



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Tema:

**PROPUESTA DE UN PLAN DE MEJORA EN EL SERVICIO  
DE ATENCIÓN Y COMODIDAD AL CLIENTE  
EN LA VENTA DE COMIDAS RÁPIDAS**

Autor:

**Alvarado Rugel Luis Alexander**

Tutor:

**Dr. Simón Alberto Illescas Prieto**

Guayaquil, Ecuador

**2018**



## **DEDICATORIA**

Con esfuerzo y sacrificio se puede lograr las metas y objetivos que nos proponamos en la vida, con la bendición de Dios, gracias a mis padres por apoyarme en cada momento para poder alcanzar mis metas y mostrar mi capacidad en ser una persona responsable y de bien para siempre salir adelante en los buenos y malos momentos.

**Alvarado Rugel Luis Alexander**



## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, por darme sabiduría, salud y estar conmigo en los momentos difíciles en mis estudios, y darme fuerza cuando más lo necesitaba y por guiarme en el camino correcto.

A mis padres por apoyarme en cada momento me dieron ayuda necesaria para seguir adelante y termine esta etapa de estudio.

A todos los profesores quienes me han inculcado con sus experiencias y conocimientos a seguir adelante para triunfar en la vida profesional.

**Alvarado Rugel Luis Alexander**



## **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

### **CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor 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: **“Propuesta de un plan de mejora en el servicio de atención y comodidad al cliente en la venta de comidas rápidas”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

#### **TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

El problema de investigación se refiere a: **¿Qué incidencia tiene la mejora en el servicio de atención y comodidad al cliente en la venta de comidas rápidas, en el local Dios Provee, Ubicada en el Cantón Santa Lucía, de la Provincia del Guayas en el año 2018?**

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

Presentado por el Egresado: **Alvarado Rugel Luis Alexander**

Tutor: **Dr. Simón Alberto Illescas Prieto**



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Tema:**

**Propuesta de un plan de mejora en el servicio de atención y  
comodidad al cliente en la venta de comidas rápidas.**

**Autor:** Alvarado Rugel Luis Alexander

**Tutor:** Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

**RESUMEN**

La presente investigación de este proyecto tiene como objetivo Implementar un plan de mejora en el servicio de atención y comodidad al cliente en la venta de comidas rápidas, para mejorar esta actividad en el servicio y falencias existentes que conllevará al procedimiento que sirva plantear, evaluar los fenómenos que ocasionan el problema que contribuyan el mejoramiento del servicio que satisfaga las necesidades de los clientes. Por eso nace la necesidad de capacitar al personal para determinar su nivel de calidad y que prevalezca la mano de obra en aumentar la agilidad en la preparación de los productos y servicio de atención de excelente calidad que servirá de incremento en las ventas que ayudará a implementar la adecuación de local amplio y acogedor para tener una excelente imagen. El tipo de investigación fue el diseño cualitativo mediante el cual sirvió una descripción más clara, y detallada, de esta manera se aplicó el método estadístico que determinará los efectos y problemática u otros que se presente en la actividad económica. El objetivo primordial es implementar nuevas ideas de negocio que conduzcan el desarrollo del local, rapidez en la venta e incrementar nuevos productos y que el cliente se deleite de la comida y buena atención de servicio al cliente porque es clave del éxito del negocio para que el cliente se sienta a gusto por su buena preparación.

Servicio

Atención

Cliente

Comodidad



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**PROYECTO DE INVESTIGACION PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Tema:**

**Propuesta de un plan de mejora en el servicio de atención y comodidad al cliente en la venta de comidas rápidas.**

**Autor:** Alvarado Rugel Luis Alexander

**Tutor:** Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

**ABSTRACT**

**The present investigation of this project aims to implement an improvement plan in customer service and comfort in the sale of fast foods, to improve this activity in the service and existing shortcomings that will lead to the procedure that serves to raise, evaluate the phenomena that cause the problem that contribute to the improvement of the service that satisfies the needs of the clients. That is why the need to train staff to determine their level of quality and prevails the workforce in increasing the agility in the preparation of products and service quality care that will serve as an increase in sales that will help implement the adaptation of a spacious and cozy place to have an excellent image. The type of research was the qualitative design through which it served a clearer, detailed description, thus applying the statistical method that will determine the effects and problems or others that arise in the economic activity. The main objective is to implement new business ideas that lead the development of the premises, speed in the sale and increase new products and that the customer revels in the food and good service of the customer because it is key to the success of the business so that the Client feels comfortable for his good reparation.**

Service

Attention

Client

Confort

Service

Attention

Client

Comfort



Instituto Superior  
**Tecnológico**  
**Bolivariano**  
de Tecnología

## ÍNDICE GENERAL

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas:</b>
Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Certificación de aceptación del tutor.....	iv
Cláusula de Autorización para la Publicación de Trabajos de Titulación..v	
Certificación de la Aceptación del CEGESCIT.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
Índice General.....	ix
Índice de Tablas.....	xii
Índice de Gráficos.....	xiii
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
EL PROBLEMA.....	1
Planteamiento del problema.....	1
Ubicación del problema en contexto.....	2
Situación del conflicto.....	3
Delimitación del problema.....	4
Formulación del problema.....	4
Variables de la investigación.....	5
Evaluación del Problema.....	5
Objetivo de la Investigación.....	6
Objetivo General.....	6

Objetivos Específico.....	6
Justificación o Importancia.....	6
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>8</b>
MARCO TEÓRICO.....	8
Antecedentes Históricos.....	8
Antecedentes Referenciales.....	12
Fundamentación Legal.....	17
Variables de la Investigación.....	21
Variable Independiente.....	21
Variable Dependiente.....	21
Definiciones Conceptuales.....	22
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>27</b>
METODOLOGIA.....	27
Datos de la Empresa.....	27
Organigrama.....	28
Funciones de los Trabajadores.....	28
Diseño de la Investigación.....	30
Tipos de Investigación.....	32
Población y Muestra.....	33
Población.....	33
Muestra.....	35
Muestra Estratificada.....	36
Métodos y Técnicas de Investigación.....	37
Procedimiento de la Investigación.....	40
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>42</b>
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	42
Aplicación a las Técnicas e Instrumentos.....	42
Entrevistas.....	52
Interpretación de las Preguntas.....	53



Plan de Mejora.....	54
Cronograma.....	55
Plan de Capacitación.....	56
Recursos Económicos.....	57
Conclusiones.....	58
Recomendaciones.....	59
Bibliografías.....	60
Anexos	
Anexo 1 Fotografía del Negocio	
Anexo 2 Carta de Presentación del Negocio	
Anexo 3 Análisis FODA	
Anexo 4 Carta de Presentación de la Encuesta	
Anexo 5 Cuestionarios	
Anexo 6 Entrevista	
Anexo 7 RUC del Negocio	



## INDICES DE TABLAS

Contenidos:	.Paginas:
Tabla.1 Coyuntura.....	4
Tabla.2 Modelo.....	32
Tabla.3 Universo.....	34
Tabla.4 Proceso.....	38
Tabla.5 Servicio.....	42
Tabla.6 Imagen.....	43
Tabla.7 Pedido.....	44
Tabla.8 Entrega.....	45
Tabla.9 Negocio.....	46
Tabla.10 Sazón.....	47
Tabla.11 Limpieza.....	48
Tabla.12 Frecuencia.....	49
Tabla.13 Valor.....	50
Tabla.14 Variedades.....	51
Tabla.15 Plan de Mejora.....	54
Tabla.16 Cronograma.....	55
Tabla 17 Plan de Capacitación.....	56
Tabla 18 Presupuesto.....	57



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Contenidos:	Páginas:
Grafico 1 Organigrama.....	28
Grafico 2 Servicio.....	42
Grafico 3 Imagen.....	43
Grafico 4 Pedido.....	44
Grafico 5 Entrega.....	45
Grafico 6 Negocio.....	46
Grafico 7 Sazón.....	47
Grafico 8 Limpieza.....	48
Grafico 9 Frecuencia.....	49
Grafico 10 Valor.....	50
Grafico 11 Variedades.....	51



# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **Planteamiento del Problema**

En la actualidad la globalización de la venta de comidas rápidas es competitiva y cada día avanza a una celeridad donde las empresas y personas buscan nichos de mercado ofreciendo, productos variados y rápidos de preparar, productos a precios accesibles al alcance del bolsillo de los consumidores.

La globalización y la competitividad han marcado un papel importante en el comercio moderno, donde el cliente son cada vez exigente, ya no buscan precio y calidad , sino también una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un buen trato personalizado, un servicio rápido

Debido a la alta demanda de los clientes este proyecto investigativo se basa en la problemática de mejorar el servicio de atención al cliente y comodidad es un factor importante en una actividad económica para brindar la calidad de atención y gustar del producto en un ambiente cómodo y acogedor y regresen a deleitar del producto.

Esto permitirá al personal que esté capacitado y tenga mejor desempeño de laboral en atender al cliente de una forma cordial y excelente relación que exista motivación entre el personal-consumidor, es un elemento clave e importante que nos conllevará al éxito del negocio.

