



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÌA**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESA**

TEMA:

**MEJORAR EL PROCESO DE ATENCION AL CLIENTE Y CALIDAD
DEL RESTAURANTE “RENACE”**

Autora:

Chuma Quizhpi Gladys Fabiola

Tutor:

Ing. López Perero Marlo Antonio

Guayaquil, Ecuador
2015



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTORA

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Mejorar el proceso de atención al cliente y calidad del restaurante “renace”.**”, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESA

El problema de investigación se refiere la limitada atención en los servicios gastronómicos, genera insatisfacción a los clientes del restaurante Renace de la ciudad de Guayaquil, durante el año 2014.

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por la Egresada:

Chuma Quizhpi Gladys Fabiola

Tutor:

Ing. López Perero Marlo Antonio

AUTORÍA NOTARIADA

Los criterios e ideas expuestos en el presente trabajo de graduación con el tema: mejorar el proceso de atención al cliente y calidad del restaurante “renace”, de la carrera Administración de Empresa del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, son de absoluta responsabilidad del autor y no constituye copia o plagio de otra tesis presentada con anterioridad.

Autora:

Chuma Quizhpi Gladys Fabiola

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de investigación en primer lugar a Dios por haberme concedido vida y salud para cumplir ésta importante meta a nivel académico, también a mis padres quienes constituyen el pilar fundamental de mi vida y siempre me han guiado con su valioso ejemplo y enorme sabiduría, a mis abuelitos de quienes he aprendido ese gran deseo de superación; a mis hermanos por sus valiosas ideas y paciencia ; a mis familiares por la fortaleza que le han inyectado a mi vida para nunca darme por vencida; a mi novio Miguel quien durante poco tiempo juntos ha sabido comprenderme y apoyarme en cada sueño que quiero cristalizar.

Chuma Quizhpi Gladys Fabiola

AGRADECIMIENTO

Le doy gracias a Dios, por darme vida y salud y por haberme permitido llegar a concluir mis sueños que tanto deseaba.

A mis padres Blanca y Nicolás: por toda su comprensión, apoyo y paciencia que me han tenido a lo largo de toda mi vida por sus enseñanzas que me han impulsado para llegar hacer una mujer responsable y de valores y aún más en este periodo que estoy por concluir y llegar hacer una tecnóloga.

A mis abuelitos: que día a día me apoyan con sus consejos y sus bendiciones.

A mi abuelita María que en paz descansa le agradezco por sus consejos y sus alegrías que hasta el último momento me compartió.

A mi novio Miguel y a mi amiga Daniela son personas q son muy importante en mi vida gracias porque siempre me dieron esas palabras de aliento para no rendirme cada consejo que me han ayudado a seguir adelante.

Chuma Quizhpi Gladys Fabiola

INDICE GENERAL

CARÁTULA	i
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTORA.....	ii
AUTORÍA NOTARIADA	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
INDICE GENERAL	vi
INDICES DE TABLAS.....	viii
INDICES DE GRÁFICOS.....	x
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT	xii
CAPITULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1. UBICACIÓN DEL PROBLEMA CON UN CONTEXTO	1
1.2 SITUACIÓN Y CONFLICTO	2
1.3 CAUSAS DEL PROBLEMA Y CONSECUENCIAS	3
1.4 DELIMITACION DEL PROBLEMA.....	4
1.5 FORMULACION DEL PROBLEMA.....	4
1.6 SISTEMATIZACION	4
1.7 VARIABLE DE INVESTIGACION	5
1.8 OBJETIVO DE LA INVESTIGACION	5
1.9 JUSTIFICACION E IMPORTANCIA.....	6
CAPITULO II.....	8
MARCO TEORICO	8
2. ANTECEDENTES HISTORICOS	8
2.1 MARCO CONCEPTUAL.....	17
2.2 MARCO ESPACIAL.....	20
2.3 MARCO TEMPORAL.....	20
2.4 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	21

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR	21
2.5. Variables de Investigación	40
CAPITULO III.....	42
METODOLOGÍA.....	42
3.1 Diseño de investigación.....	48
3.2. Métodos de Investigación	49
Método analítico.....	49
Método comparativo.....	49
303. Tipo de investigación	50
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	51
3.5. Técnicas e Instrumentos de la investigación.....	56
3.6. Formato de la Encuesta.....	57
ENCUESTA.....	57
CAPITULO IV	60
4.1. Propuesta.....	71
4.2. Plan de Mejoras.....	72
4.3. Desarrollo de las preguntas de plan de mejora.....	73
4.4. Desarrollo de la propuesta del plan de mejora.....	75
5 Conclusión	76
6 Recomendaciones	77
7. Bibliografía.....	78
Anexos	81

INDICES DE TABLAS

Tabla Nº. 1

Tabla de la plantilla de los trabajadores..... 45

Tabla Nº. 2

Tabla de la cantidad de los trabajadores... .. 45

Tabla Nº. 3

Tabla de los principales productos... .. 46

Tabla Nº. 4

Tabla de descripción del proceso de estudio..... 47

Tabla Nº. 5

Tabla de análisis financiero..... 48

Tabla Nº. 6

Tabla de características de población 54

Tabla Nº. 7

Tabla de muestra 57

Tabla Nº. 8

Tabla de resultados de encuestas..... 62

Tabla Nº. 9

Tabla de resultados de encuestas..... 63

Tabla Nº. 10

Tabla de resultados de encuestas..... 64

Tabla Nº. 11

Tabla de resultados de encuestas..... 65

Tabla N°. 12

Tabla de resultados de encuestas.....66

Tabla N°. 13

Tabla de resultados de encuestas.....67

Tabla N°. 14

Tabla de resultados de encuestas..... 68.

Tabla N°. 15

Tabla de resultados de encuestas..... 69.

Tabla N°. 16

Tabla de resultados de encuestas.....70

Tabla N°. 17

Tabla de resultados de encuestas.....71

Tabla N° 18

Tabla de desarrollo de preguntas del plan de mejora 74

INDICES DE GRÁFICOS

Gráfico N°. 1	
Organigrama de la empresa.....	44
Gráfico N°. 2	
Organigrama de la empresa.....	48
Gráfico N°. 3	
Análisis económicos.....	62
Gráfico N°. 4	
Tabulaciones de encuestas.....	63
Gráfico N°. 5	
Tabulaciones de encuestas.....	64
Gráfico N°. 6	
Tabulaciones de encuestas.....	65
Gráfico N°. 7	
Tabulaciones de encuestas.....	66
Gráfico N°. 8	
Tabulaciones de encuestas.....	67
Gráfico N°. 9	
Tabulaciones de encuestas.....	68
Gráfico N°. 10	
Tabulaciones de encuestas.....	69
Gráfico N°. 11	
Tabulaciones de encuestas.....	70
Gráfico N°. 12	
Tabulaciones de encuestas.....	71



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnóloga en Administración de Empresa

Tema

“mejorar el proceso de atención al cliente y calidad del restaurante “renace”

Autora: Chuma Quizhpi Gladys Fabiola

Tutor: Ing. López Perero Marlon Antonio

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo: mejorar el proceso de la atención al cliente y de la calidad que brinda el restaurante “renace”, surge debido a limitada atención en los servicios gastronómicos, genera insatisfacción a los clientes del restaurante tiene como finalidad de analizar cada influencia de la atención que les brinda el restaurante al cliente. Para el diagnóstico se utilizó un diagnóstico de técnicas de investigación como la encuesta, diagrama de causas y efectos. Este proyecto se justifica que debido a que los clientes expresan su insatisfacción, reclamos que no se les han brindado la atención adecuada, precios altos que lleva a que haya más quejas de parte de los clientes. Todo esto afecta al restaurante ya que los encargados de atender son los responsables de la excelente atención lo que requiere un servicio especial, eficiente. Por este motivo se realizara el plan de mejora para mejorar la atención en los servicios gastronómicos y generar satisfacción a los clientes del restaurante se pretende brindar los servicios mediante capacitaciones y así aumentar el interés de los empleados al dirigirse con los clientes. Al finalizar los objetivos se alcanzaron y se dio respuesta al problema planteado a través de un conjunto de acciones relacionada con las causas que están provocando los problemas detectados en la atención del restaurante es importante señalar que la naturaleza de las personas en general es sentir atraídos por la buena atención de los empleados del restaurante, despertando el interés del mismo para que así sea concurrida su visita a nuestro local y deguste las delicias de comidas y bebidas típicas con una atención de primera atendiendo sus necesidades para que el cliente se sienta satisfecho el empleado escuchara sus críticas y recomendaciones del cliente y así seguir mejorando día a día la atención para nuestros clientes.

Restaurante

Departamento

Atención al cliente

Cliente



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnóloga en Contabilidad y Auditoría.

Tema

“mejorar el proceso de atención al cliente y calidad del restaurante “**RENACE**” .’

Autora: Chuma Quizhpi Gladys Fabiola

Tutora: Ing. López Perero Marlon Antonio

ABSTRACT

This research aims to: improve the process of customer service and quality offered by the restaurant "renace" arose due to limited attention in the food service, creates dissatisfaction restaurant customers aims to analyze each influence of the attention that restaurant gives the customer. For the diagnosis, a diagnosis of investigative techniques such as a survey of cause and effect diagram is used. This project is justified because customers have express dissatisfaction, claims that they have not been given adequate attention, higher prices leading to more complaints from customers. All this affects the restaurant since the people in charge of looking after customers are responsible for the excellent service which requires a special, efficient service. For this reason the improvement plan will be made to improve attention in the food service and generate customer satisfaction for the restaurant's customers to provide the services through training and increase employee interest in addressing customers. The objectives were achieved upon completion along with responses to the problem through a series of actions related to the causes that are causing the problems identified in the care of the restaurant it is important to note that the nature of the people in general is to feel attracted to good service by the restaurant employees, attracting their interest so they visit our store and enjoy delicious food and drinks with taking care of their needs first so that the customer is satisfied, the employee listening to the criticisms and recommendations of the customer and thus further improve day by day the service for our customers.

Restaurant

Department

Customer service

Customer

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1. UBICACIÓN DEL PROBLEMA CON UN CONTEXTO

En Guayaquil el Personal Administrativo del restaurante “RENACE” no está suficientemente capacitado frente a los adelantos científicos y tecnológicos dicho de otra manera ¿Cómo incide la Evaluación de las necesidades de capacitación profesional del personal Administrativo frente a la calidad de servicio que ofrecen los restaurantes?

Problemas internos del restaurante renace es que se ha generado un crecimiento de demanda por la insuficiente atención al cliente.

Problema externo del restaurante renace es la gran cantidad de empresas que cuentan con los servicios muy similares en algunos de los precios inferiores y en otros con diversos niveles de calidad por las cuales las necesidades de los clientes en los mercados van evolucionando rápidamente.

Algunos de los síntomas que se han detectado en el caso del restaurante renace son:

- Dificultades del personal para comunicarse con los clientes.
- No existe interés de parte del personal involucrarse con los clientes, por no (conocer sus necesidades y críticas acerca del restaurante renace y poder mejorar las críticas de los clientes).

1.2 SITUACIÓN Y CONFLICTO

El espacio físico en horas pico 12am-2pm, en especial de lunes a viernes resulta insuficiente para cubrir la demanda de los comensales, sumado a ello en varias ocasiones los clientes tienen que esperar de 15-20 minutos para que se les sirva el pedido, la indumentaria del personal no es adecuada para la prestación de dicho servicio ya que no cuentan con uniformes; además no hay esmero en la decoración de los platos y en ciertas ocasiones lo(a)s mesero(as) no demuestran amabilidad peor aún respecto con el cliente.

Estas son sólo algunas de las debilidades con las que cuenta el restaurante dirigidos a clientes de clase media ubicados al norte de la ciudad de Guayaquil, por lo cual se puede determinar que existe un deficiente Servicio al Cliente , razón suficiente para que los clientes acudan a la competencia con el fin de satisfacer una necesidad básica que en éste caso es la alimentación; pero no sólo ello ya que hoy en día los clientes son mucho más exigentes y demandan productos y servicios de calidad, a bajo precio, que se les provea de ellos en el momento y lugar justo; en tal virtud los dueños de los restaurante y personal que labora dentro de los mismos debe esmerarse por superar las expectativas de sus clientes y darles un valor agregado a cambio del dinero que ellos están pagando por el servicio que se les ofrece.

El restaurante no dispone de estrategias que les permitan mejorar el Servicio al Cliente, muchos de ellos confunden la atención con el servicio sin tomar en cuenta que atender no es nada más que cumplir; en cambio servir es siempre dar más de lo que el consumidor o cliente espera.

1.3 CAUSAS DEL PROBLEMA Y CONSECUENCIAS

El reducido interés de los colaboradores al brindar servicio es generado por un bajo nivel de estudios de los trabajadores y la reducida inversión en la capacitación.

Actualmente existe una deficiente actitud de los empleados que genera una mala atención al cliente debido a la poca información sobre el servicio que se le está brindando.

Se tiene un inadecuado proceso para atención al cliente que genera desmotivación y pérdida de productividad trayendo como consecuencia el completo deterioró del clima laboral.

Si el restaurante "RENACE" no toma correctivos a la situación actual antes mencionada, se corre el riesgo de perder la fidelidad de sus clientes más frecuentes y finalice su actividad, esto traería como consecuencia la baja calidad de vida de sus colaboradores el entorno de sus actividades y la de sus familias.

Con la finalidad de que el restaurante tenga mejoras en la atención de los servicios gastronómicos, se propondrá Mejorar el proceso de atención al cliente y su calidad como restaurante "renace" en la ciudad de Guayaquil en el periodo 2015.

1.4 DELIMITACION DEL PROBLEMA

Campo: Administración

Área: Departamento de Administración

Aspecto: Mejorar por medio de Estrategias

Tema: “Mejorar el proceso de atención al cliente y calidad del restaurante “Renace”.

Región: Costa

País: Ecuador

Cantón: Guayas

Provincia: Guayaquil

Lugar: Bastión popular blq 1b

Espacio: Servicio

Periodo: 2015-2016

1.5 FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cómo Mejorar la atención en los servicios gastronómicos para generar la satisfacción a los clientes en un buen servicio del restaurante Renace?

1.6 SISTEMATIZACION

¿Qué puede provocar el bajo nivel de estudio de los trabajadores en el restaurante?

¿A qué se debe la reducida inversión de capacitación de los colaboradores?

¿Por qué motivo existe la mala atención al cliente?

¿A qué se debe la poca información sobre el servicio que se brinda?

¿Qué genera la desmotivación y pérdida de productividad en los trabajadores?

¿Qué motivo provocó el deterioro del clima laboral?

1.7 VARIABLE DE INVESTIGACION

Variable independiente: Deficiente Actitud de los Empleados

Variable dependiente: Genera poca información sobre el servicio que se Brinda

1.8 OBJETIVO DE LA INVESTIGACION

1.8.1. OBJETIVO GENERAL:

Mejorar la atención en los servicios gastronómicos, generara satisfacción a los clientes del restaurante Renace en la ciudad de Guayaquil.

1.8.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS:

1. Mejorar el interés de los colaboradores al brindar los servicios mediante capacitaciones.
2. Diagnosticar el porqué de esa actitud de los colaboradores al prestar la atención a los clientes en cuanto sus necesidades.
3. Adecuar el proceso para la atención del cliente proponiendo el plan de mejora.

