incluye la planificación integral, optimización del personal, optimización de los insumos y la materia prima, uso de las tecnologías y la evaluación con su respectiva retroalimentación. Véase la figura 10.

Figura. 10 **Modelo de mejora en la calidad**



1. Planificación Integral de Eventos:

La planificación anticipada y detallada de cada evento es esencial. Esto incluye la creación de un cronograma detallado que abarque desde la preparación previa hasta la finalización del evento. Además, se debe establecer

una comunicación fluida y constante con los clientes para confirmar detalles, necesidades específicas y cambios en tiempo real. La reserva adecuada de personal, recursos y espacio de almacenamiento es crucial para evitar demoras y confusiones. Véase *Anexo 6 Formularios para la planificación de eventos – Cronograma semanal*.

2. Optimización del personal

Según La Barra (2023), uno de los aspectos más importantes para mejorar la productividad dentro de la cocina es el talento humano, el equipo. El personal de trabajo tiene el rol principal. Es fundamental establecer funciones, definir tareas específicas y diseñar flujos de movimiento para que cada persona pueda desempeñar sus labores de manera rápida y eficiente.

Capacitación y Estándares de Servicio:

Brindar capacitación continua a todo el personal involucrado en el servicio de banquetes y *catering* garantiza que todos estén alineados con los estándares de servicio y las mejores prácticas. Esto incluye aspectos como la preparación y presentación de alimentos, atención al cliente, protocolos de montaje y desmontaje de eventos, entre otros. Un equipo bien capacitado es más eficiente y puede manejar situaciones inesperadas con mayor facilidad.

Otra estrategia para mejorar la optimización del personal de servicio es saber qué necesitan sus clientes y cuándo lo necesitan, de modo que pueda programar el soporte humano cuando realmente lo necesite. Si lo hace fácil, la mayoría de los usuarios estarán encantados de ayudarse a sí mismos en el tiempo libre de los empleados. Pero, por supuesto, es importante contar con las personas adecuadas para ayudar a los clientes que necesitan un servicio personalizado. (*véase Anexo 7 Formularios para la planificación de eventos – Tareas pendientes*)

Para mejorar la calidad del servicio al cliente es la empatía que debe mostrar el equipo. Cuando tiene prisa, es fácil olvidar que a veces basta con escuchar. Por supuesto, no puede garantizar una experiencia de cliente todo el tiempo, pero cuando se comunican con usted, saben que la persona al otro lado del correo electrónico se preocupa. El equipo de atención al cliente no siempre

puede ofrecer soluciones, pero siempre puede ofrecer empatía. Por supuesto, no todos han experimentado todos los escenarios por los que pasan las personas, pero crear una cultura de comprensión significa tratarlos con el respeto que se merecen.

3. Optimización de Inventario y Suministros:

Mantener un inventario bien organizado y actualizado de suministros y equipos es esencial para reducir el tiempo de búsqueda y minimizar las posibilidades de agotamiento de productos durante el evento. Implementar un sistema de seguimiento y control de inventario puede ayudar a anticipar las necesidades y evitar la falta de suministros clave (*Véase Anexo 11 Formularios para la planificación de eventos – Detalles alimentos y bebidas*). Asimismo, establecer acuerdos con proveedores confiables y establecer un proceso de reabastecimiento eficiente puede reducir las ineficiencias (*Véase Anexo 10 Formularios para la planificación de eventos – Proveedores Alimentos*).

Preparación y herramientas

Según La Barra (2023), la anticipación de los utensilios y la preparación de los espacios es otro factor decisivo. Tener claro la separación de áreas de trabajo, de limpieza y de tratamiento de alimentos es vital para la marcha de la cocina.

Para La Barra (2023), en lo referente a almacenamiento y despensas se recomienda que los productos estén agrupados por estantes y temperaturas: vegetales, frutas, pescados, carnes, lácteos, etc. De esta forma, será más fácil encontrarlos. Lo más práctico es utilizar contenedores transparentes y apilables con etiquetas que faciliten su localización, reconocimiento y fecha límite de uso.

El servicio completo se encarga de todos los eventos, como graduaciones, bodas o cenas de negocios. El representante de ventas ayuda al cliente a planificar el menú, la decoración y el tema del evento. El vendedor emplea chefs que preparan la comida según los deseos del cliente, colocan las mesas de servicio, la decoración y la iluminación, y el servicio. Es una industria que abarca

muchos sectores y, si se gestiona a la perfección, puede ser una máquina bien engrasada y muy rentable para sus propietarios.

Tener listo el "mise en place"

Si se conocen las particularidades del evento (número de comensales, menú o platos, horarios, etc.), se debe empezar a disponer mesas, sillas o lugares designados, mobiliario y decoración, de forma que tanto el mobiliario como la sala sean compartidos., y debemos proporcionar cualquier otro servicio relacionado con las actividades, como barra adicional, instalación de equipos de audio o video, presentaciones en vivo o entrega de regalos.

Figura. 11 Mise en place – Evento general



Antes de proceder con el montaje de los muebles, es necesario asegurarse de que el salón esté completamente limpio y tratar siempre de evitar el uso de productos de olor fuerte que saturen la habitación con un olor fuerte y asfixiante. para ello, el salón debe estar lo mejor ventilado posible.

