



**Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y  
Comercial**

**Carrera:**

Tecnología en Administración de Empresa

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Tema:**

“Proponer un plan de mejora del servicio al cliente en el restaurante de María en la  
Ciudad de Arenillas Parroquia la Cuca.”

**Requisito previo para la obtención del título de Tecnólogo (A) en  
Administración de Empresas.**

**Autora:**

Jessica Alexandra Benítez Duchitanga.

**Tutora:**

Ing. Evelyn Carchipulla.

**Guayaquil-Ecuador**

2021



**Instituto Superior Tecnológico De Formación Profesional, Administrativa Y**

**Comercial**

**Carrera:**

Tecnología en administración de empresas

**Trabajo de Titulación**

**Tema:**

“Proponer un plan de mejora del servicio de atención al cliente en el restaurante de María en la Ciudad de Arenillas Parroquia la Cuca”

**Requisito Previo Para La Obtención Del Título De Tecnólogo (A) En  
Administración De Empresas**

**Autor (a):**

Jessica Alexandra Benítez Duchitanga

**Tutor:**

Ing. Evelyn Carchipulla

**Guayaquil – Ecuador**

2021

### **Reconocimiento de Responsabilidad**

Yo, **Jessica Alexandra Benítez Duchitanga**, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de Titulación, válido para optar por el título de Tecnóloga en Administración de Empresas, titulado: **“Proponer Un Plan De Mejora Del Servicio De Atención Al Cliente En El Restaurante De María En La Ciudad De Arenillas Parroquia La Cuca”** es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

.....  
**Jessica Alexandra Benítez Duchitanga**

**C.C.: 0706180064**

## **Dedicatoria**

Dedico indudablemente mi tesis al ser más grande que existe sobre el planeta tierra, quien no me ha dejado sola en ningún segundo del desarrollo de mi tesis y sobre todo que está presente en todos los días de mi vida dándome fuerza y valentía para continuar y en todo lo que me he propuestos, mi **Dios**.

A mi hija **Kimberly Daana Sánchez Benítez** quien ha sido parte de este largo y valioso esfuerzo, quien me dio las fuerzas suficientes para continuar para que viera en mí un ejemplo a seguir, quien con un abrazo y un besos siempre me ha llenado y ha logrado levantarme cuando más lo necesite.

A mi esposo **José Luis Sánchez Guartan** por su sacrificio y esfuerzo, por darme una carrera para nuestro futuro, por creer en mí capacidad, aunque hemos pasado por momentos difíciles siempre ha estado brindándome su comprensión, cariño y amor, sin duda gracias por tu apoyo incondicional que me ha dado las fuerzas y la seguridad que lo estoy haciendo bien y que voy por buen camino.

A mis padres **Luis Benítez, María Duchitanga** que siempre me motivaron a que la vida continúa y que siempre hay nuevas etapas que uno debe de vencer sin importar los obstáculos que se presenten en la vida, a mis hermanos **Cristopher y Andrés** que con sus palabras me motivaron a continuar a lograr uno de mis objetivos propuestos.

Gracias a todos.

**Jessica Alexandra Benítez Duchitanga.**

## **Agradecimiento**

Mi agradecimiento muy especial a Dios por permitirme cumplir uno de mis tantos objetivos. Gracias por darme las fuerzas en los momentos que más los necesitaba, gracias por no abandonarme y siempre llevarme de la mano hacia el camino del bien.

Gracias al Instituto Superior Universitario de Formación quien me abrió las puertas para formarme profesionalmente.

Agradezco a mi familia por cada palabra de motivación y consejos durante mi etapa de formación.

Mil gracias infinitas a la Msc Evelyn Carchipulla Alvarado mi tutora, mi amiga, mi maestra; quien desde un principio me dio la seguridad para seguir adelante con sus palabras motivadoras, me hacía sentir segura de mí mismo. Gracias por sus consejos para no rendirme, aún en tiempos de crisis; y sobre todo porque nunca dejó que decaiga, debido a que siempre estuvo cerca impartiendo sus conocimientos para poder llegar a la meta propuesta.

Agradezco a mis maestros, el Ing. Christopher Carchipulla, quien en el transcurso de toda mi carrera estuvo con sus palabras de aliento; por lo que más que un maestro ha sido un fraterno amigo, dado que siempre me motivó a ser profesional y a no rendirme. Asimismo agradezco a la Msc. Alicia Alvares a quien la siento como mi segunda madre, siempre dándome sus consejos sus abrazos que me hacían sentir segura y una tranquilidad que solo una madre lo puede ofrecer.

Agradezco a mis compañeros del grupo Ape-4 por cada fin de semana que disfrutamos como compañeros por cada anécdota que compartimos que los hacía únicos.

Gracias Infinitas.

**Jessica Alexandra Benítez Duchitanga.**

## Índice De Contenidos

<b>1. Introducción</b> .....	- 1 -
<b>2. Capítulo 1: Fundamentación</b> .....	- 6 -
<b>2.1. Marco Histórico</b> .....	- 6 -
<b>2.1.2. Breve Historia De Restaurante De María</b> .....	- 7 -
<b>2.2. Marco Teórico</b> .....	- 9 -
<b>2.3.1. Escuchar Al Cliente</b> .....	- 11 -
<b>2.3.3. Crea Confianza En El Cliente</b> .....	- 11 -
<b>2.5. Marco Conceptual</b> .....	- 14 -
<b>2.6. Marco Jurídico</b> .....	- 15 -
<b>2.6.1. Constitución De La República Del Ecuador</b> .....	- 15 -
<b>2.6.2. Plan Nacional Toda Una Vida (2017-2021)</b> .....	- 17 -
<b>2.6.3. Código Orgánico De La Producción, Comercio E Inversiones Título Preliminar (Copci)</b> .....	- 18 -
<b>2.6.3. Ley Orgánica De Salud</b> .....	- 19 -
<b>2.6.5. Normas Inen</b> .....	- 23 -
<b>3.1. Tipos de investigación</b> .....	- 31 -
<b>3.1.2. Descriptivo</b> .....	- 31 -
<b>3.1.3. Explicativo</b> .....	- 31 -
<b>3.2. Métodos De Investigación</b> .....	- 32 -
<b>3.2.2. Métodos Empíricos</b> .....	- 33 -
<b>3.2.4. Método Estadístico</b> .....	- 35 -
<b>3.3. Enfoque de Investigación</b> .....	- 35 -
<b>3.4. Técnica De Recolección De Datos</b> .....	- 36 -
<b>3.4.3. Análisis Capa</b> .....	- 38 -

<b>4.1. Título de la propuesta</b> .....	- 40 -
<b>4.2. Objetivo de la Propuesta</b> .....	- 40 -
<b>4.3. Factibilidad de la Aplicación</b> .....	- 40 -
<b>4.3.1. Factibilidad Económica</b> .....	- 40 -
<b>4.3.2. Factibilidad Social</b> .....	- 40 -
<b>4.3.3. Factibilidad Legal</b> .....	- 41 -
<b>4.3.4. Factibilidad Técnico-Tecnológica</b> .....	- 41 -
<b>4.4. Flujograma De Atención Al Cliente</b> .....	- 42 -
<b>4.5. Flujograma De Atención Al Cliente A Domicilio</b> .....	- 43 -
<b>4.6. Descripción de la Propuesta</b> .....	- 44 -
<b>5. Conclusión</b> .....	- 54 -
<b>6. Recomendación</b> .....	- 55 -
<b>7. Bibliografía</b> .....	- 56 -
<b>8. Anexos</b> .....	- 59 -

## Índice de Imágenes

<b>Imagen 1. Propuesta de Capacitación .....</b>	<b>- 46 -</b>
<b>Imagen 2. Propuesta de Buzón de Sugerencia .....</b>	<b>- 46 -</b>
<b>Imagen 3. Propuesta Proceso y Procedimientos .....</b>	<b>- 47 -</b>
<b>Imagen 4. Implementos Actuales .....</b>	<b>- 49 -</b>
<b>Imagen 5. Sillas y Mesas .....</b>	<b>- 49 -</b>
<b>Imagen 6. Sillas y Mesas .....</b>	<b>- 49 -</b>
<b>Imagen 7. Piso .....</b>	<b>- 50 -</b>
<b>Imagen 8. Rótulos en Puerta.....</b>	<b>- 50 -</b>
<b>Imagen 9. Fachada Actual .....</b>	<b>- 50 -</b>
<b>Imagen 10 . Propuesta de Fachada .....</b>	<b>- 51 -</b>
<b>Imagen 11. Fachada Actual sin cerramiento .....</b>	<b>- 51 -</b>
<b>Imagen 12. Propuesta de Cerramiento .....</b>	<b>- 52 -</b>
<b>Imagen 13. Propuesta de Logo .....</b>	<b>- 52 -</b>
<b>Imagen 14. Propuesta de Uniformes .....</b>	<b>- 52 -</b>
<b>Imagen 15. Publicidad Actual .....</b>	<b>- 53 -</b>
<b>Imagen 16. Propuesta de Publicidad .....</b>	<b>- 53 -</b>

## Índice de Tablas

<b>Tabla N° 1. Descripción de la Propuesta.....</b>	<b>- 44 -</b>
<b>Tabla N° 2. Cómo califica el menú.....</b>	<b>- 67 -</b>
<b>Tabla N° 3. Variedad en el menú.....</b>	<b>- 68 -</b>
<b>Tabla N° 4. Los precios son accesibles.....</b>	<b>- 69 -</b>
<b>Tabla N° 5. Brindan Cordialidad.....</b>	<b>- 70 -</b>
<b>Tabla N° 6. Mantiene Buena Imagen el Restaurante.....</b>	<b>- 71 -</b>
<b>Tabla N° 7. Cuenta con suficientes mesas y sillas.....</b>	<b>- 72 -</b>
<b>Tabla N° 8 Mantiene una higiene adecuada.....</b>	<b>- 73 -</b>
<b>Tabla N° 9 Posee Separadores Higiénicos.....</b>	<b>- 74 -</b>
<b>Tabla N °10. Recomienda a sus amigos al restaurante.....</b>	<b>- 75 -</b>

## Índice de Gráficos

<b>Gráfico N° 1. Habitualmente cada cuanto tiempo utiliza el servicio al cliente..</b>	<b>66 -</b>
<b>Gráfico N° 2 . Cómo califica el menú.....</b>	<b>67 -</b>
<b>Gráfico N° 3. Cuenta con variedad en el menú.....</b>	<b>68 -</b>
<b>Gráfico N° 4 . Los Precios son Accesibles.....</b>	<b>69 -</b>
<b>Gráfico N° 5 . Brinda Cordialidad .....</b>	<b>70 -</b>
<b>Gráfico N° 6 . Mantiene Buena Imagen el Restaurante.....</b>	<b>71 -</b>
<b>Gráfico N° 7 . Cuenta con Suficientes Mesas y Sillas .....</b>	<b>72 -</b>
<b>Gráfico N° 8 . Mantiene una Higiene Adecuada.....</b>	<b>73 -</b>
<b>Gráfico N° 9 . Posee Separadores Higiénicos .....</b>	<b>74 -</b>
<b>Gráfico N° 10 . Recomienda a sus amigos al restaurantes.....</b>	<b>75 -</b>

## **RESUMEN**

El restaurante de María es una microempresa ubicada en la ciudad de Arenillas Parroquia la Cuca, dedicada a la preparación y venta de comida ofreciendo desayunos, almuerzos y meriendas al público en general.

Dicho restaurante ha llegado a tener problemas por la atención brindada al cliente, debido a que sus colaboradores lo realizan de manera empírica y no cuentan con los conocimientos adecuados para brindar un trato especial a quien es la razón de ser del negocio “el cliente”.

La presente autora de la tesina desarrolló un plan de mejora, que aporte o ayude a solucionar los problemas que están causando molestias a los clientes, y a su vez que a futuro pueda verse perjudicado el negocio.

La metodología que se aplicó sirvió para realizar estrategias de mejoras con el objeto de conseguir retención de sus clientes y obtención de nuevos para poder ser parte del mercado alimenticio en la Parroquia la Cuca.

**Palabras claves: Atención al cliente, Satisfacción.**

## **Abstract**

Maria's restaurant is a micro-company located in Arenillas city, in the Cuca Parish. It offers breakfasts, lunches, snacks and dinners to all the public.

This restaurant has had problems to the attention with its clients, because of its employees do their labors empirically. In fact, they not have empirical expertise to offer special treatment to who is the reason for the business "the client".

As author, I developed an improvement plan. It will contribute to the micro business to solve the problems that are causing annoyance to clients.

The methodology that was applied served to carry out improvement strategies in order to achieve the customer retention and obtain new clients to the food market in La Cuca Parish.

**Keywords: Customer service, Satisfaction.**

## **1. Introducción**

La industria de los restaurantes es un reflejo cambiante de que la sociedad en general está creando nuevas ideas para sobresalir en la economía con mucha competencia en Ecuador; y que gracias al emprendimiento que desarrollan cada una de las personas se han creado muchas microempresas, tales como los restaurantes que son un ente principal de las personas más vulnerables del sector económico que han servido para poder salir adelante en su hogar y tener de donde sustentarse para alimentarse, siendo este un negocio muy concurrente que abarca parte del progreso de las personas que desean superarse y sobresalir de la situación económica que por diversas razones atacan a la economía en Ecuador.

Así mismo, se destaca que en el año 2020 la economía mundial ha mantenido una recesión debido a la terrible pandemia del COVID-19; lo cual contempla también para los negocios medidas sanitarias que deben prever para cumplir con las regulaciones dispuestas por los entes de control, como con el cliente actual y potencial que ahora busca un lugar de buen servicio con medida de bioseguridad, para las personas que estén dentro de cada establecimiento. En base a lo indicado, los negocios han tomado nuevas opciones de servicios, ampliándolo a su cartera para poder brindar comodidad a sus clientes, con ello evitar aglomeraciones en sus establecimientos.

En el ámbito de servicios se puede constatar que el cliente es cada vez más exigente, busca calidad, seguridad y servicio; y debido a ello, los negocios buscan estrategias competitivas para tener ventajas con respecto a la competencia.

En base a lo indicado, se pretende realizar una investigación a los clientes del restaurante de María para constatar si están satisfechos con la atención, el trato, el ambiente y las medidas de seguridad que se deben tomar en consideración en esta pandemia; acorde a los principios de una buena educación y trato respectivo que se merece como persona y como usuario del lugar y a su vez tomando en consideración todos los aspectos que nos ayuden a orientarnos para poder ejecutar todos los parámetros en los que se desee implementar mejoras al bien del restaurante.

La presente tesina tiende a realizar el diseño de una propuesta de mejoramiento del servicio al cliente al restaurante de “maría” para constatar que los clientes que visitan frecuentemente al lugar ubicado en la parroquia de la cuca, se sienten a gusto con el servicio y ambiente que se les ofrece, tomando en cuenta que el servicio es parte primordial para un cliente y en el caso de no sentirse a gusto con el trato y el ambiente que se les brinda, optar por realizar una breve entrevista de cómo les gustaría ser tratados o atendidos o de tal manera de que es lo que les gustaría que se modifique.

Cabe recalcar, que se trata de un argumento de gran interés para el cliente, puesto que es de gran importancia en cualquier empresa ya sea esta pequeña, mediana o grande en brindar una buena atención que garantice la comodidad seguridad y tranquilidad además gusto del cliente.

pero se ve esto con falencias ya que en la gran mayoría las empresas, o micro empresas se basan más en cuanto van sumando a su bolsillo, es decir le dan más importancia a la parte monetaria dejando sin interés al servicio del cliente, sin tomar en cuenta que existen competencias que podrían llamar la atención del cliente, dotando esto de un gran peligro que quizás la competencia puede estar atrayendo a su clientela, porque que se está dejando sin importancia como crecer en mantener y retener al cliente y a su vez de generar aún más clientela

El cliente es la razón de ser de cualquier organización y debe de buscarse como empresa la satisfacción del mismo; por esta razón se considera importante realizar una evaluación al restaurante de “María” que se encuentra ubicado en la ciudad de arenillas parroquia la cuca, negocio que se encuentra ejercido hace más de cinco años ejecutando la venta de comida criolla, que a su vez cuenta con la ayuda de tres personas que le colaboran con la cocina y en el área de recepción.