1.9 JUSTIFICACION E IMPORTANCIA

Las instituciones financieras competitivas son semejantes en los servicios de calidad del restaurante "RENACE". Existen muchas instituciones que ofrecen los mismos servicios, pero no la misma calidad. Nadie sabe esto mejor que el cliente, la calidad del servicio es el gran diferenciador, está atrae y mantiene la atención del cliente.

La Presente Investigación es de mucha importancia y actualidad por cuanto el Servicio al Cliente es uno de los factores a través del cual un consumidor o cliente toma la decisión de probar un determinado producto o adquirir un servicio en relación al que le ofrece la competencia.

Los restaurantes dirigidos a clientes de clase media, que cuentan con más de cinco mesas se limitan a ofrecer menús básicos olvidando por completo que los requerimientos del cliente van más allá de una sonrisa amable al entrar al cliente.

El restaurante "RENACE"; cumplen con su función; lo que deben hacer es servirle lo que implica darle al cliente más de lo que él espera, superar sus expectativas.

El restaurante, se encarga de entrega con prontitud sus pedidos, asesoría nutricional por parte del personal para que seleccionen adecuadamente sus pedidos, ambiente agradable, diversidad de menús, cumplimiento de normas de higiene, precios justos, oportunidad para expresar sus quejas y sugerencias; entre otros aspectos gracias al cumplimiento de los cuales se logra un servicio al cliente de calidad y con calidez.

También se beneficiarán directamente los propietarios de los restaurantes ,por que contarán con una herramienta básica de servicio al cliente, la cual al ser puesta en práctica provocará resultados completamente positivos tales como: prestigio por parte de la ciudadanía, captación de clientes potenciales, mayores ingresos, asesoría tanto para ellos como para los empleados, optimización de recursos, incremento en los niveles de eficacia y eficiencia, fidelidad de los clientes actuales y captación de clientes potenciales; entre otros beneficios.

Los beneficiarios indirectos serán los empleados de los restaurantes, debido a que en la propuesta se incluirán aspectos relacionados con la importancia de concederles incentivos económicos y no económicos para que ellos se sientan

satisfechos, también dispondrán de forma gratuita de una herramienta de marketing que les servirá para su aprendizaje, tanto si permanecen laborando dentro del mismo restaurante como también si deciden emprender su propio negocio o laborar en algún otro.

Los empleados se beneficiarán también en cuanto a capacitaciones y pago justo de sus haberes, ya que es responsabilidad de los propietarios de los restaurantes ofrecer las condiciones necesarias para que su personal asista periódicamente a capacitaciones en el área de servicio al cliente.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2. ANTECEDENTES HISTORICOS

El servicio no es una decisión optativa si no un elemento imprescindible para la existencia del restaurante y constituye el centro de interés fundamental y la clave de su éxito o fracaso.

El servicio al cliente se refiere específicamente a la cadena de actividades orientadas a la satisfacción de las ventas, que en general inician con el ingreso del pedido y finalizan con la entrega del producto a los clientes.

Indica que se trata de un restaurante, actividades principales consiste en la compra de materias primas con las que se elaboran los platos típicos que luego se sirven a los clientes, por lo que se perciben los ingresos, mientras que, las actividades secundarias serian aquellas que realiza el restaurante para conseguir la máxima satisfacción de los clientes, en conjunto, a todos ellas se les llama actividades de servicios al clientes, entre las que se encuentran la distribución física y la logística.

El servicio al cliente, tal vez se imagina a un grupo de personas que trabajan en tiendas de ventas con respuestas a preguntas y quejas de los clientes.

Hay una serie de actividades que forman parte del servicio al cliente, por lo tanto, son actividades secundarias y, además, constituyen áreas de actividad principal del restaurante.

En este contexto, el servicio al cliente puede convertirse en una herramienta estratégica de marketing no sólo para conseguir que los errores sean mínimos y se pierda el menor número de clientes posible, sino para establecer un sistema de mejora continua al restaurante.

1. El servicio al cliente es un intangible. Es eminentemente perceptivo, así tenga algunos elementos objetivos.

2. Es perecedero. Se produce y consume instantáneamente.
3. Es continuo. Quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.
4. La oferta del servicio promesa básica es el estándar para medir la satisfacción de los clientes. "El cliente siempre tiene la razón cuando exige que cumplamos lo que prometemos".
6. Por ende, el foco del servicio es la satisfacción plena de las necesidades y expectativas de los clientes.

La importancia de la satisfacción al cliente: Cualquier negocio tiene cuatro metas clave:

1. Satisfacer a sus clientes
2. Conseguir una mayor satisfacción del cliente que la de sus competidores
3. Conservar los clientes en el largo plazo
4. Ganar penetración en el mercado

Para alcanzar estas metas, un negocio debe entregar a sus clientes valor siempre creciente.

El valor, es la calidad relacionada con el precio. Los clientes ya no adquieren sólo con base en el precio. Comparan el paquete total de productos y servicios que ofrece un negocio con el precio y la oferta de la competencia.

Se consigue la satisfacción del cliente cuando los productos y servicios cumplen o Exceden las expectativas de los clientes.

El enfoque de los clientes no es simplemente un problema de calidad sino buena Práctica de los negocios

La historia de la productividad es sumamente amplia, para el desarrollo de mi tema de estudio he escogido los autores más contemporáneos, como material bibliográfico para el desarrollo de mi marco teórico y marco conceptual

Limitada

Este diccionario define “limitado, que tiene límites o es escaso” (R.A.E, 2007)

Este diccionario define “limitado, que tiene escaso y cortos” (R.A.E, 2009)

Este diccionario define “limitado, abreviación” (R.A.E, 2013)

Este diccionario define “limitada, para referirse a él/ella” (R.A.E, 2007-2015)

Servicio

Este diccionario define “servicio, trabajo, especialmente cuando se hace para otra persona” (R.A.E, 2007).

Este diccionario define “servicio, acción y efecto de servir” (D.R.A, 2009)

Este diccionario define “servicio, trabajo que una persona realiza para otra” (R.A.E 2013)

Este diccionario define “servicio, utilidad o función que desempeña una cosa” (R.A.E, 2007)

Este diccionario define “servicio, conjunto de personas y medios encargados de realizar un trabajo necesario para una comunidad” (R.A.E, 2013)

Gastronomía

Este diccionario define “gastronomía, arte de preparar una buena comida” (R.A.E, 2007)

Este diccionario define “gastronomía, conjunto de conocimientos y actividades relacionados con la técnicas de cocina la gastronomía italiana” (R.A.E, 2013)

Este diccionario define “gastronomía, afición de una persona por la buena comida y los buenos restaurantes aficionado a la gastronomía” (R.A.E, 2013)

Este diccionario define “gastronomía, es la conjunción de aspecto culinarlos con aspecto culturales que hacen a cada sociedad o comunidad” (R.A.E, 2007-2015)

Insatisfacción

Revista de filosofía (2015) “es una tristeza, acompañada por la idea de una cosa pretérita, que ha sucedido contra lo que esperábamos”.

Este diccionario define “insatisfacción, cosa que provoca malestar o disgusto” (R.A.E, 2007)

Este diccionario define “insatisfacción, falta de satisfacción” (R.A.E, 2009)

Este diccionario define “insatisfacción, cualidad de quien no siente o no tiene satisfacción” (R.A.E, 2013).

Este diccionario define “insatisfacción, es un sentimiento que aparece cuando las cosas que tenemos o que hemos conseguido no nos parecen suficiente o no cubren por sí mismas nuestras expectativas” (R.A.E, 2009-2015).

Mejorar

Este diccionario define “mejorar, poner una cosa o situación mejor de lo que estaba” (R.A.E, 2007)

Este diccionario define “mejorar, ponerse el tiempo más benigno o agradable” (R.A.E, 2007).

Este diccionario define “mejorar, expresión de cortesía cuando se alaba a una persona ausente” (R.A.E, 2009)

Este diccionario define “mejorar, hacer pasar una cosa de un estado a otro mejor” (R.A.E, 2009).

Este diccionario define “mejorar, ponerse el tiempo atmosférico más agradable” (R.A.E, 2013)

Cliente

Este diccionario define “cliente, personas que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa o que compra habitualmente en un comercio” (R.A.E, 2007).

Este diccionario define “cliente, persona que está bajo la protección o tutela de otra”(R.A.E, 2009).

Este diccionario define “cliente, vendedor persona que consume productos o servicios el cliente siempre tiene la razón” (R.A.E, 2013)

Este diccionario define “cliente, es tanto para los negocios y el marketing como para la informática un individuo, sujeto o entidad que accede a recursos, productos o servicios brindados por otra” (R.A.E, 2007-2015)

Este diccionario define “cliente, es aquel individuo que, mediando una transacción financiera o un trueque, adquiere un producto o servicio de cualquier tipo (tecnológico, gastronómico, muebles o inmuebles)” (R.A.E, 2007-2015).

Atención

Este diccionario define “atención aplicación intensa de los sentidos a un asunto” (R.A.E, 2007)

Este diccionario define “atención demostración de respeto, cortesía o efecto” (R.A.E, 2007)

Este diccionario define “atención se emplea para pedir la aplicación de los sentidos a un asunto o para avisar de algo” (R.A.E, 2007)

Este diccionario define “atención demostración de respeto u obsequio, cortesía” (R.A.E, 2009)

Este diccionario define “atención usado para traer el interés de la gente”
(R.A.E, 2013)

Generar

Este diccionario define “generar, producir o crear algunas cosas” (R.A.E, 2007).

Este diccionario define “generar, producir un efecto o consecuencias”
(R.A.E, 2013)

Este diccionario define “generar, procrear, causar algo” (R.A.E, 2015)

Este diccionario define “generar, ocasionar, causar” (R.A.E, 2009)

Este diccionario define “generar, producir un producto del suelo a la industria”
(R.A.E, 2008-2015)

Satisfacción

Este diccionario define “satisfacción, cosa que satisface, que produce placer”
(R.A.E, 2007)

Este diccionario define “satisfacción, acción de colmar un deseo o satisfacer una
necesidad” (R.A.E, 2007)

Este diccionario define “satisfacción, acción y efecto de satisfacer” (R.A.E, 2009)

Este diccionario define “satisfacción, sentimiento de bienestar que se siente al
cubrir alguna necesidad” (R.A.E, 2013)

Este diccionario define “satisfacción, acción de satisfacer o satisfacerse”
(R.A.E, 2013)

Brindar

Este diccionario define “brindar, ofrecer o mostrar una cosa a alguien” (R.A.E, 2007)

Este diccionario define “brindar, ofrecer a hacer algo libremente y de buena voluntad” (R.A.E, 2007)

Este diccionario define “brindar, ofrecer bienestar o provecho” (R.A.E, 2013)

Este diccionario define “brindar, dicho de una cosa, ofrecer una oportunidad o provecho” (R.A.E, 2013)

Este diccionario define “brindar, combinar las cosas a que uno goce de ellas o de sus efectos, absoluto” (R.A.E, 2009)

Capacitaciones

Este diccionario define “capacitación, preparación de una persona para que sea apta o capaz para hacer una cosa” (R.A.E, 2007)

Este diccionario se define “capacitación, se denomina la acción y efecto de capacitar a alguien” (R.A.E, 2013-2015)

Este diccionario se define “capacitación, forma y preparar los recursos humanos de una empresa para la ejecución de sus funciones” (R.A.E, 2013-2015)

Este diccionario se define “capacitaciones, es ampliar los conocimientos y habilidades de los trabajadores, de modo que estos ejecuten de sus tareas de manera eficientes elevando los niveles de productividad de la empresa” (R.A.E, 2013-2015)

Este diccionario se define “capacitación, como tal, es una manera efectiva de seguridad la información permanente del capital humano de una empresa con respecto al desempeño de sus labores cotidianas” (R.A.E, 2013-2015)

Diagnosticar

Este diccionario se define “diagnosticar, determinar una enfermedad mediante el examen de los síntomas que presenta” (R.A.E 2007)

Este diccionario se define “diagnosticar, examinar una cosa, un hecho o una situación para buscar solución a sus males” (R.A.E 2007)

Este diccionario se define “diagnosticar, determinar el carácter de una enfermedad mediante el examen de sus signos” (R.A.E 2009)

Este diccionario se define “diagnosticar, analizar datos para evaluar un problema los periodistas diagnosticaron la situación política del país” (R.A.E 2013)

Este diccionario se define “diagnosticar, determinar el carácter de una enfermedad y sus calificación mediante los síntomas característicos” (R.A.E 2015)

Actitud

Este diccionario define “actitud, es el estado del ánimo que se expresa de una cierta manera como una actitud conciliadora” (R.A.E 2008-2015)

Este diccionario define “actitud, es una motivación social antes que una motivación biológica” (R.A.E, 2008-2015)

Este diccionario define “actitud, es la forma en la que individuo se adapta de forma activa a su entorno y es la consecuencia de un proceso cognitivo, afectivo, y conductual” (R.A.E 2008-2015)

Este diccionario define “actitud, tendría que ver con la sucesión de acciones que aseguren un equilibrio para el individuo” (R.A.E 2008-2015)

Este diccionario define “actitud, se expresa de forma conductual pero a su vez tiene un pensamiento que no se ve “debo hacer amable con esta persona”(R.A.E 2008-2015)

Necesidades

Este diccionario define “necesidad, surge cuando existe un impulso imposible de controlar que lleva a que los esfuerzos individuales se encaminen en cierta dirección” (R.A.E 2008-2015)

Este diccionario define “necesidades, son propias de todo organismo vivo y consiste en una sensación provocada por la idea de que nos faltan algo ya sea a nivel material, orgánica o sentimental” (R.A.E, 2008-2013)

Este diccionario define “necesidades, podrá comprobar que varios estudiosos han organizado las necesidades por jerarquía” (R.A.E, 2008-2015)

Este diccionario define “necesidad, se relaciona con el deseo de alcanzar un cierto producto o marca” (R.A.E 2008-2015)

Este diccionario define “necesidad, situación difícil en la que se encuentra una persona que tiene un grave problema personal o económico” (R.A.E, 2009)

Adecuar

Este diccionario define “adecuar, ajustar o acomodar una cosa a otra” (R.A.E, 2007)

Este diccionario define “adecuar, cambiar algo de un lugar a otro para que se acomode a su circunstancia” (R.A.E, 2013)

Este diccionario define “adecuar, proporcionar, acomodar, apropiar algo a otra cosa” (R.A.E, 2015)

Este diccionario define “adecuar, adaptar, habituar, igualar, acostumbrar y colocar una cosa a otra” (R.A.E, 2015)

Este diccionario define “adecuar, Proporcionar, acomodar, apropiar una cosa a otro” (R.A.E, 2009)

Plan

Este diccionario define “plan, proyecto o idea que se tiene de alcanzar o realizar una cosa” (R.A.E, 2007)

Este diccionario define “plan, proyecto de las cosas por hacer o del modo de hacerlas” (R.A.E, 2013)

Este diccionario define “plan, intención que se tiene de hacer algo” (R.A.E, 2013)

Este diccionario define “plan, es una ONG que tiene como claro objetivo el conseguir detener y acabar con los proyectos” (R.A.E, 2008-2015)

Este diccionario define “plan, es una serie de pasos o procedimiento que buscan conseguir un objeto o propósito de dirigirla a una dirección, el proceso para diseñar un plan se le conoce como planeación o planificación” (R.A.E, 2014)

2.1 MARCO CONCEPTUAL

Limitada

Según R.A.E (22.ª Ed.).(2007,2009 ,2013), Diccionario Definición ABC (2007-2015), Es aquello que se refiere a pequeño, escaso o reducido, es decir, de cuando se quiere dar cuenta que algo o alguien presenta estas características,

.