En lo que respecta a la falta de comodidad del local es primordial la imagen del negocio donde el cliente se enfoca como los productos se encuentra tratados que estén cumpliendo con las normas ambientales, para esto se debe ampliar o alquilar un local amplio para que la demanda se satisfaga sus necesidades y a la vez se incremente la asistencia de clientes y así poder obtener más recurso económico.

En este proyecto se debe diseñar e implementar un plan de mejora que beneficie al crecimiento económico del negocio con el propósito de ampliar o alquilar de local, capacitar al personal destinada en la preparación y servicio de atención con el fin de brindar un buen servicio de calidad, mantener a nuestros clientes con una atención cordial y con mucha amabilidad.

Una empresa o negocio sin cliente no existe. Es el consumidor más importante que ayuda a la proyección de una actividad económica en la cual requiere un trato de atención especial de calidad para que sus necesidades sean satisfechas.

### **Ubicación del Problema en un Contexto**

Es un negocio que tiene un año de actividad en venta de comidas rápidas, ubicado en las calles José Santos Coloma y Antonio Saa, del Cantón Santa Lucía, cuyos propietarios son los encargados de la preparación y atención al cliente.

El problema que se presenta es a causa del inconveniente de la poca atención y comodidad al cliente en la alta demanda de consumo de los exquisitos productos de salchipapas, papi pollo, wuantán, tacos, colas.

Esto surge debido a la carencia de capacitación al personal, cuya actividad económica que se distribuyen en diferentes procesos como la preparación, atención, limpieza de local, compra de insumos, arreglos de mesas y sillas u otros.

Los horarios de atención es a partir de las 11h00 am hasta las 14h00 pm donde la afluencia de demanda es mayor por la salida de los estudiantes de los diferentes Unidades Educativas, y personas particulares, además en las horas tope de 17h00 pm a 22h00 pm aumenta la venta y en estos horarios son donde se ocasionan la demora en el tiempo de espera del producto, y su infraestructura se encuentra en estado de construcción mixta, espacio físico reducido donde se preparan los alimentos y la venta

se la realiza afuera del local en aceras y bordillos donde se colocan sillas y mesas para la atención es decir en la vía pública.

En lo concerniente a la preparación de las papas, chorizos y papi pollos es muy lenta ya que cuenta con una sola cocina industrial y eso provoca mucha demora y espera por lo que los clientes se retira por la poca agilidad de entrega del producto y eso perjudica en la economía del local.

En lo que respecta a las bebidas gaseosas no cuenta con una nevera grande para almacenar cantidades de productos para que el cliente se sirva y pueda degustar.

Para este efecto, los propietarios deberán aplicar estrategias de mejoramiento para tener una misión, visión, objetivos y meta direccionada hacia la competitividad del negocio.

### **Situación del Conflicto**

La situación se presenta por la demora en el servicio de atención al cliente e inadecuada comodidad del local, esto se ocasiona a la falta de capacitación al personal, en cuanto al espacio físico es reducido lo que causa malestar a los clientes en la entrega del producto.

Para este objetivo de conflicto se aspira implementar un plan de mejora para los procesos de agilidad en preparación, servicio de atención, capacitación que cumpla con las expectativas a una atención de calidad al cliente.

A medida que el negocio se vaya desarrollando económicamente existe la posibilidad de adecuar el local ampliarlo con todos los requisito de funcionamiento para que el cliente se sienta cómodo.

Brindar capacitación al personal lo cual ayudará en poner en práctica sus conocimientos, habilidades, destrezas adquiridos que servirá para mejorar la atención al cliente.

**Tabla 1****Coyuntura**

<b>Antecedentes</b>	<b>Consecuencias</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Déficit de atención al cliente</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Capacitación al personal</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Comodidad inadecuada</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Espacio físico limitado</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Demora en la preparación</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tiempo de espera</li></ul>

Elaborado: Luis Alexander Alvarado Rugel

**Delimitación del Problema**

**Campo** : Administración de negocios

**Área** : Servicio al cliente

**Aspectos** : Atención, comodidad, clientes, comidas rápidas

**Tema** : Propuesta de un plan de mejora en el servicio de atención y comodidad al cliente en la venta de comidas rápidas

**Planteamiento o Formulación del Problema**

¿Qué incidencia tiene la mejora en el servicio de atención y comodidad al cliente en la venta de comidas rápidas, en el local Dios Provee, Ubicada en el Cantón Santa Lucía, de la Provincia del Guayas en el año 2018?



## **Variables de la Investigación**

**Variable Independiente:** Atención y comodidad al cliente

**Variable Dependiente** : Comidas rápidas

## **Evaluación de la investigación**

Los aspectos generales de evaluación del problema que se han considerado son los siguientes:

**Claro** : Se requiere en implementar un plan de mejora para el servicio de atención al cliente y comodidad.

**Factible:** Capacitar al personal en atención al cliente y adecuar el local para mejor la imagen y el ambiente acogedor para que el cliente se sienta satisfecho.

**Evidente:** Es evidente la falta en la atención, el personal esté capacitado para dar un buen servicio de calidad.

**Concreto:** Se tomará en cuenta los fenómenos que existen en la actividad económica para la mejora del negocio.

**Variables:** Tanto las variables dependientes e independientes son claramente identificadas.

La atención al cliente es un factor importante en la empresa o un negocio particular, nosotros dependemos de él, brindar con calidad y calidez, nos conduce al éxito del negocio.

**Relevante:** Es muy importante implementar este proyecto herramientas que sirva para mejorar la atención al cliente y entorno del local.

## **Objetivo General**

Propuesta de un plan de mejora en la atención y comodidad al cliente, para la venta de comidas rápidas.

## **Objetivos Específicos**

- Fundamentar teóricamente la atención al cliente y comidas rápidas.
- Diagnosticar como se desarrolla la atención al cliente en el local de comidas rápidas.
- Elaborar un plan de mejora en atención y comodidad al cliente.

## **Justificación e Importancia**

El negocio de comidas rápidas ubicado en el Cantón Santa Lucía, calle José Santos Coloma cuyos propietarios han iniciado en crear un nicho de mercado que sirva para mejorar su calidad de vida ofreciendo productos rápidos de preparación para el deleite de la ciudadanía Luciana y de sus alrededores y personas de diferentes cantones que nos visitan por negocio o por turismo al paso a degustar de los exquisitos productos como salchipapas, papi pollo, wuantán, tacos, colas.

La importancia de este proyecto va encaminada en describir las falencias existentes en el servicio de atención y comodidad, recursos que se necesita capacitar al personal para tener agilidad en la preparación, venta e implementar un local amplio que satisfaga las necesidades de los consumidores.

Por ende nace la necesidad de mejorar el proceso de capacitación al personal que cumpla con las expectativas de atención al cliente con el fin de incrementar las ventas, generar más recursos y mejorar la imagen del local en su respectiva adecuación como implementar más en las compras de sillas, mesas u otros implementos materiales necesarios y útil.

Unas de las bases principales para el desarrollo de un negocio es tener una excelente atención en la agilidad de preparación de los productos, espacio físico amplio del local, por lo que es necesario aplicar una herramienta de estudio como es el Análisis FODA sobre la situación del pequeño negocio analizando sus características internas y su situación externa.

La demanda en el mercado nacional y más aún local, en la actualidad de comidas rápidas hoy en día es muy consumidas, apetecidas por sus intensos sabores y por su palatabilidad por su serie de característica nutricionales que hacen que sean muy apropiado en su consumo normal, las personas que más consumen este productos son los jóvenes, y adultos de diferentes instituciones educativas, entidades públicas y privadas que salen a degustar variados tipos de comidas rápidas por su fácil elaboración y su bajo costo.

Ante lo expuesto, todo se puede mejorar y aplicar herramientas necesarias para un buen desenvolvimiento en el servicio de atención solo depende del personal administrativo, empleados, en ofrecer calidad de atención para brindar todas las comodidades necesarias que requiere el cliente.

Para el Cantón Santa Lucía de la provincia del Guayas representa un desafío importante poder impulsar un negocio ya que para la economía local aumente y el turismo vaya creciendo paulatinamente y sea ejemplo de superación para que otras personas inicien nuevas ideas de negocios y sea un cantón reconocido y progresista a nivel provincial y nacional.

El proyecto investigativo se enfoca en buscar alternativas viables de propuestas de herramientas de mejora que servirá de mucha ayuda por parte del personal y el anhelo de los consumidores de contar con el buen servicio de atención con calidad.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **Antecedentes Históricos**

Según Villa, J. (2014), **“El mercado se ha hecho más global y fuertemente competitivo y la calidad en la atención a pasado ser clave para fidelizar y mantener a nuestros usuarios y clientes del siglo XXI”**. (Pág. 6)

En la actualidad la globalización y la competitividad han marcado un papel importante en el comercio moderno, nos damos cuenta el servicio de atención al cliente y la comunicación ha evolucionado paulatinamente en la satisfacción de los consumidores.