La indagación a realizar servirá para ver los errores, y la manera de poder proponer una serie de soluciones para poder neutralizar las causas de las debilidades en este negocio.

Dicho de otro modo, podremos formular y establecer cómo podemos realizar una mejora en eficacia y satisfacción de los usuarios y además en el mejoramiento del perfil del establecimiento, logrando así seguir siendo uno de los preferidos de los clientes, atendiéndoles y sirviéndoles como se lo merecen.

El restaurante de maría ha perdurado en el transcurso de los años logrando satisfacer con sus delicias culinarias; además promueve el trabajo, debido a que contrata personal experto de manera empírica en la cocina; pero con falencias en el trato al cliente.

Otro elemento a destacar en la respectiva evaluación es la identificación de las debilidades y fortalezas del establecimiento con el objetivo de idear mejoras que permita desde otra perspectiva identificar lo que necesita a nivel interno en cuanto a instrucción de los empleados para que estos sean el complemento de brindar un buen trato y acogida al usuario.

No obstante, se realiza esta propuesta con el fin de establecer que el negocio no sufra ninguna falencia en cuanto al servicio brindado para que la propietaria y los usuarios se sienta con confianza de lo que se ofrece y de lo que reciben, para que en un futuro no tenga que sufrir ningún desequilibrio que los puede llevar a la pérdida de clientes a los que pueda brindar el servicio, y que por otra parte los usuarios tengan que dejar de ir a aquel establecimiento que por mucho tiempo han frecuentado.

La metodología que permitirá percibir la calidad de servicio del restaurante de maría, será utilizando especialmente herramientas que nos faciliten los debidos resultados para conseguir la investigación necesaria como es la observación, entrevistas y las encuestas que se realizará a los clientes con las respectivas medidas de seguridad.

De hecho, se desarrollará del mismo modo las encuestas a los usuarios del establecimiento para constatar los inconvenientes en el servicio, y así se podrá formular propuesta de mejoras para el restaurante.

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

La presente investigación presenta la siguiente problemática:

¿Qué medidas se requieren para realizar un plan de mejora del servicio al cliente en el restaurante de María de la Ciudad de Arenillas Parroquia la Cuca, para que tenga mejor acogida y brinde un mejor servicio a sus clientes, además brinde seguridad a sus clientes?

El restaurante de María mantiene una buena acogida con respecto a las personas que van para degustar sus platos típicos; sin embargo, lo que se pretende realizar es plan

de mejora del servicio al cliente para retener a los, mismos y lograr satisfacerlos tanto en calidad como en servicio para con ello ir incrementando la clientela y a su vez tomando en consideración esta pandemia salvaguardar la salud de los clientes.

**Objetivo:**

“Proponer un plan de mejora del servicio de atención al cliente en el restaurante de María en la Ciudad de Arenillas Parroquia La Cuca”

Esta propuesta permitirá mejorar la calidad en el servicio al cliente para el restaurante de María, readecuando sus procesos en el área de trabajo con todo el personal que posee, evaluando la situación actual de la entidad y realizando un análisis situacional del establecimiento.

El planteamiento de este tema de tesis surgió de un negocio que se encuentra situado en la vía principal de la parroquia La Cuca siendo éste una gran ventaja para el negocio, de manera que toda persona, es decir camioneros, tráileres, camaroneros, personal en general que transiten por el lugar podrán de una manera u otra deleitarse del menú que se ofrece además de poseer una área grande que facilite el estacionamiento de estos vehículos pesados brindando la satisfacción y tranquilidad para los usuarios en el momento de servirse los alimentos.

Transcurriendo ya el quinto año, se propone en plantear una propuesta de incremento para el mismo, con el propósito de poder desarrollar la mejora del negocio y a su vez brinde comodidad al cliente ofreciendo un ambiente de primera donde el usuario se sienta cómodo

Por consiguiente, se dará a conocer a la propietaria los resultados de las encuestas y entrevistas que se recopilieron mediante todas las evaluaciones que se le ha realizado al cliente, brindando de esta manera un planteamiento de las mejoras que se debe de realizar y que se pueda proponer mejoras, incluyendo a futuro al personal con capacitaciones que ayuden a ofrecer un mejor trato al usuario.

Siendo así, de esta manera que él personal se encuentre capacitado para poder entender al cliente desde el inicio de su llegada, es decir desde el momento que ingrese al establecimiento, el personal pueda comprender de cómo desea ser atendido y poder ofrecer lo más importante el buen trato.

Por tal razón, todas las actividades que se realicen en el restaurante, deben hacerse bien desde el principio con mejora continua.

## **2. Capítulo 1: Fundamentación**

### **2.1. Marco Histórico**

#### **2.1.1. Breve Historia Del Servicio Al Cliente**

En el transcurso de los años la atención al cliente ha venido manifestando varios cambios relevantes, acatándose a las necesidades que presentaban cada época, cabe recalcar que en el siglo pasado la atención al cliente no era parte prioritaria ya que existía una gran demanda de productos, además lo que más valoraban era tener sus alimentos para poder sustentar a sus familias.

No obstante, en los años de 1946 la organización internacional de normalización realizó las primeras investigaciones que relataron los niveles de atención al cliente.

En los años 60 las costumbres de consumo empezaron a cambiar, de tal manera que la ideología social empezó rápidamente a infiltrarse en el mercado, es decir empezó a mejorar en aspecto que caracteriza el puesto de trabajo de esta manera se incrementó programas para el servicio al cliente, que les permitiera enfocarse mejor en los procesos que se debían de desarrollar para ofrecer servicios con estándares de calidad.

En los años 70 las personas empezaban a incrementar recursos y de tal manera a ser más exigentes como clientes además ejercían mucha influencia económica y a afectar con sus decisiones en el mercado global

A lo largo de la época el ser humano se ha ido evolucionando y por ende se han hecho más exigentes en cuando al trato que se les brinda en cualquier establecimiento de servicio; ideando así de tal manera que en cada empresa o negocio diseñen nuevas estrategias de cómo fidelizar al cliente y así tener un cliente satisfecho.

Se toma como referencia que en la década de 1980 la agencia como el Instituto de Calidad de Servicio realiza cursos a sus trabajadores en general para prepararlos y brindar un trato especial a sus clientes.

Durante la década de los 90, los negocios en general decidieron retribuir a sus clientes es decir a dar promociones. En cuanto a las empresas grandes tales como agencias de viajes, empresas financieras, tiendas exclusivas de ropa, concesionarios de carros y otras cadenas de servicios, incrementaron para todos sus clientes un sistema de

fidelización, como plan de estrategia para retener al cliente fidelizarlo para por ende tener más ingresos que retribuyan a la empresa.

En la primera década de este siglo, un internet cada vez más robusto y masificado, proporcionó la plataforma para dar mayor seguimiento y mejores oportunidades para que las compañías para optimizar su servicio al cliente. En los actuales tiempos es obligatorio para las empresas disponer de canales directos de comunicación e intercambio para un servicio al cliente inmediato y asertivo. (Diaz, 2018)

Para el año 2020 el internet se volvió una herramienta con mayor necesidad ya que con la pandemia acecho la intranquilidad de todas las personas y que éste es una herramienta útil para realizar los pedidos bajo online y proteger la vida de los seres queridos ya que mediante esta herramienta sólo realizamos pedidos y nos llevan hasta la puerta de la casa sin necesidad de salir del hogar.

Debemos evitar que el cliente sea mal atendido, y así que deje de visitarnos o pueda llegar a hablar mal de nosotros, y más bien procurar que reciba un buen servicio al cliente, y así lograr su fidelización, tener buenas posibilidades de que nos recomiende con otros consumidores, y poder diferenciarnos o destacar ante los demás competidores. (K., 2015)

Por ende, se puede decir que toda atención brindada al cliente ya sea está antes, durante y después de la compra emplea muchos resultados para que sea un cliente satisfecho; es decir, siempre estar delante de ellos preguntado qué es lo que necesita con el objeto de que se les brinde un buen servicio de calidad y calidez.

Además, un sistema de servicio a la satisfacción de los clientes no solo produce dinero; también ahorra dinero. Hemos visto que retener a los clientes reduce las inversiones en actividad de marketing. El dinero que no se gasta en actividades de marketing significa beneficio. (Fransmeir, 1991)

### **2.1.2. Breve Historia De Restaurante De María**

La historia del restaurante de María de la propietaria Sra. María Carrillo ubicado en la Ciudad de Arenillas Parroquia la Cuca, tiende a realizar esta idea de negocio debido a una necesidad de recursos monetarios que mantuvo y que surgió esta idea de negocio ya que vio muy factible para poder ayudarse en su hogar, tomando en cuenta que le

apasiona el arte culinario y que además es uno de sus distracciones favoritas. Este negocio lo emprendió con una de sus hijas la Sra. Yury Párraga quienes tuvieron una buena acogida.

Con el transcurso del tiempo fue creciendo y por lo tanto necesitó contratar personal que le brinde ayuda para poder cubrir con todos los pedidos que se le presentaban.

Ofreciendo desayunos, almuerzos y meriendas, para servirse y para deleitar a sus clientes con sus exquisitos platos criollos, tales como: caldo de gallina, seco de gallina, encocado de camarón, ceviches, caldo de cangrejo, seco de pato, entre otros.

## **2.2. Marco Teórico**

La presente tesis recoge conceptos relevantes con respecto al servicio al cliente y mejoramiento continuo, respaldados en importantes autores con experiencia en la materia.

Los servicios son actividades económicas que se ofrecen de una parte a otra, las cuales generalmente utilizan desempeños basados en el tiempo para obtener los resultados deseados en los propios receptores, en objetos o en otros bienes de los que los compradores son responsables. a cambio de su dinero, tiempo y esfuerzo, los clientes de servicios esperan obtener valor al acceder a bienes, trabajo, habilidades profesionales, instalaciones, redes y sistemas; sin embargo, por lo general no adquieren la propiedad de cualquiera de los elementos físicos involucrados.<sup>16</sup> (Lovelock Christopher, 2009)

### **2.2.1. El servicio al cliente**

Es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa. (pag.19). (Gómez, 2011)

### **2.2.2. Mejora continua**

Es el desempeño de una organización se debe buscar permanentemente mejorar la forma en la que se hacen las diferentes tareas y actividades, incluyendo la aplicación de los cinco principios que se han descrito antes. La mejora continua es consecuencia de una forma ordenada de administrar y mejorar los procesos, identificando causas o restricciones, estableciendo nuevas ideas y proyectos de mejora, llevando a cabo planes, estudiando y aprendiendo de los resultados obtenidos y estandarizando los efectos positivos para proyectar y controlar el nuevo nivel de desempeño. (Pulido, 2001)

El mejoramiento continuo es un proceso que busca que el empresario sea un verdadero líder de su organización, asegurando la participación de todos e involucrándose en los procesos de la cadena productiva. Para ello, debe adquirir compromisos profundos, ya que él es el principal responsable de la ejecución del proceso y la más importante fuerza impulsora de su empresa. (Rodríguez, 2009).

El mejoramiento continuo es un proceso que describe muy bien lo que es la esencia de la calidad y refleja lo que las empresas necesitan hacer si quieren ser competitivas a lo largo del tiempo. La importancia de esta técnica gerencial radica en que con su aplicación se puede contribuir a mejorar las debilidades y afianzar las fortalezas de la organización. A través del mejoramiento continuo se logra ser más productivos y competitivos en el mercado al cual pertenece la organización; por otra parte, las organizaciones deben analizar los procesos utilizados, de manera tal que si existe algún inconveniente pueda mejorarse o corregirse. Como resultado de la aplicación de esta técnica, puede ser que las organizaciones crezcan dentro del mercado y hasta lleguen a ser líderes. (Rodríguez, 2009)

### **2.2.3. Plan De Mejora Al Servicio Al Cliente**

El planteamiento de un plan de mejora al servicio al cliente permite crear objetivos que le ayudarán a la empresa a alcanzar metas que se planteen y que guíen a ocupar un puesto dentro del entorno en el cual queremos poseer.

Para que una empresa pueda enfrentarse a los cambios de un plan de mejora debe de conocer las debilidades de su negocio para con ello poder enfrentar los puntos en que se debe de trabajar para que así de esta manera poder dar soluciones y sobre todo potencializar el problema.

Toda empresa debe de tener bien definido los objetivos para la mejora de la calidad que desea brindar a sus clientes, esto significa que la empresa debe de ser más eficiente, progresiva brindar sobre todo calidad en su atención.

Un buen servicio al cliente no solo es responder a las preguntas del cliente, sino ayudarlo cuando ni siquiera ha pedido nuestra ayuda, adelantarnos a lo que necesita y cubrir sus necesidades de manera eficaz. Existen otros aspectos como la amabilidad, calidad y calidez que también influyen en un buen servicio ofrecido.

### **2.3. Estrategias Para Mejorar El Servicio Al Cliente-**

Lo más común es que haya un mal servicio causado por la falta de atención al cliente. Cuando no se contestan los correos electrónicos, llamadas telefónicas, los vendedores hacen malos gestos al momento de atender a un cliente en un establecimiento, no se respetan las ofertas, en fin, todo esto afecta las ventas que puedes tener y también la reputación de la empresa. (QUESTIONPRO, s.f.)

Estas son algunas estrategias que puedes seguir para dar un mejor servicio al cliente:

### **2.3.1. Escuchar Al Cliente**

Brindar una atención personalizada al cliente, ofrecerle más de lo que espera, tomar las decisiones pensando siempre en mejorar nuestro servicio o producto. A lo largo esto es más barato y la mejor campaña de marketing para lograr las ventas deseadas y lograr nuestros objetivos. (QUESTIONPRO, s.f.)

### **2.3.2. Aplica Encuestas De Satisfacción**

Para brindar un excelente servicio es necesario conocer cómo se siente el cliente con nuestra marca, producto o servicio, y así utilizar esa información para actuar y crear planes de trabajo que beneficien a la retención y mejor experiencia del cliente. (QUESTIONPRO, s.f.)

Para lograrlo puedes aplicar una encuesta de satisfacción

### **2.3.3. Crea Confianza En El Cliente**

Construir un lazo de confianza con el cliente es clave, no solo basta con que se sienta en primera instancia atraído por tu producto o servicio, eso es un excelente comienzo, pero para que consigas la lealtad del cliente, para que regrese una y otra vez, es necesario crear buenas experiencias, no solo cuando las busque o las necesite, sino adelantarse a sus necesidades y lograr que esa fidelidad del cliente permanezca. (QUESTIONPRO, s.f.)

## **2.4. Medición De La Satisfacción Al Cliente**

La satisfacción de un cliente es el resultado de cómo fue su estadía en el ambiente en cuanto se disponía a realizar su compra.

$$\text{Satisfacción del cliente} = \frac{\text{percepción del cliente}}{\text{Necesidades y expectativas}}$$

Es por ello que es de gran importancia que todas las empresas puedan realizar la medición de la satisfacción al cliente para con ello comprender y conocer con mejor detalle el mercado en el que está enfocada la empresa, además es muy importante tomar en cuenta las opiniones de los clientes para así poder cumplir con las necesidades de los clientes es decir poder interpretar su información y lograr obtener los niveles de

satisfacción alcanzados que el cliente aspira al momento de su compra, en otras palabras se trata de que la empresa esté totalmente canalizada a las necesidades de los clientes para cumplir sus expectativas.