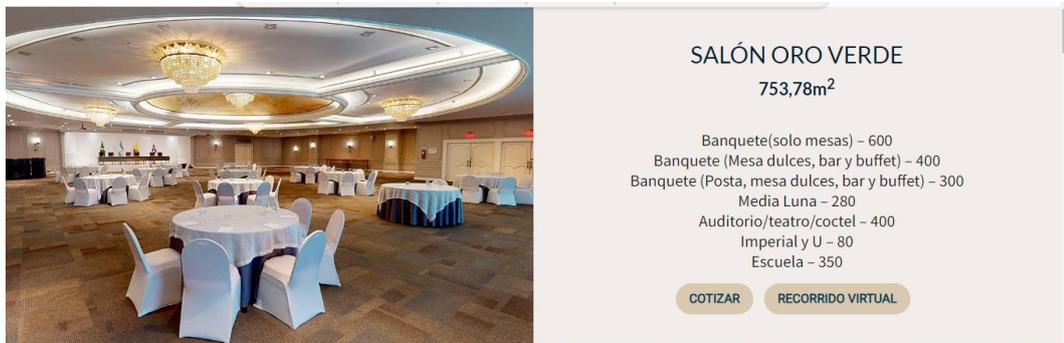
Cada disposición dentro del salón obedece a la necesidad del cliente, en este caso, se sugieren las siguientes:

Figura. 12 Mise en place – Evento Corporativo



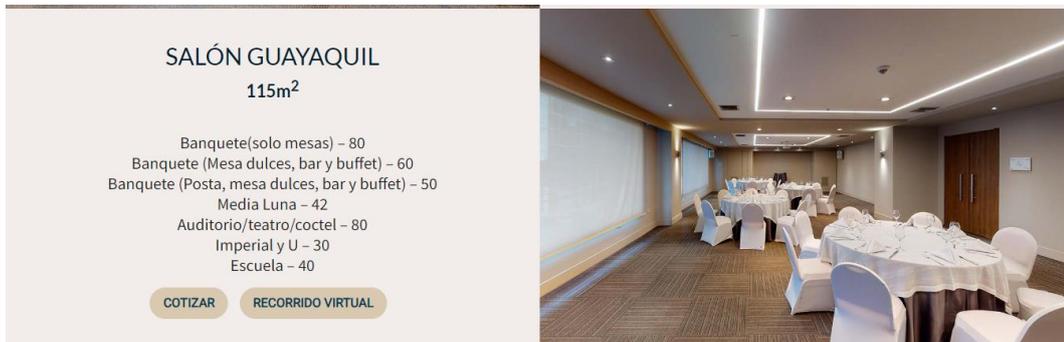
NOTA: Tomado del sitio web de la empresa (HOV, 2023)

Figura. 13 Mise en place – Salón 1.



NOTA: Tomado del sitio web de la empresa (HOV, 2023)

Figura. 14 Mise en place – Salón 2.



NOTA: Tomado del sitio web de la empresa (HOV, 2023)

Figura. 15 Mise en place – Salón 3.



MACHALA
88,5m²

- Banquete(solo mesas) – 70
- Banquete (Mesa dulces, bar y buffet) – 50
- Banquete (Posta, mesa dulces, bar y buffet) – 40
- Media Luna – 30
- Auditorio/teatro/coctel – 60
- Imperial y U – 25
- Escuela – 36

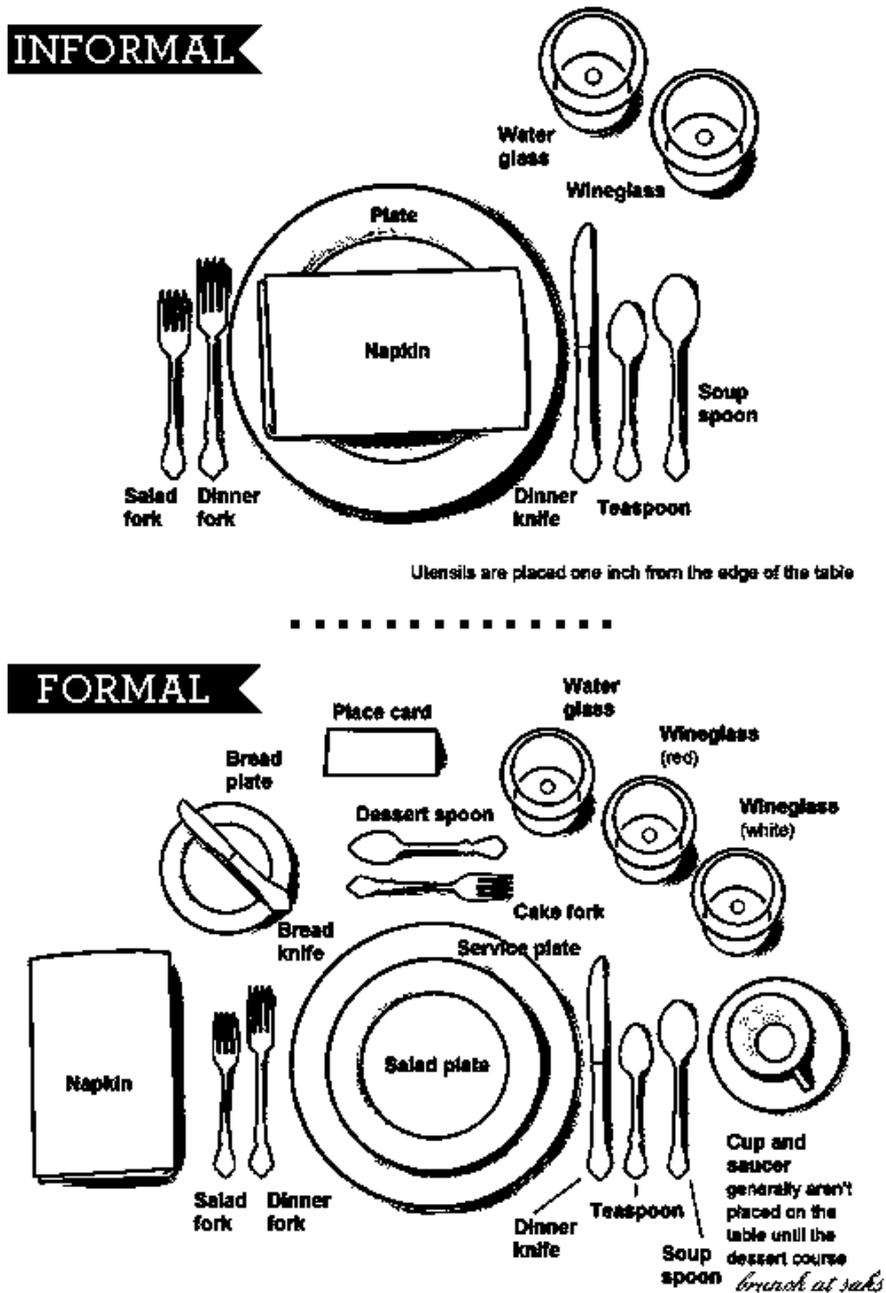
[COTIZAR](#)