Según Areyuna, M., González, J. (2013) **“El Ecuador se encuentra inmerso en un proceso de globalización, en donde ya no sólo se compite internamente, hoy por hoy se compite en un mundo sin fronteras, con consumidores, competidores y proveedores mundiales”**. (Pág. 1)

Vivimos en una economía global en donde nuestros productos hoy en día tienen la misma probabilidad de haber sido elaborado en el mercado mundial.

Según Escobedo, M. (2014), “

Santa Lucía es un cantón de los considerados de última generación, ya que fue creado como tal en 1987. Adicionalmente, tiene una importancia estratégica por su condición de cantón de gran

producción arroceras, lo que lo vincula directamente con la seguridad alimentaria del país”. (Pág. 11)

Adicionalmente tiene una importancia estratégica por su condición de cantón de gran producción arroceras turística que lo vincula directamente con la seguridad alimentaria del país el cual se elabora diferentes platos típicos además existen actividades comerciales con pequeños establecimiento en comidas rápidas.

Según Brown, A. (2008) en el libro Gestión de Atención al Cliente nos dice:

La gestión de atención al cliente consiste en simplemente en eso: en gestionar la forma de atender al cliente. Desde siempre el negocio se ha identificado con la competencia. Se trata de competir por los mercados, por los territorios, por los lugares en que se desarrolla la venta al por menor y, sobre todo, por los clientes. (Pág. 1)

La atención del cliente constituye una herramienta muy importante para el desarrollo de las grandes medianas y pequeñas empresa o negocios. La competencia en la actualidad se ha incrementado debido a la demanda de comidas rápidas por lo que ha generado fuentes de trabajo en diferentes lugares.

Según Pérez, B. (2010) en el libro Calidad total en la Atención al cliente expreso lo siguiente:

La forma de atender la calidad en la atención al cliente por parte de las organizaciones ha evolucionado durante los últimos años de manera significativa. El éxito competitivo de la empresa actuales va más allá de atraer y captar clientes para que adquieran sus productos y servicios; se centran también en lograr su satisfacción y fidelización para maximizar los beneficios económicos. Las empresas se esfuerzan en tratar al cliente en cortesía y de forma amable en todos los contactos que establecen

con él para permitirle de este modo sentirse importante. (Pág. 1)

La atención al cliente es primordial en un negocio en brindar calidad de comida, aseo, ambiente adecuado que son los factores importantes que toda persona desea encontrar en cualquier sitio o lugar y poner en práctica las habilidades de comunicación, empatía, y la asertividad en ofrecer los productos y satisfaga sus necesidades deseadas.

El autor Carrasco Fernández, S. (2017)

En la organización de esta clase de empresa es necesario, por tanto, que se incluya un departamento de atención a esos clientes entre cuyas funciones principales estará de generar una buena imagen para aumentar las ventas y así lograr los objetivos de la obtención de beneficios. (Pag.2)

El propósito de una empresa es buscar una herramienta de propuesta de mejora que incremente las ventas que brinde toda atención adecuada para que el cliente se sienta satisfecho y cómodo y obtener una excelente imagen óptima que nos conllevará al éxito del negocio y poder lograr la meta propuesta.

En el libro Atención al cliente del año (2010) nos dice:

Un ordenador, además de la utilidad y las prestaciones El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera además del producto o del servicio básico como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo. Para ofrecer un buen servicio hace falta más algo que amabilidad y gentileza, aunque estas condiciones sean impredecibles en la atención al cliente. Servicio no significa servilismo aunque, a veces se tiendan a confundir ambos términos. Esto explica en parte la aptitud de ciertos vendedores de grandes almacenes que se limitan únicamente a ejercitar una actitud obsequiosa antes los clientes sin tener en cuenta sus necesidades y sin ayudarles en absoluto. El servicio del producto tiene dos componentes: el grado de persecución y el valor añadido para el

cliente. Estos son los dos factores que interesan por ejemplo, al comprador de un automóvil o de técnicas del producto. (Pag.4)

El servicio de atención al cliente es de vital importancia para cualquier actividad económica que emprendamos, brindar con calidad y calidez, nosotros dependemos de él, es la clave del éxito del negocio.

Según Tschohl, J. (2008) en el libro Estrategia de excelencia en el servicio al cliente nos dice:

Restablecer el servicio es hacer que nuestros clientes sonrían, incluso después de que cometimos un error. Es resolver el problema del cliente y que este salga del establecimiento con la impresión de que está tratando con la mejor compañía del negocio. Por desgracia poco ejecutivos y gerenciales comprenden lo que es restablecer un servicio, y si no lo entienden, con seguridad sus empleados tampoco; y menos sabrán cómo utilizarlos. Para el éxito de cualquier organización, resulta de vital importancia que todos, desde el director ejecutivo hasta los empleados de mostrador. Restablecer un servicio es una práctica avanzada y significativamente más poderosa que ofrecer una simple disculpa. Es una herramienta que permite crear lealtad en el cliente: que lo aleja al límite de la deserción. Restablecer el servicio es el paso a seguir después de cometer algún error. Es necesario disculparse, tomar responsabilidad por la falta de o inconveniencia cometida y ofrecer al cliente algo de valor a cambio. Si sigue los pasos citados, su cliente estará satisfecho así lo contara a cinco o diez personas. (Pag.1)

En todo el mundo está implicado el servicio al cliente, para lo que desempeñamos en una empresa o somos propietarios de un pequeño negocio, al cliente hay que demostrarle empatía capacidad ponerte realmente en la posición de él, resolver los inconveniente o errores y que salga con una satisfacción que lo han atendido cordialmente, y regrese nuevamente, porque es un factor importante para que el negocio siga

adelante con una magnífica imagen y trazando metas para el logro del éxito.

Según Keith, D. (1991) en el libro Calidad en el servicio a los clientes nos dice:

Las organizaciones que son el compendio de la calidad en el servicio lo son porque se encuentra en la calitividad en vez de en las normas de producción o de calidad. Cuando se practica una gestión eficiente, aparece una mejora equivalente en la calitividad y no solo en la calidad o en productividad. Si vamos a tener éxito en la prestación eficaz de un servicio de calidad, es pérsico de dejar de pensar en la calidad y productividad como términos mutuamente excluyentes. En el futuro, las compañías con éxito tendrán que definir la calitividad teniendo como normas de rendimiento el cumplimiento de las expectativas de los clientes. (Pag.13)

Las empresas a futuro aumentarán por su niveles de calificación del servicio al cliente tendrán que medir y evaluar el rendimiento de atención de los procesos efectuados por los empleados hacia el cliente ya sea una empresa o negocio.

Según Londoño, C. (2006) en el libro Atención al cliente y gestión de reclamaciones **“Exceder las expectativas de los clientes demostrando un compromiso total en la identificación de cualquier, problema proporcionando las soluciones más idóneas para satisfacer sus necesidades”**

Brindar la ayuda o información que necesita al cliente de cualquier situación que se le presente y darle solución inmediata con eficiencia y calidez para que salga satisfecho con una sonrisa.

## **Antecedentes Referenciales**



En Ecuador, en la ciudad de Guayaquil, año 2013, los autores Mariuxi Bethsabé Cárdenas Rivera, Néstor Daniel Mora Cabrera, y Andrea Talina Sánchez Merchán presentaron su tema **“Análisis del servicio al cliente en el restaurante la Riviera y su impacto en la calidad del servicio e imagen del establecimiento”**. Se enfoca en el servicio e imagen del establecimiento, y buena organización entre el personal que esté capacitado para brindar un servicio de atención y calidez hacia al cliente que acuden al restaurante.

En Ecuador, Quito, en el año 2016, la autora Silvana Alejandra Villalba Barragán presento su tema **“Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca, Beach Bistró y Que Restaurant, y sugerencias de mejora”**. Dar a conocer mediante el proceso de la investigación demostrar la importancia y mejorar la calidad en el servicio y atención al cliente poder establecer posibles soluciones y problemas encontrados en la empresa.

En Guatemala en la ciudad de Jutiapa en el año 2015 la autora Fátima Mendoza Gándara con el tema **“El servicio al cliente en los restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa”**. El objetivo del proyecto es como brindar el servicio al cliente en ofrecer variedades de alimentos que satisfaga los gustos y preferencias a los consumidores.

En la ciudad de Guayaquil en el año 2017 el autor Leonardo Escandón Silva presento su tema **“Propuesta la mejora de los servicios en el bar restaurante Macho Shorts en plaza del sol en la ciudad de Guayaquil”**. La propuesta de este tema es mejorar el servicio de atención de parte de los empleados al cliente, por lo que no tienen la competencia de cómo satisfacer al turista.

En la ciudad de Ibarra en el año 2011 la autora Jenny Enríquez con el tema **“El servicio al cliente en restaurantes del centro de Ibarra. Estrategia de desarrollos de servicios”**. Las causas y efectos del problema que aqueja a los negocios por parte de sus clientes

manifestaron la mala atención del servicio e inadecuada lo que aplicaron una ficha de observación para evidenciar las falencias existente en el mal servicio al cliente y con la ayuda de experto se elaboró un Manual de servicio al cliente constituye una herramienta mercadológica que servirá de guía para todo el personal de los restaurantes.