Para ello las empresas pueden obtener información de sus clientes a través de encuestas el cual le permite saber cuáles son las expectativas al ingresar al momento de su compra, además conocer sus inquietudes, preferencias, de tal manera que con ello se puede ganar o lograr la fidelización de los clientes.

## **2.5. Mejoramiento Continuo**

Es el conjunto de acciones dirigidas a obtener la mayor calidad posible de los productos, servicios y procesos de una empresa. La mayoría de las grandes empresas disponen de un departamento dedicado exclusivamente a mejorar continuamente sus procesos de fabricación. Esto se traduce en reducción de costes y tiempo, dos factores básicos en cualquier estrategia de mejora continua que persiga el crecimiento de una organización. (SINNAPS, s.f.)

## **2.6. Beneficios De La Mejora Continua En La Empresa**

- Incremento del rendimiento de tu equipo
- Empresas más productivas
- Reducción de costes
- Reducción de plazos de ejecución
- Optimización de procesos
- Errores minimizados
- Resultados cada vez más eficaces
- Productos y servicios mejor dirigidos al cliente final
- Aumento de la motivación de los equipos de trabajo (SINNAPS, s.f.)

Con todos estos beneficios se puede llevar a flote la empresa con un adecuado trabajo en equipo se pueden cumplir los objetivos deseados, y de esta manera se puede obtener una empresa más productiva creando en los empleados un ambiente de motivación para trabajar en armonía y equipo.

Creando así de esta manera una imagen competitiva entre los de más negocios fortaleciendo las fortalezas de productividad y pensando en las necesidades de los

clientes, obteniendo nuevos retos que aumenten las ventas y amplíen un proceso de mercado.

## 2.5. Marco Conceptual

**Bioseguridad.** – Son medidas preventivas que se utilizan para salvaguardar la integridad de las personas protegiéndose de cualquier riesgo que pueda afectar contra su salud.

**Calidad.** – Expectativa que un cliente aspira recibir al momento de ingresar a un establecimiento de servicio.

**Calidez.** – Se refiere en brindar un buen trato a los clientes refiriendo al servicio que se les ofrece y hacerlos sentir muy bien en cualquier inquietud o problema.

**Covid\_19.-** Es una enfermedad infecciosa que ataca al ser humano, ocasionando fiebre muy alta, tos seca insuficiencia respiratoria entre otros síntomas, además en su mayoría causándole la muerte.

**Cliente.** – Es aquella persona que paga a cambio de que le preste el servicio o por la adquisición de alguna compra.

**Estrategia.** - Métodos de objetivos que sirven para desarrollar un conjunto de metas que ayuden a desarrollar toda acción que genere ingresos o estatus permanentes dentro de un establecimiento.

**Microempresa.** – Empresa que se crea con el fin de sustentarse para vivir y que por lo general trabaja el mismo dueño en compañía de sus familiares.

**Restaurante.** – Es aquel lugar donde se ofrece un servicio de diferentes tipos de comida que estén al gusto del cliente, en el cual el cliente llega para servirse sus alimentos y saciar su hambre.

**Servicio.** - Un servicio es un método en el cual se utiliza para servir a alguna persona con el objetivo de que se cumplan con los requerimientos que se les ofrece para que de otro modo esta persona se sienta satisfecha.

## **2.6. Marco Jurídico**

### **2.6.1. Constitución De La República Del Ecuador**

#### Sección Octava

##### Trabajo Y Seguridad Social

**Art. 33.-** El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

**Art. 34.-** El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del estado. La seguridad social regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de 17 las necesidades individuales y colectivas. el estado garantizará y hará efectivo el ejercicio pleno del derecho a la seguridad social, que incluye a las personas que realizan trabajo no remunerado en los hogares, actividades para el auto sustento en el campo, toda forma de trabajo autónomo y a quienes se encuentran en situación de desempleo.

#### **Sección novena**

##### **Personas usuarias y consumidoras**

**Art. 52.-** Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. la ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

**Art. 54.-** Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore. 24 las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su

profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

## **Capítulo sexto**

### **Derechos de libertad art. 66.- se reconoce y garantizará a las personas:**

**Literal 15.** El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

## **Sección primera**

### **Naturaleza y ambiente**

**Art. 396.-** El estado adoptará las políticas y medidas oportunas que eviten los impactos ambientales negativos, cuando exista certidumbre de daño. En caso de duda sobre el impacto ambiental de alguna acción u omisión, aunque no exista evidencia científica del daño, el estado adoptará medidas protectoras eficaces y oportunas. (Nacional L. A., 2008)

## **2.6.2. Plan Nacional Toda Una Vida (2017-2021)**

### **Objetivo 1**

**Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas políticas.**

Promover la inclusión, la equidad y la erradicación de la pobreza en todas sus formas y en todo el territorio nacional, a fin de garantizar la justicia económica, social y territorial.

### **Objetivo 5:**

**Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.**

La generación de trabajo y empleo es una preocupación permanente en los diálogos. En ellos se propone la dinamización del mercado laboral a través de tipologías de contratos para sectores que tienen una demanda y dinámica específica. Asimismo, se proponen incentivos para la producción que van desde el crédito para la generación de nuevos emprendimientos; el posicionamiento de sectores como el gastronómico y el turístico –con un especial énfasis en la certificación de pequeños actores comunitarios–; hasta la promoción de mecanismos de comercialización a escala nacional e internacional.

### **Políticas**

**5.6** Promover la investigación, la formación, la capacitación, el desarrollo y la transferencia tecnológica, la innovación y el emprendimiento, la protección de la propiedad intelectual, para impulsar el cambio de la matriz productiva mediante la vinculación entre el sector público, productivo y las universidades. ((Senplades), 2017)

### **2.6.3. Código Orgánico De La Producción, Comercio E Inversiones Título Preliminar (Copci)**

**Art. 2.-** Actividad Productiva. - se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

**Art. 11.-** Sistema de Innovación, capacitación y emprendimiento. - el consejo sectorial de la producción, anualmente, diseñará un plan de capacitación técnica, que servirá como insumo vinculante para la planificación y priorización del sistema de innovación, capacitación y emprendimiento, en función de la agenda de transformación productiva y del plan nacional de desarrollo.

### **Capítulo I**

#### **Del fomento y desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes)**

**Art. 53.-** Definición y clasificación de las mipymes. - la micro, pequeña y mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este código.

### **Título III**

#### **De la generación de un sistema integral de innovación, Capacitación técnica y emprendimiento**

**Art. 11.-** Sistema de innovación, capacitación y emprendimiento. - el consejo sectorial de la producción, anualmente, diseñará un plan de capacitación técnica, que servirá como insumo vinculante para la planificación y priorización del sistema de innovación, capacitación y emprendimiento, en función de la agenda de transformación productiva y del plan nacional de desarrollo. (Nacional L. A., 2010)

### **2.6.3. Ley Orgánica De Salud**

Que, la ley orgánica de salud en su artículo 6, numeral 18 manda al ministerio de salud pública a regular y realizar el control sanitario de las diversas etapas del ciclo producción consumo que incluye las diferentes formas de comercialización, así como sistemas y procedimientos que garanticen inocuidad, seguridad y calidad de los productos que se ofrecen a los consumidores;

Que, de conformidad con el art. 130 de la ley orgánica de salud, los establecimientos sujetos a control sanitario para su funcionamiento deberán contar con el permiso otorgado por la autoridad sanitaria nacional.

**Art. 1.-** El control y vigilancia sanitaria es un conjunto de actividades específicas que de conformidad con la ley orgánica de salud y más disposiciones reglamentarias está obligado a realizar el ministerio de salud pública a través de sus dependencias competentes, con el propósito de verificar el cumplimiento de los requisitos técnicos y sanitarios de los establecimientos públicos y privados de servicios de salud, farmacéuticos, alimentos, establecimientos comerciales y otros en donde se desarrollan.

**Art. 2.-** Son objeto de control sanitario:

- a) el abastecimiento de agua para uso y consumo humano;
- b) los alimentos y bebidas, medicamentos, cosméticos, productos higiénicos y otros productos para uso y consumo humano

### **Capítulo II del Permiso de Funcionamiento**

**Art. 6.-** Sanitaria nacional a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la ley orgánica de salud, este reglamento y los demás reglamentos específicos.

**Art. 15.-** El permiso de funcionamiento contendrá:

- código del establecimiento.
- número del permiso de funcionamiento.
- nombre o razón social del establecimiento.

- nombre del propietario o representante legal.
- no. ruc o cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal.
- ubicación del establecimiento.
- tipo de establecimiento.
- actividad(es) a las que se dedica el establecimiento.
- categoría del establecimiento.
- fecha de expedición.
- fecha de vencimiento.
- firmas y sellos de las autoridades correspondientes (director o directora provincial de salud, coordinador o coordinadora de vigilancia sanitaria provincial) (Nacional E. C., 2006)

## **2.6.4. Ley De La Propiedad Intelectual**

### **Título III**

### **De La Propiedad Industrial**

#### **Capítulo I**

#### **De Las Patentes De Invención**

**Art. 36.-** La solicitud para obtener una patente de invención deberá presentarse en el formulario preparado para el efecto por la Dirección Nacional de Propiedad Industrial y deberá contener:

- a) Identificación del solicitante y del inventor, con la determinación de sus domicilios y Nacionalidades;
- b) Identificación del representante o apoderado, con la determinación de su domicilio y la casilla judicial para efecto de notificaciones;
- c) Título o nombre de la invención; y,
- d) Identificación de la prioridad reivindicada, si fuere del caso.

**Art. 37.-** A la solicitud de patente de invención se acompañará:

- a) La descripción detallada de la invención, un resumen de ella, una o más reivindicaciones y los planos y dibujos que fueren necesarios. Cuando la invención se refiera a material biológico, deberá detallarse debidamente en la inscripción; se deberá depositar dicha materia en una institución depositaria designada por el IEPI;
- b) El comprobante de pago de la tasa correspondiente;
- c) Copia de la solicitud de patente presentada en el exterior, en el caso de que se reivindique prioridad;
- d) El documento que acredite la cesión del derecho de prioridad reivindicado, si fuere del caso;
- e) El documento que acredite la cesión de la invención o el documento que acredite la relación laboral entre el solicitante y el inventor, si fuere del caso; y,

f) El documento que acredite la representación del solicitante, si fuere del caso.

## **Capítulo IV**

### **De Los Dibujos Y Modelos Industriales**

**Art. 48.-** La solicitud para registrar un dibujo o modelo industrial deberá presentarse ante la Dirección Nacional de Propiedad Industrial en el formulario preparado para el efecto por la Dirección Nacional de Propiedad Industrial y que deberá contener:

- a) Identificación del solicitante, con la determinación de su domicilio y nacionalidad;
- b) Identificación del representante o apoderado, con la determinación de su domicilio y la casilla judicial para efecto de notificaciones;
- c) Título o nombre del dibujo o modelo industrial;
- d) Clase Internacional; y,
- e) Identificación de la prioridad reivindicada, si fuere del caso.

## **Capítulo VIII**

### **De Los Nombres Comerciales**

**Art. 64.-** Los nombres comerciales podrán registrarse en la Dirección Nacional de Propiedad Industrial, para lo cual se seguirá el mismo procedimiento establecido para el registro de marcas, en lo que fuere aplicable.

**Art. 65.-** El registro del nombre comercial tendrá una duración indefinida. (Industrias, 1998)

## **2.6.5. Normas Inen**

### **Recursos**

#### **Infraestructuras para el servicio**

La organización debe asegurar una infraestructura para el servicio funcional, limpia y confortable con elementos decorativos, esto incluye:

- a) renovar las instalaciones, equipos, mobiliario, lencería, menaje, accesorios, utensilios y vajilla;
- b) contar permanentemente con suficientes utensilios, vajilla, cristalería, cubiertos y mantelería para solventar situaciones de máxima ocupación;
- c) disponer el uso en perfecto estado de utensilios, vajilla, cristalería, cubiertos y mantelería adecuados a las características propias del establecimiento.

#### **Servicios sanitarios**

Respecto de los servicios sanitarios, la organización debe:

- a) contar con servicios independientes e identificados por género,
- b) limpiar y mantener periódicamente, asegurando su higiene y desinfección antes, durante y después de la prestación del servicio, registrar las acciones de limpieza;
- c) asegurar la renovación del aire con un sistema de ventilación natural o forzado acorde al tamaño y condiciones de las baterías sanitarias;
- d) contar con urinarios, inodoros con tapas, lavabos, espejos, iluminación, jabón líquido, basureros con tapa, rollos de papel higiénico en sus dispensadores, secador de aire caliente y/o dispensador de toallas de papel con su correspondiente basurero.

#### **Cocina**

En relación a la cocina, la organización debe contar con las condiciones de higiene y seguridad para la preparación de alimentos y asegurar;

- a) que las áreas estén identificadas y delimitadas física o funcionalmente en relación a las demás áreas,

- b) que los pisos sean contruidos con materiales revestidos, lavables, resistentes y Antideslizantes que permitan su fácil limpieza,
- c) suficiente iluminación con lámparas protegidas que prevengan posibles caídas de Fragmentos hacia los alimentos;
- e) el equipamiento y menaje de cocina acordes a las necesidades del servicio ofertado;
- f) la ventilación y renovación de aire, natural o forzada para evitar el calor excesivo y la Concentración de gases, humos, vapores y olores;
- i) la disponibilidad de espacios físicos o funcionales exclusivos para los residuos sólidos y líquidos, ubicados lejos de las áreas de preparación, con piso impermeable y el uso de recipientes diferenciados para basureros según el tipo de residuo con bolsas plásticas y tapa.

### **Área de almacenamiento**

La organización, en relación al área de almacenamiento de víveres e insumos, debe asegurar:

- a) espacios diferenciados, señalizados, independientes y adecuados para el almacenamiento de víveres e insumos perecederos, no perecederos, productos e insumos no alimenticios,
- b) la rotación de los víveres e insumos para asegurar la no caducidad;
- c) la identificación de las fechas de elaboración de los productos crudos, cocidos o precocidos.
- d) la preservación adecuada de los víveres, insumos y productos que no requieren refrigeración, evitando la luz solar y en un ambiente seco;
- e) la cadena de frío para aquellos que requieren refrigeración.

## **Gestión de Servicios**

### **Limpieza y Desinfección**

La organización debe definir e implementar instructivos documentados de trabajo estandarizados para la limpieza y desinfección de las instalaciones y equipos del establecimiento; así como un programa de limpieza y desinfección que incluya:

- c) indicaciones sobre uso y cuidados del producto de limpieza considerando las especificaciones de su hoja de seguridad (para las personas y el ambiente);
- e) disponer de un espacio independiente, exclusivo y señalizado para el almacenamiento de productos y equipos de limpieza y desinfección; los productos deben estar identificados,
- f) manejar los objetos olvidados por los clientes para su posterior devolución en caso de Reclamo;
- g) Definir e implementar rutinas de limpieza y/o desinfección para servicios higiénicos, mobiliario e instalaciones del establecimiento.

### **Mejora Continua**

La dirección debe establecer un sistema para identificar, analizar y definir acciones que aseguren la mejora continua, considerando:

- a) quejas, reclamos y sugerencias de los clientes, proveedores o del personal,
- f) resultados de mediciones de la satisfacción del cliente.

### **b.3 Tratamiento de Aguas Residuales**

- reducir la cantidad de aguas residuales que se producen, disminuyendo el consumo de agua.
- no verter en desagües aceite y grasas utilizados y procesarlos por separado.
- utilizar productos de limpieza compatibles con el medio ambiente.
- minimizar la utilización de cloro, detergentes y otras sustancias químicas contaminantes.
- asegurarse que se depura adecuadamente el agua, antes de ser vertida.