NOTA: Tomado del sitio web de la empresa (HOV, 2023)

Estas se organizan según la cantidad de invitados y la necesidad de instrumentos dentro de cada salón.

Según La Barra (2023), con un buen "mise en place" se evita tener que improvisar en la cocina, perder tiempo y agilizar preparaciones. Esta técnica consiste en tener todos los ingredientes preparados antes de empezar a cocinar, como picar alimentos, pre-cocinar ingredientes y seleccionar utensilios. Gracias a este método los cocineros pueden estar preparados antes de que empiece el servicio. De esta manera, pondrán en marcha la cocina con un menor tiempo de espera y sin disminuir la calidad. Como se puede observar, la distribución de las mesas, requerirá conocer anticipadamente la necesidad del cliente.

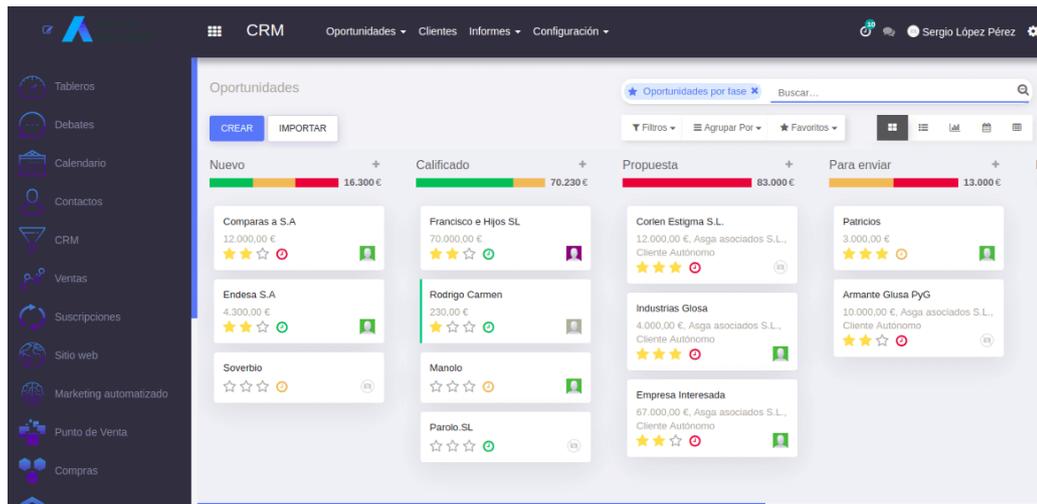
Figura. 16 Mise en place – Distribución de mesas



4. Uso de Tecnología y Software de Gestión:

Implementar sistemas de software de gestión de eventos y *catering* puede mejorar la eficiencia en la planificación, organización y seguimiento de los eventos. Estos sistemas pueden ayudar a automatizar, gestionar reservas, calcular costos, crear listas de verificación y generar informes en tiempo real. La tecnología también puede facilitar la comunicación interna y con los clientes, lo que reduce el riesgo de errores y malentendidos. Tal como se muestra en la figura 17.

Figura. 17 Herramientas tecnológicas – Software de gestión eventos

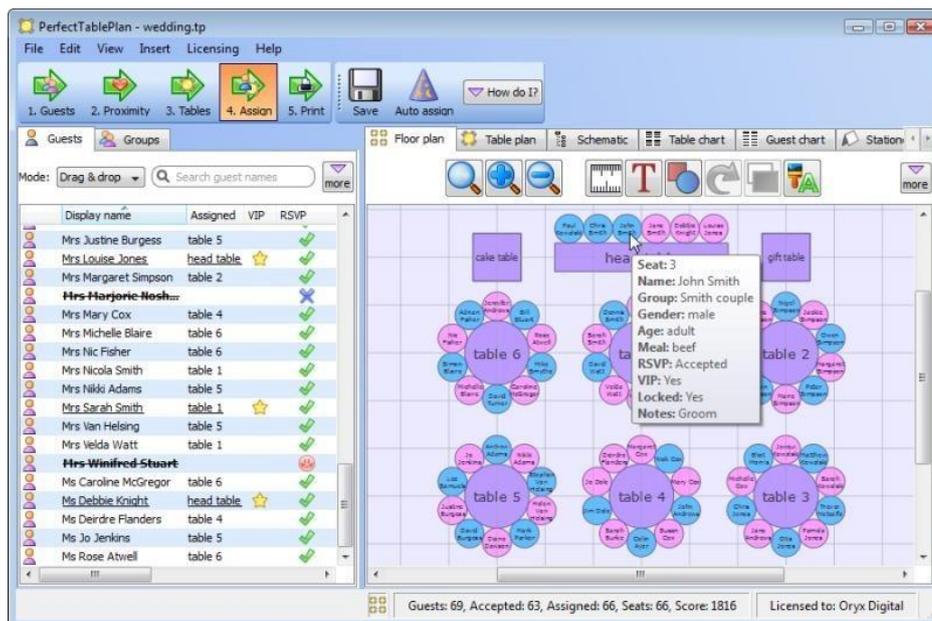


NOTA: Software para Eventos CRM ERP (Software CRMERP, 2023)