En la ciudad de Bogotá en el año 2008 los autores Olibeth Botia Fonseca, Diana Rivera Moreno con el tema **“Propuesta de mejoramiento para el servicio al cliente del Grupo Unipharm Bogotá”**. Este proyecto se enfoca en establecer en evaluar los niveles de satisfacción, la calidad de atención y percepción, para que una vez evaluado se conozca las falencias y sea factible la propuesta de soluciones para constatar las causas de las debilidades del negocio y proponer una mejora en el servicio de atención.

En Ecuador, Guayaquil en el año 2013 los autores Priscila García Briones, Venecia Macías Veas, Erwin Parrales Reyes presentaron su tema **“Diseño de una estrategia de marketing para mejorar el servicio al cliente de la Universidad de Guayaquil”**. La propuesta de este proyecto es la aplicación de un plan marketing estratégico que ayuden a mejorar para el desarrollo y dar posibles soluciones de tipo económico, administrativo y social para proyectar una imagen institucional y lograr el objetivo deseado.

En la ciudad de el Salvador en el año 2012 los autores Maritza Cañas Maravilla, Deysi Mirón Raymundo, Franco Ramírez López presentaron su tema **“Evaluar la calidad del servicio proporcionado por Burger King”** Este proyecto tiene como finalidad evaluar la calidad del servicio al cliente y aplicar estrategias, tácticas a donde están fallando para dar solución en el desarrollo de la actividad económica y lograr una atención de calidad con calidez.

En México en la ciudad de Coahuila en el año en el año 2016 la autora Dora Castro Treviño presento su tema **“Estudio del servicio al cliente en restaurante de comidas rápidas en Piedras Negras, Coahuila”**. El

tema se enfoca en la evaluación de percepción de servicio al cliente por la inconformidad que existe en el entorno en mejorar algunos aspectos importantes del producto que ofrece el restaurante y obtener la satisfacción del cliente.

En la ciudad de Riobamba en el año 2011 la autora Verónica Isabel Coronel Cachott presento su tema **“Mejoramiento de calidad en el servicio y atención en el restaurante “Los Pollos de la Colon” de la ciudad de Riobamba 2009”**. El tema radica en mejorar la atención al cliente, servicio, y calidad porque cada día los clientes son más exigentes y para esto se debe aplicar una mejora continua de procesos de los productos y en el servicio.

En el Salvador en el año 2003 los autores Tania Castillo Alférez, María Montenegro Rodríguez, Mercedes Orellana Argueta presentaron su tema **“Planeación estratégica para el mejoramiento de la calidad al servicio al cliente en restaurante a la carta, en el área metropolitana de San Salvador”**. El tema presenta en implementar un plan estratégico para el mejoramiento de la calidad al servicio al cliente que permita las expectativas y exigencias de los clientes.

En Chile en la ciudad de Santiago de Chile en el año 2013 el autor Leonardo Valenzuela Neda presento su tema **“Plan de negocios para la apertura de una cadena de restaurante de comidas rápida saludable y de licuados/jugos naturales: “NUTRIL-GRILL”**. El proyecto se enfoca en ofrecer una gama de variedades de comidas saludables y jugos nutritivos para el deleite de los clientes y es un negocio que se basa en la diferenciación.

En la ciudad de Guayaquil en el año 2002 por la autora Wendy Aguayo Rivadeneira presento su tema **“Diseño de un programa de calidad de servicio al cliente para proporcionar un nivel máximo de valor y mejorar el nivel de satisfacción de los consumidores del local de Mc Donalds San Francisco Ubicado en las calles Pedro Carbo # 531 y Av. 9 de Octubre”**. El tema se basa en lograr un incremento de valor y

elevar la satisfacción de los consumidores, a través de detalles como: valor general de la comida, rapidez y exactitud del servicio, percepción de

la amabilidad, cortesía y actitud, servicio y limpieza para la complacencia del consumidor.

En Perú en la ciudad de Piura en el año 2015 con la autora María silva Ipanaque presento su tema **“Calidad del servicio al cliente en el restaurant la Lomita-Tambogrande-2015”** Este proyecto se basa en brindar una calidad de servicio al cliente en el restaurant en esta investigación se realizó tipo de investigación no experimental. Donde los clientes fueron u instrumento muy importante para la recolección de datos teniendo como resultado la buena calidad del servicio que obtuvo un promedio muy favorable con la cual cuenta con los instrumentos importantes para posesionarse en el mercado local como:

- Brindar calidad en el servicio
- Satisfacción al cliente
- Buena organización y control

En Quito Ecuador en el año 2016 con la autora Carolina Castillo Chamba presento su tema **“Diseño de un plan para mejorar el servicio al cliente del restaurante Guacamole & Grill”** Este proyecto se enfoca en brinda una buena atención en forma amable y cortes para que el clientela se sienta satisfecho e identificado con la marca de venta y lo que va a consumir en el restaurante.

En la ciudad de Quito en el año 2014 con la autora Gisela Jurado Toledo presento su tema **“Calidad de la gestión en el servicio y atención al cliente para el mejoramiento de las operaciones internas en restaurante de lujo en el centro histórico de la ciudad de Quito”** Este tema se enfoca en buscar mejora para los procedimientos internos mediante la evaluación de la situación actual con el fin desarrollar un

modelo de carta de servicio en restaurante de lujo que ayudaría determinar el nivel de calidad del servicio al cliente.

## **Fundamentación Legal**

De acuerdo con lo dispuesto en la Constitución de la República del Ecuador, Asamblea Constituyente 2008, capítulo sexto, derecho de libertad.

**Art. 66.-** Se reconoce y garantizará a las personas:

2. El derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios.

25. El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características

## **Capítulo séptimo**

### **Derechos de la naturaleza**

**Art.1.-** La naturaleza o Pacha Mama, donde se produce y realiza la vida, tiene derecho a que respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos. Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observarán los principios establecidos en la constitución, en lo que proceda. El estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema.

## TÍTULO IV

### REGIMEN DE DESARROLLO

**Art. 276.-** El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.
2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.
4. Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural.

### **En la ley del consumidor de la Constituyente del Ecuador en el 2008**

**Art. 2.-** Definiciones.- Para efectos de la presente ley, se entenderá por:

Consumidor.- Toda persona natural o jurídica que como destinatario final adquiera utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello.

Cuando la presente ley mencione al Consumidor, dicha denominación incluirá al Usuario.

**Art. 5.-** Obligaciones del Consumidor.- Son obligaciones de los consumidores:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;
2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;
3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y,

4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

Servicio de Rentas internas, Ley del Registro Único de Contribuyentes apertura RUC, inicio de actividades.

**Art. 1.- CONCEPTO DE REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES.-** Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objeto proporcionar información a la Administración Tributaria.

**Art. 3.- De la inscripción obligatoria.-** Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas, sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes.

Servicio de Rentas internas, Reglamento a la Ley de Registro Único de Contribuyentes, RUC.

El siguiente Reglamento para la Aplicación de la Ley de Registro Único de Contribuyentes, RUC: Art. 1.- De la Administración del Registro Único de Contribuyentes.- El Servicio de Rentas Internas, SRI, administrará el Registro Único de Contribuyentes, RUC, mediante los procesos de inscripción, actualización, suspensión y cancelación. Art. 2.- De los sujetos de inscripción.- Se encuentran obligados a inscribirse por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes, todas las personas naturales y las sociedades que realicen actividades económicas en el Ecuador o que dispongan de bienes por los cuales deban pagar impuestos, conforme lo dispuesto en el Art. 3 y en los casos

De conformidad a la Ordenanza del Gobierno Municipal del Cantón Santa Lucía, considerando:

**Que,** el artículo 8 del Código Orgánico Tributario, otorga la facultad reglamentaria a los gobiernos municipales para la aplicación de las leyes tributarias;

**Que,** con fecha 19 de octubre del 2010, en el suplemento del Registro Oficial No. 303 se publicó el Código Orgánico de Organización territorial, Autonomía y descentralización (COOTAD), el que en el inciso segundo del artículo 548 determina que la tarifa del Impuesto Anual de Patente Municipal se establecerá mediante ordenanza, siendo la mínima de 10 dólares de los Estados Unidos de América y la máxima de veinticinco mil dólares de los Estados Unidos de América Inscripción y actualización de la información en el registro de patente municipal.

**QUE,** el artículo 547 del COOTAD establece la obligación que tienen las personas naturales o jurídicas que ejerzan permanentemente actividades de orden económico de pagar el impuesto de patente;

**Art. 3.- Sujeto Pasivo.-** Son sujetos pasivos del impuesto anual de Patente, todas las personas naturales y jurídicas, nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en el cantón Santa Lucía, que ejerzan permanentemente las actividades señaladas en el artículo 1.

**Art. 4.- Plazo para el pago del impuesto.-** Este impuesto se pagará hasta 30 días después de la fecha límite establecida para la declaración del impuesto a la renta.