Servicio

Según R.A.E (22.ª Ed.).(2007,2009 ,2013), entiendo x por servicio el tener que brindar la atención adecuada del cliente para que el no tenga ninguna clase de quejas.

Gastronomía

Según R.A.E (22.ª Ed.).(2007,2009 ,2013), Diccionario Definición ABC (2007-2015) Gastronomía, siempre se caracteriza por ser particular y casi privativa de una región en especial, ya que en el modo en que algunos platos que se preparan en un país son diferentes al de país

Insatisfacción

Según la revistas de filosofía (2015), Diccionario R.A.E (22.ª Ed.). (2007, 2009), web consultas, (2009-2015) Esto nos señala malestares que sufre el trabajador como consecuencia de su trabajo.

Mejorar

Según la R.A.E (22.ª Ed.).(2007-2009-2013) Mediante lo estudiado entiendo que mejora es hacer que una cosa sea mucho mejor de la que era antes.

Cliente

Según la R.A.E (22ª Ed.).(2007-2009-2013), diccionario Definición ABC (2007-2015) Entiendo por cliente que es la persona que tiene la razón es la persona que consume un producto a cambio de un valor monetario.

Atención

Según la R.A.E (22ª Ed.).(2007-2009-2013) Entiendo por atención que es un mecanismo que implica directamente en el funcionamiento de los procesos en este caso demostrándoles a los clientes de restaurante que tendrán una atención adecuada.

Generan

Según la R.A.E (22^a Ed.).(2007-2013), Diccionario Nombra (2015), Diccionario Enciclopédico (2008-2015) Entiendo que generar significa dar lugar a ciertos acciones y consecuencias en un lugar en específico.

Satisfacción

Según la R.A.E (22^a Ed.).(2007-2009-2013) Entiendo por satisfacción que es la actitud que un empleado asume con respecto a su trabajo de una forma lógica, que aquellas personas que obtienen un alto nivel de satisfacción con sus actividades y actitudes muy positivas.

Brindar

Según la R.A.E (22^a Ed.).(2007-2009-2013) Entiendo por brindar que es el ofrecer una oportunidad a una persona para realizar las cosas bien y sin ninguna queja

Capacitaciones

Según la R.A.E (22^a Ed.).(2007), Diccionario Significado (2013-2015) Entiendo que capacitar es ampliarles los conocimientos a los trabajadores por medio de charlas.

Diagnosticar

Según la R.A.E (22^a Ed.).(2007-2009-2013), diccionario Word Referencie (2015) Entiendo que es detectar un problema y a su vez buscarle una solución al problema presentado.

Actitud

Según la R.A.E (22^a Ed.).(2007), diccionario R.A.E (22^a Ed.) (2015), diccionario Necesidades (2008-2015) entiendo que me quiere decir que en el restaurante el empleado debe tener un buen estado de ánimo con los clientes y en su entorno saber expresarse frente a las persona que lo rodean.

Adecuar

Según la R.A.E (2^a Ed.).(2007-2013), diccionario Definición (2015) entiendo que adecuar es intercambiar cosa de un lugar a otro acomodándose de un lugar a otro que sea adecuado para el negocio.

Plan

Según la R.A.E (22^a Ed.).(2007-2013), diccionario definición (2008-2015), diccionario concepto definición (2014) Se entiende por plan el desarrollo de proyectos necesarios para que cada día crezca el restaurante obteniendo los mejores resultados.

2.2 MARCO ESPACIAL

El proyecto de desarrollo de estrategias administrativas que generará la productividad y un excelente desarrollo, se va a realizar en el departamento de producción del restaurante “RENACE” que se encuentra ubicada en bastión popular bloq.1B de la ciudad de Guayaquil.

2.3 MARCO TEMPORAL

Los datos que serán considerados para la realización del trabajo de esta investigación propuesta serán enmarcados dentro del periodo 2014.

2.4 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

El turismo es quizá, la industria que más favorece el desarrollo de las naciones y específicamente del Ecuador. No sólo genera puestos de trabajos directos e indirectos, sino que mejora el entendimiento de los pueblos, acerca las culturas, contribuye a erradicar la pobreza, y bien promovido, es un factor de sostenimiento ambiental.

En ese contexto, la industria genera el crecimiento de negocios capaces de satisfacer necesidades humanas al brindar servicios de calidad y cumplir expectativas. Estos negocios, o infraestructura turística (hoteles, restaurantes, tour operadores, etc.), por el sólo hecho de existir, adquieren obligaciones ante El Estado, ante la sociedad, ante los usuarios y ante sí mismos; por ello, y para su efectivo funcionamiento, es indispensable el cumplimiento de las normas establecidas en la Constitución de la Republica, Plan Nacional del Buen Vivir, la legislación turística o el ministerio de Turismo, código civil, código tributario o sistema de rentas internas que faciliten la convivencia pacífica, la correcta prestación de los servicios y garanticen el respeto del medio ambiente.

El conocimiento de las leyes y reglamentos en el ámbito turístico entonces, se hace no sólo necesario, sino indispensable. Este trabajo de investigación, si bien no busca convertir a los y las estudiantes en abogados o expertos en la materia, pretende brindar el conocimiento básico en términos legales a los futuros propietarios o administradores de hoteles y restaurantes, para actuar dentro del marco de la ley, respondiendo a las obligaciones contraídas.

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR

Se seleccionó los siguiente objetivos del plan nacional del buen vivir por lo cual aportan con el desarrollo de las capacidades y de sus potencialidades eso lleva impulsar la transformación de la matriz productiva.

Objetivo 4. Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.-

De acuerdo a lo que me indica el objetivo cuatro es preciso centrar los esfuerzos para poder garantizar a todos los derechos bajo condiciones de calidad y equidad, teniendo como centro al ser humano y el territorio. Y así fortalecer el rol de conocimiento, promoviendo la investigación científica y tecnológica responsable con la sociedad y con la naturaleza

Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva.-

indica este objetivo que debido a los nuevos desafíos actuales se deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad , competitivos, sostenibles, sustentables y diversos ,con versión territorial y de inclusión económica además se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistemática, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada. Lo cual se dirige hacia una estructura productiva orientada al conocimiento y a la innovación.

Para así para transitar una transformación del modelo productivo y económico vigente, el fortalecimiento de nuestro talento humano ha sido y es el principio y fin de nuestras políticas de transformación y modernización de la matriz productiva del país. Esto requiere conocer el nivel técnico y profesional actual de los actuales de trabajadores ecuatorianos, con condiciones de base que permitan alcanzar las habilidades y destrezas necesarias, en las múltiples industrias del sector.

Código de trabajo

(Codificación No. 2005•017)

Nota:

En aplicación a la reforma establecida en la Disposición Reformatoria Primera del Código Orgánico Integral Penal (R.O. 180-S, 10-11-2014), la denominación del

“Código Penal” y del “Código de Procedimiento Penal” fue sustituida por “Código Orgánico Integral Penal”

El honorable congreso nacional y la comisión de legislación y codificación resuelven expedir la siguiente codificación del código del trabajo.

El artículo uno nos habla del ámbito de este código, los preceptos de este Código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo.

Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes especiales o en convenios internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en los casos específicos a las que ellas se refieren.

El artículo dos se trata de la obligatoriedad del trabajo, El trabajo es un derecho y un deber social.

El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes.

El artículo tres señalan que Ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos de inmediato por la ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio. Fuera de esos casos, nadie estará obligado a trabajar sino mediante un contrato y la remuneración correspondiente. En general, todo trabajo debe ser remunerado.

El artículo cuatro y cinco nos dice que los trabajadores no pueden renunciar a sus derechos los cuales los funcionarios administrativos están obligados a prestar a los trabajadores oportuna y debida protección para la garantía y eficacia de sus derechos.

El artículo treinta y uno se trata del trabajo en grupo que si el empleador diere trabajo en común a un grupo de trabajadores conservará, respecto de cada uno de ellos, derechos y deberes de empleador.

El artículo treinta seis, nos habla de los representantes de los empleados los representantes de los empleados son los directores, gerentes, administradores, y en general, las personas que nombre de sus principales ejercen funciones de dirección y administración, aún sin tener poder escrito y suficiente según el derecho común. El empleador y sus representantes serán solidariamente responsables en sus relaciones con el trabajador.

El artículo cincuenta seis nos habla de la prohibición de trabajo a diario está establecida en el artículo que antecede. Cuando ocurriere alguno de los casos previstos en el numeral primero del artículo 52 de este Código, se podrá aumentar la jornada, debiendo el empleador dar parte del hecho al inspector del trabajo, dentro del mismo plazo, bajo igual sanción y con las mismas restricciones que se indican en el citado artículo.

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

El artículo sesenta cinco se trata de los días de descanso obligatorios además de los sábados y domingos, son días de descanso obligatorio los siguientes: 1 de enero, viernes santo, 1 y 24 de mayo, 10 de agosto, 9 de octubre, 2 y 3 de noviembre y 25 de diciembre. Lo son también para las respectivas circunscripciones territoriales y ramas de trabajo, los señalados en las correspondientes leyes especiales.

El artículo sesenta y nueve nos habla de las vacaciones anuales para todos los trabajadores tendrá el derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de descanso, incluidos los días no laborables. Los trabajadores

que hubieren prestado servicios por más de cinco años en la misma empresa o al mismo empleador, tendrán derecho a gozar adicionalmente de un día de vacaciones por cada uno de los años excedentes o recibirán en dinero la remuneración correspondiente a los días excedentes.

Los trabajadores recibirán por adelantado la remuneración correspondiente al período de vacaciones de cada uno de los trabajadores.

Los trabajadores menores de dieciséis años tendrán derecho a veinte días de vacaciones y los mayores de dieciséis y menores de dieciocho, lo tendrán a dieciocho días de vacaciones anuales. Los días de vacaciones adicionales por antigüedad no excederán de quince, salvo que las partes, mediante contrato individual o colectivo, convinieren en ampliar tal beneficio.

El artículo ciento tres nos habla de considerar como una sola empresa a las empresas que se dediquen a la producción, otras, primordialmente, al reparto y venta de los artículos producidos por las primeras, el Ministro de Trabajo y Empleo podrá considerarlas como una sola para el efecto del reparto de participación de utilidades.

El artículo ciento cinco tratamos sobre el plazo que tenemos para los pagos de utilidades de la parte que corresponda individualmente a cada uno de los trabajadores por sus utilidades se pagará dentro de un plazo de quince días, contados a partir de la fecha de liquidación de utilidades, que deberá hacerse hasta el 31 de marzo de cada año.

El artículo ciento once nos habla de los derechos a la decimotercera remuneración o bono navideño, Los trabajadores tienen derecho a que sus empleadores se les paguen, hasta el veinticuatro de diciembre de cada año, una remuneración equivalente a la doceava parte de las remuneraciones que hubieren percibido durante el año.

El artículo trescientos diez se trata de las causas para dar por terminado los contratos de trabajo. Estos contratos terminan por las causas generales, sin perjuicio de que el empleador pueda también dar por concluido el contrato, sin necesidad de desahucio, las siguientes causas son:

1. Cuando el empleado revele secretos o haga divulgaciones que ocasionen perjuicios al empleador
2. Cuando el empleado haya inducido al empleador a celebrar el contrato mediante certificados falsos.

El artículo trescientos cuarenta y siete nos habla de los riesgos del trabajo que son las eventualidades dañosas que está sujeto el trabajador, con ocasión o por consecuencia de su actividad, también por los efectos de la responsabilidad del empleador se consideran riesgos del trabajo las enfermedades profesionales y los accidentes.

CODIGO DE COMERCIO

Codificación 28 Registro Oficial Suplemento 1202 de 20-ago-1960 Última modificación: 22-oct-2010 Estado: Vigente

El Artículo uno y dos nos habla sobre el Código de Comercio que rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por los comerciantes. Son comerciantes los que, teniendo capacidad para contratar, hacen del comercio su profesión habitual.

El artículo tres nos señala los actos de comercio, ya que de parte de todos los contratantes, y de parte de alguno de ellos tenemos solamente los siguientes:

- 1.- La compra o permuta de cosas muebles, hecha con ánimo de revenderlas o permutarlas en la misma forma o en otra distinta; y la reventa o permuta de estas mismas cosas. Pertencen también a la jurisdicción mercantil las acciones contra los agricultores y criadores, por la venta de los frutos de sus cosechas y ganados, más no las intentadas contra los comerciantes para el pago de lo que hubieren comprado para su uso y consumo particular, o para el de sus familias
- 2.- La compra y la venta de un establecimiento de comercio, y de las acciones de una sociedad mercantil
- 3.- La comisión o mandato comercial
- 4.- Las empresas de almacenes, tiendas, bazares, fondas, cafés y otros establecimientos semejantes
- 5.- El transporte por tierra, ríos o canales navegables, de mercaderías o de personas que ejerzan el comercio o viajen por alguna operación de tráfico
- 6.- El depósito de mercaderías, las agencias de negocios mercantiles y las empresas de martillo
- 7.- El seguro
- 8.- Todo lo concerniente a letras de cambio o pagarés a la orden, aún entre no comerciantes; las remesas de dinero de una plaza a otra, hechas en virtud de un contrato de cambio, y todo lo concerniente a libranzas entre comerciantes solamente, o por actos de comercio de parte del que suscribe la libranza
- 9.- Las operaciones de banco
- 10.- Las operaciones de correduría
- 11.- Las operaciones de bolsa
- 12.- Las operaciones de construcción y carena de naves, y la compra o venta de naves o de aparejos y vituallas

13.- Las asociaciones de armadores

14.- Las expediciones, transportes, depósitos o consignaciones marítimas

15.- Los fletamentos, préstamos a la gruesa y más contratos concernientes al comercio marítimo

16.- Los hechos que producen obligación en los casos de averías, naufragios y salvamento.

El artículo seis nos indica que Toda persona que, según las disposiciones del Código Civil, tiene capacidad para contratar, la tiene igualmente para ejercer el comercio, personas que de acuerdo con lo dispuesto en los Arts. 4 y 6 de la Ley de Cámaras de Comercio deban afiliarse a las Cámaras de Comercio, probarán su condición de comerciantes con la presentación de la matrícula de comercio y la cédula de afiliación a la Cámara y si no hubieren cumplido con estos requisitos no podrán ejercer el comercio, considerándose como ilícita cualquier actividad mercantil".

El artículo veinte uno nos habla de la matrícula de comercio que se llevará en la Oficina del Registrador Mercantil del cantón, en un libro forrado, foliado y cuyas hojas se rubricarán por el Jefe Político del Cantón. Los asientos serán numerados según la fecha en que ocurran, y suscritos por el Registrador Mercantil.

