



Instituto
Europeo
de Posgrado

Estandarización y control al protocolo de servicio en Gastrobar

Trabajo fin de estudio presentado por:	Oryan Rengifo Ruiz
Tipo de trabajo:	Trabajo Final Maestría
Director/a:	Yazmid Adriana Carrillo Barbosa
Fecha:	27/04/2026

Índice

1	Resumen	4
2	Abstract	4
3	Introducción	5
3.1	Objetivo General	5
3.2	Objetivos Específicos	5
3.3	Metodología	6
3.3.1	Identificación y Análisis del Problema	6
3.3.2	Planificación de la Solución	6
4	Identificación y descripción un problema al interior de la organización	7
4.1	Descripción de la empresa a intervenir	7
4.1.1	Misión	7
4.1.2	Visión	7
4.1.3	Mapa de procesos	7
4.1.4	Descripción del proceso a intervenir	8
4.1.5	Descripción del problema que presenta el proceso	9
5	Establecimiento de planes de acción para la solución del problema	10
5.1	Establecimiento de objetivos	10
5.1.1	Tasa de rotación	10
5.1.2	Nivel de satisfacción	10
5.1.3	Interacción en redes sociales	10
5.1.4	Objetivos en ventas y metas	11
5.2	Descripción de la solución	11
5.3	Secuencia de actividades para ejecución de la solución	12

■	Plantilla del Proyecto [Estandarización y control al protocolo de servicio en Gastrobar]	
	5.3.1 Diseño del Manual de servicio	12
	5.3.2 Asignación de responsables y planeación de la ejecución	12
	5.3.3 Capacitación, implementación y validación del Manual	12
	5.4 Descripción de recursos necesarios para la ejecución de la solución	13
6	Definición del alcance de la solución, partes interesadas, cronograma y presupuestos.	14
	6.1 Alcance final de la solución	14
	6.1.1 Tasa de rotación	14
	6.1.2 Capacitación	15
	6.1.3 Nivel de satisfacción	15
	6.1.4 Interacción en redes sociales	15
	6.1.5 Objetivos en ventas y meta	15
	6.1.6 Validación del Manual y protocolo	15
	6.2 Identificación de responsables de las actividades para ejecución	16
	6.2.1 Diseño y planificación para el protocolo de servicio	16
	6.2.2 Asignación de responsables y capacitación	16
	6.2.3 Evaluación y validación de los resultados	16
	6.3 Cronograma de ejecución	17
	6.4 Presupuesto	18
7	Referencias bibliográficas	19

1 Resumen

El presente proyecto tiene el objetivo de diseñar e implementar una solución operativa para mejorar el proceso de atención al cliente en el gastrobar Bar Malibú Food Frozen & Cocktails®, ubicado en la ciudad de Cali en el barrio Granada, ante la problemática de disminución en ventas y baja calidad en el servicio. La causa principal identificada corresponde a la falta de estandarización, control y seguimiento del protocolo de atención, así como a la alta rotación de personal. La investigación se desarrolla bajo la metodología de investigación-acción donde, la solución propuesta consta en la estandarización del proceso mediante la elaboración de un manual de protocolo, acompañado de un programa de capacitación y la asignación de un líder encargado de seguimiento y control. Asimismo, se establecen indicadores clave de desempeño relacionados con la satisfacción del cliente, la rotación del personal, la interacción en redes sociales y el cumplimiento de metas de ventas. Se espera que la correcta implementación de esta propuesta, alineada con buenas prácticas en dirección de proyectos, permita optimizar la calidad del servicio, fortalecer la experiencia del cliente y contribuir al incremento sostenible de las ventas.

Palabras clave: estandarizar, protocolo, investigación-acción, calidad, servicio.

2 Abstract

This project aims to design and implement an operational solution to improve the customer service process at the gastrobar Bar Malibú Food Frozen & Cocktails®, located in Cali, in response to declining sales and low service quality. The main identified cause is the lack of standardization, control, and monitoring of the service protocol, as well as high staff turnover. The research is developed under an action-research methodology. The proposed solution consists of standardizing the service process through the development of a service protocol manual, supported by a training program and the assignment of a leader responsible for monitoring and control. Additionally, key performance indicators (KPIs) are established, related to customer satisfaction, staff turnover, social media interaction, and the achievement of sales targets. It is expected that the proper implementation of this proposal, aligned with best practices in project management, will optimize service quality, enhance customer experience, and contribute to a sustainable increase in sales.

Keywords: standardize, protocol, action-research, quality, service.

3 Introducción

El cliente es núcleo fundamental para cualquier organización con ánimo de lucro, garantiza la rentabilidad, sostenibilidad y crecimiento a través de su interés y lealtad (Daniela Muñoz Ruiz, et al., 2024). Un cliente satisfecho, se convierte en patrocinador de la marca, brindando retroalimentación valiosa para mejorar la competitividad y toma de decisiones. Por lo que, las posibles interacciones que puedan gestarse con el cliente deben de emplearse de la mejor manera posible (Parrales Reyes, et al., 2025).