Inscripción y actualización de la información en el registro de patente.

**Art. 6.- Inscripción en el registro de patente.-** Todas las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en el cantón Santa Lucía, que inicien actividades económicas de forma permanente, están obligadas a inscribirse en el Registro de patentes de la municipalidad dentro de los treinta días siguientes al día final del mes en el que inician esas actividades.



## **Variables de la Investigación**

### **Variable Independiente:** Atención y comodidad al cliente

La autora Claudia Londoño, en su libro Atención al cliente y gestión de reclamaciones puntualiza la atención y comodidad de la siguiente manera:

Los clientes necesitan comodidad física: un lugar donde esperar, descansar, hablar o hacer negocios, también necesita tener la seguridad de que se le atenderán adecuadamente en la confianza de que le podremos satisfacer sus necesidades. Conocer las necesidades del cliente es parte fundamental en nuestra empresa, debemos tener en cuenta los puntos anteriores con el fin de suministrar un buen servicio y satisfacer al cliente y mantener y mejorar la imagen de la empresa. (Pag.119)

Los clientes son los primordiales para una empresa o negocio, sin ellos no podríamos tener una demanda mayor para permanecer o mantener un negocio. El cliente es lo primero en atender a sus necesidades para que se sienta complacido en brindar un producto de excelente calidad, en un ambiente acogedor con una atención ágil y que cumpla con las expectativas del cliente.

### **Variable Dependiente :** Comidas rápidas

El autor Robin Wells, en su libro introducción a la economía (2006), puntualiza la venta de comidas rápidas de la siguiente manera:

En la industria de comidas rápidas muchas empresas compiten para satisfacer, más o menos, la misma demanda: el deseo de los consumidores de comer algo rico y rápido. Para satisfacer dicha demanda cada empresa produce un producto distinto, diferenciador, productos que los consumidores normalmente perciben como cercanos, aunque no como sustitutivos perfectos.

Cuando hay muchas empresas que compiten entre sí y que utiliza la diferenciación de producto, como ocurre en la industria de comida rápida, los economistas decimos que en la industria hay competencia monopolista. (Pag.388).

Vivimos en una sociedad de consumo masivo referente a comidas rápidas en el mercado actual se ha incrementado la demanda y la competitividad en todos los lugares del mundo, cada empresa produce producto diferenciable, ricos, y rápidos de preparación para satisfacer las necesidades de los clientes.

### **Definiciones Conceptuales**

**Actividad** : Importe total de los valores, efectos créditos y derechos que una persona tiene su favor.

**Atención** : Demostración de respeto, cortesía, urbanidad.

**Ambiente** : Condiciones o circunstancia sociales, físicas o humanas etc. que rodean a las personas o animales.

**Apropiado** : Aplicar a cada cosa lo que le es propio y más conveniente.

**Administración** : Acción y efecto de administrar.

**Análisis** : Dentición y separación de las partes de un todo hasta llegar a conocer sus principios o elementos.

**Accesible** : De fácil acceso o trato.

**Beneficios** : Conjunto de emolumento que obtienen un eclesiástico inherente o no a un oficio.

**Bienestar** : Se conoce como bienestar al estado de la persona humana en la que se hace sensible el buen funcionamiento de su actividad somática y psíquica. Como tal el término hace referencia a un estado de satisfacción.

**Cliente** : Respecto del que ejerce alguna profesión, persona que utiliza sus servicios.

**Comodidad** : Conveniencia copias de las cosas necesarias para vivir a gusto y con descanso.

**Consumidor** : Gasto acción y efecto de consumir: utilizar géneros para el sustento.

**Comunicación** : Acción y efecto de comunicar o comunicarse trato, correspondencia entre dos o más personas.

**Calidez** : Estado de una persona su naturaleza su edad y demás circunstancia y condiciones que se requieren para un cargo o dignidad.

**Competencia** : Competencia de quienes se disputan una misma cosa o la pretende.

**Capital** : Considerado como instrumento de producción y más propiamente potencia económica en dinero, créditos, influencia moral, etc., capaz de proporcionar los elementos necesarios para lo establecimiento y marcha de una industria o negocio.

**Conocimiento** : Es el acto o efecto de conocer. Es la capacidad del hombre para comprender por medio de la razón la naturaleza, cualidades y relaciones de las cosas.

**Conglomerado** : Se entiende como conglomerado a una masa compacta que se obtiene mediante la adición de varios fragmento que permanecen unidos entre sí por una sustancia, a lo que se denomina conglomerante.

**Demanda** : Replica, oferta suplica, petición, solicitud.

**Establecimiento:** Lugar donde habitualmente se ejerce una industria o profesión.

**Estrategia** : Es un proceso regulable, el conjunto de reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.

**Evaluación** : Acción y efecto de evaluar.

**Escasez** : Cortedad, mezquinada con que hace con que se hace una cosa poquedad, falta de una cosa.

**Expectativa** : Posibilidad de conseguir un derecho, una herencia, u empleo u otra cosa, al ocurrir a un suceso que se prevé.

**Economía** : Administración eficaz y razonable de los bienes.

**Empatía**: La empatía es la intención de comprender los sentimientos y emociones, intentando experimental de forma objetiva y racional lo que siente otro individuo.

**Evaluar** : Valorar conocimiento, actitud o rendimiento de una persona o de un servicio.

**Fundamental** : Que sirve de fundamento o es lo principal en una cosa.

**Fenómeno** : Toda apariencia o manifestación así del orden material como del espiritual.

**Globalización** : Es un proceso económico, político, social, empresarial y cultural a escala mundial que consiste en el creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo.

**Herramienta** : Instrumento por lo común de hierro o acero, con que trabajan los artesanos en las obras de sus oficios.

**Insumos** : Bien de cualquier clase empleado de la producción de otros bienes.

**Imagen** : Figura, representación y apariencia de una persona o cosa.

**Implementar** : Poner en funcionamiento o aplicar métodos, medidas, etc. Para llevar algo a cabo.

**Incidencia** : Acontecimiento que sobreviene en el curso de un asunto o negocio y tiene con el alguna conexión.

**Generar** : Producir, causas algunas cosas.

**Laboral** : Perteneiente o relativo al trabajo, en su aspecto económico.

**Limitado** : Es aquel que refiere pequeño, espacio reducido, es decir cuando, se quiere dar cuenta algo o alguien presenta esta característica, entonces, es común que se utilice el termino limitada para hablar de ello.

**Mejora** : Medra, adecuamiento y aumento de una cosa.

**Mercado** : Contratación pública en paraje destinado al efecto y en días señalados.

**Negocio** : Cualquier ocupación que hacer o trabajo.

**Necesidad** : Impulso irresistible que hacen que las causas abre infaliblemente en cierto sentido.

**Objetivo** : Perteneiente o relativo al objeto.

**Organización** : Conjunto de normas, procedimiento y elementos que se establecen.

**Obligación** : Imposición o exigencia moral que debe regir la voluntad, vinculo que se sujeta o hacer.

**Proyecto** : Idear, trazar disponer o proponer el plan y los medios para la ejecución de una cosa.

**Proceso** : Conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial.

**Proveedor** : Persona que tiene a su cargo proveer y establecer de todo lo necesario, específicamente de mantenimiento, a los ejércitos, armadas, casas de comunidad u otras de gran consumo.

**Producto** : Fabricación suma de los productos del suelo o de la industria.

**Personal** : Conjunto de las personas que trabajan en un mismo organismo dependencia fabricar taller etc.

**Preferencia** : Primaria ventaja o mayoría que una persona o cosa tiene sobre otra.

**Preparación** : Disposición acción y efecto de preparar o prepararse.

**Propuesta** : Proposición o idea que se manifiesta y ofrece a uno para un fin.

**Propósito** : Objetivo que se pretende conseguir.

**Servicio** : Ordenador central de un sistema de red que surte de programas y servicios a otros ordenadores menores llamados clientes.

**Satisfacer** : Saciar un apetito, pasión etc.

**Recurso** : Acción y efecto de recurrir, bienes medios de subsistencia.

**Teóricamente** : Serie de las leyes que sirven para relacionar determinado orden de fenómenos.

**Tiempo** : Duración de las cosas sujeta a mudanzas.

**Universo** : Es la totalidad espacio y del tiempo, de todas las formas de las materias, la energía, el impulso, las leyes y constantes físicas que las gobiernan.

**Venta** : Despacho, compra, acción y efecto de vender.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **Datos de la Empresa**

**Nombre de la Empresa.-** Dios Provee

**Ruc.-** 0907708606001

**Gerente General.-** María Isabel Alvarado Párraga

**Actividad de la Empresa.-** Ventas de comidas rápidas

#### **Misión**

Ser un negocio reconocido a nivel cantonal, en satisfacer las necesidades de los clientes del deleite de comidas rápidas, brindar buen servicio de calidad de atención al cliente, agilidad en la preparación de los productos y un ambiente acogedor.

#### **Visión**

Complacer los requerimientos de nuestros clientes, con la experiencia, conocimiento y el bienestar en la manipulación y preparación de los productos, ser un negocio exitoso en calidad, servicio de atención al cliente.