El artículo veinte siete tratamos sobre los fiscalizadores de impuestos, en las visitas que efectúen a los establecimientos comerciales o industriales, podrán exigir la exhibición de los respectivos contratos sociales y de la correspondiente matrícula de comercio, sea ésta referente a negocios colectivos o individuales.

El artículo treinta nos habla del Registro que debemos llevar en un sólo libro foliado, en el que se inscribirán los siguientes registros.

1.- Las matrículas de los comerciantes y de las compañías anónimas, comerciales, industriales y agrícolas; 2.- La autorización del curador que habilite a los menores para comerciar; 3.- La autorización para comerciar, dada a la mujer casada por el marido, o por el Juez según el caso, y la escritura en que el marido límite la responsabilidad de los bienes que la mujer pueda afectar con su comercio; 4.- La revocación de la autorización para comerciar dada a la mujer casada o al menor

5.- Las capitulaciones matrimoniales, inventarios solemnes, testamentos, particiones, sentencias ejecutoriadas, o actos de adjudicación; y las escrituras públicas que impongan al cónyuge comerciante responsabilidad en favor del otro cónyuge; 6.- Las demandas de separación conyugal o de separación de bienes, las sentencias ejecutoriadas que declaren una u otra, las escrituras públicas de exclusión de bienes y las liquidaciones practicadas para determinar lo que el cónyuge comerciante deba entregar al otro cónyuge.

Las demandas de separación conyugal o de separación de bienes deben registrarse y fijarse en la Oficina del Registrador Mercantil del cantón, con un mes por lo menos de anticipación a la sentencia de primera instancia, y, en caso contrario, los acreedores mercantiles tendrán derecho a impugnar, por lo que mira a sus intereses, los términos de la separación y las liquidaciones pendientes o practicadas para llevarla a cabo;

7.- Los documentos justificativos de los haberes del que está bajo la patria potestad, o del menor o del incapaz que está bajo la tutela o curatela de un comerciante; 8.- Las escrituras en que se forme, prorrogue o disuelva una sociedad; las que en una sociedad introduzcan alteración que interese a terceros, y aquellas en que se nombren liquidadores; 9.- Los poderes que los comerciantes otorgan a sus factores y dependientes para administrar negocios; 10.- La autorización que el Juez de lo Civil concede a los corredores y martilladores para

el ejercicio de sus cargos; 11.- El permiso concedido a las sociedades extranjeras que quieran establecer sucursales o agencias en el país; 12.- Las patentes de navegación de buques; y, 13.- Los autos de quiebra y rehabilitación.

El artículo cuarenta y cuatro nos habla de los comerciantes que por menor pueden llevar las operaciones de su giro en un sólo libro, encuadernado, forrado y foliado, en el que asentarán diariamente, y en resumen, las compras y ventas que hicieren al contado, y detalladamente, las que hicieren al fiado; y los pagos y cobros que hicieren sobre éstas operaciones.

Se considerarán comerciantes por menor los que habitualmente solo venden al detalle, directamente al consumidor.

El artículo cuarenta uno Se llevará acabo también libros especiales de facturas, que podrán ser copiadores de prensa.

El artículo cuarenta dos nos indican que en los libros Mayor se abrirán las cuentas con cada persona u objeto, por Debe y Haber, trasladándose las partidas que le correspondan con referencia al Diario, y por el mismo orden de fechas que tengan en éste.

El artículo cuarenta y tres tratamos sobre el comerciante, al empezar su giro, y al fin de cada año, hará en el Libro de Inventarios una descripción estimativa de todos sus bienes, tanto muebles como inmuebles, y de todos sus créditos activos y pasivos.

Estos inventarios serán firmados por todos los interesados en el establecimiento de comercio que se hallen presentes a su formación.

En el Libro de Caja se asentarán todas las partidas de entrada y salida de dinero, pudiendo recopilarse al fin de cada mes todas las de cada cuenta distinta al pie del último día del mes.

El artículo cuarenta cuatro nos señalan que los comerciantes por menor pueden llevar las operaciones de su giro en un sólo libro, encuadernado, forrado y foliado, en el que asentarán diariamente, y en resumen, las compras y ventas que hicieren al contado, y detalladamente, las que hicieren al fiado; y los pagos y cobros que hicieren sobre éstas.

Al principiar sus negocios y al fin de cada año, harán y suscribirán en el mismo libro, el inventario de todos sus bienes, muebles e inmuebles, créditos y débitos.

Se considerarán comerciantes por menor los que habitualmente solo venden al detalle, directamente al consumidor.

El artículo cuarenta cinco nos señalan las prohibiciones a los comerciantes como algunos puntos tenemos:

- 1.- El Alterar en los asientos el orden y la fecha de las operaciones descritas
- 2.- Dejar blancos en el cuerpo de los asientos, o a continuación de ellos
- 3.- Poner asientos al margen y hacer interlineaciones, raspaduras o enmiendas
- 4.- Borrar los asientos o parte de ellos
- 5.- Arrancar hojas, alterar la encuadernación y foliatura y mutilar alguna parte de los libros.

REGLAMENTO DE FACTURACIÓN

(Decreto No. 1011)

El reglamento de facturación rige los siguientes códigos:

El artículo uno señala los comprobantes de venta que Para los fines de este Reglamento, se entiende por comprobante de venta todo documento que acredite la transferencia de bienes o la prestación de servicios. En consecuencia, quedan comprendidos bajo este concepto los siguientes documentos:

- a) Facturas;
- b) Notas, o boletas de venta;
- c) Liquidaciones de compra de bienes o prestación de servicios;
- d) Tiquetes o vales emitidos por máquinas registradoras;
- e) Los autorizados referidos en el artículo 10 de este Reglamento;
- f) Notas de crédito y notas de débito; y,
- g) Otros que por su contenido y sistema de emisión, permitan un adecuado control por parte del Servicio de Rentas Internas y se encuentren previa y expresamente autorizados por dicha Institución.

El Servicio de Rentas internas autorizará la impresión de los comprobantes de venta a través de los establecimientos gráficos autorizados, en los términos y bajo las condiciones del presente Reglamento.

De igual forma el Servicio de Rentas Internas podrá limitar o restringir la impresión de los comprobantes de venta, en función del grado de cumplimiento de las obligaciones del contribuyente que haya solicitado su impresión.

El artículo dos (Reformado por el Art. 1 del D.E. 1072, R.O. 236-S, 19-VII-99).- Obligación de emisión de comprobantes de venta.- Están obligados a emitir comprobantes de venta todos los sujetos pasivos de los impuestos a la renta, al

valor agregado o a los consumos especiales, sean sociedades o personas naturales, incluyendo las sucesiones indivisas, obligados o no a llevar contabilidad, en los términos establecidos por la Ley de Régimen Tributario Interno.

De Los Tipos De Comprobantes Y De Las Oportunidades De Emisión

El artículo tres señala que para ejercer el derecho al crédito tributario en el caso del impuesto al valor agregado, sólo se considerarán válidos las facturas, las liquidaciones de compras de bienes o adquisición de servicios, los pasajes expedidos por las empresas de aviación por el servicio de transporte aéreo de personas y los comprobantes emitidos por las empresas de seguros y por las empresas de telecomunicaciones.

También sustentarán el crédito tributario aquellos comprobantes de venta que fueren autorizados expresamente, mediante Resolución, por el Servicio de Rentas Internas.

El artículo cuatro señala que para sustentar costos o gastos a efectos de la determinación y liquidación del impuesto a la renta, solo se considerarán como comprobantes válidos los determinados en los artículos 1 y 3, siempre que cumplan con todos los requisitos establecidos en este Reglamento.

El artículo cinco señala que los comprobantes de venta enumerados en el artículo 1, se utilizarán o emitirán conforme las reglas que constan en los artículos 6 al 12.

El artículo seis señala que solo se emitirán facturas en los siguientes casos:

- a) Cuando las operaciones se realicen para transferir bienes o prestar servicios a sociedades o personas naturales que tengan derecho al uso de crédito tributario;
- y) En operaciones de exportación.

El artículo siete señala que se emitirán notas o boletas de venta únicamente en operaciones con consumidores o usuarios finales.

El artículo veintidós señala que el Servicio de Rentas Internas mediante circulares de carácter general y obligatorio, normará las demás características de los comprobantes de venta, su emisión, numeración, registro y archivo.

En el caso de comprobantes de venta que sustenten crédito tributario, su registro y archivo deberá realizarse en medios magnéticos, que estarán a disposición del Servicio de Rentas Internas.

El artículo veinticinco señala que el envío de información al Servicio de Rentas Internas.- Los registros y archivos de comprobantes de venta y guías de remisión, deberán ser entregados al Servicio de Rentas Internas en la forma y plazos que éste establezca para el efecto.

CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES

El artículo uno se trata sobre el rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas.

El artículo dos nos señala la Actividad Productiva que se considerará la 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.

El artículo tres nos señala el presente Código que tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir.

Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

El artículo ocho nos señala el Salario Digno, el salario mensual es el que cubra al menos las necesidades básicas de la persona trabajadora así como las de su familia, y corresponde al costo de la canasta básica familiar dividido para el número de perceptores del hogar.

El costo de la canasta básica familiar y el número de perceptores del hogar serán determinados por el organismo rector de las estadísticas y censos nacionales oficiales del país, de manera anual, lo cual servirá de base para la determinación del salario digno establecido por el Ministerio de Relaciones Laborales.

El artículo nueve nos señala los Componentes del Salario Digno Única y exclusivamente para fines de cálculo, para determinar si un trabajador recibe el salario digno mensual, se sumarán los siguientes componentes:

- a. El sueldo o salario mensual;
- b. La decimotercera remuneración dividida para doce, cuyo período de cálculo y pago estará acorde a lo establecido en el Art. 111 del Código del Trabajo

c. La decimocuarta remuneración dividida para doce, cuyo período de cálculo y pago estará acorde a lo señalado en el Art. 113 del Código del Trabajo

d. Las comisiones variables que pague el empleador a los trabajadores que obedezcan a prácticas mercantiles legítimas y usuales

e. El monto de la Participación del trabajador en utilidades de la empresa de conformidad con la Ley, divididas para doce

f. Los beneficios adicionales percibidos en dinero por el trabajador por contratos colectivos, que no constituyan obligaciones legales, y las contribuciones voluntarias periódicas hechas en dinero por el empleador a sus trabajadores.

El artículo once nos indica el sistema de Innovación, Capacitación y Emprendimiento del 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.

Este sistema articulará la labor de varias instituciones públicas y privadas en sus diferentes fases de desarrollo y sus diferentes instrumentos, en una sola ventanilla de atención virtual, desconcentrada y descentralizada para la difusión de: capacitación para la generación de competencias emprendedoras, instrumentos de financiamiento, de capital de riesgo, banca de desarrollo orientada al financiamiento de emprendimientos, y fondo nacional de garantías; asistencia técnica y articulación con los gobiernos autónomos descentralizados, organizaciones sin fines de lucro, empresas, universidades, incubadoras, entre otros.

El artículo trece nos señala los efectos para la presente normativa se tendrá las siguientes definiciones:

a. Inversión productiva.- Entiéndase por inversión productiva, independientemente de los tipos de propiedad, al flujo de recursos destinados a producir bienes y servicios, a ampliar la capacidad productiva y a generar fuentes de trabajo en la economía nacional

b. Inversión Nueva.- Para la aplicación de los incentivos previstos para las inversiones nuevas, entiéndase como tal al flujo de recursos destinado a incrementar el acervo de capital de la economía, mediante una inversión efectiva en activos productivos que permita ampliar la capacidad productiva futura, generar un mayor nivel de producción de bienes y servicios, o generar nuevas fuentes de trabajo, en los términos que se prevén en el reglamento.

El mero cambio de propiedad de activos productivos que ya se encuentran en funcionamiento así como los créditos para adquirir estos activos, no implica inversión nueva para efectos de este Código.

e. Inversionista nacional

La persona natural o jurídica ecuatoriana, propietaria o que ejerce control de una inversión realizada en territorio ecuatoriano. También se incluyen en este concepto, las personas naturales o jurídicas o entidades de los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios ecuatorianos, propietarios o que ejercen control de una inversión realizada en territorio ecuatoriano.

Las personas naturales ecuatorianas que gocen de doble nacionalidad, o los extranjeros residentes en el país para los efectos de este Código se considerarán como inversionistas nacionales.

No se considerará como inversión extranjera, aquella realizada por una empresa nacional o extranjera, cuyas acciones, participaciones, propiedad o control, total o mayoritario, le pertenezca a una persona natural o sociedad ecuatoriana.

El artículo catorce nos indica las nuevas inversiones no requerirán de autorizaciones de ninguna naturaleza, salvo aquellas que expresamente señale la ley y las que se deriven del ordenamiento territorial correspondiente; debiendo cumplir con los requisitos que exige esta normativa para beneficiarse de los incentivos que aquí se establecen.

Los beneficios del presente Código no se aplicarán a aquellas inversiones de personas naturales o jurídicas extranjeras domiciliadas en paraísos fiscales.

El reglamento regulará los parámetros de aplicación de los incentivos a todos los sectores que lo soliciten.

Los beneficios y garantías reconocidos por este Código se aplicarán sin perjuicio de lo establecido en la Constitución de la República y en otras leyes, así como en los acuerdos internacionales debidamente ratificados por Ecuador

El artículo veinte nos habla del Régimen Tributario de la materia impositiva, las inversiones nacionales y extranjeras estarán sujetas al mismo Régimen Tributario, con las excepciones previstas en este Código.

El artículo veinte uno nos señala las normas obligatorias de los inversionistas nacionales y extranjeros y sus inversiones están sujetos, de forma general, a la observancia y fiel cumplimiento de las leyes del país, y, en especial, de las relativas a los aspectos laborales, ambientales, tributarios y de seguridad social vigentes.

El artículo cuarenta cuatro nos indica sobre los servicios de apoyo de las persona natural o jurídica, nacional o extranjera, que desee establecerse en una Zona Especial de Desarrollo Económico para brindar servicios de apoyo o soporte a los operadores instalados en la zona autorizada, deberá presentar su solicitud a la empresa administradora respectiva, quien aprobará o negará su pedido previo dictamen favorable de Unidad Técnica - Operativa, responsable de la supervisión y control de las ZEDE.

Las empresas que se instalen para brindar servicios de apoyo a los operadores de una Zona Especial de Desarrollo Económico, deberán cumplir con todas las

normas de seguridad y de control que se deriven del presente Código, su reglamento, así como de las directrices que emita el Consejo Sectorial de la producción.

En el caso de instituciones del sistema financiero privado, nacional o extranjero, deberán obtener la autorización de la Superintendencia de Bancos, que fijará los requisitos que deban cumplir estas empresas.

El artículo cuarenta cinco nos señala la responsabilidad de los operadores y del administrador de la Zona Especial de Desarrollo Económico serán solidariamente responsables respecto al ingreso, tenencia, mantenimiento y destino final de toda mercancía introducida o procesada en las zonas autorizadas, y responderán legalmente por el uso y destino adecuado de las mismas. La responsabilidad solidaria establecida opera sobre las obligaciones tributarias aduaneras incumplidas, y sobre las sanciones pecuniarias que se impongan por infracciones cometidas, reconocidas en este Código y en su Reglamento de aplicación.