El proyecto se estructura a partir de la metodología investigación-acción, la cual se centrará en la identificación y resolución de la contracción en las ventas presentada dentro de un gastrobar en la ciudad de Cali, debido a la falta de control y estandarización del protocolo de ventas, por ende inconsistencias en la calidad. El enfoque investigación-acción, permite desarrollar habilidades de diagnóstico, análisis y planificación orientadas a mejorar la eficiencia y efectividad de un proceso crítico en la organización (Reason P., Bradbury H., 2008). La estructura del proyecto incluyó una revisión exhaustiva del contexto organizacional y la implementación de una solución factible que responde a las necesidades de la organización y optimiza su desempeño, proponiendo un plan de acción que proponga una solución consistente y perdurable a través del tiempo.

3.1 Objetivo General

El objetivo principal del proyecto es desarrollar una solución operativa a la falta de seguimiento, control y baja estandarización de procesos en el área de servicio al cliente en el restaurante Bar Malibú Food Frozen & Cocktails. La intervención se encamina en corregir el problema identificado, proporcionando una propuesta sostenible que logre integrarse a la estructura de la organización, elevando los niveles de eficiencia y alcanzando los estándares de desempeño requeridos en el proceso intervenido.

3.2 Objetivos Específicos

Para cumplir con el objetivo general, se establecen tres objetivos específicos:

1. Identificar las posibles causas raíz del problema en el contexto organizacional, evaluando su impacto en el desempeño general del proceso.
2. Diseñar un plan de acción estructurado con objetivos claros, indicadores cuantitativos, actividades específicas y recursos definidos para la ejecución de la solución.
3. Establecer el alcance de la intervención, definiendo responsables, cronograma y presupuesto, para asegurar que la implementación sea organizada y efectiva.

3.3 Metodología

El proyecto se desarrolla bajo la metodología de investigación-acción, la cual facilita la colaboración continua entre el equipo y el líder o director responsable. La metodología permite un enfoque sistemático en la identificación de problemas, formulación de hipótesis y aplicación de soluciones en un contexto real, adaptando las estrategias en la medida que se avanzaba en el proyecto. La investigación-acción proporciona un marco flexible y participativo para ejecutar el proyecto de manera estructurada, generando una intervención bien fundamentada y con alto potencial de impacto (Reason P., Bradbury H., 2008).

El desarrollo del proyecto se estructuró en tres etapas secuenciales, cada una de las cuales abordó un aspecto específico de la intervención. En la primera etapa, se identificó y analizó el problema organizacional, incluyendo una descripción detallada de la organización, su misión, visión y el proceso específico afectado. La segunda etapa se centró en la planificación de la solución, estableciendo objetivos y actividades concretas para abordar el problema. En la tercera fase, se definieron aspectos operativos como el cronograma, el presupuesto y la asignación de roles.

3.3.1 Identificación y Análisis del Problema

Consiste en realizar un análisis exhaustivo de la organización y su contexto, haciendo énfasis en el protocolo de servicio al cliente. Se documentó el problema identificando sus causas raíz, efectos y puntos críticos que afectan el desempeño del proceso, por medio de un diagnóstico participativo desde las distintas áreas de la organización (ej. marketing, finanzas, producción y ventas), las cuales reúnen datos cualitativos y cuantitativos que permitan comprender la naturaleza del problema de manera integral. Este diagnóstico inicial es esencial para estructurar la solución y asegurar que la intervención respondiera de manera precisa a las necesidades de la organización.

3.3.2 Planificación de la Solución

Se desarrolla un plan de acción detallado donde, por medio de los objetivos específicos planteados, se establece una secuencia de actividades que permite mitigar o resolver el problema en cuestión. Esta fase incluyó el diseño de una estrategia de ejecución organizada y estructurada que facilitara el logro de los objetivos propuestos y maximizará la eficiencia del proceso intervenido. La planificación detallada de actividades y recursos fue clave para asegurar una implementación precisa y efectiva.

3.3.2.1 Definición de Alcance y Recursos

La tercera etapa se enfocó en delimitar el alcance de la intervención y los recursos necesarios. Se establecieron responsables para cada actividad, y se elaboró un cronograma de ejecución para controlar el avance de la implementación. Asimismo, se desarrolló un presupuesto que detalla los costos asociados a cada fase, permitiendo optimizar la asignación de recursos. Esta fase aseguró que todas las variables críticas estuvieran alineadas para una ejecución sin interrupciones.

4 Identificación y descripción un problema al interior de la organización

Para el modelo de negocio en cuestión, el área con mayor contacto hacia el cliente es el área de ventas, por lo que este es un pilar fundamental para comprender los requerimientos, necesidades y preferencias del cliente, sin embargo, debido a una alta rotación de personal y la falta de supervisión constante, se viene presentando una disminución en la calidad de servicio, lo que se ve reflejado en los resultados de la relación de ventas año a año y en el impacto sobre las redes sociales. La falta de estandarización y respeto hacia el protocolo de ventas, afecta la retroalimentación con el cliente, impidiendo rescatar, corregir o implementar aspectos importantes para ellos, desencadenando en desinterés por parte de la clientela, por ende disminución en ventas y una baja interacción o interacciones negativas por parte de los clientes en las redes sociales.

4.1 Descripción de la empresa a intervenir

4.1.1 Misión

Ofrecer una experiencia gastronómica sin igual, combinando sabores innovadores, bebidas de alta calidad y un ambiente acogedor para cualquier integrante de la familia, donde cada cliente disfrute momentos memorables a través de un servicio excepcional, creatividad culinaria y una propuesta moderna que integra lo mejor de la cocina y el bar.