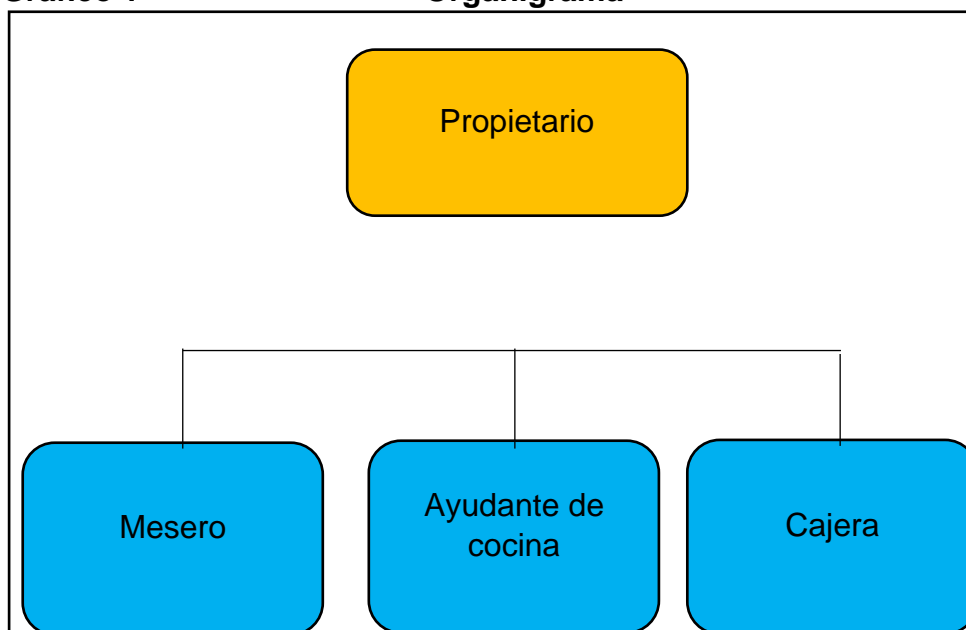
#### **Logotipo**



## Organigrama

Grafico 1

Organigrama



Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

## Funciones de los Trabajadores

**Propietario.-** Es aquel que posee y opera un negocio pequeño o grande, administra, controla, y toma las decisiones con el fin de obtener rentabilidad y ganancia.

Sus funciones son:



- Dirigir el negocio
- Tomar decisiones
- Realizar las compras de los insumos a diario o semanal para la elaboración, preparación del producto.
- Trabajar en equipo
- Comunicación
- Confiable
- Cumplir con las obligaciones tributarias como: pago impuesto predial, permiso del cuerpo de bomberos (para acceder trámite de la patente), pago de impuesto de patente, Intendencia, declaración mensual IVA formulario 104 A no obligados a llevar contabilidad.

**Ayudante de cocina:** Es la persona que presta servicios que esta bajo la supervisión de un cocinero realizando tareas en la preparacion de alimentos como: pelar papas, chuzos, tacos, salsas, etc, todo lo concerniente a comidas rápidas. Poseer implementos de protección en la elaboración y preparación de los productos como: gorro, mandiles, guantes.

Sus funciones son:

- Tener limpia la cocina
- Limpia y lava los utensilios sucios de preparación
- Depositar la basura en el lugar propicio para el proceso de recolección municipal
- Mantener su higiene y limpieza de su vestimenta
- Recibir las disposiciones del jefe

**Mesero:** Es la persona encargada de atender a la mesa con cordiabilidad, buen trato, explicar el menú al cliente, los responsables de servir los alimentos, dar la cuenta.

Sus funciones son:

- Mantener limpio continuamente el local
- Limpiar las mesas, sillas, manteles
- Recibir a los clientes y acompañarles hacia las mesas
- Atender cordialmente a los clientes
- Saber interpretar las señales de los clientes
- Depositar la basura en el lugar propicio para el proceso de recolección municipal
- Ser rápido y ágil en la atención
- Llevar los alimentos a la mesa

**Cajera:** Es la persona encargada en atender con calidad y calidez a los clientes en la atención del cobro asegurando su satisfacción el servicio recibido.

Sus funciones son:

- Tener una excelente presentación en el lugar de trabajo
- Atender con calidad y calidez a los comensales en el cobro garantizando su satisfacción con el servicio recibido
- Tener disponibilidad de dinero para dar cambio a los clientes

### **Diseño de la Investigación**

La autora María Moreno Bayardo (1989) en su libro Introducción a la metodología de la investigación educativa determina que la investigación de campo se define como:

La investigación de campo reúne la información necesaria recurriendo fundamentalmente al contacto directo con los hechos o fenómenos que se encuentran en estudio, ya que sea estos hechos y fenómenos estén ocurriendo de una manera ajena al investigador o que sea provocados por este con un adecuado control de las variables que intervienen; en la investigación de campo, si se trata de recabar

datos, se recurre directamente a las personas que los tienen, si se trata de probar la efectividad de un método o material se ponen en práctica y se registra en forma sistemática los resultados que se van observando, si se trata de buscar explicación para un fenómeno, el investigador y sus auxiliares se ponen en contacto con el mismo para percibir y registrar las características, condiciones, frecuencia con que el fenómeno ocurre, etc., en otras palabras, es la realidad misma la principal fuente de información en la investigación de campo y la que proporciona la información clave en la que se fundamentan las conclusiones del estudio. (Pag.42)

Este proyecto se refiere a un proceso investigativo de campo que nos servirá de mucha ayuda donde describiremos y analizaremos los fenómenos existentes que conducirá al procedimiento de un estudio detallado que sirva para evaluar las necesidades y obtener solución en la de mejorar el servicio de atención al cliente y comodidad en la venta de comidas rápidas.

El autor José Ruiz Olabuenaga (2012) en su libro Metodología de la investigación cualitativa determina de lo siguiente:

La investigación cualitativa implica un estilo de investigación social el que se dan una existencia especial en la recogida esmerada de datos y observaciones, lentas prolongadas y sistemáticas a bases de notas baremos, records, ejemplos, grabaciones....Lejos de ser una actividad unidimensional y lineal, el análisis cualitativo opera en dos dimensiones y de forma circular. No solo observan y graban datos si no que se entabla un dialogo permanente entre el observador y lo observado, entre inducción (datos) y deducción (hipótesis), al que acompaña una reflexión analítica permanente entre lo que se capta del exterior y lo que se busca cuando se vuelve, después de cierta reflexión, de nuevo al campo de trabajo. En todo momento este intercambio de fuera adentro y del observador de campo de observación adquiere una estructura zigzagueante en la que se impone una flexibilidad completa para cambiar, cambiar en cualquier momento, la hipótesis orientada de trabajo,

la fuente de información, la línea de interpretación.  
(Pag.24)

La investigación se basa en el diseño cualitativo mediante el cual nos ayuda a tener una descripción más clara y detallada del caso, evaluar lo que se está investigando.

### Tipos de investigación

**Tabla 2** **Modelo**

Exploratorio	Explicativo	Descriptivo	Correlacional
Según Ospina R. “Esta investigación permite determinar problemas pocos estudiados a que no han sido tenidos en cuenta”. (pág.89)	Para Díaz Narvárez (2009) “Estos estudios van más allá de la descripción de concepto o fenómeno y en qué condiciones se manifiesta”. (pág.182)	Según Ruiz L. (2006) “Comprende el registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos”. (pág.106)	Para Behar R.(2008) “Lo principal de estos estudios es saber cómo se puede comportar una variable conociendo el comportamiento de otra variable relacionada (evalúan el grado de relación entre dos variables)” (pág.19)

Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

Los tipos de investigación que se va a realizar:

**Exploratorio:** El investigador se encarga de estudiar todos los fenómenos existentes en el campo investigativo donde refleja su problemática que no han sido imperfectamente abordados.

Esta investigación nos dará primeramente conocer el ambiente interno del negocio como se generan los productos en su elaboración, preparación, agilidad, espacio físico, servicio de atención, etc., con este tipo de investigación se obtiene para determinar las causas y efectos que ocasionan la problemática.

**Explicativo:** Se encarga de preguntar el porqué de los hechos describir o acercarse a un problema explicando su significativa de los hechos o fenómenos que se elaboran en determinadas condiciones.

Las causas que provocan este problema se enfoca en buscar o implementar nuevas herramientas de mejora como: la adecuación del local más amplio, capacitación al personal en preparación de productos, brindar atención al cliente y generar una buena imagen para aumentar las ventas y así lograr los objetivos de la obtención de beneficios.