El artículo setenta dos hablamos de las Competencias, deberes y atribuciones del organismo del rector en materia de política comercial, tenemos las siguientes enunciados:

a. Formular y aprobar las políticas y estrategias, generales y sectoriales, en materia de comercio exterior, fomento y promoción de las exportaciones, así como designar a los organismos ejecutores

b. Emitir dictamen previo para el inicio de negociaciones de acuerdos y tratados internacionales en materia de comercio e integración económica; así como los lineamientos y estrategias para la negociación. Dentro del marco de las negociaciones comerciales, el Estado podrá brindar preferencias arancelarias o tributarias para la entrada de productos que sean de su interés comercial, con especial énfasis en los bienes ambientalmente responsables

c. Crear, modificar o suprimir las tarifas arancelarias

- d. Revisar las tasas no arancelarias, distintas a las aduaneras, vinculadas a los procesos de comercio exterior
- e. Regular, facilitar o restringir la exportación, importación, circulación y tránsito de mercancías no nacionales ni nacionalizadas, en los casos previstos en este Código y en los acuerdos internacionales debidamente ratificados por el Estado ecuatoriano
- h. Establecer los parámetros de negociación comercial internacional en materia de origen
- i. Adoptar las medidas que sean necesarias para la simplificación y eficiencia administrativa en materia de comercio exterior, distinto de los procesos aduaneros
- l. Aprobar contingentes de importación o medidas restrictivas a las operaciones de comercio exterior, cuando las condiciones comerciales, la afectación a la industria local, o las circunstancias económicas del país lo requieran
- m. Resolver los conflictos de competencia que pudieran presentarse entre los distintos organismos del sector público en materia de comercio exterior.

2.5. Variables de Investigación.

Variable independiente: Limitada atención en los servicios gastronómicos.

La limitada atención los clientes reflejan por el poco interés de parte de los colaboradores que brindan el servicio y la actitud al brindarlos, esto se debe a la reducida inversión que las autoridades de la empresa han realizado en la capacitación de sus empleados para que ellos puedan brindar una mejor atención a sus comensales.

Variable dependiente: Genera insatisfacción a los clientes del restaurante Renace.

Generar insatisfacción a nuestros clientes por medios de la atención brindada y del poco interés de los empleados al momento servir su pedido a nuestros consumidores.

CAPITULO III

METODOLOGÍA

La metodología permite constituir el medio indispensable analizar las herramientas teórica y prácticas para solucionar los problemas mediante el método científico, los conocimientos representa una actividad del entorno académico y profesional dando el desarrollo intelectual por medio de la investigación.

El profesional actual, da información consolidada a la investigación viendo que el avance científico tecnológico es necesario habilitarlo en el manejo de prácticas y actitudes cada vez más científicos, es necesario que el profesional posea claridad en los conceptos generales del conocimiento. El método científico y de investigación pueda realizar acercamientos más rigurosos a los problemas investigativa.

El restaurante “RENACE” comenzó a brindar sus servicios desde el año 2000 el restaurante se dedica a elaborar su producto y a dar un buen servicio a sus clientes dándole una comida sana y saludable día a día con una atención adecuada para que cada cliente se sienta satisfecho.

Misión

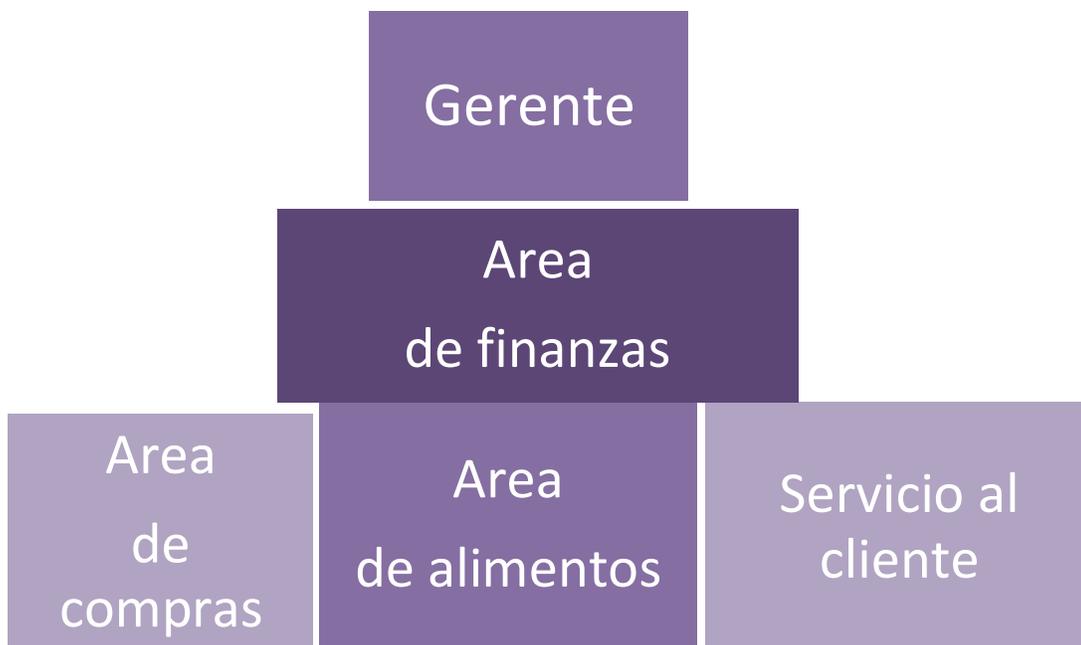
Satisfacer las necesidades gastronómicas de nuestro clientes, ofreciendo alimentos y servicios con la más alta calidad, donde se sobre pasen las expectativas de nuestros consumidores y ser un espacio de trabajo la realización personal y el desarrollo de un equipo de trabajo. Tomando como estrategia principal el mejoramiento de un buen servicio en un ambiente seguro, agradable, y familiar a un precio cómodo.

Visión

“ser el mejor restaurante a nivel regional” ser reconocido a nivel nacional, como un equipo de trabajo original y profesional, con calidad humana y principios éticos, que ofrezca servicios y productos de excelencia a sus clientes; posibilidades de desarrollar a su personal, trato justos a sus proveedores; transparencias y buenos manejos a la autoridades y colaboración en el desarrollo de la atención turística en nuestra región.

Organigrama de la empresa

Grafico N° 1



Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

PLANTILLAS DE LOS TRABAJADORES

Tabla N. ° 1

Plantilla de trabajadores	
Áreas	Núm. De trabajadores
Gerente	1
Finanzas	1
Compras	2
Alimentos	2
Servicio al cliente	4
Total	10

Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

Cantidad de trabajo por categoría ocupacional

Tabla N° 2

TOTAL DE LOS TRABAJADORES		
Nombre	Ocupacion	# trabajadores
Quizhpi Cajilema Blanca Alexandra	Gerente	1
CHuma Fernandez Nicolas	Finanzas	1
Dilan Josue Espinoza moreno	Compras	1
Daniela Verdezoto Peñafiel	Compras	1
Chuma Quizhpi Monica Alexandra	Alimentos	1
Chuma Quizhpi Gladys Fabiola	Alimentos	1
Barona Rodriguez Roberto Luis	Servicio al cliente	1
Chuma Padilla Miguel Anguel	Servicio al cliente	1
Uvidia Quizhpi Ivan Segundo	Servicio al cliente	1
Quizhpi Cajilema Beatriz Esperanz	Servicio al cliente	1
	TOTAL	10

Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

Cientes, proveedores más importantes

El restaurante “RENACE” cuenta con clientes muy importantes que consumen nuestras comidas saludables en unión con sus familias y amistades o equipos o compañeros de trabajo, contamos con la presencia de clientes de varias regiones brindándoles a diario un excelente ambiente con nuestra mejor calidad de atención.

Los proveedores es nuestra parte fundamental con la que cuenta el restaurante contamos con el producto de la coca cola, Big cola, míster pollo, pronaca, son productos muy importantes para elaborar a diario nuestras comidas.

Principales productos

Las principales comida que ofrecemos en el restaurante tenemos los siguientes platos:

Tabla N° 3

Clases De Comida
Yapingancho
Seco de pollo
Guatita
Corvina con patacones
Ensaladas
tortillas
bolones
café
sopas de legumbres
sopa de pollo
cremas
caldo de bagre
jugos naturales
colas
aguas

Descripción del proceso de estudio o puestos de trabajo

Tabla N°4

AREA	FUNCIONES
Gerente	Ser el lider del restaurante Dirige y controla el desempeño de todas las areas Actua en coherencia con los valores organizacionales Planifica y Sastiface a sus empleados
Finanzas	Administra todos los ingresos de la empresa Precentar informes mensuales de la ejecucion de la diferentes areas bajo su responsabilidad Administrar y controlar los ingresos y egresos de los diferentes fondos que maneje la empresa
Compra	seleccionar proveedores Pedir prosupuestos y realizar compras especificas Gestionar relacion con proveedores
Alimentos	Planeamiento del menu y preparacion de alimentos Supervisar la preparacion oportuna de los alimentos Preparar los alimentos frescos y diariamente
Servicio al Cliente	Solicitan informacion relativa a la empresa y sus productos o servicios recepcion de las sugerencias de los clientes prevencion de las posibles causas de conflictos con los clientes

Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

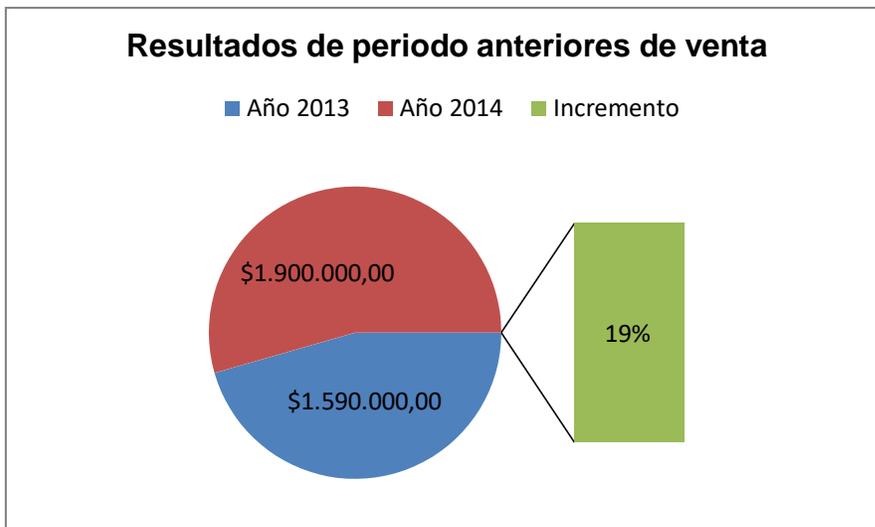
Análisis económico financiero.

Resultados de periodos anteriores de la empresa:

Tabla N°5

Resultados de periodos anteriores de venta de la empresa			
Año 2013	Año 2014	Incremento	Diferencia
\$ 1.590.000,00	\$ 1.900.000,00	19%	\$ 310.000,00

Gráfico N°2



Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

ANALISIS

El indicador de medidas de las ventas del año 2013 al año 2014 me muestra un 19% de incremento de ventas al año 2015 la empresa tiene la proyección del 30% de incremento en sus ventas.

Indicador como productividad, rendimientos de equipo, materiales

Recursos obtenidos

Recursos utilizados que se han invertido en el año

900,000 = 1,15% la productividad que ha tenido la empresa
780,000

Análisis: El 1% cubro mi costo y el 15% es mi rentabilidad

3.1 Diseño de investigación

Investigación Cuantitativa.

La investigación cuantitativa nos señala el procedimiento de decisiones, entre ciertas alternativas, utilizamos magnitudes numéricas que se trata mediante las herramientas estadísticas, esta metodología cuantitativa se requiere que los elementos del problema de investigación sea representable de algún modelo numérico ya sea lineal o exponencial.

Investigación cualitativa

La investigación cualitativa estudia la calidad de las relaciones, asuntos en una determinada situación o problema, procura lograr una descripción que intenta analizar un asunto o actividad en particular.

Determina la relación de causas y efectos entre dos o más variables, esta investigación cualitativa nos indica más interés en saber como ocurre el proceso en que se da el asunto o problema

3.2. Métodos de Investigación

Métodos de Investigación.

Por medio del método de investigación existe forma de identificar su aplicación de la investigación esta investigación promueve la investigación empírica con alto grado de objetividad esto nos ayuda a dar más desarrollo a la investigación cuantitativa las cuales se apoyan en la pruebas estadísticas, no puede ser alcanzado ni observados a menos que realicen esfuerzos con alto grado de subjetividad hacías las cualidades.

Método analítico.

Este método nos indica un procedimiento más complejo con respeto a la investigación descriptiva, que consiste fundamentalmente en establecer las comparaciones de variables entre grupos de estudios sin aplicar ni manipular las variables, sin embargo se refieren a la proposición de la hipótesis que el investigador trata de aprobar.

Método comparativo.

El método comparativo consiste en establecer sus similitudes y diferencias y de ellos sacar conclusiones que definan un problema o que establezcan caminos a futuro para mejorar los conocimientos de la empresa.

Método inductivo.

El método inductivo es uno de los métodos más populares que a la hora que de la investigación científica son más salientes y distintivas que llega a la conclusión de diversos aspectos a través del análisis se dice que el método consiste en ir de lo particular a lo general.

Método deductivo.

El método deductivo se encarga de sostener la conclusión acerca de un tema mediante una ley general, está generalizado por parte que se puede caer en errores o equivocaciones, el método inductiva rematan a la debilidad.

303. Tipo de investigación

Investigación Exploratoria

Son investigaciones que nos da una visión general con respecto a una determinada realidad.

Se realizan especialmente cuando el tema elegido ha sido poco reconocido, es difícil formular hipótesis o cuando dispone el investigador resultan insuficientes como para emprender un trabajo.

Investigación Descriptiva.

La investigación descriptiva nos señala lo primordial de algunas características fundamentales utilizando criterios sistemáticos que permitan manifestar su estructura o comportamiento, de esta forma se pueden obtener las notas caracterizadas a la realidad estudiada.

Investigación Explicativa

Son aquellos trabajos donde nos muestran preocupación, determinan los orígenes en las causas de un determinado conjunto, donde el objetivo es conocer porque suceden los hechos.

Investigación Diagnostica

Es un proceso dialectico que utiliza un conjunto de técnicas y procedimientos con la finalidad de diagnosticar y resolver problemas fundamentales, encontrando respuestas a las preguntas preparadas, tiene por objeto propiciar la investigación

científica para la formación integral de los profesionales dándose por completo lo que se debe realizar para encontrar soluciones a los problemas detectados.

Investigación Evaluativa

Nos permite obtener información sobre problemas, expectativas y necesidades de la sociedad para contribuir de una manera eficaz a las decisiones, dar respuestas en forma rápida y precisa.

En este tipo de investigación valoramos de un programa la diferente consecuencia de un programa en razones de los objetivos propuestos con el fin de tomar decisiones sobre la programación para un futuro no distante.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población.

La población son conjuntos de individuos de la misma clase, limitada por el estudio, la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación.

Población objetivo

En esta población se aplica la metodología descrita en la sección previa para identificar la población objetivo de cada componente de los dos perfiles, se define como la población total del área de influencia

La población de estudio-blanco o diana:

Esta población nos señala las características demográficas, sociales, de esta manera nuestra población de estudio, es el universo al que queremos generalizar nuestros resultados.