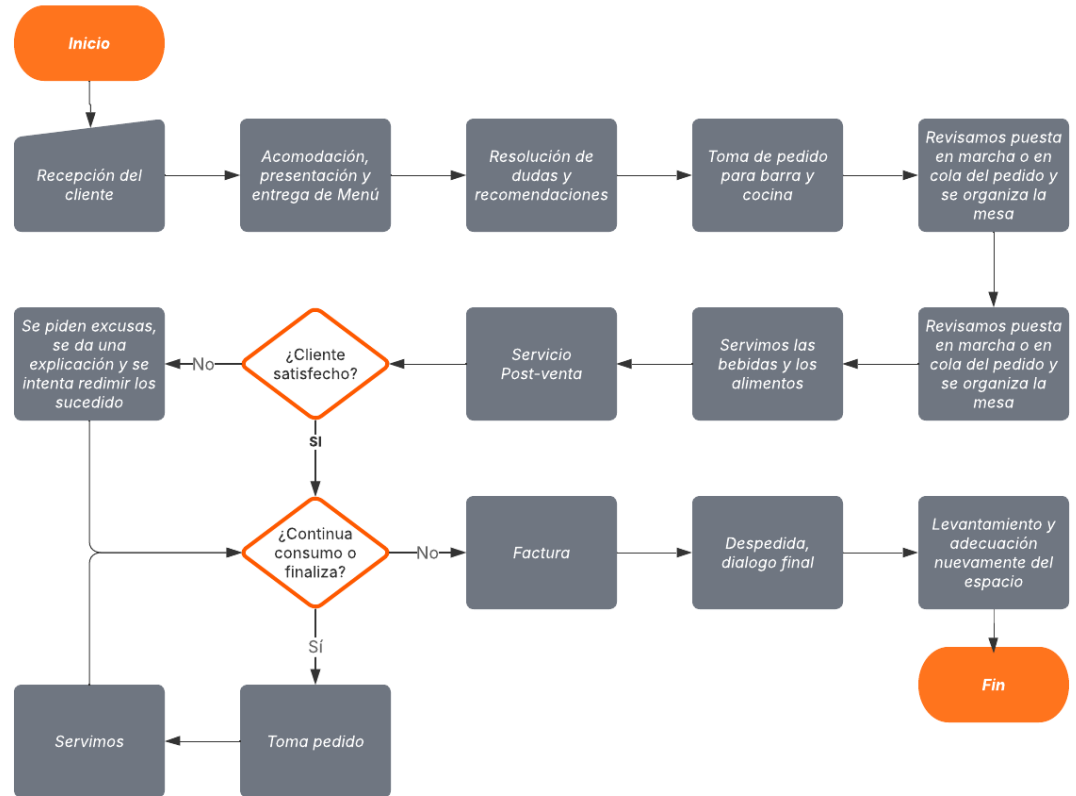
4.1.2 Visión

Contar con una marca reconocida a nivel regional, destacándose por la innovación, calidad, entretenimiento y ambiente distintivo, expandiendo nuestra propuesta a nuevos mercados y territorios sin perder nuestra esencia; apto para todo público.

4.1.3 Mapa de procesos

Un mapa de procesos representa los procesos que son realizados por la organización en forma conexas. Por lo que, no existe una sola manera de hacer un mapa de procesos, cada empresa u organización consta con una estructura diferente; así como, rubros o actividades a los que se dedica (Briño Martínez, M., 2015). Una de las principales ventajas de un mapa de procesos está en tener una visión global de la organización. Asimismo, a través de la elaboración del mapa de procesos se puede llegar a una correcta gestión por parte de la organización, sirviendo también como herramienta de aprendizaje para sus colaboradores (Siuse Calixto, et al., 2021.).

Figura 1. Mapa de procesos de atención al cliente.



4.1.4 Descripción del proceso a intervenir

El proceso a intervenir corresponde al protocolo de servicio y atención al cliente, específicamente el servicio en la mesa, el cual, no solamente consiste en servir y estar a disposición del cliente, sino que también incluye actividades de gran relevancia para la subsistencia de la organización a través del tiempo. El empleado debe estar capacitado para incentivar las ventas por medio de estrategias de venta o mercadeo, fidelización, y postventa hacia el cliente. Su conocimiento de los productos, influencia e interacción con el cliente, debería asegurar una total satisfacción del cliente, entendiendo que, existen distintos tipos de clientela.

El protocolo de servicio puede adaptarse según el cliente en cuestión, sin embargo, existen algunos parámetros imprescindibles como el recibimiento y saludo hacia el cliente, el servicio postventa o retroalimentación de los productos entregados, y las estrategias de interacción para las redes sociales por parte del cliente.

En la medida que se desarrolle el servicio, se deben encontrar los momentos idóneos para efectuar las estrategias de mercadeo designadas como, la toma consentida de datos personales (Ley Estatutaria 1581 de 2012) y, la persuasión por medio del buen servicio hacia el cliente para solicitar su interacción en cualquiera de las redes sociales del establecimiento, ya sea por medio de un post, seguimiento, reseñas, etiquetas, like o un comentario; para las estrategias de mercadeo, dependiendo de la situación, es posible generar un descuento o tener un detalle con el cliente para que acceda (Diego Jarrín Gallegos, 2022).

Por último, se deben documentar los resultados por parte de cada representante en ventas (mesero), la cantidad de mesas atendidas, el volumen de ventas, y la cantidad de interacciones confirmadas.