### **Población y Muestra:**

#### **Población**

El autor Benjamín Hernández Blázquez (2001) en su libro Técnicas de estadística de investigación define que la población:

Se puede definir como un conjunto de unidades o ítems que comparte algunas notas o peculiaridades que se desean estudiar. Esta información puede darse en medias o datos porcentuales. La población es una investigación estadística se define arbitrariamente en función de sus propiedades particulares. Asimismo pueden definirse como familias, especies u órdenes de animales o plantas; también existen poblaciones de observaciones o de reacciones de cierto tipo: reacciones simples a estímulos sonoros, reacciones de asociación de palabras, apreciaciones sobre los colores similares etc... La mayoría vinculadas a los laboratorios de psicología social. (Pag.127)

Conforme el autor Dr. F. Moran M, (2010) Definió que la población es un conjunto de elementos con características similares o comunes, sirven para una investigación en lugar y tiempo determinado. Son conjunto estadístico que comparte una propiedad bien determinada sobre lo cual se realizan observaciones en función de la cual se define, los identifica.

La población objeto de estudio estuvo ligado directamente en la propuesta de un plan de mejoramiento en el servicio de atención y comodidad del

negocio, utilizando información de campo que fue observada para realizar el estudio.

**Población Finita:** Los autores Richard I. Levin, David S. Rubín (2004) en el libro Estadística para administración y economía detallo lo siguiente:

Muchas de las poblaciones que examinan los responsables de las decisiones son infinitas es decir de tamaño establecido o limitado. Ejemplos de estas incluyen a los empleados de una compañía dada, a los clientes de una agencia de servicios sociales de una ciudad, a los estudiantes de una clase específica y a la producción de un día de una determinada planta de manufactura.(Pag.262)

Es aquella que indica que es posible alcanzarse o sobrepasarse al contar, es la que posee o incluye un número limitado de medidas y observaciones.

La población con la que se investigó cuenta de la siguiente manera:

**Tabla 3** **Universo**

<b>Población</b>	<b>Cantidad</b>
Propietario	1
Mesero	1
Cajera	1

Ayudante de cocina	1
<b>Total</b>	4

Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

**Población Infinita:** El autor Rafael López Casuso (1996) en el libro Cálculo de probabilidades e inferencia estadística con tópicos de econometría expresó lo siguiente:

Es obvio que en el caso de una población infinita o muy numerosa, cualquier característica tiene que ser estudiada a partir de una muestra, puesto que prácticamente es imposible o muy difícil examinar todos los elementos; pero en caso de poblaciones. No debe entenderse población como un conjunto de persona, sino como un conjunto de elementos, cualquiera sea su naturaleza sobre lo que deseamos información. Por ejemplo productos, empresa, arbole, animales, etc. (Pag.190)

Son aquellas de tamaño conocido, desde un punto de vista conocido. Si una población es finita pero muy grande, desde un punto de vista estadístico da igual considerarla infinita.

**Muestra:** Según el autor Benjamín Hernández Blázquez (2001) en su libro Técnicas de estadística de investigación nos dice:

Genéricamente una muestra es una parte, más o menos grandes, pero representativa de un conjunto o población, cuyas características deben reproducirse lo más aproximado posible. Científicamente, la muestra son partes de un conjunto (población) metódicamente seleccionada que somete a ciertos contraste estadísticos para inferir resultados sobre la totalidad del universo investigado. Casi nunca es posible estudiar todos los elementos que componen el colectivo o población ya

que: a) Puede ser imposible desde el punto de vista económico o temporal. (Pag.127)

Las muestras se obtienen con la intención de deducir propiedades de la totalidad de la población, para lo cual se necesita una técnica de muestreo para obtener una información rápida y de bajo costo.

Según el autor Hernández, R en el año (2014) **“Se utiliza por economía de tiempo y recursos implica definir la unidad de muestreo y análisis requiere de limitar la población y generalizar resultado y establecer parámetros”**. (p.171) La muestra es una técnica de recolección de datos que nos permite investigar a través de una fracción de la población todo lo conglomerado teniendo en cuenta que las partes son iguales al todo.

#### **Muestra Estratificada:**

Los autores Mark L. Berenson, David M. Levine, Timothy C. Krehbiel (2006) en el libro Estadística para administración determina que la muestra estratificada:

Es una muestra estratificada, primero subdividida en elementos del marco en subpoblaciones separadas, o estratos. Un estrato se define mediante algunas características comunes. Selecciona una muestra aleatoria simple de cada uno de los estratos, y combine los resultados de muestra aleatorias. Este método es más eficiente que el muestreo aleatorio simple y que el sistemático, porque garantiza la representación de los elementos a lo largo de toda la población. La homogeneidad de los elementos dentro de cada estrato brinda mayor precisión al estimar los parámetros poblacionales subyacentes. (Pag.224)

El muestreo estratificado es una técnica de muestreo probabilístico en donde el investigador divide a toda la población en diferentes subgrupos. Se determina muestreo aleatorio a los estratos que conforma la población (como edad, sexo, edad, grupo de habilidades etc.).



**Muestra No Estratificada:** El autor Galindo L. (1998) Determina lo siguiente como: **“Es una muestra no estratificada no es posible analizar los resultados de los distintos grupos que componen el universo separándolos de este”**. En una muestra estratificada así es posible analizar los resultados de un subuniverso o estrato de manera independiente. Pueda ocurrir que los miembros de una unidad superior se parezcan reduciendo la representatividad de los otros en la muestra final.

En este proyecto de investigación no se va utilizar ningún tipo de muestra por que la empresa Dios Provee hay una población es finita.

### **Método y Técnicas de Investigación**

#### **Métodos:**

La autora María Moreno Bayando (1987) en su libro Introducción a la metodología de la investigación educativa define el método estadístico:

Si bien el uso de métodos estadístico no es requisito que condicione la cientificidad de los trabajos de investigación, y por lo tanto no es algo que estará incluido necesariamente en ellos, es tarea cotidiana del investigador analizar reportes múltiples investigaciones; algunas habrán hecho uso de métodos estadísticos y aportaran resultados que el necesita saber interpretar. Por otra parte cuando el investigador planea un estudio que requiere la utilización de métodos estadístico, puede recurrir a la asesoría de expertos en este campo, pero necesita tener una idea clara de la lógica de la toma de decisiones que se apoyan en la estadística y de los factores que condicionen la validez de la misma. Los conceptos y ejemplificaciones que sean utilizados estarán orientados, como se expresó anteriormente, a presentar algunas situaciones en las que el proceso de la investigación puede ser apoyado por la estadística. (Pag.148)

Se usará el método estadístico el cual recoge la información cualitativa diseñada en el método de investigación que nos servirá de mucha

importancia para el procedimiento de datos necesarios del objeto de investigación.

Según en el manual Lógica elementos teóricos y prácticos aprendizaje recreativo determina lo siguiente:

Si bien es cierto que no se puede abarcar todo el universo del pensamiento, si podemos afirmar que cuando no referimos a algo lógico es porque se rige con la razón. Por consiguiente, la lógica nos muestra con sus leyes y principios una forma coherente de pensar y actuar, y es así como pensamos del pensamiento empírico a la ciencia. Lógica partiendo del principio de que es un conjunto de leyes, principios normas y acciones. Asimismo, cada individuo es un ente pensante y puede determinar su propio concepto de la lógica siempre y cuando se ajuste a sus características particulares, su estructura y su forma. La lógica es una disciplina que estudia la estructura o formas del pensamiento (tales como conceptos, proposiciones y razonamientos) con el objeto de establecer razonamiento válido. (Pag.10)

Para el proyecto aplicaremos el método histórico-lógico que conducirá al procedimiento que sirva para plantear, evaluar los fenómenos que ocasionan el problema en el servicio en atención al cliente y comodidad de comidas rápidas.

### **Técnicas**

**Tabla 4** **Proceso**

<b>Técnicas</b>	<b>Instrumentos</b>
-----------------	---------------------

Encuestas	Cuestionarios
Entrevista	Formularios

Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

El autor García Fernando (2002) en su libro Recomendaciones metodológicas para el diseño de un cuestionario donde se define a la encuesta como:

La encuesta es un método que se realiza por medio de técnicas de interrogación, procurando conocer aspectos relativos a los grupos. Tanto para entender como para justificar la conveniencia y utilidad de la encuesta es necesario aclarar que en un proceso de investigación, en principio, el recurso básico que nos auxilia para conocer nuestro objeto de estudio es la observación, la cual permite la apreciación empírica de las características y el comportamiento de lo que se investiga. Su uso aporta una notable contribución a la investigación descriptiva, ya que con la observación se pueden estudiar las propiedades de un lugar, los comportamientos, condiciones de trabajo, relaciones y otros aspectos de las personas. Sin embargo, aunque la observación se aplica a documentos y objetos tiene ciertas limitaciones, ya que no proporciona información respecto a las percepciones de la realidad, las creencias, sentimientos, motivaciones, anticipaciones, conductas pasadas o privadas o los sueños de las personas. Para obtener esta información se realizan sondeos o encuesta. Una encuesta sirve para recopilar datos, como conocimientos, ideas y opiniones de grupos; aspectos que analizan con el propósito de determinar rasgo de las personas, proponer o establecer relaciones entre las característica de los sujetos, lugares y situaciones o hecho. (Pag19)

La encuesta es una técnica basada en entrevista destinada a obtener datos de varias personas utilizando cuestionarios se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan en forma personal a fin de que las contesten por escrito o verbales dentro de una comunidad.