Población accesible:

En esta población nos indica los casos que satisfacen los criterios predeterminados y que al mismo tiempo sean accesibles para el investigador, la población determina las consideraciones prácticas en función de la accesibilidad que tengamos.

La población elegible:

La población elegible nos señala los criterios que especifican las características que la población debe tener, se denomina criterios de elegibilidad o criterios de inclusión, la población se define en función de las características que sus miembros no deben tener, para cada uno de ellos se deben establecer criterios de exclusión.

Barrera (2008) nos señala que población “es el conjunto de seres que poseen características a estudiar y que se enmarcan dentro de los criterios de inclusión” pág.141

Hurtado (1998) nos indica que la “población es el total de los individuos o elementos a quienes se refiere la investigación, es decir, todos los elementos que vamos a estudiar” pág.79

Características de la población.

Cuadro de la Población de la Empresa

Area	Características	Personal
Gerente	Organiza y Dirige el restaurante	1
Finanzas	controla los resultados y genera la informacion financ	1
Compra	Proveedores ofrece y vendem el producto	2
Alimento	Elavora los menu y controla los costos	2
Servicio al Cliente	Atiende a los clientes y conoce de la comida	4
	Total de Directivos	10
Cientes	Personas que disgusta de nuestros alimentos	50
	Total de Clientes	50
	Total	60

Tabla Nº 6

Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

Muestra.

La muestra nos permite determinar y generar los datos con los cuales se identifica las faltas dentro del proceso, muestra es el subconjunto representativo que se extrae de la población accesible, esto nos quiere decir que se representa una parte de la población objeto de estudio.

Según Tamayo en el año (1997), nos “afirma que la muestra es el grupo de individuos que se toma la población, para estudiar un fenómeno estadístico”

pág. 38

Según Briones en el año (1995) “una muestra es representativa cuando reproduce las distribuciones y los valores de las diferentes características de la población, con un margen de error calculable” pág. 83

Tipo de Muestra.

Muestra probabilística:

En la muestra de probabilística nos permite conocer la probabilidad de cada análisis, tiene que ser integrada a la muestra mediante la selección, nos indica que debemos comprender los procedimientos de muestreo simple.

Muestreo Aleatorio Simple.-

Es la forma más común de obtener una muestra, es decir, cada uno de los individuos de una población tiene la misma posibilidad de ser elegido. Al cumplir con este requisito, se dice que la muestra es viciada. Para obtener una seguridad de que la muestra no es viciada debemos emplearse para su constitución una tabla de número aleatorios.

Muestreo Estratificado.-

En esta muestra nos indica la presencia de un elemento en un extracto excluye su presencia en otro, en este tipo de muestreo se divide a la población en varios grupos o extractos con el fin de dar representatividad a los distintos factores que integran el universo de estudio, para selección de los elementos se utiliza el método de muestreo aleatorio.

Muestreo Sistemático.-

En el muestreo sistemático se obtiene a determinar cada unidad o casos, representando el intervalo de selección de unidades de análisis que serán integradas a la muestra.

Muestreo por Conglomerados.-

Este muestreo es parecido al muestreo heterogéneos, con la diferencia que la población se divide en grupos que poseen características similares entre ellos, como si fuera subpoblación dentro de la población general.

Muestreo Polietápico.-

Es el que se incrementa mucho por la dispersión geográfica de las unidades, siendo más deseable obteniendo la muestra de un modo menos dispenso, cuando ocurre este es recomendado el uso de muestreo polietápico.

Muestra no Probabilística.-

En esta muestra nos indica las unidades de análisis depende de las características, criterios personales del investigador por lo que no son muy confiables en una investigación con fines tecnológicos.

Muestreo por conveniencia.-

En este tipo d muestreo es caracterizado por un esfuerzo deliberado de tener muestras representativas mediante la inclusión en la muestra de grupo, es muy frecuente su utilización en sondeos preelectorales

Muestreo por Cuotas.-

El muestreo de cuotas esta denominado en ocasiones accidental, se asienta generalmente sobre la base de un buen conocimiento de los extractos de la población o de los individuos más representativos o adecuados para la investigación.

Muestreo Intencional.-

El muestreo internacional es un procedimiento que nos permite a seleccionar los casos características de la población limitando de nuestro a estos casos, se utiliza la situación en las que la población es muy variable y consecuentemente la muestra es muy pequeña.

Muestreo incidental.-

Nos señala un proceso en que el investigador selecciona directo los individuos de la población, al utilizar como muestra los individuos a los que se tiene fácil acceso emplean con mucha más frecuencia

Cuadro Muestra.

Área	Características	Personal
Gerente	Organiza y Dirige el restaurante	1
Finanzas	controla los resultados y genera la informacion financ	1
Compra	Proveedores ofrece y vendem el producto	1
Alimento	Elavora los menu y controla los costos	2
Servicio al Cliente	Atiende a los clientes y conoce de la comida	2
	Total de Directivos	7
Clientes	Personas que disgusta de nuestros alimentos	20
	Total de Clientes	20
	Total	27

Tabla Nº 7

Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

Por la presente investigación se usara un muestreo no probabilístico intencional.

3.5. Técnicas e Instrumentos de la investigación.

Observación.

Se refiere a la acción y resultados de observar a los demás, cuando se observa alguna cuestión lo que se hace es examinar las cosas con mucha más detención Con el objetivo de adquirir sus ventajas y desventajas.

Encuesta:

Se realizó unas encuestas a las 15 personas del restaurante “RENACE” de esa forma se determinaron los elementos que consideraban clave para nuestro negocio, específicamente para nuestro plan de marketing, también se evaluaron y valoraron las percepciones y preferencias de los encuestados.

3.6. Formato de la Encuesta

Restaurante: “RENACE”.

Área: Departamento de Administración.

Tema: “Mejorar el proceso de atención al cliente y calidad del restaurante “RENACE”.

Por favor, dedíquenme un momento de su tiempo para contestar esta pequeña encuesta, la información que nos proporciona será utilizada para mejorar nuestro restaurante “**RENACE**”

Edad:

Genero: Femenino:

Masculino:

ENCUESTA

1. ¿Con que frecuencia usted visita el restaurante “RENACE”?

Diariamente

Tres veces a la semana

Una vez a la semana

2. ¿Cómo considera usted la atención en el restaurante

Excelente

Buena

Mala

3. ¿Ha tenido algún inconveniente con el servicio que presta el restaurante?

Si

No

4. ¿Qué le parece el menú que ofrece restaurante?

Excelente

Buena

Malo

5. ¿le gustaría a usted degustar comidas de otras regiones?

Si

No

6. Como considera usted el tiempo que se demoran al recibir su pedido

Rápido

Normal

Lento

7. ¿Porque regresa usted al restaurante “RENACE”?

Por la calidad de comida

Por la calidad de servicio

Por el precio de la comida

8. ¿Cómo le parece la presentación y aseo del personal?

Excelente

Bueno

Malo

9. ¿En relación a la comida ¿los precios son adecuados?

Si

No

10. ¿Qué cree usted lo que debería mejorar el restaurante “RENACE”?

Servicio

Calidad

Precio

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

En el capítulo que se presenta a continuación se dará a conocer los instrumentos de investigación descriptiva que se realizó a los empleados de las áreas del restaurante y a los clientes más potenciales, las herramientas de recolección de datos se puso en marcha con previa autorización de la Gerente del restaurante.

Para llevar a cabo al análisis de una forma más clara se desarrolló los contenidos del marco teórico juntos con las variables de investigación en las cuales se desarrolló unos cuestionarios de preguntas con la finalidad de obtener las causas del porque existe una deficiencia en las actitudes en los empleados, lo que genera una mala atención a los clientes del restaurante “RENACE”.

El análisis de las encuestas que se realizó a los clientes más potenciales que se muestran aplicando el método descriptivo, de campo y correccional que describe la recolección de datos en donde se busca corregir la situación real del problema que se presenta en el restaurante por medio de este análisis se presenta los cuadros y gráficos con sus respectivos análisis e interpretación para dar a conocer los resultados que se obtuvo.

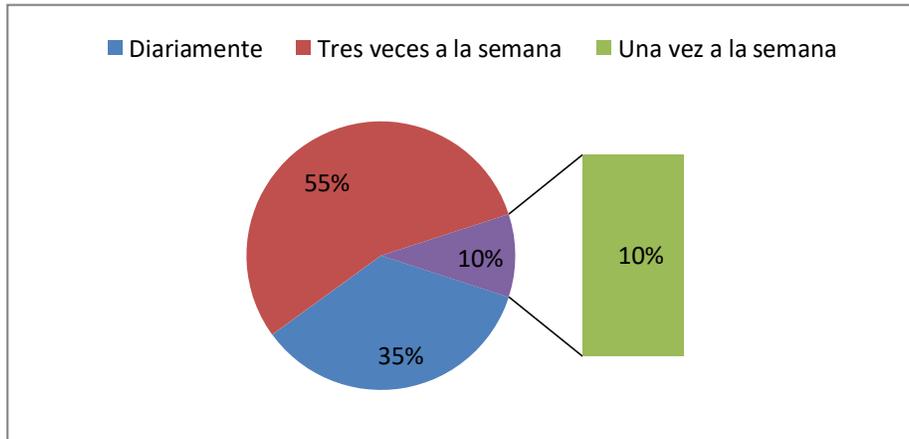
11. ¿Con que frecuencia usted visita el restaurante “RENACE”?

Tabla Nº 8 Existe una adecuada visita

Respuesta	Frecuencias	Porcentaje
Diariamente	7	35%
Tres veces a la semana	11	55%
Una vez a la semana	2	10%
total	20	100%

Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

Grafico Nº 3 adecuada visita en el restaurante



Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

Análisis: De acuerdo a lo entrevistado realizada el 55% califica que visita tres veces a la semana el restaurante, pero tambien hay el 35% que visita diariamente y un 10% que no lo hace.

Interpretación: los clientes visitan con frecuencia el establecimiento por lo que han desgustado de los platos a la carta y prefieren el sabor de dicho restaurante “RENACE”

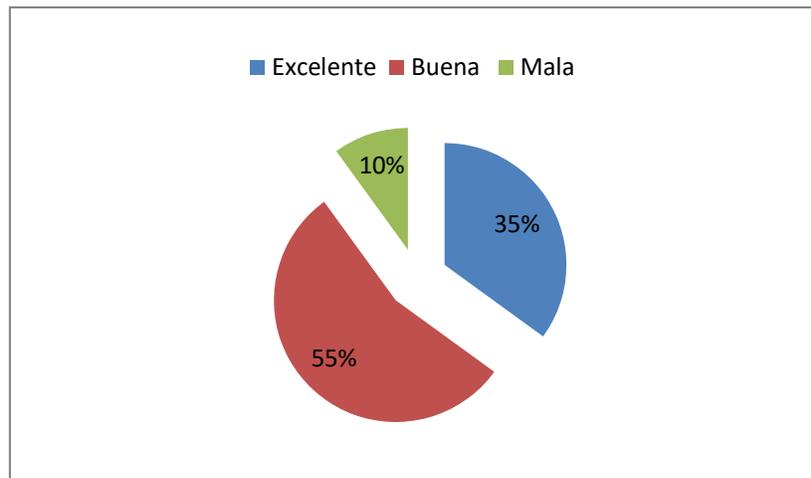
12. ¿Cómo considera usted la atención en el restaurante?

Tabla Nº 9 Existe una adecuada atención

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	7	35%
Buena	11	55%
Mala	2	10%
Total	20	100%

Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

Gráfico Nº 4 Adecuada atención



Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

Análisis: la encuesta realizada nos da como resultado un 55% califica que existe una buena atención y un 35% que nos indica una excelente atención por ultimo tenemos el 10% que nos indica que no lo tienen.

Interpretación: esto quiere decir que la mayoría de los encuestados responden como buena la atención que se brinda en el restaurante por el cual se debe tomar medidas de prevención.

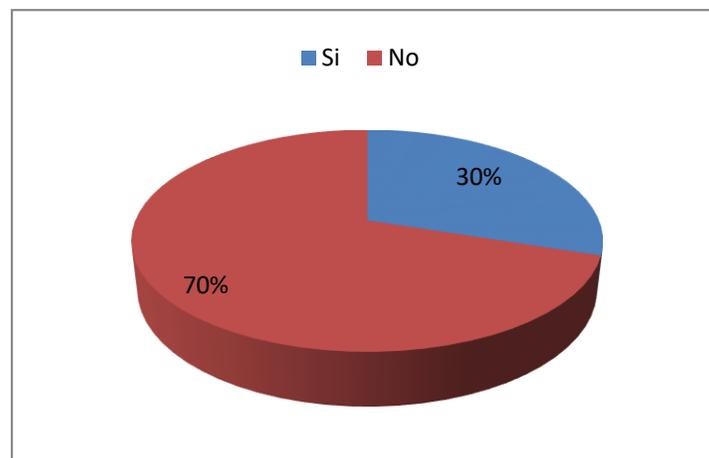
13. ¿Ha tenido algún inconveniente con el servicio que presta el restaurante?

Tabla N°10 Existe un adecuado servicio

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	30%
No	14	70%
Total	20	100%

Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

Gráfico N°5 adecuado servicio prestado



Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

Análisis: las encuestas realizadas nos dan como resultado que un 70% responden que no han tenido ningún inconveniente en los servicios, mientras que el 30% si la han tenido.

Interpretación: esto nos da a entender que la mayor parte de nuestros clientes no cuentan con ningún inconveniente en cuanto los servicios que les ha brindado.

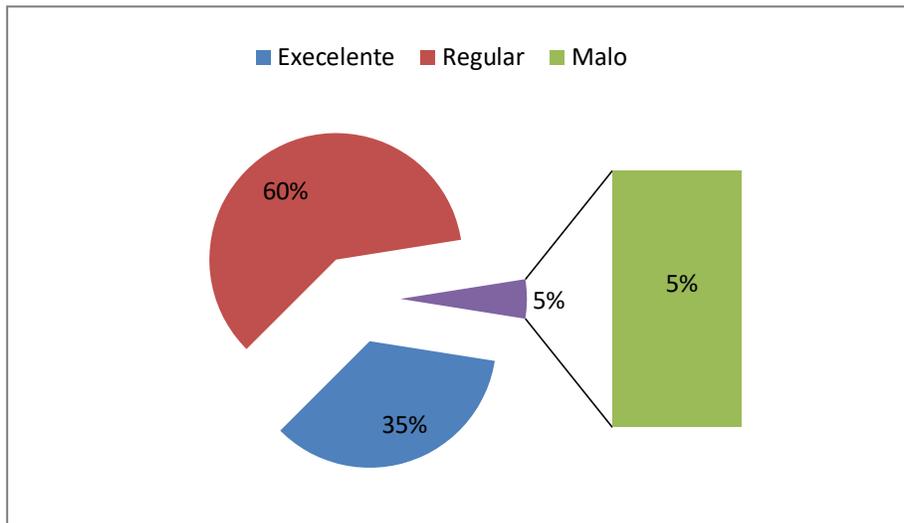
14. ¿Qué le parece el menú que ofrece el restaurante?