4.1.5 Descripción del problema que presenta el proceso

Dentro de las políticas del establecimiento está el deber de capacitar al personal antes de permitir desarrollar actividades sin supervisión o por cuenta propia, sin embargo, se vienen presentando situaciones donde, se evidencian faltas en la ejecución correcta del protocolo de atención. Al realizar el seguimiento del caso, se identifican productos regresando a la barra o a la cocina sin ser consumidos en gran parte, evidenciando la falta de retroalimentación, ya sea para retribuir al cliente, corregir y/o mejorar. Además, la interacción en redes sociales viene en decadencia y la recolección de datos personales del cliente es casi nula.

5 Establecimiento de planes de acción para la solución del problema

Una vez identificados los interesados, el contexto organizacional, las causas más influyentes del problema, y habiendo evaluado el impacto del desempeño general del proceso, se diseña un plan de acción para abordar el problema con objetivos claros, actividades específicas, responsables, cronograma y recursos definidos para la ejecución de la solución.

5.1 Establecimiento de objetivos

En busca de estandarizar y generar un debido control en la atención al público, garantizando en todo momento un excelente servicio y la ejecución correcta y completa del protocolo. Para ello, se establece un plan de acción secuencial para documentar, capacitar, controlar y dar seguimiento mediante la incorporación de indicadores cuantitativos como los que se presentan a continuación.

5.1.1 Tasa de rotación

La rotación de personal puede verse relacionada con la productividad de una organización (Napa Alcívar Milena, 2024). Por lo que, la tasa de rotación de personal se determinará en relación a la cantidad de empleados nuevos al año, teniendo en cuenta la cantidad total de empleados por año. Es decir, si en la mejor temporada del año hubo un total de 10 operarios en servicio, pero en el transcurso del año se debieron generar 5 nuevas capacitaciones para el reemplazo por deserción, se habría presentado ese año una tasa de rotación de 5 de cada 10 (50%). Para este indicador se espera sostener una tasa de rotación por debajo del 40%.

5.1.2 Nivel de satisfacción

Se diseña una encuesta de satisfacción, la cual al ser rellenada por el cliente permite analizar la calidad del servicio desde todos los aspectos relevantes para el cliente (Liseyka Nicholson, 2022). La encuesta tendrá un total de 5 preguntas para una puntuación máxima de 100 puntos (100% de satisfacción). Los niveles de satisfacción del cliente deben permanecer por encima del 80%.

5.1.3 Interacción en redes sociales

Estudios muestran la influencia que ejercen las estrategias de mercadeo por plataformas digitales sobre las decisiones de compra de los consumidores. Cada vez, consumidores en mayor proporción recurren a redes sociales como proceso previo de investigación a realizar una compra. Por lo que, en la actualidad, es indispensable contar con estrategias de mercadeo vía redes sociales, permite tener un mayor alcance al público y es una muy buena estrategia de mercadeo para un restaurante (Sofía Pinto, Karina Granja, 2022).

Todo tipo de interacción de un cliente hacia las redes sociales corporativas, potencia el algoritmo para alcanzar cada vez a más público. Por lo que, se propone un ratio de interacción de 1 por cada mesa, es decir, por cada mesa atendida se verá reflejado, ya sea un like, una etiqueta, un compartido, etc, por cualquier red social,

5.1.4 Objetivos en ventas y metas

Según el plan de negocio y financiero de la empresa se estipula un mínimo de ventas diario, semanal y mensual, teniendo en cuenta el punto de equilibrio (Katherine Cedeño Bermúdez, 2025). Por lo que, se establecen objetivos de venta según la experiencia del trabajador y la temporada.. También, se establecen metas mensuales en equipo que, al ser superadas, todo el personal recibe una bonificación. Cabe resaltar que, los objetivos de ventas se estipulan según los datos históricos y estrategias de mercadeo en curso. El plan de objetivos o metas se diseña de tal manera que sea compatible con un ciclo PDCA, mejorando su adaptabilidad y flexibilidad ante nuevos retos (García Gonzales Oriana, Chacon Moreno Jorge Fernando Raphael, 2023).

5.2 Descripción de la solución

Consiste en estandarizar la actividad de servicio al cliente, de manera que el proceso sea consistente, replicable y documentable. Para ello, se desarrolla un manual de instrucciones, en el cual se documenta detalladamente el proceso de atención al cliente (protocolo de atención). El protocolo debe constar con el paso a paso de cómo abordar un cliente correctamente de inicio a fin. También, debe contar con estrategias de venta, marketing para las redes sociales, servicio posventa, reglas de trabajo, reglas de comportamiento, tareas y metas diarias por cumplir, entre otras especificaciones para el debido desarrollo del protocolo (Rafael Mauricio Maldonado Yépez, Richard Antonio Martínez Villegas, 2024); cabe resaltar que antes de aceptar una versión final del protocolo, este debe ponerse en práctica para cerciorarse del impacto y alcance según los resultados esperados.

Por otra parte, antes de integrar los indicadores cuantitativos como, el nivel de satisfacción, objetivos en ventas, el nivel de interacción por redes sociales y la tasa de rotación, se debe contar con el personal completamente capacitado para ejecutar el protocolo establecido (Marcos Osuna, Lizbeth Félix Miranda, Samuel Moreno, 2024). La capacitación se lleva a cabo por el jefe de servicio o líder temporal y este es quien determina que el personal se encuentra capacitado para laborar; al finalizar la jornada se deben reportar las ventas, interacciones por redes sociales y encuestas de satisfacción realizadas por el cliente.