- de no existir un sistema local de tratamiento de aguas, determine cuáles son las mejores
- opciones a su alcance.

#### **b.4 Gestión de Residuos**

- clasificar los tipos y las cantidades de basura que se producen, para así establecer métodos para su eliminación.
- elaborar un programa de gestión de residuos sólidos basado en la estrategia de las tres r:
- reducir - reutilizar y reciclar.
- recuperar artículos como el papel, el vidrio, el aluminio y el plástico.
- transformar los restos de comida, las hojas y los restos de plantas en abono orgánico.
- colocar cestos en lugares estratégicos.
- conservar residuos orgánicos en un lugar seguro, higiénico y refrigerado. (Inen, 2002)

## **2.6.6. Protocolo De Bioseguridad Para Locales Comerciales, En El Contexto De La Emergencia Sanitaria Por El Covid-19 Junio 2020**

### **Objetivo General**

Prevenir la transmisión de covid-19 en el local comercial por la manipulación de los productos y el contacto entre las personas, tanto entre clientes como el personal que labora en el local.

### **Lineamientos Generales**

- el establecimiento debe contar con los permisos de funcionamiento correspondientes.
- colocar en el establecimiento rotulado visible de número de emergencia 9-1-1 o 171, el cual será utilizado de forma responsable para comunicar posibles síntomas del covid-19.
- establecer señalética que indique las medidas de prevención de acuerdo a los protocolos vigentes tanto para el personal y usuarias (anexo 1).
- Capacitar y promover los buenos hábitos de higiene a todo nivel dentro del establecimiento.
- la capacidad y aforo de los establecimientos será en el color amarillo al máximo del 30%.
- limpieza y desinfección del local, estableciendo periodicidad de acuerdo a la movilidad del local con la limpieza de mostradores, vitrinas, mesas, sillas y la superficie del piso.

### **Lineamientos Específicos**

#### **Adecuación del Establecimiento**

- el local de acuerdo a sus dimensiones, contará con la distribución y marcación (pintado o señalética) de los espacios físicos de acuerdo al distanciamiento social.
- al ingresar al local se colocará una bandeja de desinfección para el calzado con solución de cloro (5%) en 1 litro de agua, o amoniaco cuaternario, se realizará el cambio de la solución en base al tráfico de personas en el establecimiento o mínimo 2 veces al día.

- ubicar dispensador de alcohol gel al 70% para el uso del personal y de los clientes.
- los productos perecibles que se exhiben para la comercialización deben estar protegidos, en vitrinas y/o cubiertos con material plástico y refrigeración; o cualquier otro método para su protección.
- se ubicará catálogo o listado de productos visible en el establecimiento para evitar el contacto con los catálogos manuales.
- se designará a una persona para el manejo del dinero, cajero/a para evitar contacto con los productos.

### **El personal que labora en el establecimiento**

- monitoreo preventivo, tomarse la temperatura a la entrada y salida de la jornada laboral.
- facilitar información sobre los posibles síntomas del covid-19, para que se tomen las acciones de intervención en prevención y curación.
- utilización constante de uniformes o trajes de bioseguridad, limpios y desinfectados
- La utilización de mascarillas y gafas, serán constantes; la mascarilla quirúrgica debe cubrir la boca y la nariz (anexo 2).
- mantener el cabello recogido y las uñas cortas.
- no utilizar joyas como: anillos, aretes, collares, pulseras, etc.
- llevar un dispensador de gel alcohol de 70% de uso personal.
- evitará tocar su rostro, u otra parte del cuerpo durante la atención a los clientes.
- mantendrá al menos 1 metro de distancia en espacios abiertos y 2 metros en espacios cerrados.
- se deberá limitar la comunicación oral con el cliente en lo necesario.

### **Requisitos para los clientes**

- monitoreo preventivo, se le tomará la temperatura a la entrada del establecimiento.
- desinfectar el calzado al ingresar del local, con solución de cloro (5%) en 1 litro de agua, o amoníaco cuaternario.
- guardar distancia al menos 1 metro en espacios abiertos y 2 metros en espacios cerrados, entre los clientes/usuarios, respetar señalética.

- limitarse a manipular los productos y objetos en lo mínimo.
- uso de mascarilla quirúrgica obligatoria.
- desinfección de manos con alcohol gel al 70%.
- recomendación constante de lavarse las manos con jabón (anexo 3).
- cubrirse la boca y la nariz al toser o estornudar con el codo flexionado o, de preferencia, sin quitarse la mascarilla, nunca estornudar o toser en las manos.
- manipulación de la basura, utilizar los recipientes ubicados para el fin.

### **Requisitos para el servicio a domicilio**

- del personal que realice la entrega a domicilio, se le tomará la temperatura a la entrada y salida de la jornada laboral.
- La utilización de trajes, mascarillas y gafas, serán constantes; la mascarilla quirúrgica debe cubrir la boca y la nariz.
- llevar un dispensador de gel alcohol de 70% de uso personal.
- mantendrá la distancia por lo menos de dos metros para el retiro y entrega de los pedidos.
- limpieza constante de los vehículos utilizados.
- los productos deberán ir en recipientes adecuados y sellados para la entrega.
- se debe contar con equipo de traslado: caja, mochila, u otros, donde se coloquen los recipientes.
- durante la entrega se deberá mantener mínimo 1 metro en espacios abiertos y 2 metros en espacios cerrados.
- desinfectar antes y después de la entrega los recipientes con alcohol o gel alcohol al 70%.

### **Requisitos para manejo de los proveedores**

- desinfectar el calzado al ingreso del local, para la entrega de productos con solución de cloro (5%) en 1 litro de agua, o amoníaco cuaternario.
- el proveedor de usar traje, mascarilla y gafas.
- desinfección de los productos, mediante el lavado o con alcohol o gel alcohol al 70%.
- mantendrá la distancia por lo menos de dos metros para la entrega de los pedidos.
- para los desechos utilizar los recipientes ubicados para el fin.

## **Requisitos para manejo de los desechos**

- el personal encargado del manejo de desechos, deberá ser capacitado y tener el conocimiento de bioseguridad.
- posterior a la manipulación de los desechos, deberá realizar el proceso de higiene y sanitización previo al reintegro al establecimiento.
- se deberán contar con los recipientes y fundas adecuadas para el manejo de residuos.
- los desechos como guantes, mascarillas, pañuelos se deberán eliminar en fundas de plástico cerradas y poner en los tachos con tapa, para no tener el contacto.
- el almacenamiento de los desechos que deben mantener alejados de los niños y mascotas y almacenar máximo 72 horas.
- se debe establecer los días de retiro para no sacar la basura en horas y frecuencias no establecidas para el sector.
- posterior al retiro de las fundas con desechos, se deberá realizar la higiene completa de manos con agua y jabón por lo menos de 40 a 60 segundos.  
(Ministerio de Producción, 2020)

### **3. Criterios Metodológicos**

#### **3.1. Tipos de investigación**

En lo que corresponde a la metodología utilizada en el desarrollo de la tesis son dos tipos de estudios los cuales tenemos el método explicativo y método descriptivo, que ayudarán a poder describir de una manera más clara la problemática que presenta el restaurante de María:

##### **3.1.2. Descriptivo**

El método descriptivo consiste en describir y evaluar ciertas características de una situación en particular, mediante este método podemos analizar el comportamiento del restaurante; es decir, mencionar el qué, cómo, cuándo y dónde; que mediante las encuestas realizadas se puede plantear los objetivos que se desea implementar para el bien del restaurante de tal manera que las estrategias tales como brindar una capacitación al personal de servicio, la adquisición de mesas sillas, nuevos rótulos esto que se incrementará será de mucha importancia para poder desarrollar con un soporte que nos garantiza seguridad en cuanto a los cambios que se realicen, de tal manera que se utilizó este método para poder identificar el ambiente en el cual se va a desarrollar la presente investigación en lo que se refiere a un plan de mejora.

##### **3.1.3. Explicativo**

El método explicativo hace referencia a un tipo de investigación en el cual se da a conocer por qué y para qué, de la investigación. Se detalla el problema que presenta el restaurante el comedor de María siendo éste la falta de conocimiento central de la atención al cliente, la falta de espacio para brindar un servicio de calidad y calidades, además la falta de mesas para atender a los clientes. De tal manera que con la ayuda de este método podremos conocer más a fondo las problemáticas que presenta y así de esta manera poder llegar a una conclusión clara y concisa.

La presente investigación procura el desarrollo de la mejora del servicio al cliente en el restaurante comedor de María con el objeto de poder brindar un excelente servicio a los usuarios, en cual se toma en consideración, para propuesta a la propietaria del restaurante de María beneficiando de esta manera a los clientes internos y externos.

Asimismo, se utilizó como medida de ayuda diferentes documentos, libros, tesis relacionadas con guías para mejoramiento del servicio al cliente que fueron parte fundamental para la elaboración de información empírica de la investigación para evaluar la problemática dentro de la justificación.

### **3.2. Métodos De Investigación**

En el desarrollo de esta investigación se utilizaron diferentes métodos de investigación:

**Métodos teóricos:** análisis- síntesis, inducción- deducción, histórico-lógico.

**Métodos empíricos:** observaciones, entrevistas, encuestas y observaciones.

**Métodos estadísticos:** tabulaciones, presentación gráficas

#### **3.2.1. Métodos Teóricos**

##### **Métodos análisis y síntesis**

Mediante este método se aplicó un referente de análisis de conceptos de la búsqueda efectuada de seis autores que hacen referencia a la historia en cuanto a los cambios que se han venido manifestando siendo este como fuentes bibliográficas, libros de la web, información de páginas web, entre otros.

##### **Inducción- Deducción**

En este método podemos recopilar sucesos generales hasta poder llegar al punto exacto relacionado con la problemática del restaurante. En el cual la presente investigación muestra un enfoque mixto, que conlleva los diferentes métodos de estudio ayudando a la recopilación de datos cualitativos y la tabulación de datos cuantitativos, en los cuales se utilizaron para poder realizar la propuesta del plan de mejora del servicio.

##### **Histórico-Lógico**

Mediante este método se indagó en la historia o el origen de cómo ha ido evolucionando el servicio al cliente y de tal manera de relacionarlo con la problemática que presenta el comedor de María, así como también temas relacionados con la mejora continua que a su vez conlleva a la gestión que se podrá realizar como microempresa para brindar un buen servicio.

### **3.2.2. Métodos Empíricos**

#### **Observación**

Mediante este método se pudo determinar cuáles son las necesidades que se pretende mejorar el restaurante comedor de María, realizando así de esta manera el método de observación directa que nos permite obtener más clara las ideas y enfocarse en las debilidades que se necesiten para brindar un buen ambiente y sobre todo un buen servicio.(anexo 4)

#### **Entrevista**

Mediante la entrevista se pudo obtener información más detallada como la importancia que la propietaria tiene, es decir que tiene como objetivo hacer crecer su negocio y conocer todas las inquietudes que tienen sus clientes para poder plantear soluciones. (Anexo 5).

#### **Fase de la Entrevista**

- preparación
- inicio o apertura
- central
- final
- análisis de la entrevista

Dentro de la fase de preparación se realizó entrevista a la propietaria del restaurante de María obteniendo información concisa de la opinión que ella brindó para poder seguir adelante con la investigación, siendo este su criterio.

La propietaria del restaurante de María Sra. María Carrillo tiene como objetivo claro la ampliación de su negocio con el fin de brindar un mejor ambiente y trato a sus clientes para de esta manera brindar comodidad y hacerlos sentir de la mejor manera de esta manera desea implementar más sillas y mesas y generar un espacio donde se puedan relajar después de servirse los alimentos.

## **Encuesta**

La encuesta es una de las técnicas de investigación social de más extendido uso en el campo de la sociología que ha trascendido el ámbito estricto de la investigación científica, para convertirse en una actividad cotidiana de la que todos participamos tarde o temprano. Se ha creado el estereotipo de que la encuesta es lo que hacen los sociólogos y que éstos son especialistas en todo. (López-Roldán, 2015)

Se realizaron las encuestas a los clientes del comedor de María formulada por diez preguntas cerradas a los clientes, para de esta manera tener claro las ideas de los clientes, en lo que consiste en la atención que se les brinda y el ambiente que se les ofrece, y de esta manera tener un enfoque muy bien definido en cuanto a las necesidades a realizar un plan de mejora. (Anexo 6)

### **3.2.3. Análisis De La Encuesta Aplicada A Los Clientes**

Mediante las encuestas que se realizaron a los clientes de restaurante de María se pudo obtener muy buenos resultados siendo estos que el 68 % y 27% de los encuestados se brindan de este exquisito servicio, obteniendo como resultado favorable un 95%, además alegando que los precios son muy cómodos y están al alcance de su bolsillos, a su vez fundamentando que el menú que ofrece es variado pero además es sumamente exquisito para su paladar.

Asimismo expresaron que algo fundamental y más importante es brindar un buen servicio al cliente y que en esta parte es muy deficiente el servicio en el cual mencionaron que se debe de trabajar de inmediato en este ámbito muy necesario para el negocio.

Por otra parte manifestaron que les hace falta implementos tales como sillas y mesas para poder dar cabida a todos los clientes que en algunas ocasiones les ha tocado estar parados.

Dando como resultado muy favorable la acogida que tiene este establecimiento y que los clientes hablan muy bien de su comida y además es muy rentable para que este negocio crezca de manera productiva con excelente resultados puliendo las partes que se ha encontrado falencias, y cumpliendo con los objetivos planteados se logrará excelentes resultados gracias a la acogida que posee el lugar. (Anexo 7)

### **3.2.4. Método Estadístico**

#### **Tabulación**

Mediante este método estadístico recopiló los datos obtenidos durante las encuestas realizadas a 295 personas mediante tablas estadísticas que presentan en forma ordenada un conjunto de datos numéricos.

#### **Representación Gráfica**

Estas representaciones se utilizaron para poder tabular las encuestas que se realizaron a los clientes del restaurante de maría que lo obtuvimos mediante resultados de encuestas y la recopilación de datos en las tablas de tabulación.

#### **Estadística Descriptiva**

Con el estudio descriptivo se pretende reunir todo el estudio recopilado utilizando las herramientas tales como gráficos y tablas dinámicas para llegar a la conclusión mediante todas las encuestas realizadas a los clientes y colaboradores del restaurante de maría.

### **3.3. Enfoque de Investigación**

El enfoque investigativo que se pretende utilizar es el enfoque mixto en el cual nos permitirá realizar la parte cualitativa y cuantitativa.

**Cualitativa:** se utiliza este enfoque con la finalidad de realizar una investigación directa para así conocer los gustos y preferencias de las personas y desarrollar el comportamiento diario de los clientes.

**Cuantitativo:** los datos cualitativos nos ayudan de forma numérica es decir de plantear porcentajes de los resultados obtenidos mediante las encuestas que se realizó en el restaurante de María, en el cual alegaron la siguiente información.

Mediante las encuestas realizadas se pudo obtener una acogida excelente de los usuarios generando muy buenas críticas al momento de responder, alegando que es un buen restaurante y que lo que brinda es muy bueno y económico y que recomiendan que la propietaria amplíe su negocio el cual le otorgaría más acogida para tener nuevos clientes.

### **3.4. Técnica De Recolección De Datos**

#### **Definición de la muestra de estudio**

La muestra fue tomada de los clientes del restaurante de comedor de María entre ellos hombre y mujeres mediante la recopilación de datos que nos permitirán la tabulación de los mismos y obtener un resultado en el cual poder realizar una conclusión final de cómo se manifiestan mediante en la instancia de servirse los alimentos.