Tabla Nº 11 Existe un menú regular

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	7	35%
Regular	12	60%
Malo	1	5%
Total	20	100%

Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

Gráfico Nº6 Inadecuado menú



Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

Análisis: En las encuestas elaboradas nos da como resultado un 35% detallándonos un excelente menú del restaurante y un 60% indicándonos un menú regular a su vez tenemos un 5% que no lo hay.

Interpretación: tomando en cuenta los resultados obtenidos se percibe que los clientes consideran como regular el menú que se les ofrece en el restaurante.

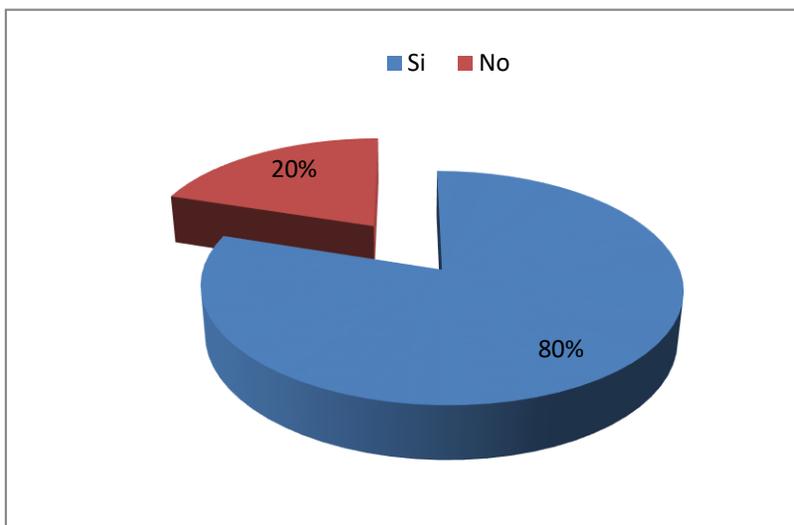
15. ¿le gustaría a usted degustar comidas de otras regiones?

Tabla N°12 Existe una adecuada aceptación de variedades de comidas

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	80%
No	4	20%
Total	20	100%

Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

Grafico N° 7 Adecuada variedad de comidas



Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

Análisis: En las encuestas realizadas nos da como resultado un 80% que si les gustaría degustar las comidas de otras regiones y un 20% que no les gustaría.

Interpretación: nos indica que la mayor parte de los clientes nos aprueban que si les gustaría degustar de variedad de platos típicos.

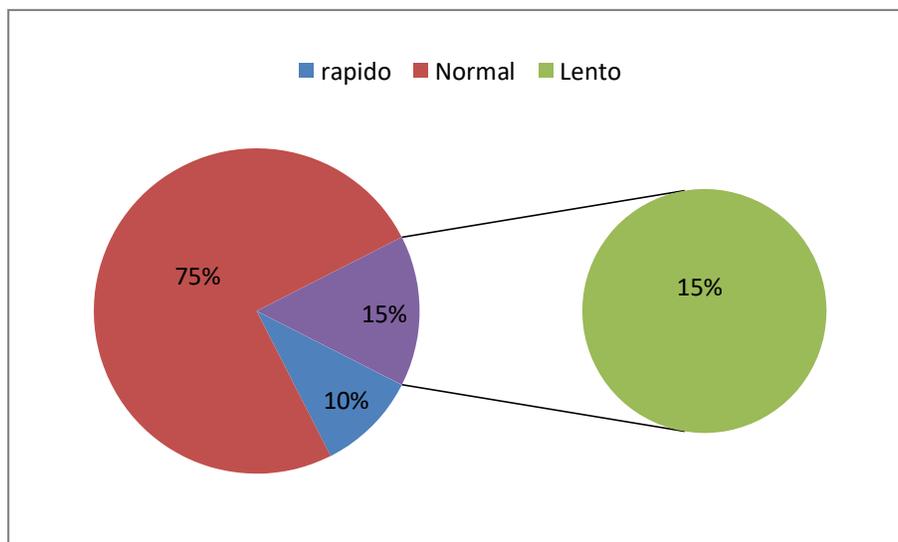
16. ¿Cómo considera usted el tiempo que se demoran al recibir su pedido?

Tabla Nº 13 Existe un tiempo adecuado de atención

Resouestas	Frecuencia	Porcentaje
rapido	2	10%
Normal	15	75%
Lento	3	15%
Total	20	100%

Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

Gráfico Nº 8 Adecuado tiempo de atención



Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

Análisis: las encuestas realizadas dieron como resultado un 10% de rapidez en sus pedidos a su vez nos da un 75% de lo normal de demora y un 15% de falta de rapidez en los pedidos.

Interpretación: esto nos señala que se debería mejora el tiempo de espera al recibir su pedido ya que nos indica un que hay un tiempo normal de espera.

17. ¿Por qué regresa usted al restaurante “RENACE”?

Tabla N° 14 Existe una adecuada calidad de servicio

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Por la calidad de comida	5	25%
Por la calidad de servicio	9	45%
Por el precio de la comida	6	30%
Total	20	100%

Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

Gráfico N° 9 Adecuada calidad de calidad de servicio



Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

Análisis: las encuestas realizadas nos dan como resultado un 25% de calidad de comidas por el cual los clientes regresan tenemos un 45%de calidad de servicio y un 30% por los precios.

Interpretación: nos indica que la mayor parte de los clientes regresan por su calidad de servicio que se les brinda en el restaurante.

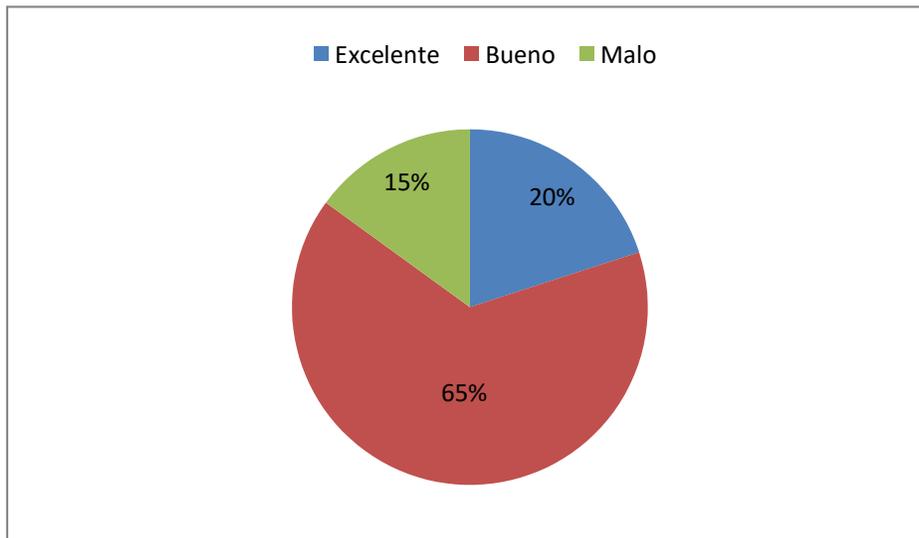
18. ¿Cómo le parece la presentación y aseo del personal?

Tabla N°15 Existe un buen aseo personal

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	4	20%
Bueno	13	65%
Malo	3	15%
Total	20	100%

Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

Gráfico N° 10 Adecuado aseo personal



Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

Análisis: las encuestas realizadas no indican un resultado del 20% de excelente servicio higiénico seguido de un 65% de un buen servicio y a su vez un 15% que no lo hay.

Interpretación: tomando en cuenta los encuestados nos indican que tiene una presentación higiénica buena y en el cual debemos mejorarlo para obtener una mejor presentación.

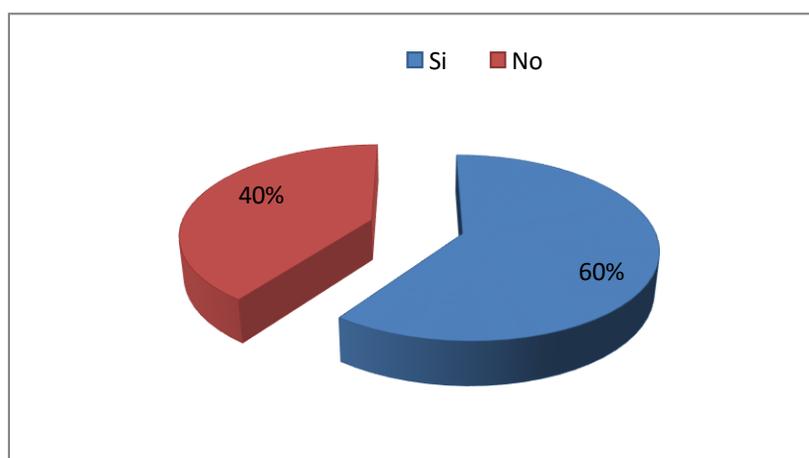
19. ¿En relación a la comida ¿los precios son adecuados?

Tabla N° 16 Existen adecuados precios cómodos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	60%
No	8	40%
Total	20	100%

Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

Gráfico N° 11 cómodos precios



Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

Análisis: realizadas las encuestas nos indica un resultado del 60% de satisfacción en los precios de la comida y un 40% no de acuerdo.

Interpretación: tomando en cuenta nos indica que los clientes se sienten conformes de acuerdo a los precios de la comida.

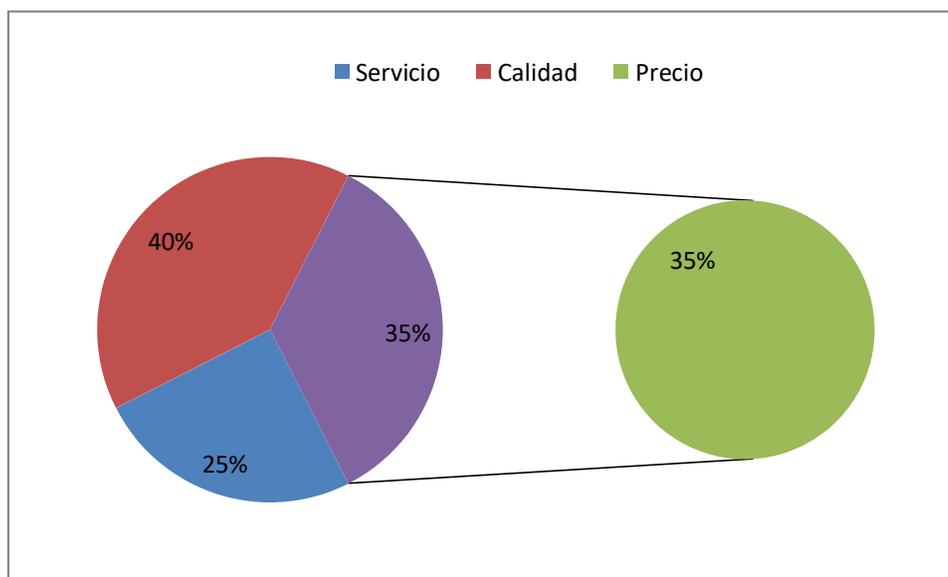
20. ¿Qué cree usted lo que debería mejorar el restaurante “RENACE”?

Tabla Nº 17 Existe una mejoría en la calidad

Resultado	Frecuencia	Porcentaje
Servicio	5	25%
Calidad	8	40%
Precio	7	35%
Total	20	100%

Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

Gráfico Nº 12 Mejoría en la calidad



Elaborado por: Gladys Fabiola Chuma Quizhpi

Análisis: las encuestas realizadas nos dan un resultado del 40% en calidad del restaurante un 35% en mejoramiento de precios y un 25% en servicio.

Interpretación: estos nos señala lo que debemos mejorar la calidad del servicio en el restaurante “renace”.

4.1. Propuesta

Considera mejorar el proceso de atención al cliente y calidad de restaurante “RENACE”

Se realizara un plan de mejora que nos va ayudar a mejorar en el departamento de atención al cliente, esto nos va a beneficiar al personal del restaurante y a su vez la necesidad de mejorar el proceso de atención que permitan elevar la eficiencia en el rendimiento de los empleados.

El restaurante se viene presentando hace dos años quejas de en la mala atención, lo que se apuesto en desventaja la falta de comunicación con los clientes, esto ha generado la ineficiencia en su desarrollo laboral y personal esto nos llevaría a no poder desarrollar el restaurante de una manera exitosa como está planificada esto nos quiere decir que el restaurante “RENACE” debe tomar medidas con respeto a sus beneficio.

Factibilidad

La propuesta del plan de mejora se considera factible porque cuenta con el apoyo del gerente por lo que en estos dos años se ha notado la alta deficiencia de atención a los clientes por medio del personal, lo que no va a permitir al restaurante visualizar la deficiencia existente, por eso se organizara de una mejor forma, tomando en consideración una mejor propuesta que es interesante y nos dará un beneficio al restaurante.

4.2. Plan de Mejoras

La importancia de la propuesta del plan de mejoras en la atención al cliente, como primera medida plantean los beneficios de implementar capacitaciones para mejorar la atención y posteriormente las estrategias pertinentes para lograr establecer un modelo de servicio al cliente en el restaurante “RENACE”.

Este plan es totalmente necesario para que el restaurante tenga la mejor atención al cliente ya que es una parte fundamental para el departamento donde se elaboran los alimentos, además de actuar como un sistema de Control en las distintas actividades que se estén realizando, se ha garantizado el cumplimiento y el desempeño del personal , es decir que el restaurante se desarrolla por medio de la eficiencia del departamento de lo contrario nunca crecería y se irían disminuyendo las ventas mucho por el cual este plan es imprescindible para que el departamento sea más eficiente y de mejores resultados del restaurante.

4.3. Desarrollo de las preguntas de plan de mejora

Tabla N.º 18

¿Qué?	¿Por qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Quién?	¿Dónde?	Costo
Elaborar el plan de mejora porque es una herramienta cuyo objetivo es facilitar y ayudar a la mejora de poder tener más controlado la atención adecuada a los clientes con las funciones laborales del restaurante.	Es importante la mejora tiene la finalidad de dar una solución sencilla y práctica con un excelente mecanismo, la cual le permitirá al restaurante cumplir sus metas y objetivos.	Mediante la metodología y las técnicas que se describieron en el capítulo se aplicaran tres estrategias en el desarrollo de la propuesta del plan de mejora para que se pueda observar una eficiente atención con los clientes. 1. Capacitar al personal Por medio de	Este plan de mejoras se lo implementara en el mes de febrero del año 2016.	Con la propuesta dada se beneficiara el restaurante, los empleados que se encuentran laborando y también los clientes saldrán beneficiarios ya que al implementar este plan existirá un personal de calidad, que les brinde una excelente atención al momento de tomar su pedido y servirle.	Se realizara en el departament o servicio al cliente. En el restaurante "RENACE" Ubicada al norte de Guayaquil blq 1b	\$ 400,00

		<p>manuales de capacitación Conocimientos sobre la atención y servicio al cliente.</p>				
		<p>2. Agilizar de procesos de cocción de los alimentos.</p>				1800
		<p>3. Incorporación de platos típicos.</p>				900
		<p>4. Control de higiene.</p>				
		<p>Total</p>				\$ 3.100

4.4. Desarrollo de la propuesta del plan de mejora

Las estrategias para la propuesta de implementación que se llevara a cabo en el área administrativa son las siguientes.