Además, se debe disponer de un puesto de trabajo particularmente para dar seguimiento y controlar la ejecución debida del proceso, el jefe de servicio, el cual se centra en servir de apoyo al personal para que se ejecute el protocolo de servicio tal y como se presenta en el manual. El jefe de servicio debe estar presente en caso de alguna dificultad o caso fuera de lo común (María del Mar Hidalgo, Miguel Romero, María Briones, 2023). También, será el encargado de reunir y documentar el resultado y evolución de los indicadores, al mismo tiempo que toma apuntes para una debida retroalimentación al equipo, o en casos extremos para actualizar el manual de instrucciones.

5.3 Secuencia de actividades para ejecución de la solución

A continuación, se presenta una secuencia estructurada de actividades orientadas a abordar de manera efectiva el problema identificado. La propuesta se fundamenta en principios de planificación estratégica investigación-acción, con el propósito de garantizar una ejecución ordenada, medible y alineada con los objetivos del proyecto, donde se implemente la participación activa del equipo (Coghlan, D., & Brannick, T., 2014).

5.3.1 Diseño del Manual de servicio

Se estructura el manual de instrucciones con las especificaciones para ejecutar el proceso debidamente. Normas, pautas, deberes, estrategias de venta, servicio postventa, recomendaciones y entre otras especificaciones son plasmadas en el manual. La versión más actual debe estar revisada y autorizada por el director del proyecto o responsable en cuestión.

5.3.2 Asignación de responsables y planeación de la ejecución

Para el correcto desarrollo de la operación, es necesario asignar un líder, encargado de dar apoyo, seguimiento y controlar el correcto desarrollo de la operación. Este rol, además de capacitar y dirigir el equipo, debe exigir el cumplimiento y revisar que se esté llevando a cabo el protocolo de servicio en su totalidad, registrando el progreso y evolución de la problemática con ayuda de los objetivos/indicadores propuestos. Por ende, debe tener un amplio conocimiento del protocolo. Además, el líder también es responsable de generar espacios para la reflexión y retroalimentación del equipo mínimo 1 vez por semana, ya que este debe documentar y analizar el registro de indicadores presentado por el operario; el seguimiento semanal de algunos indicadores se puede presentar a través de un tablero KanBan (León Yacelga, A. R., & Checa Cabrera, M. A., 2022).

5.3.3 Capacitación, implementación y validación del Manual

Antes de lanzar una versión definitiva del manual, se debe llevar a cabo una operación piloto con las instrucciones propuestas, habiendo capacitado al personal de servicio en base al manual, para una vez en ejecución, identificar posibles correcciones o mejoras (Rosalinda Garza Estrada, 202).

La capacitación debe ser gradual y coherente con las necesidades y valores de la empresa. Inicialmente se capacita en normas BPM, instruyendo como debe ser el comportamiento higiénico personal y hacia el cliente, al igual que la manipulación con los alimentos. Luego, se da instrucción sobre las normas de convivencia, deberes, normativa y beneficios como trabajador. Para finalizar, capacitando con los protocolos de marketing, estrategias de ventas, etiqueta y habilidades blandas. Una vez confirmado el buen desarrollo de la actividad siguiendo las instrucciones del manual, es posible compartir una primera versión a todo el personal de este.

5.4 Descripción de recursos necesarios para la ejecución de la solución

Para favorecer la estandarización del proceso y evitar desviaciones es necesario contar con un manual de procesos o instrucciones bien estructurado, al cual dirigirse para corroborar que se esté llevando a cabo el desarrollo normal de la operación o al momento de requerir alguna aclaración, por lo que, el manual de instrucciones es el recurso más importante para preservar y promover la correcta atención al cliente; un recurso intangible muy valioso. Por ello, se responsabilizará del desarrollo e implementación de dicho manual a un profesional en dirección de proyectos.

Adicionalmente, se requiere el rol de un líder, el cual capacite, apoye y facilite el desarrollo normal de la operación, en la medida que respeta y cumple las normatividad del establecimiento, promoviendo el trabajo en equipo y dando seguimiento a los indicadores y objetivos propuestos semanal y mensualmente, por lo que debe contar con buena aptitud y habilidades blandas. Además, el líder debe generar un espacio semanal o quincenal, dependiendo la frecuencia con que lo requiera la situación, donde se llevarán a cabo reuniones de retroalimentación, donde se expondrán propuestas, presentarán actualizaciones y buscarán mejoras entre el equipo. Lo ideal, es que el líder sea un profesional capacitado, sin embargo, este rol se puede desarrollar también por un técnico con las aptitudes necesarias (liderazgo, habilidades blandas, manejo de herramientas ofimáticas).

También, se debe tener en cuenta la necesidad de recursos como plataformas web, softwares de seguimiento, control, visualización, análisis y almacenamiento para nuestros datos, junto con recursos materiales como tablets, libretas, bolígrafos y planillas de seguimiento.