#### **Tipo de Muestreo**

#### **Tamaño de la Muestra**

Para determinar la muestra se considera información importante de la página del instituto nacional de estadísticas y censos (inec) de los habitantes del Cantón Arenillas, manteniendo como población a 26.844 habitantes siendo este un total de 12.896 mujeres y 13.948 de hombres y específicamente mediante informe e investigaciones del gad parroquial La Cuca tenemos un total de 2300 habitantes, según el estudio realizado se centra en los clientes del restaurante de comedor de Maria, dando como resultado un total de 1260 como universo.

Se considera importante utilizar la fórmula general para calcular la muestra para una población estadísticamente finita con el objetivo de determinar el tamaño de la muestra de acuerdo a la población que conforma el universo y el margen de error seleccionando.(anexo 8).

#### **3.4.1. Herramientas De Análisis**

Para el desarrollo del plan de mejora del restaurante comedor de María se utilizó el análisis dafo y capa para de esta manera conocer las fortalezas y debilidades del establecimiento tomando en consideración el ambiente interno y externo para de esta esta manera planificar las soluciones investigadas.

#### **3.4.2. Matriz Dafo**

##### **FORTALEZAS.**

**Ubicación.** – El comedor del restaurante de María se encuentra en un lugar sumamente favorable ya que está ubicado en la vía principal, siendo este muy acogedor para los transeúntes, y muy rentable para la propietaria.

**Menú.** – Mantiene una variedad en platos que agradan a los clientes siendo este como comida criolla, comida, manabita, platos a la carta entre otras.

**Espacio.** – Cuenta con un espacio grande en los cuales los clientes pueden deleitar sus alimentos sin ninguna preocupación de que obstaculicen el tránsito o causen alguna molestia a otro transeúnte.

## **OPORTUNIDADES**

**Área Poblada.** \_ El restaurante de maría se encuentra en un lugar muy poblado ya que el posee una serie de actividades que se desarrollan en el lugar tales como el puerto pitahaya, piladoras, camaroneras, cosechadoras, fangueadoras, canguros, escuelas entre otras, el cual permite más acceso a clientes nuevos.

**Nuevos Clientes.** - Gracias a que el sector cuenta con diferentes fuentes de trabajo es más factible contar con nuevos clientes que permita el desarrollo del mismo.

**Turismo.-** Gracias a que el restaurante se encuentra en la vía principal que conduce a puerto pitahaya el cual es muy visitado los transeúntes le da más favoritismo a cada día crecer más como microempresa.

## **DEBILIDADES**

**Fachada.** – No se cuenta con una publicidad llamativa para crear una buena imagen al usuario.

**Falta de Capacitación.** - No cuenta con un personal netamente capacitado para brindar un buen servicio con eficiencia y eficacia a los clientes.

**Falta de Implementos.** – El restaurante no cuenta con suficiente espacio, mesas y sillas para brindar una comodidad al cliente.

## **AMENAZAS**

**Competencia.** –Por la falta de brindar un buen servicio la competencia puede ganar nuestros clientes y así quedarnos sin ellos.

**Aseo.** \_ Por la falta de un lugar cerrado las mascotas de los vecinos tienden a llevar residuos que causan una mala imagen al establecimiento, creando de esta manera incomodidad en los clientes.

### 3.4.3. Análisis Capa

Mediante este análisis podemos buscar solución para el análisis antes mencionado **Dafo.**

#### **CORREGIR DEBILIDADES**

Se pretende corregir todas aquellas debilidades que enfrenta el restaurante de maría mediante el diseño de un plan de mejora tales como:

**Fachada.** - Diseñar rótulos que sean más llamativos y que identifiquen al lugar para llamar la atención del cliente.

**Falta de capacitación.** – Brindar capacitación al personal del restaurante para así brindar un excelente servicio.

**Falta de implementos.** –incrementar espacio, mesas y sillas para una buena comodidad del cliente.

#### **APROVECHAR OPORTUNIDADES**

**Área Poblada.** – Aprovechando la población que mantiene el sector se pretende mejorar el servicio y así que nuestros clientes sean los que nos ayuden a transmitir publicación boca a boca.

**Nuevos Clientes.**- Gracias a las diferentes fuentes de trabajo tenemos la oportunidad de incrementar nuevos clientes, y por ello obtener más desarrollo en el mismo.

**Turismo.** – En cada festejo que se pretenda realizar en el puerto realizar actividades que llamen la atención del visitante tal como piques en la orilla de la

Vía para llamar al cliente.

#### **AFRONTAR AMENAZAS**

**Competencia.** –Rediseñar el comedor dándole una nueva imagen incrementado espacio además incrementando hamacas que le permitan al usuario descansar después de servirse los alimentos.

**Aseo.** - Incrementar un cerramiento el cual nos permitirá el acceso a animales que llevan desechos y causan una mala imagen al establecimiento.

## **POTENCIALIZAR FORTALEZAS**

**Ubicación.** – Debido a que se encuentra en la vía principal se propone diseñar rótulos que identifiquen al restaurante es decir que desde lo lejos antes de llegar ya el usuario pueda identificar el lugar.

**Menú.** –Ofrecer un menú más diverso y la incrementación de nuevos platos y además los fines de semanas realizar combos en sus compras, como pagar 3 almuerzos y llevar un segundo gratis a mitad de precio.

**Espacio.** – Acondicionar el espacio para el buen estacionamiento de los vehículos.

## **4. Capítulo III Desarrollo De La Propuesta**

### **4.1. Título de la propuesta**

“Realizar un plan de mejora del servicio de atención al cliente en el Restaurante de María en la Ciudad de Arenillas Parroquia la Cuca”

### **4.2. Objetivo de la Propuesta**

Realizar acciones correctivas que mejoren la atención que el restaurante de María brinda a sus clientes y potenciales, tomando en cuenta diversos tipos de problemas que afecta al negocio que no le permite desarrollar y continuar engrandeciendo como microempresa.

Esta propuesta permitirá mejorar la calidad y en el servicio al cliente para el restaurante de María, en lo cual es una prioridad para bien del establecimiento, ya que estamos en un tiempo donde la competencia es cada día más grande y los usuarios son cada día más exigentes en cuanto al trato que se les brinda, y a su vez mejoras el aspecto como cambiar la fachada y la incrementación de sillas mesas y sobre todo espacio.

### **4.3. Factibilidad de la Aplicación**

#### **4.3.1. Factibilidad Económica**

Dentro de la factibilidad económica se tiene como inicio un presupuesto que se deriva como gasto, sin embargo, dentro del plan de mejoramiento se debe tomar en consideración más bien como un costo, ya que se pretende realizar una estructura en el cual en el transcurso del desarrollo se va obteniendo resultados con conocimientos que a su vez se verá reflejado como ganancias y que será rentable para la empresa o negocio.

#### **4.3.2. Factibilidad Social**

Cuando una empresa logra sobresalir y ser una de las mejores es decir ofrecer en un mismo lugar calidad, precios, servicio y además un ambiente cómodo, será muy factible para la sociedad entera, ya que encontrarán dentro de su entorno un lugar muy agradable y cómodo en el cual se sienta a gusto.

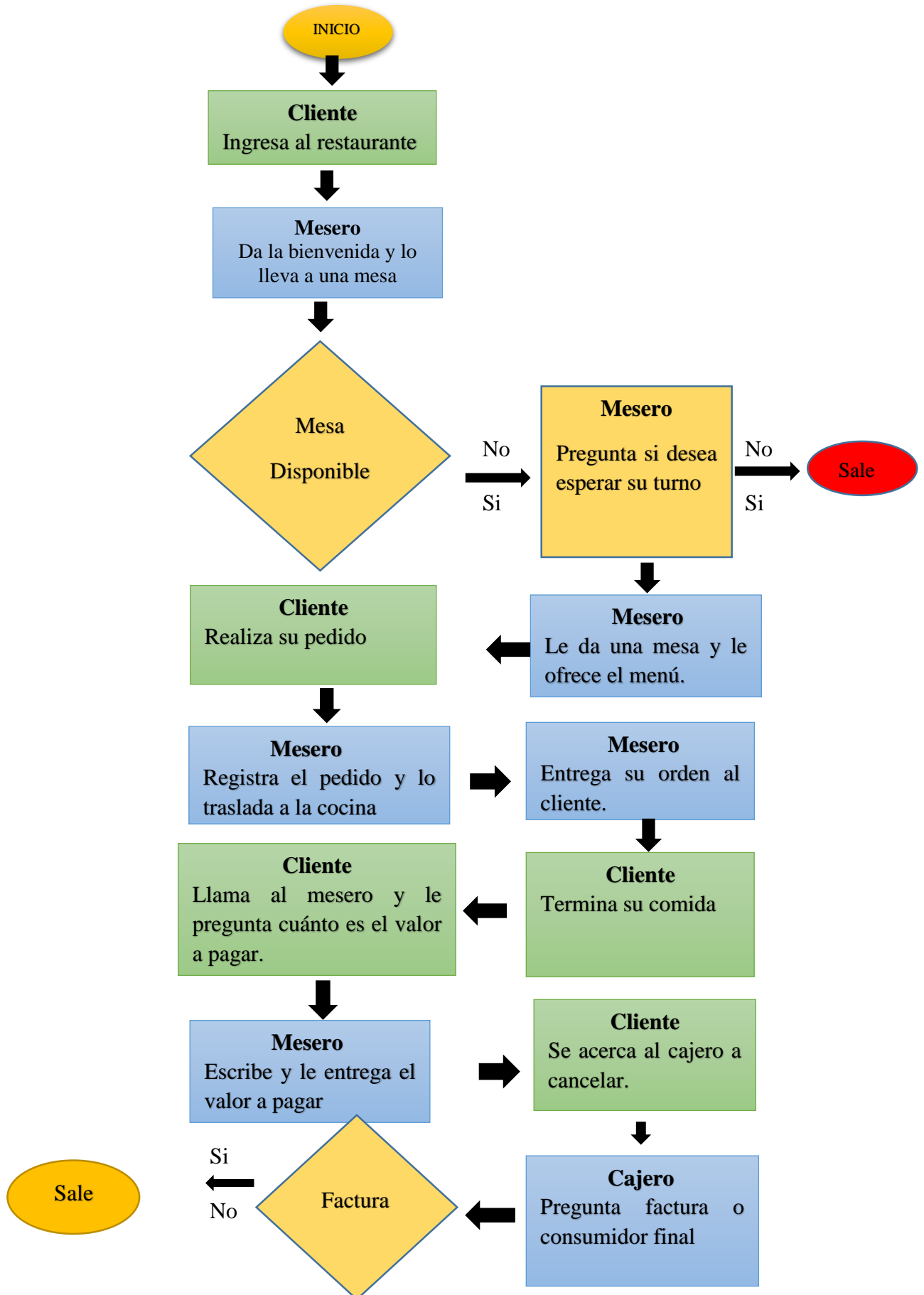
### **4.3.3. Factibilidad Legal**

Mediante el desarrollo de marco legal en la presente tesina se pudo constatar que no existe impedimento alguno para la factibilidad de este proyecto, sino al contrario el gobierno mediante las leyes promueve que toda empresa mejore en los aspectos que le permitiera desarrollarse mejor para su crecimiento, se toma en consideración como la ley del defensa del consumidor, y mediante la constitución el gobierno desarrolló oportunidades de mejora.

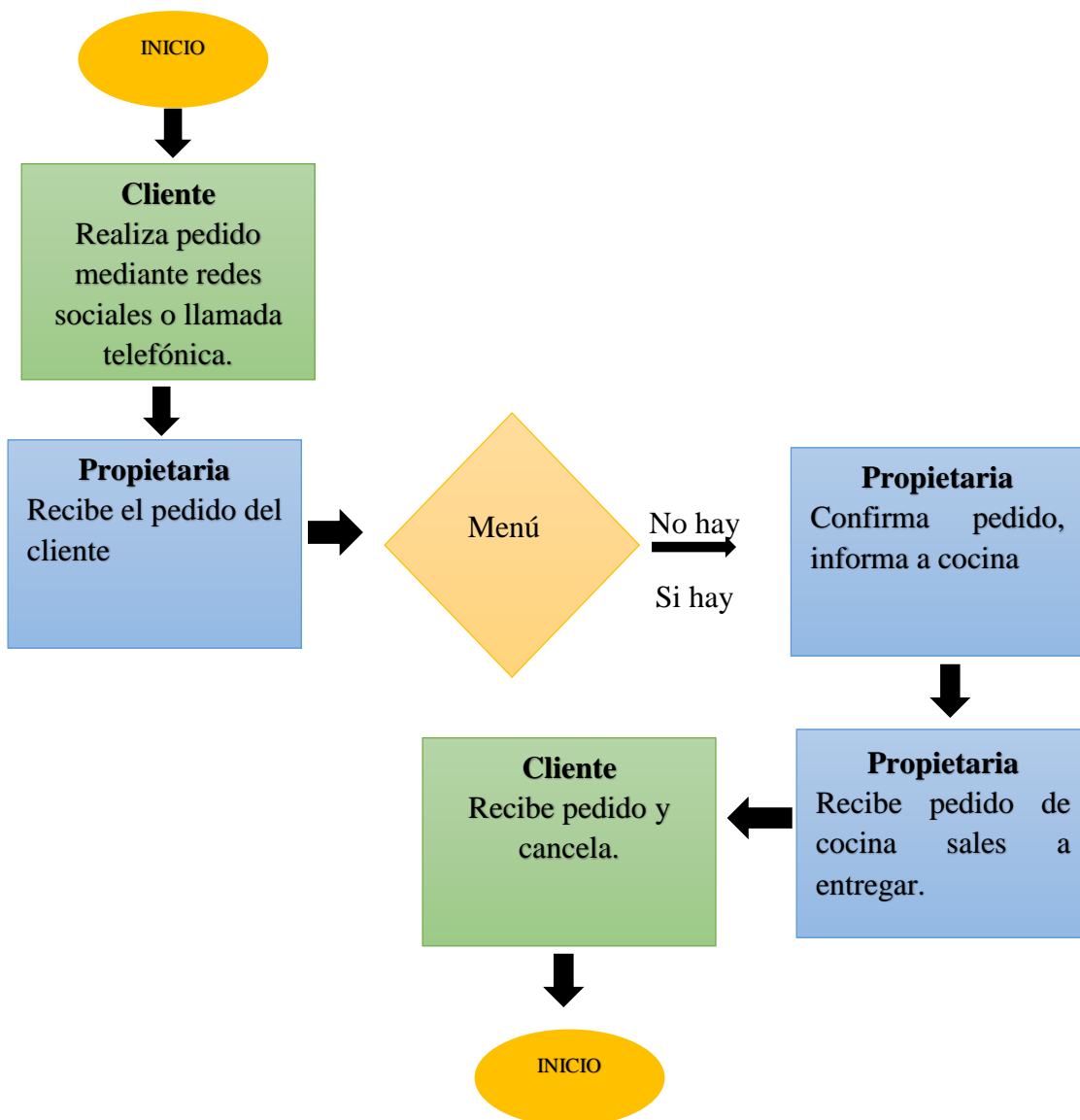
### **4.3.4. Factibilidad Técnico-Tecnológica**

El restaurante de María se maneja como publicidad en las redes sociales dentro del perfil de la propietaria ofreciendo un sinnúmero de delicias culinarias, sin embargo, dentro del plan de mejora se fomentará el uso exclusivo de una página que sea solo identificando al restaurante.