1. Capacitaciones permanentes con referencia a una adecuada atención al Consumidor.
2. Agilizar los procesos de cocción de alimentos con el objetivo de que los platillos puedan servirse de manera rápida.
3. Incorporar al menú una variedad de platos típicos con la finalidad de satisfacer la exigencia de nuestros consumidores y atraer a otros nuevos.
4. Implementar un control de higiene en el cuidado de las letrinas.

5 Conclusión:

Basados en los resultados obtenidos en el trabajo de investigación realizado a los clientes del restaurante "RENACE".

Los clientes visitan con frecuencia el establecimiento por lo que han degustado de las variedades de platos a la carta y siguen prefiriendo el sabor de dicho restaurante, estos da entender que la mayoría de los clientes nos han respondidos satisfactoriamente la buena atención que se le brinda el empleado al cliente.

Los resultados estudiados en la calidad del servicio revelan que el restaurante ofrece una atención buena, atienden las necesidades de sus clientes, mientras el restaurante ofrezca una mejor atención, mejoramiento de la calidad y precios de los platos típicos obtendremos más ingresos y mejor resultados económicos.

Otros factores que involucran la calidad de la atención al cliente son las degustaciones las cuales el restaurante debe procurar mantener controlados en cuanto la preparación de la comida.

6 Recomendaciones

De acuerdo a las conclusiones anteriores se recomienda lo siguiente:

Para lograr una satisfacción completa de los clientes se le recomienda al restaurante abarcar con todos los puntos que impidan o impliquen el logro de la calidad total de la atención al cliente que no solo se centre en la implementación si no en el mantenimiento de cada una de la áreas, el aseo del restaurante como mesas y sillas esto influye en la percepción de los clientes del restaurante "RENACE".

La calidad del servicio a los clientes es la distinción de la mercadería, esto debe mantener una limpieza y cuidados tanto en la preparación y la compras de las mercaderías, como debemos procurar no solo con unos precios cómodos para disminuir los costos si no q la comida sea de calidad y no hagan daño a los clientes y queden satisfechos.

Implementar un proceso de capacitaciones para el personal de acuerdo a un cronograma que puede ser mensual o trimestral, en estas capacitaciones se debe complementar temas como la atención al cliente, conocimientos gastronómicos, todos los conocimientos recibidos se pueden fluid y adecuarlos a las necesidades de nuestros clientes con el propósito de tener una mejor atención y satisfacer a cada uno de los clientes.

1. Bibliografía

1. Diccionario de la Lengua Española (2007) Espasa-calp
<http://es.thefreedictionary.com/servicio>
2. Diccionario Enciclopédico (2009) Larousse Editorial, S.L
<http://es.thefreedictionary.com/limitada>
3. DEFINICION ABC (2007-2015)
<http://www.definicionabc.com/general/limitada>
4. Diccionario Enciclopédico (2009) Larousse Editorial, S.L.
<http://es.thefreedictionary.com/servicio>
5. Copyright (2013) Larousse Editorial, S.L
K Dictionaries Ltd
6. Diccionario de la Lengua Española (2007)Larousse Editorial s.L
<http://es.thefreedictionary.com/gastronomia>
7. Definición ABC (2007-2015)
<http://www.definicionabc.com/general/gastronomia>
8. Diccionario Lengua Española (2007) Larousse Editorial S.L
<http://es.thefreedictionary.com/insatisfaccion>
9. Campoy D. M (2013)
<http://es.thefreedictionary.com/insatisfaccion>
10. Revista De Filosofía (2010-2012)

<http://www.microfilosofia.com>

- 21.** Diccionario Enciclopédico (2009) Larousse Editorial, S, L.
<http://es.thefreedictionary.com/mejorar>
- 22.** Diccionario de Lengua Española (2007)
<http://es.thefreedictionary.com/mejorar>
- 23.** Diccionario Enciclopédico (2009) Larousse Editorial, S.L.
<http://es.thefreedictionary.com/mejorar>
- 24.** Diccionario Manual de la Lengua Española (2007) Larousse Editorial, S.L.
<http://es.thefreedictionary.com/cliente>
- 25.** Bárcena, E.,A .&Sergio (2012) estrategias por áreas funcionales (1Ed)
- 26.** Hernández, S. & Rodríguez. (2008). Administración – teoría, procesos, áreas funcionales y estrategias para la competitividad. (2ª Ed.)
- 27.** Diccionario Enciclopédico (2009) Larousse Editorial,
<http://es.thefreedictionary.com/atencion>
- 28.** Diccionario de la Lengua Española (2007) Larousse Editorial, S.L.
<http://es.thefreedictionary.com/genera>
- 29.** Diccionario Enciclopédico (2009) Larousse Editorial, S.L.
<http://definicion.de/menu>
- 30.** Campoy, D., M. (2010) Gestión emprendedora – estrategias y habilidades para el emprendedor actual.

31. Diccionario de la Lengua Española (2007) Larousse Editorial, S.L.
<http://es.thefreedictionary.com>
32. Diccionario Enciclopédico (2009) Larousse Editorial, S.L.
<http://es.thefreedictionary.com>
33. Diccionario de la Lengua Española (2007) Larousse Editorial, S.L.
<http://es.thefreedictionary.com>
34. Diccionario Enciclopédico (2009) Larousse Editorial, S.L.
<http://es.thefreedictionary.com>
35. Diccionario Significado (2008-2015)
<http://www.significados.com/capacitacion>
36. Diccionario Word Reference (2008) S.L.
<http://www.wordreference.com>
37. Diccionario de Lengua Española (2007) Larousse Editorial, S.L.
<http://definiciona.com/adecuar/>
38. Diccionario copyright (2013) L.t.d
<http://buscon.rae.es>
39. Diccionario de la Lengua Española (2007) Larousse Editorial, S.L.
<http://buscon.rae.es>
40. Diccionario copyright (2013) S.L.
<http://conceptodefinicion.de/plan/>
41. Diccionario ABC (2013-2015)
<http://www.definicionabc.com>

Anexos



Formato de la Encuesta

Restaurante: “RENACE”.

Área: Departamento de Administración.

Tema: “Mejorar el proceso de atención al cliente y calidad del restaurante “RENACE”.

Por favor, dedíquenme un momento de su tiempo para contestar esta pequeña encuesta, la información que nos proporciona será utilizada para mejorar nuestro restaurante “**RENACE**”

Edad:

Genero: Femenino:

Masculino:

ENCUESTA

1. ¿Con que frecuencia usted visita el restaurante “RENACE”?

Diariamente

Tres veces a la semana

Una vez a la semana

2. ¿Cómo considera usted la atención en el restaurante

Excelente

Buena

Mala

3. ¿Ha tenido algún inconveniente con el servicio que presta el restaurante?

Si

No

4. ¿Qué le parece el menú que ofrece restaurante?

Excelente

Buena

Malo

5. ¿le gustaría a usted degustar comidas de otras regiones?

Si

No

6. Como considera usted el tiempo que se demoran al recibir su pedido

Rápido

Normal

Lento

7. ¿Porque regresa usted al restaurante “RENACE”?

Por la calidad de comida

Por la calidad de servicio

Por el precio de la comida

8. ¿Cómo le parece la presentación y aseo del personal?

Excelente

Bueno

Malo

9. ¿En relación a la comida ¿los precios son adecuados?

Si

No

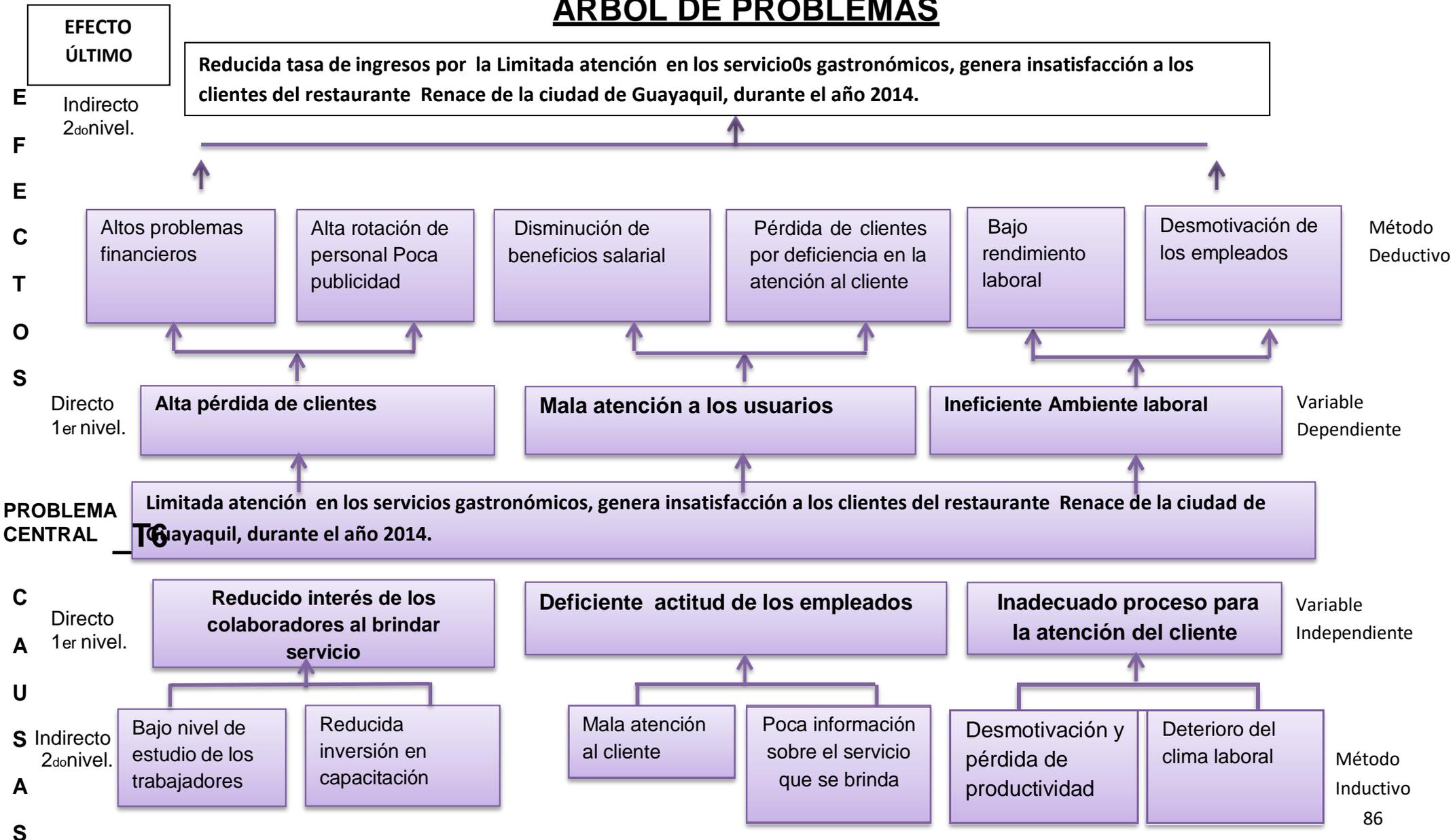
10. ¿Qué cree usted lo que debería mejorar el restaurante “RENACE”?

Servicio

Calidad

Precio

ÁRBOL DE PROBLEMAS

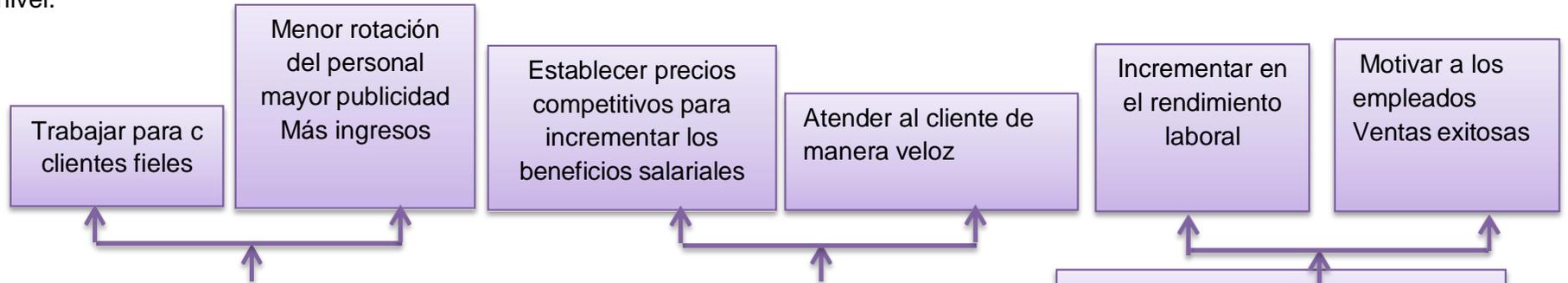


ÁRBOL DE OBJETIVOS

FINES

Incrementar la tasa de ingresos por la ilimitada atención en los servicios gastronómicos, genera satisfacción a los clientes del restaurante Renace de la ciudad de Guayaquil, durante el año 2014.

Indirecto
2do nivel.

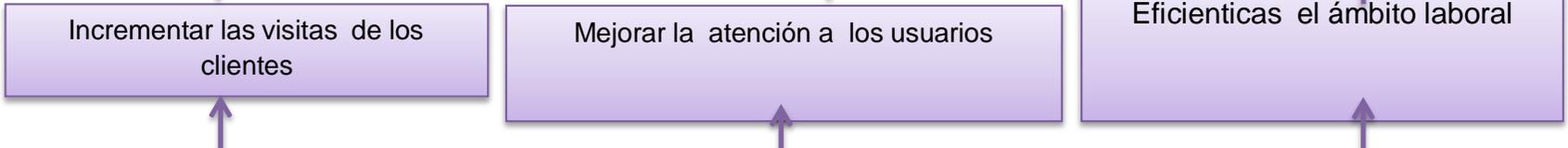


Método
Deductivo

PROPÓSITO OBJETIVO GENERAL

Mejorar la atención en los servicios gastronómicos, genera satisfacción a los clientes del restaurante Renace de la ciudad de Guayaquil, durante el año 2014.

Directo
1er nivel.



Variable
Dependiente

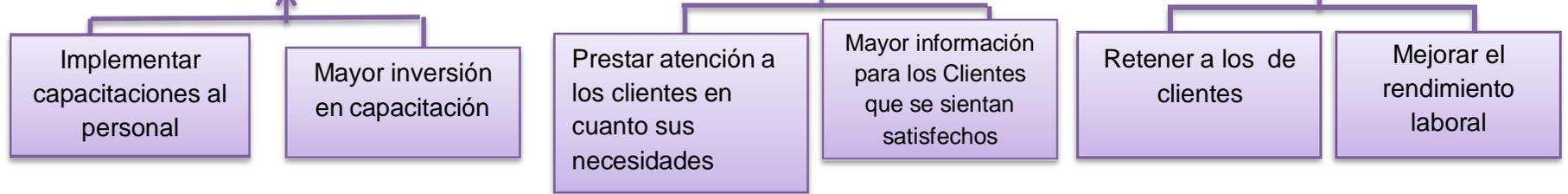
MEDIOS

Directo
1er nivel.



Variable
Independiente

Indirecto
2do nivel.



Método
Inductivo

ORGNIGRAMA DE LA EMPRESA