6 Definición del alcance de la solución, partes interesadas, cronograma y presupuestos.

Se establece el alcance de la propuesta, delimitando sus fronteras, definiendo objetivos concretos y precisando los resultados que se esperan obtener con la intervención. Asimismo, se identifican los actores clave involucrados y se asignan responsabilidades específicas dentro del plan de acción, con el fin de garantizar una ejecución organizada y coordinada. De igual manera, se diseña un cronograma detallado que organiza las actividades en el tiempo, señalando fechas de inicio, finalización y los hitos principales que permitirán hacer seguimiento al avance del proceso. Finalmente, se estructura un presupuesto que contempla los recursos económicos requeridos en cada etapa del proyecto, justificando los costos para asegurar un uso eficiente de los recursos y la viabilidad de la propuesta.

6.1 Alcance final de la solución

El proyecto abarca todo en relación a la atención al público y el personal de servicio. La estandarización de actividades y el control del desempeño serán las bases en busca de una ejecución cómoda y estable de las actividades. Para ello, aunque sea necesario conocer cómo se relaciona el área de servicio con las demás partes interesadas (ej. cocina y barra), el proyecto se enfoca particularmente en las interacciones con el cliente. Por lo que, se espera generar un historial de seguimiento, el cual tener como referencia para contrastar la evolución del proceso a través del tiempo, por lo que, se deben tener en cuenta los siguientes parámetros.

6.1.1 Tasa de rotación

Se espera una tasa de rotación por debajo del 40%. Al momento de presentarse un aumento fuera de lo estipulado, es necesario solicitarle al líder de servicio la planificación de un plan de acción para normalizar la situación. En caso de reincidencia, se debe supervisar y prestar apoyo al líder de servicio.

6.1.2 Capacitación

Al final de cada capacitación se llevará a cabo un examen evaluativo para reconocer la comprensión de la capacitación. En caso de reprobación el examen, este debe ser nuevamente capacitado y evaluado.

6.1.3 Nivel de satisfacción

Se estipula que el nivel de satisfacción deberá permanecer por encima del 80%. La encuesta para llevar el registro de este indicador se puede realizar por medio de software como Google forms o Microsoft forms, donde, además de las 5 preguntas en relación a la calidad del servicio se dispone un espacio para sugerencias o recomendaciones. Este indicador y sus comentarios deben ser revisados por el líder de servicio a diario y generar un espacio de retroalimentación para el equipo semanalmente.

6.1.4 Interacción en redes sociales

Se propone un ratio de una interacción por cada mesa, es decir, por cada mesa atendida (independiente de la cantidad de personas) se debe ver reflejado, ya sea en un like, etiqueta, share, follow, etc., por cualquier red social de la organización. Esta actividad es coordinada con el equipo de marketing, quien nos proporcionará la información del impacto en redes durante cada jornada, dado que el community manager debe diferenciar entre las interacciones generadas por el personal de ventas en el establecimiento y sus campañas publicitarias.

6.1.5 Objetivos en ventas y meta

Se obtiene un promedio de ventas histórico por medio del software del sistema para facturar, para luego, determinar una meta mínima objetivo de ventas por vendedor para cada cliente que atiende. Por lo que se establece un consumo medio por cliente en \$30.000 COP, es decir, al momento de presentarse un mesa de 4 personas, la venta mínima propuesta debe ser de \$120.000 COP.

6.1.6 Validación del Manual y protocolo

Para dar seguimiento a los indicadores se dispone de herramientas como el tablero KanBan, donde se registra el avance en cada indicador por cada integrante del equipo (León Yacelga, A. R., & Checa Cabrera, M. A., 2022). El protocolo definitivo se validará al momento que se cumplan con las metas en los distintos indicadores propuestos.

6.2 Identificación de responsables de las actividades para ejecución

Para definir los responsables ante la ejecución del proyecto, un ejercicio clave está en identificar a los interesados o stakeholders, dado que de esta manera es posible clasificar áreas o grupos clave para el desarrollo del proyecto, y de esta manera elegir un único representante por área, haciendo más sencilla la comunicación y transferencia de información (Project Management Institute. 2017). Para este proyecto dentro de los stakeholders tenemos al área directiva o gerencial, área de marketing digital, área de ventas, área de producción (se divide en 2: barra y cocina).

A continuación, se presenta la secuencia de cada hito para cumplir con el plan de acción y sus respectivos responsables.

6.2.1 Diseño y planificación para el protocolo de servicio

Los responsables en esta etapa son el director y dueño de la empresa, quienes definen la estrategia a corto, mediano y largo plazo, junto con la visión general de la empresa. Se propone un total de 30 días para diseñar el manual de protocolo, habiendo entendido el contexto y particularidades de la operación.

La creación del manual queda abierta durante la mayor parte del proyecto, ya que está abierto a constantes adaptaciones.

6.2.2 Asignación de responsables y capacitación

Se responsabiliza respecto a la capacitación al director del proyecto y sucesivamente al líder de servicio para los operarios. Se propone un total de 61 días para el proceso de capacitación. En este punto se presenta una dependencia, ya que, se debe capacitar inicialmente al jefe de servicio, para que este mismo, con el debido apoyo, capacite luego al personal de servicio y poder comenzar el seguimiento y control de la operación por medio de los indicadores y objetivos propuestos.

También, se debe tener en cuenta que, los responsables más influyentes en esta etapa son, el líder de servicio, quien vela por la adecuada ejecución del protocolo y documentación de los avances o puntos por mejorar, y, el personal de ventas por su correcta y perspicaz ejecución del protocolo, responsables de la satisfacción y fidelización de los clientes por medio de lo complaciente, servicial y educado de su atención; también, son responsables de llevar el registro de sus respectivos indicadores y demás responsabilidades.