#### 4.4. Flujograma De Atención Al Cliente



#### 4.5. Flujograma De Atención Al Cliente A Domicilio



#### 4.6. Descripción de la Propuesta

PLAN DE MEJORA						
Descripción	Objetivo	Responsable	Tiempo (Inicio\Final) Año 2020	Recursos Necesarios	Financiación	Responsable\ Seguimiento
Capacitación	Capacitar a los Colaboradores	Capacitador Externo	4 horas	Recurso humano	\$75.00	Propietaria\ administrador
Buzón de Sugerencias	Conocer las incomodidades de los clientes	Propietaria	Semanal	Buzo de Madera Papel Lapicero	\$ 25.00	Propietaria
Mejorar procesos y procedimientos	Utilizar Flujograma de Procesos.	Propietaria	Diario	Recurso Humano	\$00.00	Propietaria
Normas del servicio al cliente	Seguir con las Normas de Buen servicio al cliente	Propietaria	Un día	Recurso Humano	\$00.00	Propietaria
Implementos	Incrementar sillas mesas	propietaria	Inmediato	Sillas Mesas	\$ 300.00	Propietaria\ Administrador
Fachada	Remodelar el establecimiento	Contratista	1/5 días	Cemento pintura recurso humanos y rótulos	\$ 1.200	propietaria\ Administrador
Aseo	Implementar Hoja de Ruta para mantener el aseo.	Colaboradores	Diario	Recurso humano, desinfectante, trapeador, escoba, Recogedor.	\$ 30.00(mensuales)	Propietaria\ Administrador
Cerramiento Rústico	Mejor visión para el negocio	Contratista	Inmediato	Recurso humano madera clavos pintura	\$ 150.00	Propietaria\ Administrador
Uniformes	Profesionalizar la imagen del colaborador	Contratista	Inmediato	Camisetas	\$ 48.00	Propietaria\ Administrador
Publicidad	Difundir la publicidad en redes sociales: Facebook	Propietaria	Diario	Por medio de publicaciones.	\$ 12. 00	Propietaria\ Administrador

Tabla N° 1. Descripción de la Propuesta.

## **Misión**

Satisfacer todas las expectativas de los clientes ofreciendo alimentos y servicios con la más alta calidad creando así un ambiente agradable para los usuarios.

## **Visión**

Para el 2022 ser el establecimiento más reconocido dentro del cantón Arenillas y uno de los restaurantes más visitados por los turistas que asistan al puerto pitahaya.

## **Valores Corporativos**

- Liderazgo
- Calidad
- Creatividad
- Agilidad y puntualidad
- Servicio
- Comunicación

## **Capacitación**

Actualmente los colaboradores del restaurante de María no poseen los conocimientos adecuados para la buena atención a sus clientes, es por ello que se propone en un plan de capacitación para mejorar la atención a los clientes, entre los cuales se plantea los siguientes temas:

- Brindar un buen servicio al cliente
- Relación presencial con el cliente
- Fidelización del cliente
- Capacidad de información. Gestión de quejas y sugerencias
- Trabajo en equipo
- Creatividad e innovación en el servicio
- Actitud de la calidad en el servicio.

### **Imagen 1. Propuesta de Capacitación**



**Fuente: google**

### **Buzón de Sugerencias**

El comedor de María no posee un buzón de sugerencia mediante el cual los clientes puedan realizar sus quejas o a su vez puedan sugerir una mejora para el restaurante.

### **Imagen 2. Propuesta de Buzón de Sugerencia**



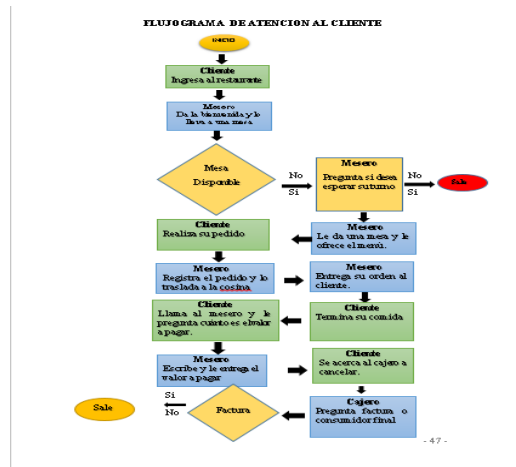
**Fuente: google**

Se cree necesario la implementación de este buzón para que de esta manera se pueda conocer las inquietudes o quejas que los clientes desean que se mejore para recibir un mejor trato que pueda cumplir con sus expectativas como usuarios o clientes del restaurante.

### **Mejorar Procesos y Procedimientos**

El restaurante de María no cuenta con un sistema de procesos que cumplan en cuanto a un orden jerárquico que brinden un servicio adecuado al cliente.

### Imagen 3. Propuesta Proceso y Procedimientos



Fuente. Jessica Benítez

Mediante la creación de este proceso los colaboradores de restaurante podrán seguir y cumplir un orden de atención a su vez tener un enfoque a lo que se debe de registrar para brindar un trato de calidad y calidez a los usuarios.

#### Normas del servicio al cliente

El restaurante de María al haber iniciado como una idea de emprendimiento no posee normas establecidas que garanticen un buen servicio, dado que sus trabajadores realizan la atención de manera empírica.

Por lo que la autora de la presente tesis propone establecer normas que beneficien la atención y que ayuden a brindar un servicio de calidad:



Fuente. Jessica Benítez

Entre las normas que se desea establecer en el establecimiento son:

- **Brindar puntualidad en las entregas**

Satisfacer a los clientes siendo eficiente y eficaz en las entregas sin ningún tiempo de espera.

- **Gentileza y buen trato a los clientes**

Mantener siempre una adecuada educación, sobre todo con la predisposición de atender de manera inmediata con un tono de voz relajado.

- **Imagen del personal**

El personal deberá mantener su uniforme muy bien cuidado y aseado y sobre todo deberá reflejar una imagen profesional.

- **Buscar soluciones**

Cuando un cliente se acerque a realizar alguna duda que tenga ayudar así no esté en el área que le corresponda, siempre ayude o trate de informarse inmediatamente con el fin de responder su inquietud.

- **Responsabilidad**

Ser siempre responsables en lo que se ofrece tanto en su lugar de trabajo como en todas las áreas para poder mostrar agrado a los clientes.

- **Cortesía y aprecio al cliente.**

Ser atentos con los clientes siempre saludando (buenos días, buenas tardes etc.) ofreciendo ayuda, reflejando siempre la amabilidad con la capacidad de sonreír y creando esa sensación de confianza y de sentirse seguro en el establecimiento que se encuentra.

## **Implementos**

El restaurante de María posee muy pocos implementos para dar acogida a todos sus clientes quedándose muchos de ellos esperando para servirse los alimentos.

#### **Imagen 4. Implementos Actuales**



**Fuente. Jessica Benítez**

Se pretende incrementar sillas mesa con el fin de poder atender a todos los clientes y brindar un buen servicio y ambiente.

#### **Imagen 5. Sillas y Mesas**



**Fuente: google**

#### **Imagen 6. Sillas y Mesas**



**Fuente: google**

#### **Aseo**

Uno de los puntos más importantes dentro de todos es mantener un aseo permanente en el cual refleje la seguridad del cliente que está en el lugar adecuado, además mantener los baños limpios.

**Imagen 7. Piso**



**Fuente: google**

**Imagen 8. Rótulos en Puerta**



**Fuente: google**

## **Fachada**

Gran parte de la problemática es la situación en que se encuentra la fachada, no da buena imagen creando así de esta manera mala expectativas para los nuevos usuarios y permitirles crear esa confianza a visión propia y de lo contrario no poder degustar de la delicia de la gastronomía que se ofrece.

**Imagen 9. Fachada Actual**



**Fuente. Jessica Benítez**

Se pretende modificar el diseño de la fachada del letrero con un nuevo diseño de esta manera cambiar o remodelar para la mejor visualización de los transeúntes.

### Imagen 10 . Propuesta de Fachada



Fuente. Google

fuelle. Jessica Benítez

### Cerramiento

Parte de la problemática que presenta el restaurante es la falta de un cerramiento adecuado en el cual está apto para que cualquier animalito ingrese y genera molestias a los usuarios.

### Imagen 11. Fachada Actual sin cerramiento



Fuente. Jessica Benítez

Se procederá a realizar un cerramiento en el cual se cercará todo el contorno del establecimiento para de esta manera evitar que las mascotas de los vecinos lleven residuos al establecimiento y por ende brindar un buen ambiente para el cliente libre de contaminación.

### **Imagen 12. Propuesta de Cerramiento**



**Fuente. Google**

### **Uniformes**

Los colaboradores del restaurante de María no poseen un adecuado uniforme, en el cual no da una buena imagen, es por ello que se pretende la creación de uniformes para una mejor presencia en el entorno laboral, pero sólo se utilizará una camiseta para comodidad de los colaboradores con el logo distintivo del restaurante.

### **Imagen 13. Propuesta de Logo**



**Fuente: Jessica Benítez**

### **Imagen 14. Propuesta de Uniformes**



**Fuente: Jessica Benítez**

### **Publicidad**

El restaurante de María no posee una página específicamente única para las publicidades del restaurante, en el cual la propietaria utiliza su página de Facebook personal para la publicidad de pedidos y menú diario que ofrece.

## Imagen 15. Publicidad Actual



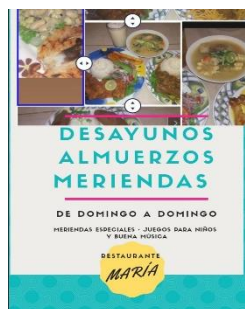
Fuente: Facebook

Es por ello que se pretende la realización de una página única en Facebook para la exhibición de los platos de menú diario y para que el cliente realice su pedido, es decir se procederá a la creación en páginas como:

**Facebook**

Restaurante de María

## Imagen 16. Propuesta de Publicidad



Fuente: Jessica Benítez

## **5. Conclusión**

Al analizar todo el trabajo de investigación de cómo se ha venido atendiendo en el restaurante de María ubicado en la ciudad de Arenillas Parroquia la Cuca, se puede llegar a la conclusión que el servicio al cliente brindado ha sido el detonante para que se afecten las ventas debido a que los clientes no se sentían bien atendidos y mucho permanecían por la calidad de los platos brindados.

De acuerdo a la encuesta realizada se pudo evidenciar que muchos de los clientes por no decir la mayoría se han sentido inconformes por la atención y lo que esto engloba; y en la respectiva ficha de observación se constató que el personal de servicio no contaba con suficiente conocimiento de cómo brindar un trato especial a los clientes, realizando su trabajo de forma empírica; y esto no era controlado por la dueña al no tener conocimientos claros de estrategias que se requieren poder no perder clientes.

En base a lo indicado, la autora de la presente tesis propone varios cambios que permitirán no solo mejorar la atención; sino también realizar acciones necesarias que permitan cambiar el ambiente que el restaurante de María provee para sus clientes.

Con el desarrollo de la investigación se llega a la conclusión que poniendo en práctica todo lo estipulado en cuanto al plan de mejora se puede tener excelentes resultados gracias a todas las ventajas que posee el restaurante es decir gracias a la fenomenal acogida que tiene dicho restaurante.

## **6. Recomendación**

Se recomienda poner en práctica todo lo estipulado en la tesina acerca de todo el proceso de mejora continua para de esta manera tener un resultado que beneficie tanto a la dueña del negocio como a los clientes.

A su vez mantener parámetros que ayuden al restaurante de María a crecer como microempresa, sin dañar lo que lo ha mantenido en el mercado como es su calidad en los platos que brinda.

Se recomienda manejar una imagen en la atención brindada, mejorando no solo la comunicación con los colaboradores; sino también la parte visual; que capte la atención del cliente.

Asimismo, se recomienda al restaurante de María la aplicación de las estrategias propuestas dentro de la presente tesina con el objetivo principal de mejorar el servicio que se ofrece a los comensales.

## 7. Bibliografía

- (s.f.). Obtenido de QUESTIONPRO: <https://www.questionpro.com/es/servicio-al-cliente.html>
- (Senplades), L. S. (22 de SEPTIEMBRE de 2017). Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida. Quito, Ecuador: Resolución N.º CNP-003-2017. Obtenido de Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida: [https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)
- Díaz, M. F. (04 de JUNIO de 2018). *Cuida tu Dinero*. Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/cules-son-los-diferentes-tipos-de-agencias-de-publicidad-12022.html>
- ECUADOR, S. N. (29 de DICIEMBRE de 2010). *CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES, COPCI*. Obtenido de CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES, COPCI: <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- Fransmeir, J. T.-S. (1991). *Alcanzando la excelencia mediante el Servicio al Cliente*. Madrid - España: Dias de Santos S.A 1994.
- Gómez, H. S. (06 de Mayo de 2011). *Servicio de Atención al Cliente*. Obtenido de <http://importacionesan.blogspot.com/2011/05/marco-teorico.html>
- Industrias, M. d. (19 de Mayo de 1998). Reglamento a la Ley de Propiedad Intelectual. Quito, Ecuador: Registro Oficial 320.
- Inen, N. (04 de Noviembre de 2002). Reglamento General a la Ley de Turismo. Quito, Ecuador: Registro Oficial 696.
- K., A. (30 de Octubre de 2015). *CreceNegocios*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cual-es-su-importancia/>

- LLC, A. I. (s.f.). *FULLEMPLEO.COM*. Obtenido de <http://atencion-al-cliente-como-requisito-para-la-excelencia.fullempleo.com/4-5-atencion-de-quejas-consultas-y-reclamaciones/>
- López-Roldán, P. (01 de FEBRERO de 2015). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA*. ESPAÑA: Universitat Autònoma de Barcelona. Obtenido de *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA*: [https://ddd.uab.cat/pub/capli/2016/163567/metinvsoccua\\_a2016\\_cap2-3.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/capli/2016/163567/metinvsoccua_a2016_cap2-3.pdf)
- Lovelock Christopher, J. W. (2009). *Marketing de Servicios*. México: Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. Reg. núm. 1031.
- Ministerio de Producción, M. d. (15 de junio de 2020). Guía de Bioseguridad para entregas a domicilio y atención al cliente. Quito, Ecuador.
- Nacional, E. C. (22 de Diciembre de 2006). Ley Organica de Salud. Guayaquil, Ecuador: Registro Oficial Suplemento 423 .
- Nacional, L. A. (20 de Octubre de 2008). Constitución de la República del Ecuador. Guayaquil, Ecuador: Registro Oficial 449. Obtenido de *CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR*: [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- Nacional, L. A. (29 de Diciembre de 2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI. Guayaquil , Ecuador: Registro Oficial Suplemento 351. Obtenido de <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec088es.pdf>
- PÚBLICA, M. D. (29 de ENERO de 2009). *CODIGO ORGANICO DE SALUD*. Obtenido de *CODIGO ORGANICO DE SALUD*: <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/REGLAMENTO-PARA-FUNCIONAMIENTO-ESTABLECIMIENTOAS-SUJETOS-A-CONTROL-SANITARIO..pdf>
- Pública, M. d. (05 de Mayo de 2020). Protocolo General de Medidas de Bioseguridad para Establecimientos de Alimentos y Bebidas:Restaurantes y cafeterías, al momento de su apertura, con el contexto de la emergencia sanitaria por covid19. Quito, Ecuador: Acuerdo Ministerial N° 00126-2020.

Pulido, H. G. (2001). *Calidad Total y Productividad*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

*QUESTIONPRO*. (s.f.). Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/servicio-al-cliente.html>

*QUESTIONPRO*. (s.f.). Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/servicio-al-cliente.html>

*QUESTIONPRO*. (s.f.). *QUESTIONPRO*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/servicio-al-cliente.html>

Rodriguez, A. M.-H. (2009). *El mejoramiento continuo*. Bogota: Universidad del Rosario Bogotá.

Rodríguez, A. M.-H. (2009). *El Mejoramiento Continuo*. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario Bogotá D.C.