Instrumentos y tecnología para la comunicación

Para agilizar los tiempos de preparación, montaje y arreglos finales de cualquier evento, se sugiere que se utilice una Tablet con las variables de seguimiento y parámetros de consumo del mismo. Así, un sistema de comunicación que se oriente hacia la comunicación efectiva, donde permita ser la monitorea, de acuerdo a las Leyes y normativa vigentes.

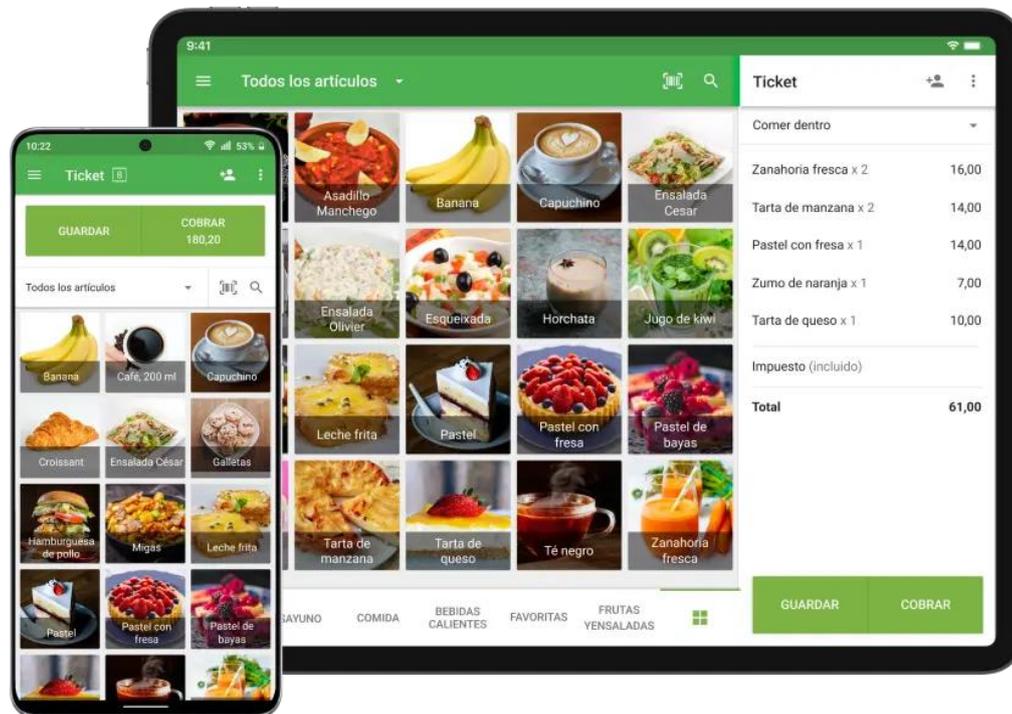
Figura. 18 Herramientas tecnológicas – Software de monitoreo eventos



NOTA: Distribución de eventos (Braña, 2023)

Asimismo, se recomienda el uso de menú interactivos, que está en auge para los pedidos de los clientes. En este caso, el uso de estos dispositivos, permite mantener alerta a la cocina, sobre la preparación de los distintos platos que existen en el menú, cumpliendo con el principio de calidad que ofrece como política el hotel cinco estrellas. Véase Figura 19.

Figura. 19 Herramientas tecnológicas – Menú interactivo



NOTA: Software TPV. Punto de venta (Loyalty Universe, 2023)

Implementar nuevas técnicas y métodos de cocción

La evolución de las técnicas de cocción, acompañado de nuevas tecnologías, permite hoy minimizar procesos, agilizar tiempos y facilitar el uso de los implementos. Se recomienda usar la cocción al vacío, en el cual los alimentos se cocinan, se enfrían y se almacenan, para posteriormente traerlos a la temperatura de consumo mediante un proceso de regeneración (véase figura 20). Con esto, se puede cocinar de forma anticipada para producir un inventario de alimentos listos y fríos para un consumo posterior (La Barra, 2023).

Figura. 20 Herramientas tecnológicas – Método de cocción



NOTA: Cocina al vacío (Vitónica, 2023)

5. Evaluación Continua y Retroalimentación:

Establecer un proceso de evaluación constante de cada evento y recopilar comentarios de los clientes y el equipo puede identificar áreas de mejora y oportunidades para optimizar la logística. Realizar reuniones posteriores al evento para analizar lo que embellece bien y lo que podría mejorarse puede conducir a ajustes en los procedimientos y la logística para futuros eventos.

La implementación de estas estrategias puede ayudar a reducir ineficiencias y mejorar la logística y operaciones en el servicio, garantizando una experiencia exitosa y satisfactoria para los clientes y el equipo.(véase Anexo 8 Formularios para la planificación de eventos – Encuesta de evaluación)

- **Presupuesto estimado**

Para llevar a cabo las actividades dentro de las estrategias, se ha proyectado la duración de cada actividad y ponderándola con valores referenciales del mercado.