6.2.3 Evaluación y validación de los resultados

Los responsables de este hito son el director de proyecto, el líder de servicio y personal de ventas, ya que el director y el líder de servicio dependen de la correcta ejecución del protocolo por parte del personal de ventas para registrar y analizar debidamente los datos. Esta evaluación y validación de resultados tendrá un lapso máximo de 27 días, donde se deben actualizar todas las posibles mejoras al manual y brindarle una retroalimentación global al equipo, para finalmente cerrar el proyecto con la aceptación del propietario, habiendo cumplido con todos los objetivos.

6.3 Cronograma de ejecución

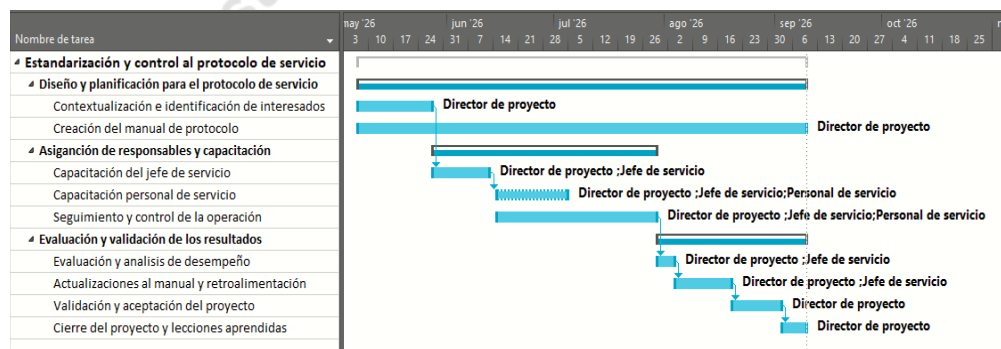
Según lo propuesto en el punto anterior, la línea base del cronograma se establece como se muestra a continuación, donde se desarrolla el proyecto en un lapso de 90 días.

Figura 1. Cronograma de actividades.

	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Pre
0	▸ Estandarización y control al protocolo de servicio	90 días	jue 7/05/26	mié 9/09/26	
1	▸ Diseño y planificación para el protocolo de servicio	90 días	jue 7/05/26	mié 9/09/26	
2	Contextualización e identificación de interesados	15 días	jue 7/05/26	mié 27/05/26	
3	Creación del manual de protocolo	90 días	jue 7/05/26	mié 9/09/26	
4	▸ Asignación de responsables y capacitación	45 días	jue 28/05/26	mié 29/07/26	
5	Capacitación del jefe de servicio	12 días	jue 28/05/26	vie 12/06/26	2
6	Capacitación personal de servicio	16 días	lun 15/06/26	sáb 4/07/26	5
7	Seguimiento y control de la operación	33 días	lun 15/06/26	mié 29/07/26	
8	▸ Evaluación y validación de los resultados	30 días	jue 30/07/26	mié 9/09/26	
9	Evaluación y análisis de desempeño	3 días	jue 30/07/26	lun 3/08/26	7
10	Actualizaciones al manual y retroalimentación	12 días	mar 4/08/26	mié 19/08/26	9
11	Validación y aceptación del proyecto	10 días	jue 20/08/26	mié 2/09/26	10
12	Cierre del proyecto y lecciones aprendidas	5 días	jue 3/09/26	mié 9/09/26	11

En la Figura 1 y 2, es posible apreciar las dependencias entre actividades, duración, fechas de inicio y fin, responsables y el camino crítico. Antes de avanzar en cada hito, es necesario llevar a cabo una reunión entre los líderes y personal directivo para evaluar la idoneidad de los resultados y aceptar el avance del proyecto.

Figura 2. Diagrama de Gantt.



6.4 Presupuesto

El presupuesto propuesto consta mayoritariamente en los salarios y capacitación del personal responsable en la ejecución del proyecto. El director del proyecto, quien llevará a cabo toda la evaluación, planeación, estandarización, diseño, implementación, capacitación, adaptación, documentación, entre otras actividades. Además, recursos como el jefe de servicio, a quien se le asigna un nuevo enfoque a sus responsabilidades, llevando a cabo la supervisión, documentación y retroalimentación para el equipo; el líder de servicio, también debe coordinar con el área de marketing, de la cual se encarga el community manager, para obtener una retroalimentación sobre el impacto en la implementación del protocolo. Y por último, se contabilizan las licencias de herramientas ofimáticas o softwares necesarios para registrar, visualizar, analizar y almacenar los datos obtenidos.

Sin embargo, no se incluye el personal de servicio como un recurso para este proyecto, debido a que este recurso ya hace parte del proyecto, por lo que no genera ningún costo adicional.

Tabla 2. Presupuesto.