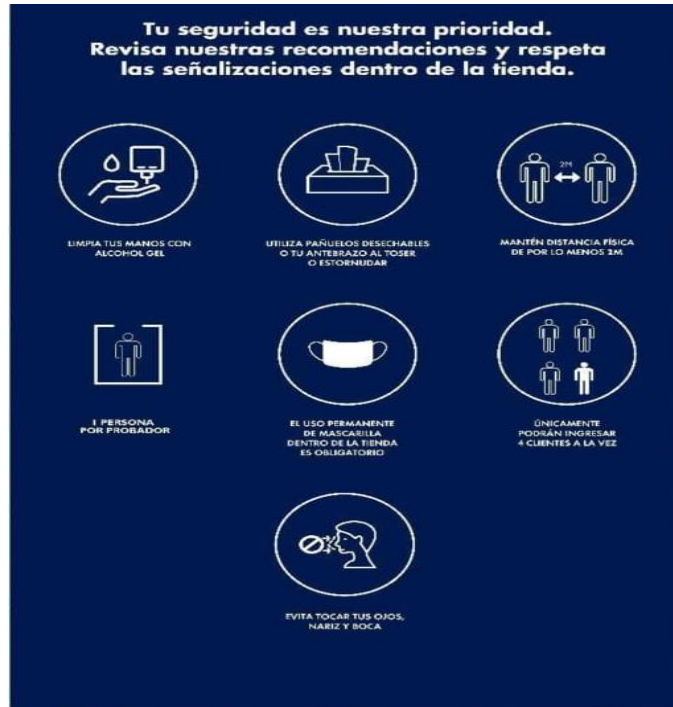
*SINNAPS*. (s.f.). Obtenido de <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/proceso-mejora-continua-una-empresa>

*SINNAPS*. (s.f.). Obtenido de <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/proceso-mejora-continua-una-empresa>

SISTEMA DE GESTIÓN INTEGRAL DE LA CALIDAD. (20 de JULIO de 2015). *NORMAS INEN*. Obtenido de NORMAS INEN: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/06/NORMA-PILOTO-ALIMENTOS-Y-BEBIDAS-MARCA-Q.pdf>

## 8. Anexos

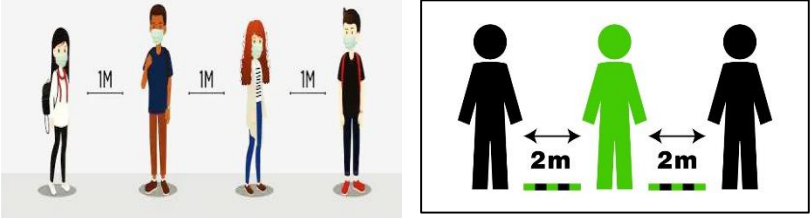



### Anexo 1



### Anexo 2



### Anexo 3

lineamientos de bioseguridad	
<p>Guardar distancia (al menos 1 metro en espacios abiertos y 2 metros en espacios cerrados) entre los clientes/usuarios.</p>	
<p>Usar alcohol gel al menos con una concentración del 70%, el mismo debe tener registro sanitario. El uso del alcohol debe ser al entrar y salir del local.</p>	
<p>Limpiar y desinfectar el lugar de trabajo, después de atender a un usuario.</p>	
<p>Cubrirse la boca y la nariz al toser o estornudar con el codo flexionado, sin quitarse la mascarilla. Nunca estornudar o toser en las manos.</p>	

## ANEXO 4 FICHA DE OBSERVACIÓN



### Instituto Superior Tecnológico De Formación Profesional Administrativa Y Comercial

Carrera: Tecnología En Administración De Empresas

Fecha:

Lugar:

Hora:

ASPECTOS A OBSERVAR			
CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA	INDICADORES		
	Buena	Mala	Regular
Infraestructura			
Instalaciones			
Paredes del restaurante			
Decoración del restaurante			
<b>CONDICIONES DE AMBIENTE</b>			
Iluminación adecuada			
Área de trabajo suficiente amplia			
Área de Recolección y clasificación de basura alejada del área de preparación de alimentos			
<b>CONDICIONES DE ASEO</b>			
Baños limpios			
Agua Permanente			
Jabón Líquido permanente			
Provisión de toallas de papel en un solo uso			
limpieza del local			
<b>MEDIDAS DE SEGURIDAD POR PANDEMIA COVID_19</b>			
Uso de Mascarillas			
Posee alcohol en gel			
Medidas de distanciamiento para usuarios			

## ANEXO 5 ENTREVISTA/PROPIETARIA



Instituto Superior Tecnológico De Formación Profesional Administrativa Y  
Comercial

Carrera: Tecnología En Administración De Empresas

### BANCO DE PREGUNTAS

Entrevistado: \_\_\_\_\_  
Entrevistador: \_\_\_\_\_  
Cargo: \_\_\_\_\_  
Local: \_\_\_\_\_  
Fecha: \_\_\_\_\_  
Ubicación: \_\_\_\_\_

#### CUESTIONARIO DIRIGIDO A LA PROPIETARIA DEL RESTAURANTE DE MARÍA

1- ¿Qué le motivó a realizar la actividad de la creación del emprendimiento del restaurante?

2- ¿Cuántos años tiene funcionando su negocio?

3- ¿Cuál es el número de personas que laboran con usted?

4- ¿Cuál es el principal problema que usted desea mejorar dentro de su negocio?

5- ¿Realiza capacitaciones a sus colaboradores?

6- ¿Estaría dispuesta a invertir para mejorar la imagen y presentación de su negocio?

7- ¿Le ha perjudicado la pandemia del covid 19 en su negocio?

<b>8- ¿Cuáles son las medidas de seguridad que usted posee en su local?</b>
<b>9- ¿Cómo es la recepción de pedidos y entregas de la comida?</b>
<b>10- ¿Estaría de acuerdo en implementar un plan de mejora en el restaurante?</b>

## ANEXO 6 CUESTIONARIO PARA CLIENTES



**Instituto Superior Tecnológico De Formación Profesional Administrativa Y  
Comercial**

**Carrera: Tecnología En Administración De Empresas**

### BANCO DE PREGUNTAS

#### CUESTIONARIO DE ENCUESTAS AL CLIENTE

**Nombre del restaurante:**

**Fecha:**

**Lugar:**

**Hora:**

<b>CUESTIONARIO DE ENCUESTAS AL CLIENTE</b>	
<b>1. ¿Con qué frecuencia usted utiliza el servicio en este restaurante?</b>	
a) Diario	
b) Interdiario	
c) Una vez a la semana	
d) Quincenal	
<b>2. ¿Cómo califica el menú de este restaurante?</b>	
a) Excelente	
b) Bueno	
c) Regular	
d) Malo	
<b>3. ¿Cuenta con variedad en el menú a ofrecer</b>	
a) Si	
b) No	
c) A veces	
<b>4. ¿Los precios son accesibles al alcance de su bolsillo?</b>	
a) Si	
b) No	
<b>5. ¿Son cordiales al momento de la atención?</b>	
a) Si	
b) No	
c) A veces	
<b>6. ¿Mantiene una buena higiene en el restaurante?</b>	
a) Si	
b) No. (Porqué)	
<hr/>	

<b>7. ¿Cuenta con suficientes mesas y sillas?</b> a) Si b) No
<b>8. ¿Los baños del establecimiento cuentan con una higiene adecuada?</b> a) Si b) No
<b>9. ¿Cuenta con separación de servicio higiénico?</b> a) Si b) No
<b>10. ¿Recomendaría al restaurante de María a sus amigos?</b> a) Si b) No

## Anexo 7

### Resultados de las encuestas

#### 1. ¿Con qué frecuencia usted utiliza el servicio en este restaurante?

Tabla N° 2 Habitualmente cada cuanto tiempo utiliza el servicio al cliente

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentaje
1	Diario	200	68%
	Interdiario	80	27%
	Una vez a la Semana	10	3%
	Quincenal	5	2%
	<b>Total</b>		295

**Fuente:** Clientes de restaurante de María

**Elaborado por:** Jessica Alexandra Benítez Duchitanga.

**Gráfico N° 1. Habitualmente cada cuanto tiempo utiliza el servicio al cliente**



**Fuente:** Clientes de restaurante de María

**Elaborado por:** Jessica Alexandra Benítez Duchitanga.

**Análisis:** El 68 % de los clientes del restaurante de María sumando el 27%, es decir con un total de 95% alegaron que son usuarios permanentes del comedor, tomando en consideración que tiene una excelente acogida por parte del público.

## 2. ¿Cómo califica el menú de este restaurante?

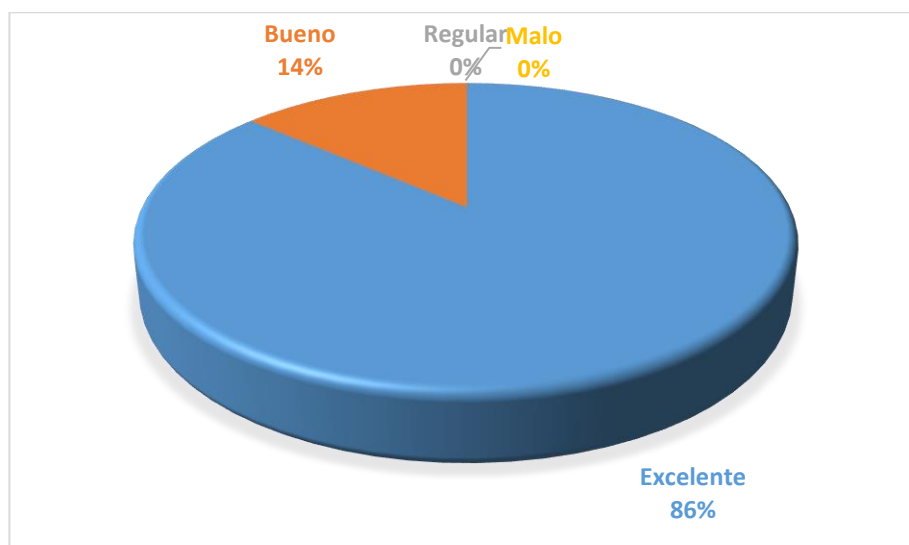
Tabla N° 2. Cómo califica el menú

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentaje
2	Excelente	255	86%
	Bueno	40	14%
	Regular	0	0%
	Malo	0	0%
	<b>Total</b>		295

**Fuente:** Clientes de restaurante de María

**Elaborado por:** Jessica Alexandra Benítez Duchitanga.

Gráfico N° 2 . Cómo califica el menú



**Fuente:** Clientes de restaurante de María

**Elaborado por:** Jessica Alexandra Benítez Duchitanga

**Análisis:** El 86% de los clientes aseguran que el menú que se ofrece en el restaurante de María es muy bueno y está acorde con su paladar creando todas las expectativas al momento de su compra, mientras que el 14% aseguro que a veces realiza comida que no les agrada pero que la propietaria les ofrece otro menú y se lo realiza al instante.

### 3. ¿Cuenta con variedad en el menú a ofrecer

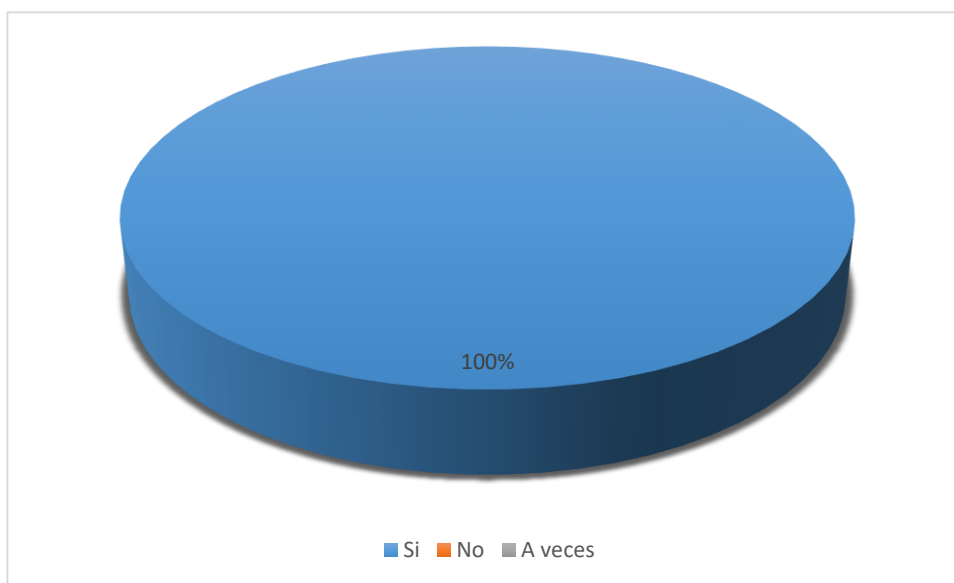
**Tabla N° 3. Variedad en el menú**

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentaje
3	Si	295	100%
	No	0	0%
	A Veces	0	0%
	<b>Total</b>	295	100%

**Fuente:** Clientes de restaurante de María

**Elaborado por:** Jessica Alexandra Benítez Duchitanga

**Gráfico N° 3. Cuenta con variedad en el menú**



**Fuente:** clientes de restaurante de María

**Elaborado por:** Jessica Alexandra Benítez Duchitanga

**Análisis:** Mediante las encuestas se pudo obtener que el 100% de los clientes alegan que cada vez que realizan su compra reciben un menú variado dejándolos satisfechos.

#### 4. ¿Los precios son accesibles al alcance de su bolsillo?

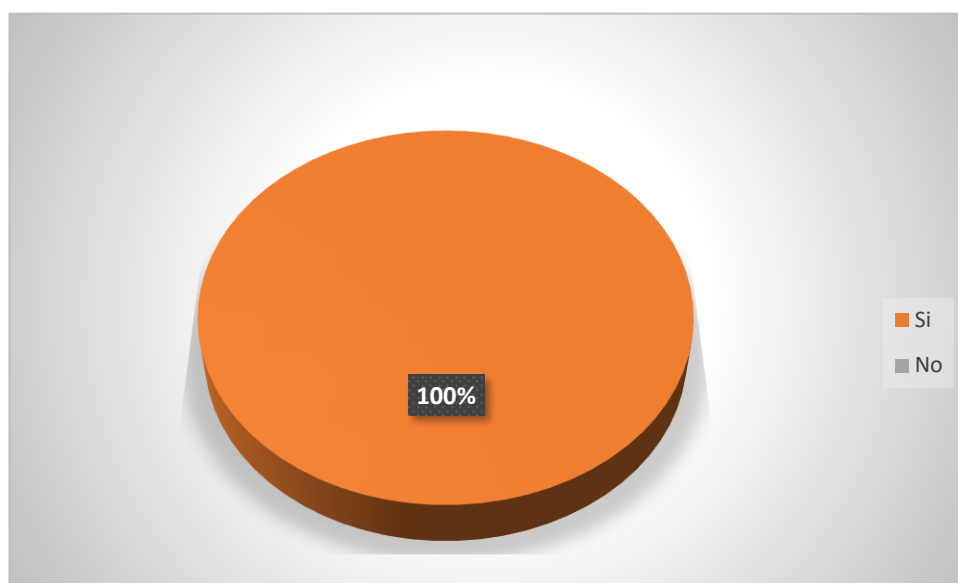
**Tabla N° 4. Los precios son accesibles**

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentaje
4	Si	295	100%
	No	0	0%
	<b>Total</b>	295	100%

**Fuente:** Clientes de restaurante de María

**Elaborado por:** Jessica Alexandra Benítez Duchitanga

**Gráfico N ° 4 . Los Precios son Accesibles**



**Fuente:** Clientes de restaurante de María

**Elaborado por:** Jessica Alexandra Benítez Duchitanga

**Análisis:** El 100% de los clientes encuestados alegaron que los precios son muy económicos y sobre todo muy considerables al bolsillo del cliente.