Tabla 7. Presupuesto estimado

Estrategias	Componente	Responsable	A quien va dirigido	Duración	Total	Anual
Planificación Integral de Eventos	Capacitación en Planificación y logística de eventos	Talento Humano	Todos	1 vez al año	\$6,800.00	\$6,800.00
	Uso de formularios y fichas	Por áreas	Todos	Todos los días	\$ -	\$ -
	Uso de nuevos SF	Por áreas	Todos	Todos los días	\$ -	\$ -
Optimización de Inventario y Suministros	Adquisición Software para inventario			1 vez al año	\$2,500.00	\$2,500.00
	Capacitación al personal de proveeduría	Chef / Capitán	Proveedores	2 veces al año	\$1,500.00	\$3,000.00
	Capacitación para el uso de software inventario	Chef / Capitán	Personal Proveeduría	1 vez al año	\$ -	\$ -
Optimización del personal	Capacitación en Servicio al cliente	Talento Humano	Todos	1 vez al año	\$5,600.00	\$5,600.00
	Capacitación en Logística y montaje de eventos	Talento Humano	Todos	1 vez al año	\$7,800.00	\$7,800.00
Uso de Tecnología y Software de Gestión	Adquisición Software de Gestión	Organizador Eventos	Planeadores	1 vez al año	\$5,600.00	\$5,600.00
	Capacitación para el uso de software de gestión	Organizador Eventos	Planeadores	1 vez al año	\$ -	\$ -
Evaluación Continua y Retroalimentación	Encuesta de satisfacción	Organizador Eventos	Todos	Mensual	\$ 500.00	\$6,000.00
	Sesiones de retroalimentación	Organizador Eventos	Todos	Mensual	\$ 200.00	\$2,400.00
					Total	\$39,700.00

NOTA: Elaborado a base de precios referenciales del mercado.

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos de la presente investigación se orientaron a identificar las necesidades y hábitos de los clientes para brindar un servicio personalizado. La caracterización del sujeto de estudio, convertido en el mercado meta, se orienta hacia el sexo femenino, de más de 25 años, que se divierte tomándose un café en las instalaciones del hotel, donde sus gastos promedio son de 50 usd. Como gasto diario, mientras que su inversión para eventos sociales puede llegar hasta 10 mil dólares, lo que permite establecer que el mercado meta sobre el que se orientan los servicios de eventos en este hotel son para personas en el segmento de clase media alta.

La orientación sobre lo que los clientes frecuentemente solicitan, se dirige a realizar sus eventos en lugares amplios, con seguridad, comodidad, El precio ha pasado a ser parte de la segunda opción cuando se decide un lugar, ya que primordialmente se requiere un espacio de parqueo, cercano al lugar, con capacidad de bodega de más de 4 vehículos, entre otros. Esto le permite alcanzar estándares internacionales, lo que le abre la posibilidad a mantenerse en un target donde el cliente requiere una óptima calidad, brindándole el reto de establecer nuevos servicios desde esta óptica.

En cuanto a llevar adelante la evaluación sobre la situación actual del Hotel 5 estrellas, estableciendo las necesidades logísticas del mismo y requerimientos operativos del mercado meta, La tendencia observada en el diagrama de dispersión sugiere que la "capacidad media de mobiliario en el salón" aumenta, el "número de retrasos detectados en el evento" tiende a incrementar levemente. Esto implica que hay una relación entre estas dos variables, donde un aumento en la capacidad del salón está asociado con un aumento en los retrasos en la logística de los eventos.

Mientras que los restaurantes tuvieron éxito en estabilizarse dentro de las expectativas de presupuesto cuando el gasto mensual se mantuvo por debajo de los 160,000 dólares, se demostró una disminución en el rendimiento en diciembre, cuando se estableció una meta de presupuesto de venta más alta. Esto subraya la importancia de analizar cuidadosamente los factores que pueden

influir en estas variaciones y ajustar las estrategias en consecuencia para lograr un rendimiento más consistente en todas las épocas del año.

Los locales de la categoría FF muestran más bien un comportamiento estacional que no guarda relación con el volumen del presupuesto, los meses de marzo, abril y mayo alcanzan el presupuesto de venta con facilidad, lo mismo sucede en el último trimestre del año. Si embargo el resto del año el cumplimiento de la meta no pudo superar en promedio el 90% del presupuesto de venta

Dando cumplimiento al tercer objetivo de la presente investigación, se propuso estrategias que permitan optimizar tiempo y recursos en las operaciones de banquetes y eventos, que incluyeron: planificación Integral de Eventos, Optimización de Inventario y Suministros, Capacitación y Estándares de Servicio, Uso de Tecnología y Software de Gestión, Evaluación Continua y Retroalimentación y Optimización del personal, con un presupuesto estimado de \$39,700.00.

LECCIONES APRENDIDAS

Entre los aspectos más relevantes se encontraron que:

- La planificación anticipada y detallada de cada evento es esencial, llevar un cronograma detallado que abarque desde la preparación previa hasta la finalización del evento;
- Mantener un inventario bien organizado y actualizado de suministros y equipos es esencial para reducir el tiempo de búsqueda y minimizar las posibilidades de agotamiento de productos durante el evento;
- La capacitación continua a todo el personal involucrado en el servicio de banquetes y *catering* garantiza que todos estén alineados con los estándares de servicio y las mejores prácticas,
- Implementar sistemas de software de gestión de eventos y *catering* puede mejorar la eficiencia en la planificación, organización y seguimiento de los eventos y establecer un proceso de evaluación constante de cada evento.
- Recopilar comentarios de los clientes y el equipo puede identificar áreas de mejora y oportunidades para optimizar la logística.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Braña, F. (2023). *PerfectTablePlan 5.3.4*. <https://www.portalprogramas.com/perfecttableplan/>
- Burgos, R., Chuquiyauri, L., Miguel, M., y Guerra, M. (2020). *Plan estratégico para hotel de cinco estrellas en el distrito de San Isidro periodo 2020-2024*. <https://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/2914>
- Campos, E. (2018). *Gestión logística en una empresa de servicio hotelero, Huancayo - 2017*. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/8591/Campos_PEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Carro, R., y Gonzalez, D. (2001). *Administración de las operaciones*. Mar del Plata: Universidad Nacional del Mar del Plata. http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1831/1/logistica_empresarial.pdf
- Chacha, A., y Chacha, G. (2015). *Elaboración de un organigrama, diseño del depto de TTHH*. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/8952/1/UPS-CT005221.pdf>
- Decreto Ejecutivo. (2018). *REGLAMENTO TURISTICO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS*. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/Reglamento-de-Actividades-Turisticas.pdf>
- Díaz, C. (2017). *Gestión de la Cadena de Abastecimiento*. <https://core.ac.uk/download/pdf/326426087.pdf>
- Espinosa, J., Hernández, J., Rodríguez, J., Chacín, M., y Bermúdez, V. (2020). Influencia del estrés sobre el rendimiento académico. *Archivos Venezolanos de Farmacología y Terapéutica, vol. 39, núm. 1*, 63-69.
- Fuentes. (2023). *Diario de Gastronomía*. <https://diariodegastronomia.com/>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2019). *Metodología de la investigación*. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- HOV. (2023). *Dimensiones, Capacidad y Diseños de Salones*. <https://www.oerverdeguayaquil.com/es/salones/>
- IBM. (2023). *IBM SPSS Statistics*. <https://www.ibm.com/mx-es/products/spss-statistics>
- La Barra. (2023). Optimización del tiempo. *Revista La Barra*. <https://doi.org/https://www.revistalabarra.com/es/noticias/5-consejos-para-agilizar-los-tiempos-en-la-cocina>
- Loyalty Universe. (2023). *Punto de venta para restaurantes*. <https://loyverse.com/es/restaurants-pos>
- Manrique, M., Teves, J., Taco, A., y Flores, J. (2019). Gestión de cadena de suministro: una mirada desde la perspectiva teórica. *Revista Venezolana de Gerencia, vol. 24, núm. 88*, 1136-1146.
- Martínez, C. (2020). *Diseño de investigación, muestreo y métodos de recolección de datos*. <https://escueladedatos.online/diseño-de-investigación-muestreo-y-métodos-de-recolección-de->

ANEXOS

Anexo 1 Variables de la investigación

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	PREGUNTAS INVESTIGACION	DE METODOLOGIA
Definir estrategias para la mejora de la logística y operaciones en servicios de banquetes y <i>catering</i> para un hotel 5 estrellas en la ciudad de Guayaquil	<ul style="list-style-type: none"> Identificar las necesidades y hábitos de los clientes para brindar un servicio personalizado. 	¿Cuáles son las necesidades y hábitos de los clientes para brindar un servicio personalizado?	Descriptiva
	<ul style="list-style-type: none"> Evaluar la situación actual del Hotel 5 estrellas, estableciendo las necesidades logísticas del mismo y requerimientos operativos del mercado meta. 	¿Cuál es la situación actual del Hotel 5 estrellas, estableciendo las necesidades logísticas del mismo y requerimientos operativos del mercado meta?	Exploratoria. Encuesta
	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar estrategias que permitan optimizar tiempo y recursos en las operaciones de banquetes y eventos. 	¿Cuáles son las estrategias que permitan optimizar tiempo y recursos en las operaciones de banquetes y eventos?	Entrevistas

Anexo 2 Cronograma de actividades

Actividades	Junio 2023				Julio 2023				Agosto 2023				Septi 2023				Octubre 2023				Nov 2023			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Aprobación del tema	x	x																						
Desarrollo del Anteproyecto		x																						
Desarrollo de la tesis																								
Levantamiento de la información																								
Revisión de literatura			x																					
Bibliografía especializada				x																				
Identificación de los insumos para la observación					x																			
Aplicación de instrumentos de medición					x	x																		
Procesamiento de información																								
Tabulación de datos						x																		
Análisis de datos e informe de resultados							x																	
Diseño de la propuesta																								
identificar factores para Propuesta							x																	
Desarrollo de la propuesta									x	x	x													
Presentación de informe final con propuesta													x											
Aprobación del informe final de la propuesta														x										
Aprobación de tesis - Tutor														x										
Aprobación de tesis - Revisores															x									
Aprobación de tesis - Facultad															x									
Papeleo previo a la sustentación																x	x							
Determinación de la fecha de sustentación																		x	x					
Preparación para la sustentación																				x				
Sustentación de la tesis																					x			
Entrega de insumos para proceso final de grado																						x	x	