Elemento	Valor	Duración	Total
Director de proyectos	\$ 5'000.000,00 COP/mes	3 meses	\$ 15'000.000,00
Jefe de servicio	\$ 3'000.000,00 COP/mes	3 meses	\$ 9'000.000,00
Community manager	\$ 2'500.000 COP/més	3 meses	\$ 7'500.000,00
Capacitación personal de servicio	\$ 100.000 COP/hora	4 horas al día por 28 días	\$ 11'200.000,00
Hardware (tablets)	\$ 700.000 COP/unidad	5 unidades	\$ 3'500.000,00
Licencia Microsoft 365	\$ 500.000 COP/més	1 año	\$ 6'000.000,00
Licencia Microsoft project	\$ 120.000 COP/més	1 año	\$ 1'440.000,00
Licencia Power BI	\$ 560.000 COP/més	1 año	\$ 6'720.000,00
SUMAPOS	\$ 100.000 COP/més	1 año	\$ 1'200.000,00
TOTAL			\$ 61'560.000,00

7 Referencias bibliográficas

- Brieño Martínez, M., 2015. Organiza una empresa mapeando sus procesos. México. Editorial GR Porrúa.
- Coghlan, D., & Brannick, T. (2014). Doing Action Research in Your Own Organization. SAGE Publications.
- Congreso de la República de Colombia. (2012). Ley Estatutaria 1581 de 2012: Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales. Diario Oficial No. 48.587 del 18 de octubre de 2012.
- Daniela Muñoz Ruiz, Juan Fernando Gutiérrez, Andrés Felipe Ortiz Vélez, Johnnatan Camilo Parra Roldan, 2024. ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES Y SUS EFECTOS EN VENTAS EN UNA MICROEMPRESA. Tecnológico de Antioquia, Institución Universitaria Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.
- Diego Jarrín Gallegos, 2022. Mercadotecnia en redes sociales de los restaurantes de cocina fusión más importantes de Quito. Enfoques, Revista de Investigación en Ciencias de la Administración. <http://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v6i24.145>.
- García Gonzales, Oriana; Chacon Moreno, Jorge Fernando Raphael, 2023. Mejora del proceso de capacitación de nuevos ejecutivos de ventas para su optimización del tiempo mediante el design thinking y el ciclo PDCA en una Fintech peruana. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- Katherine Kerly Cedeño Bermúdez, 2025. El punto de equilibrio y su influencia en la toma de decisiones en el comercial Malecón 2000 de Tosagua. UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ.
- León Yacelga, A. R., & Checa Cabrera, M. A. (2022). Uso de tableros Kanban como apoyo para el desarrollo de las metodologías ágiles. Revista Universidad y Sociedad, 14(S2), 208-214.
- Liseyka Judith Nicholson Allen, 2022. Análisis de la calidad del servicio y su relación con el nivel de satisfacción del cliente en el restaurante de comida rápida KFC,

Panamá, 2021. Universidad de Panamá, Facultad de Ingeniería.
<https://orcid.org/0000-0002-3770-1818>.

Marcos Octavio Osuna Armenta, Lizbeth Félix Miranda, Samuel Moreno Meza, 2024. Optimización de operaciones a través de la planeación estratégica en una empresa del sector restaurante en la ciudad de Guasave, Sinaloa, México; Estudios Económicos y sociales, Tomo 1, Capítulo 11. DOI: <https://doi.org/10.61728/AE24002318>.

María del Mar Hidalgo Cedeño, Miguel Alberto Romero Zambrano, María Eliza Briones Quiroz, 2023. La importancia del control interno y su incidencia en los procesos contables de las Pymes. Universidad San Gregorio de Portoviejo- Portoviejo.

Napa Alcívar Milena Alejandra, 2024. ANÁLISIS DE LA ROTACIÓN DE PERSONAL Y SU RELACIÓN CON LA PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA “MENESTRAS DEL NEGRO”. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI, FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS.

Parrales Reyes, J. E., Santistevan Villacreses, K. L., Salazar Moran, A. L., & Fuentes Parrales, J. E. (2025). Atención al Cliente y su Impacto en las Ventas en los Negocios de la Comuna Quimis del Cantón Jipijapa. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 9(1), 11538-11552.
https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1.16732.

Project Management Institute. (2017). A guide to the project management body of knowledge (PMBOK® Guide) (6th ed.). Project Management Institute.

Project Management Institute. (2021). *A guide to the project management body of knowledge (PMBOK® Guide)* (7th ed.). Project Management Institute.

Rafael Mauricio Maldonado Yépez, Richard Antonio Martínez Villegas, 2024. GESTIÓN DE CALIDAD ESTANDARIZACIÓN Y COMPETITIVIDAD EN RESTAURANTES DE CUENCA. Instituto Superior Tecnológico Particular Sudamericano. DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i6.15613.

Reason P., Bradbury H., 2008. The SAGE Handbook of Action Research: Participative Inquiry and practice. SAGE publication.

Rosalinda Garza Estrada, 2022. La prueba piloto en la investigación científica. UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA, Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas, División de Gestión Empresarial, Departamento de Administración.

Segovia-García, N. y Said-Hung, E.M. (2021). Factores de satisfacción de los alumnos en e-learning en Colombia. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 26(89), 595-621. <https://cutt.ly/LbUPghi>.

Siuse Calixto, Mercedes Susana; Torres Zubiato, Katty Elizabeth (2021). Propuesta de mejora para la satisfacción del cliente de un restaurante de comida rápida en el departamento de Amazonas por medio de la estandarización de procesos. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Link: <http://hdl.handle.net/10757/660140>.

Sofía Pinto-Molina, Karina Granja Altamirano, 2022. Estrategias de marketing en redes sociales: Influencia en el comportamiento del consumidor. Instituto Superior Tecnológico de Turismo y Patrimonio Yavirac, Quito, Ecuador. DOI: <https://doi.org/10.62943/rck.v1n1.2022.35>.