## 5. ¿Son cordiales al momento de la atención?

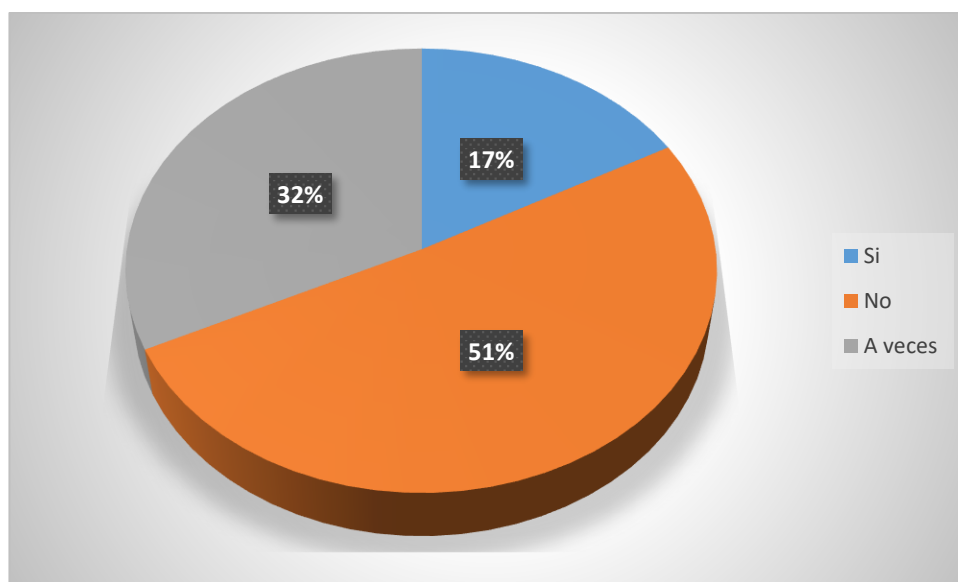
**Tabla N° 5. Brindan Cordialidad**

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentaje
5	Si	50	17%
	No	150	51%
	A veces	95	32%
	<b>Total</b>	295	100%

**Fuente:** Clientes de restaurante de María

**Elaborado por:** Jessica Alexandra Benítez Duchitanga

**Gráfico N° 5 . Brinda Cordialidad**



**Fuente:** Clientes de restaurante de María

**Elaborado por:** Jessica Alexandra Benítez Duchitanga

**Análisis:** El 66% de los clientes aseguraron que no mantienen una adecuada cordialidad en cuanto a un trato respectivo que ellos aspiran tener cuando se proponen a comprar sus alimentos.

6. ¿Mantiene una buena higiene en el restaurante?

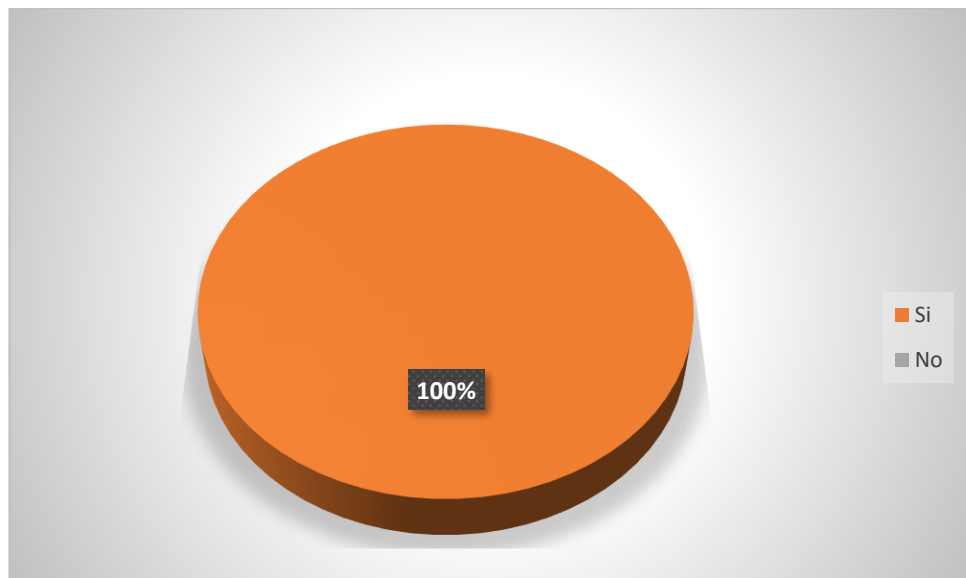
Tabla N° 6. Mantiene Buena Imagen el Restaurante

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentaje
6	Si	295	100%
	No	0	0%
	<b>Total</b>	295	100%

**Fuente:** Clientes de restaurante de María

**Elaborado por:** Jessica Alexandra Benítez Duchitanga

Gráfico N° 6 . Mantiene Buena Imagen el Restaurante



**Fuente:** clientes de restaurante de María

**Elaborado por:** Jessica Alexandra Benítez Duchitanga

**Análisis:** El 100% de los clientes alegaron que no tiene ningún inconveniente con la higiene del restaurante, añadiendo que en eso la propietaria es muy cuidadosa.

## 7. ¿Cuenta con suficientes mesas y sillas?

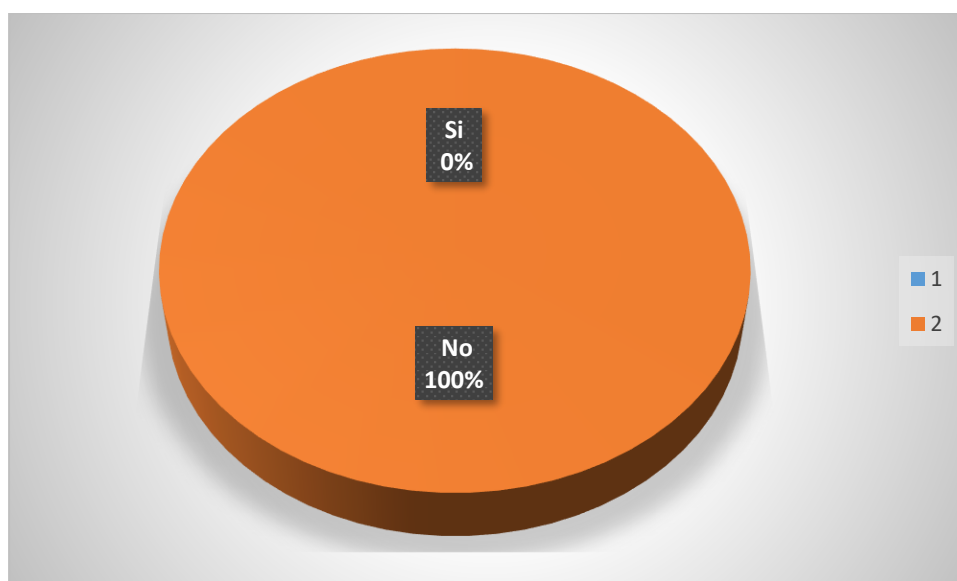
**Tabla N° 7. Cuenta con suficientes mesas y sillas**

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentaje
7	Si	0	0%
	No	295	100%
	<b>Total</b>	295	100%

**Fuente:** Clientes de restaurante de María

**Elaborado por:** Jessica Alexandra Benítez Duchitanga

**Gráfico N ° 7 . Cuenta con Suficientes Mesas y Sillas**



**Fuente:** Clientes de restaurante de María

**Elaborado por:** Jessica Alexandra Benítez Duchitanga

**Análisis:** El 100% de los encuestados manifestaron que no cuenta con suficiente sillas ni mesas, manifestando inconformidad al momento de servirse los alimentos.

8. ¿Los baños del establecimiento cuentan con una higiene adecuada?

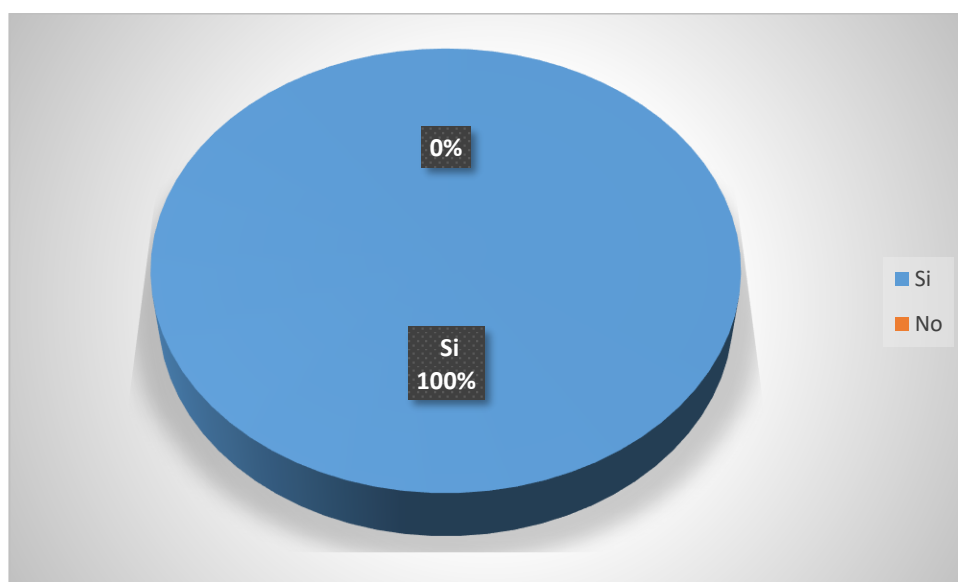
Tabla N° 8 Mantiene una higiene adecuada

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentaje
8	Si	295	100%
	No	0	0%
	<b>Total</b>	295	100%

**Fuente:** Clientes de restaurante de María

**Elaborado por:** Jessica Alexandra Benítez Duchitanga

Gráfico N ° 8 . Mantiene una Higiene Adecuada



**Fuente:** Clientes de restaurante de María

**Elaborado por:** Jessica Alexandra Benítez Duchitanga

**Análisis:** Mediante la encuesta de que si los baños están adecuadamente limpios el 100% de los clientes aseguraron que no tiene ningún problema con eso, ya que son bien cuidadosos en ese ámbito de la higiene.

## 9. ¿Cuenta con separación de servicio higiénico?

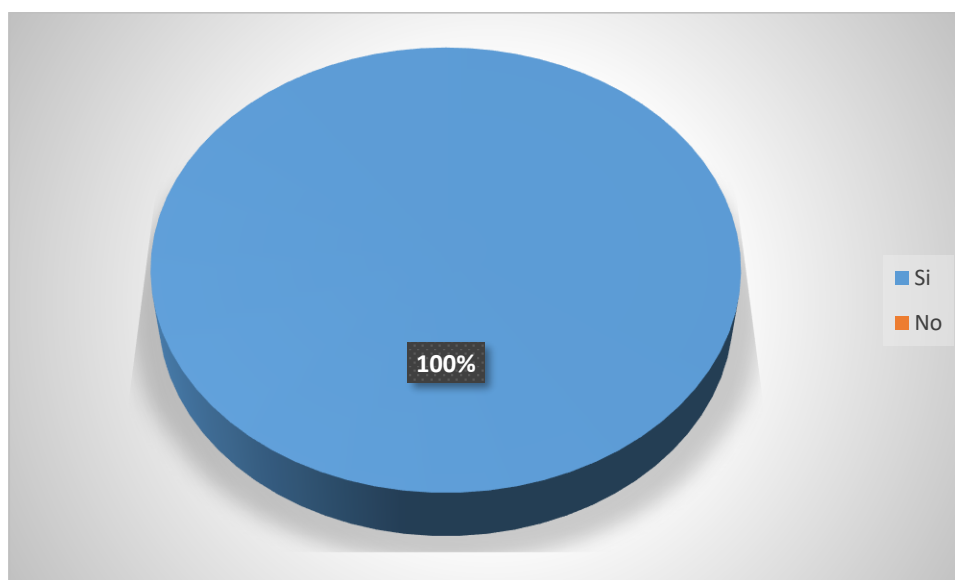
**Tabla N° 9 Posee Separadores Higiénicos**

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentaje
9	Si	295	100%
	No	0	0%
	<b>Total</b>	295	100%

**Fuente:** Clientes de restaurante de María

**Elaborado por:** Jessica Alexandra Benítez Duchitanga

**Gráfico N° 9 . Posee Separadores Higiénicos**



**Fuente:** Clientes de restaurante de María

**Elaborado por:** Jessica Alexandra Benítez Duchitanga

**Análisis:** Mediante las encuestas se pudo constatar que los clientes aseguraron que el comedor de María cuenta con separador tanto como para hombres como para mujeres dando como resultado el 100% de las encuestas.

## 10. ¿Recomendaría al restaurante de María a sus amigos?

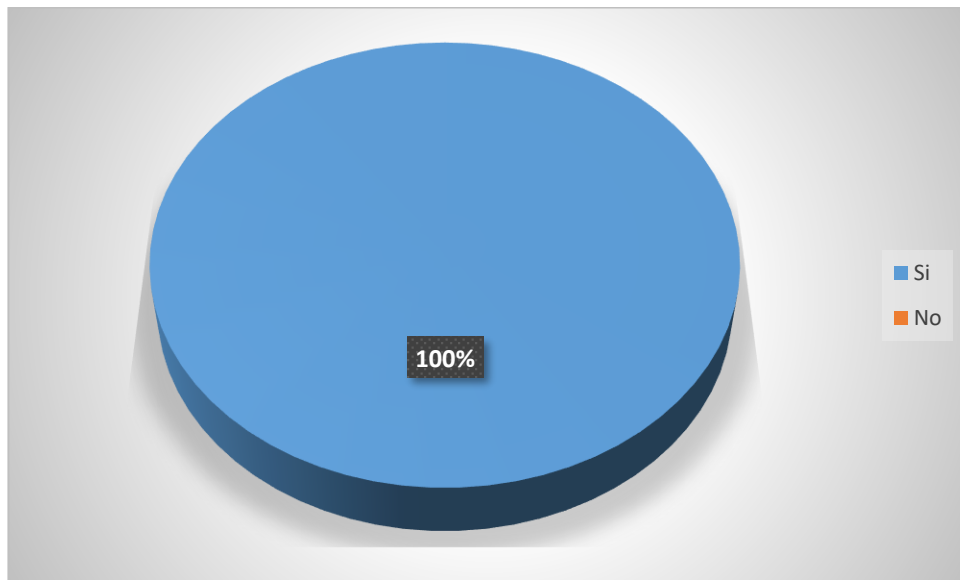
Tabla N °10. Recomienda a sus amigos al restaurante

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentaje
10	Si	295	100%
	No	0	0%
	<b>Total</b>	295	100%

**Fuente:** Clientes de restaurante de María

**Elaborado por:** Jessica Alexandra Benítez Duchitanga

Gráfico N ° 10 . Recomienda a sus amigos al restaurante



**Fuente:** clientes de restaurante de María

**Elaborado por:** Jessica Alexandra Benítez Duchitanga

**Análisis:** El 100% de los encuestados alegaron que si recomiendan al restaurante de María por su diversa gastronomía y exquisita comida que se deleitan al degustar sus platos.

## ANEXO# 8



Calculadora de M...  
corporacionaem.com



Asesoría Económica & Marketing  
Copyright 2009

### Calculadora de Muestras

Margen de error:

10% ▼

Nivel de confianza:

99% ▼

Tamaño de Poblacion:

1260

Calcular

Margen: 5%

Nivel de confianza: 95%

Poblacion: 1260

Tamaño de muestra: **295**

#### Ecuacion Estadística para Proporciones poblacionales

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza deseado

p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)

q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e= Nivel de error dispuesto a cometer

N= Tamaño de la población

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 + \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{N}}$$