Anexo 3 Encuesta de opinión Clientes

INFORMACION GENERAL DEL ENCUESTADO
<p style="text-align: center;">CARACTERIZACION DEL ENCUESTADO</p> <p>1. ¿Cuál es su rango de edad? 18 a 24 () De 25 a 40 () De 41 a 60 () Mas de 60 ()</p> <p>2. ¿Cuál es su nivel de educación? Primaria () Secundaria () Superior () Otro</p> <p>3. ¿Cuál es su género? Masculino () Femenino () Otro ()</p> <p>4. ¿Hace cuánto tiempo utiliza el servicio de este hotel? Menos de 5 años () De 6 a 10 años () De 11 a 20 años () Mas de 20 años ()</p> <p>5. ¿Cuál es el valor monetario sobre el que usa los servicios? Menos de \$10 () Entre \$10 y \$50 () Entre \$50 y \$ 100 () Más de \$ 100 ()</p>
INFORMACIÓN ACERCA DE LA DOTACIÓN DEL SERVICIO
<p>6. ¿Qué tipo de servicio utiliza en el Hotel? Hospedaje () Alimentación () Eventos sociales () Capacitación ()</p> <p>7. ¿Quién atendió su requerimiento? Un agente comercial () Una recepcionista() Nunca me atendieron() Por WhatsApp ()</p> <p>8. ¿Cómo califica la atención que recibió? Totalmente satisfactoria() Medianamente satisfactoria() Fue satisfactoria() Poco satisfactoria() Nada satisfactoria()</p> <p>9. ¿EL salón ofrecido, estuvo acorde a la cantidad de invitados esperados? Si () No ()</p>

10. ¿Cómo califica los tiempos de respuesta a cada etapa de su requerimiento?

Totalmente satisfactoria()

Medianamente satisfactoria()

Fue satisfactoria()

Poco satisfactoria()

Nada satisfactoria()

11. El salón asignado a su evento, tuvo la adecuada cantidad de salones/
bartender /azafatos de eventos?

Totalmente satisfactoria()

Medianamente satisfactoria()

Fue satisfactoria()

Poco satisfactoria()

Nada satisfactoria()

12. El Menú estuvo acorde a las especificaciones e ingredientes solicitados?

Totalmente satisfactoria()

Medianamente satisfactoria()

Fue satisfactoria()

Poco satisfactoria()

Nada satisfactoria()

13. La logística de montaje estuvo a la hora adecuada?

Totalmente de acuerdo ()

Medianamente de acuerdo ()

Estoy de acuerdo ()

Medianamente en desacuerdo ()

Totalmente en desacuerdo ()

DATOS SOBRE LA ELECCIÓN DEL SERVICIO

14. ¿Cuáles son las cualidades que toma en cuenta al momento de elegir su salón de eventos?

Calidad () Comodidad () Seguridad () Precio ()

15. ¿Cuántas veces al año realiza eventos?

1 a 2 veces () 3 a 4 veces () 5 a 6 veces () Mas de 6 veces ()

16. ¿Con que modalidad realiza sus pagos?

Efectivo () Tarjeta/Crédito () Tarjeta/Debito () Otros ()

17. ¿Cuál es el presupuesto que asigna para sus eventos?

Menos de \$1000 ()

Entre \$1000 y \$5000 ()

Entre \$6000 y \$ 10000 ()

Más de \$ 10000 ()

18. ¿Considera que el mercado artesanal guarda los protocolos de bioseguridad requeridos ?

Totalmente de acuerdo ()

Medianamente de acuerdo ()

Estoy de acuerdo ()

Medianamente en desacuerdo ()

Totalmente en desacuerdo ()

19. ¿Cómo le gustaría recibir la información de los productos o servicios del hotel?

Catálogo impreso () Catálogo digital () Por WhatsApp ()

Por publicidad en prensa () Por publicidad en radio ()

Por redes sociales () Por internet ()

20. ¿Cómo le gustaría pagar los servicios del hotel?

Efectivo. () Tarjeta/Crédito () Tarjeta/Debito () Otros ()

Fuente: Investigación de campo (2023) Elaborado por: Autor (2023)

Anexo 4 Entrevista al Gerente del Hotel

1. En su experiencia, ¿Cuáles son las actividades que requieren mayor esfuerzo de parte del personal?

2. ¿Cómo enfrentan la demanda de eventos que se provoca en las salas de eventos?

3. ¿Actualmente, cuenta con la cantidad suficiente de personal para atender los requerimientos?

4. ¿Cómo se maneja la cadena de suministro para mantener la calidad del producto?

5. ¿Considera que un servicio online puede ser una vitrina de exhibición para sus productos?

6. ¿Considera que un servicio online puede facilitar la elección de los mismos de parte de los clientes?

Anexo 6 Formularios para la planificación de eventos – Cronograma semanal

CRONOGRAMA DE MARKETING DE EVENTOS

TIPO DE CAMPAÑA	INFORMACIÓN ADICIONAL	FASE UNO			FASE DOS			TERCERA FASE			FASE CUATRO		
		SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 5	SEMANA 6	SEMANA 7	SEMANA 8	SEMANA 9	SEMANA 10	SEMANA 11	SEMANA 12
Marketing Nacional													
Banners													
Local Marketing													
Anuncios Web													
Relaciones públicas													
Comunicados de prensa													
Seminarios web													
Marketing de Contenido													
Página de destino													
Libros blancos y libros electrónicos													

Anexo 8 Formularios para la planificación de eventos – Encuesta de evaluación

FORMULARIO DE EVALUACIÓN DE EVENTOS

INFORMACIÓN DEL EVENTO			
TÍTULO DEL EVENTO		FECHA	
ORGANIZADOR		HORA	
UBICACIÓN		ASISTENCIA	

ESCALA DE CALIFICACIÓN: 1 = INFERIOR 2 = SATISFACTORIO 3 = PROMEDIO 4 = BUENO 5 = EXCELENTE

CRITERIOS	COMENTARIOS	CLASIFICACION
FUE EL ¿EVENTO EXITOSO?		
TASA SATISFACCIÓN DE LOS ASISTENTES		
¿FUE EXITOSO EL PROCESO DE PLANIFICACIÓN ?		
EFFECTIVIDAD DE LA TASA DE MATERIALES DEL EVENTO		
TASA INSTALACIONES Y UBICACIÓN		

PUNTUACIÓN DE 25 POSIBLES **0%** **0**

¿RECOMENDARÍAS VOLVER A CELEBRAR ESTE EVENTO? ¿POR QUÉ / POR QUÉ NO?	
¿QUÉ MEJORAS DEBERÍAN SER HECHO PARA EVENTOS FUTUROS?	

Anexo 9 Formularios para la planificación de eventos – Calendario Mensual General

CALENDARIO MENSUAL DE EVENTOS 2022

MO/AÑO	SOL	LU	MA	MI	JU	VI	SÁ	FECHA	TÍTULO DEL EVENTO
ENERO 2022							1 Día de Año Nuevo		
	2	3	4	5	6	7	8		
	9	10	11	12	13	14	15		
	16	17 Día de Martin Luther King Jr	18	19	20	21	22		
	23	24	25	26	27	28	29		
	30	31	1	2 Día de la Marmota	3	4	5		

PLANTILLA DE APLICACIÓN DE VENDEDOR DE ALIMENTOS

Nombre de la empresa

Logotipo de la empresa

FOODVENDOR APPLICATION			
CONTACTO CON EL VENDEDOR DE ALIMENTOS			
NOMBRE DE LA EMPRESA		DIRECCIÓN POSTAL	
TELÉFONO			
FAX			
CORREO ELECTRÓNICO		SITIO WEB	
NOMBRE Y TÍTULO DEL CONTACTO		CORREO ELECTRÓNICO DE CONTACTO 2	
TELÉFONO DE CONTACTO 1			
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROVEEDOR			
DETALLES GENERALES DE SERVICIOS / BIENES			
FECHAS DE PARTICIPACIÓN		TARIFA DE SOLICITUD	
¿PERMISO VÁLIDO DE SERVICIO DE ALIMENTOS?		ACCESO ELÉCTRICO REQUERIDO	
OTRO		OTRO	
INFORMACIÓN ADICIONAL			
PROPORCIONE UNA FOTOGRAFÍA DE SU ESPACIO DE VENDING Y / O UN DIAGRAMA DE SU CONFIGURACION DE VENDING. INCLUYE MEDIDAS.			
INFORMACIÓN DEL PRODUCTO			
NOMBRE DEL PRODUCTO	PRECIO MEDIO	NÚMERO ESTIMADO DE PORCIONES	
CERTIFICACIÓN			
<p>Por la presente afirmo que toda la información suministrada es verdadera y precisa a mi leal saber y entender, y entiendo que esta información se considerará material en la evaluación de cotizaciones, ofertas y propuestas. Se debe notificar cualquier cambio en el estado que afecte la información proporcionada dentro de los diez (10) días posteriores a dicho cambio.</p>			
NOMBRE IMPRESO / MECANOGRAFIADO		TÍTULO	
FIRMA		FECHA	

Anexo 11 Formularios para la planificación de eventos – Detalles alimentos y bebidas

CATERING VENDOR INFORMATION		
NOMBRE DEL PROVEEDOR		
TELÉFONO		
TELÉFONO "DÍA DE"		DIRECCIÓN POSTAL
FAX		
CORREO ELECTRÓNICO		SITIO WEB
NOMBRE Y TÍTULO DEL CONTACTO		CORREO ELECTRÓNICO DE CONTACTO
TELÉFONO DE CONTACTO 1		TELÉFONO DE CONTACTO 2
EVENT		
TÍTULO DEL EVENTO		
FECHA DEL EVENTO		HORA DEL EVENTO
LUGAR DEL EVENTO		
DESCRIPCIÓN DEL EVENTO		
¿CATERING CONFIRMADO?		SI SE CONFIRMA, FECHA DE CONFIRMACIÓN
NÚMERO DE HUÉSPEDES		PRESUPUESTO DE CATERING
NÚMERO DE COMIDAS PARA EL PERSONAL, DJ, PHOTOG, ETC.		BARTENDERS REQUERIDOS
SPECIFICATIONS		
POLÍTICA DE CANCELACIÓN		
DEPOSITO REQUERIDO Y FECHA DE VENCIMIENTO DEL DEPÓSITO		
RESTRICCIONES DIETÉTICAS		
- \$ - CANTIDAD DEL DEPÓSITO Y FECHA DE PAGO		- \$ - GRAN TOTAL
CHECKLIST		
FECHA DE FINALIZACIÓN	TAREA	COMENTARIOS
	FORMATO COMEDOR	
	ASEGÚRESE DE QUE EL SERVICIO DE CATERING ESTÉ	
	REVISIÓN DE LA EXPERIENCIA PREVIA DEL PROVEEDOR DE	
	VERIFIQUE DOS VECES EL NÚMERO DE INVITADOS	
	ESTABLECER ORDEN DE COMPRA	
	MENÚ DE DEGUSTACIÓN	
	SELECCIONAR MENÚS	
	CONTRATO REVISADO	
	CONTRATO FIRMADO	
	JUEGO ESTILO COMIDA (CHAPADO, BUFFET, ESTACIONES,	
	MENÚ APERITIVO SELECCIONADO	
	MENÚ DE COMIDAS SELECCIONADO	
	MENÚ DE POSTRES SELECCIONADO	
	MENÚ DE CAFÉ, TÉ, AGUA, REFRESCOS	
	LICOR, CERVEZA, CARTA DE VINOS	
	SELECCIONES PARA LLEVAR A CASA	
	CARRITO DE CAFÉ DE ESPECIALIDAD	
	COMPLEMENTOS (PRETZELS CALIENTES, ALGODÓN DE	
	FINALIZAR MENÚS	
	DISCUTIR LOS REQUISITOS DE PERSONAL	