En el libro Recomendaciones metodológicas para el diseño de un cuestionario donde se define:

Un cuestionario, en sentido directo, es un sistema de preguntas racionales, ordenadas en forma, coherente tanto del punto de vista lógico como psicológico, expresadas en un lenguaje sencillo y comprensible, que generalmente responde por escrito las personas interrogadas, sin que sea necesaria la intervención de un encuestador. El cuestionario permite la recolección de datos provenientes de fuentes primarias, es decir, de personas que poseen la información que resulta de interés. Las preguntas precisas están definidas por los puntos o temas que aborda la encuesta; de esta forma, se dirige la introspección del sujeto y se logra uniformidad en la cantidad y calidad de la información recopilada, características que facilitan la aplicación del cuestionario en forma colectiva o su distribución a personas que se encuentra diseminadas en lugares lejanos al investigador. (Pag29)

El cuestionario consiste es un mecanismo de investigación que consiste en unas series de preguntas, las mismas que deben estar redactas en forma: coherente, organizadas, estructuradas, secuenciales.

El cuestionario nos permite recolectar información y datos para su tabulación, clasificación, descripción y análisis en un estudio investigativo, con el propósito de que sus respuesta puedan darnos toda la información.

Es personal, el cuestionario no contiene nombre, ni otra identificación de la persona que la conteste, datos que no interesan.

Para el procesamiento de la información, se utilizó el programa Microsoft Excel. Se procedió una interpretación de cada cuadro, basado en porcentajes, tablas y gráficos.

El análisis de los resultados obtenidos durante el proceso de la investigación del problema proyectado.

## **Procedimiento de la Investigación**

### **Encuesta:**

Se implementó la técnica de encuesta con el fin de recabar información realizada a los clientes a través de preguntas que nos permite evidenciar las causas de la problemática existente del negocio Dios Provee.

1. Primeramente se inicia con el saludo.
2. Se procede a dar a conocer el objetivo de la encuesta.
3. Indicaciones de la preguntas con sus respuesta serán confidenciales y anónimas.
4. Lee cuidadosamente y deberá escoger una de las cuatros opciones que estén en la encuesta.
5. Se realizará la despedida, gracias por su colaboración.

Se tabularon los resultados para obtener datos precisos que nos ayudará a tomar decisiones para el beneficio del negocio con la finalidad brindar un buen servicio al cliente.

### **Entrevista**

Se realizó la técnica de la entrevista entre dos personas donde se obtuvo información del entrevistado como es el propietario y el empleado del negocio Dios Provee.

1. Planeación de la entrevista: lugar, fecha y hora de inicio de la entrevista
2. Saludo al entrevistador

3. Objetivo y motivo de la entrevista.
4. Crear condiciones de confianza con el entrevistado
5. Formulación de preguntas
6. Contestar justo lo que pregunta el entrevistador.
7. Tener una actitud abierta de escucha y con el interés de entender los argumentos que puede darle el entrevistado.
8. Toma de notas de las preguntas
9. Aclaración de dudas.
10. Agradecer su participación en la entrevista.

En la entrevista se realizó un diálogo mutuo que nos sirvió de mucha importancia conocer la problemática existente en el negocio, descifrando las ideas que conllevan al mejoramiento del negocio.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DEL RESULTADOS

1. ¿Qué opina usted del negocio DIOS PROVEE en el trato de servicio de atención al cliente?

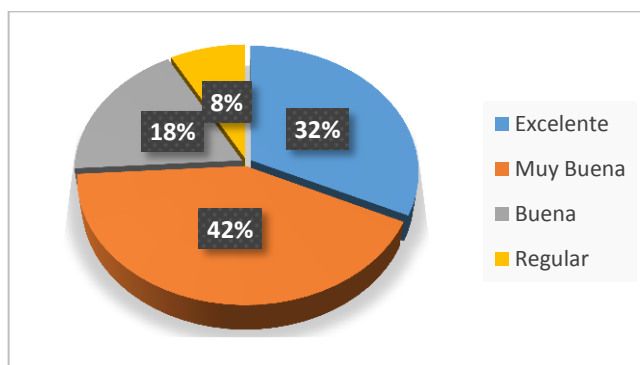
**Tabla 5                      Servicio**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Excelente	16	32%

Muy Buena	21	42%
Buena	9	18%
Regular	4	8%
Total	50	100%

Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

**Gráfico 2 Servicio**



Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

### Análisis e interpretación

Los resultados permiten conocer el 42% de las personas indicaron que el trato es primordial para todo negocio porque es la clave del éxito, y otros clientes nos manifestaron que existe una buena relación mutua que genera confianza y un porcentaje minúsculo afirman que el trato es regular.

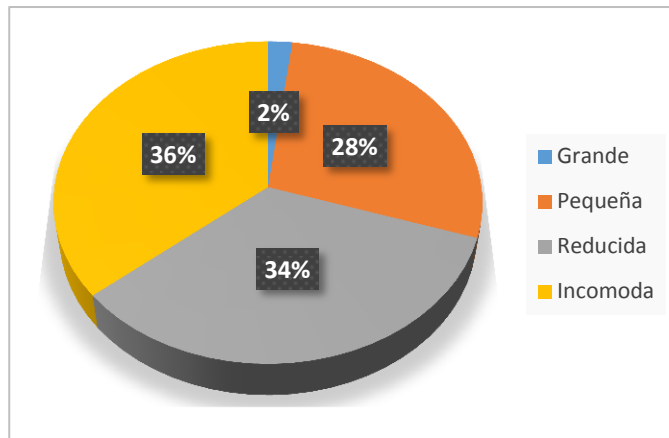
2. ¿Cómo usted observa la imagen de la infraestructura del negocio Dios Provee?

**Tabla 6 Imagen**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Grande	1	2%
Pequeña	14	28%
Reducida	17	34%
Incomoda	18	36%
Total	50	100%

Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

**Gráfico 3 Imagen**



Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a los datos arrojados de la encuesta refleja el 36% con respecto espacio físico del local es totalmente incomodo tanto como la cocina donde se prepara los productos y en la venta del producto no existe un ambiente apropiado para el consumo, el mismo que causa molestia en la agilidad e incomodidad que afecta la imagen del negocio.

3. ¿El personal le comunica a usted en el momento que su pedido está listo?

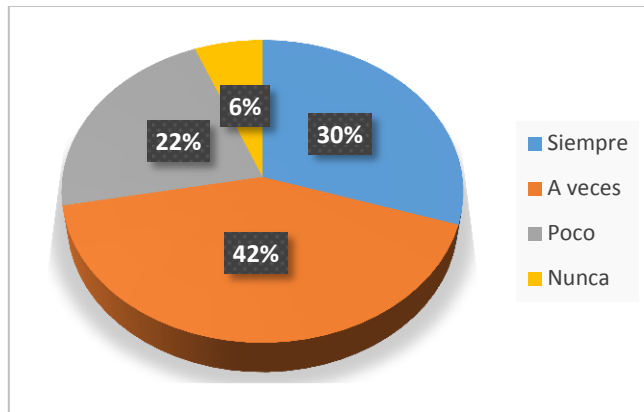
**Tabla 7 Pedido**

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	15	30%
A veces	21	42%
Poco	11	22%
Nunca	3	6%
Total	50	100%

Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander



**Gráfico 4 Pedido**



Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

### **Análisis e interpretación**

Los resultados obtenidos de la investigación demostraron que los clientes manifestaron que la atención en la hora donde la demanda es mayor al adquirir el producto se congestiona debido a la gran afluencia de estudiantes y esto ocasiona contratiempo en la entrega, a unos clientes a veces les indican que el producto está para entregarlo y otros indican que se les pasa de la mano en informarle que su producto está listo, y un porcentaje minúsculo se va descontento.

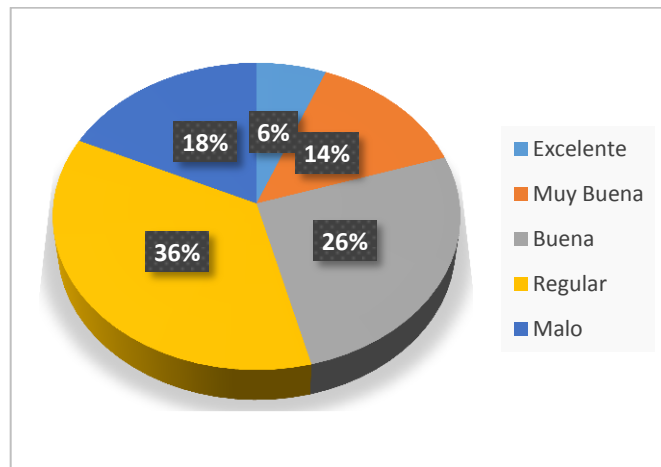
4. ¿Cómo usted califica en la entrega del producto?

**Tabla 8 Entrega**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Excelente	3	6%
Muy Buena	7	14%
Buena	13	26%
Regular	18	36%
Malo	9	18%
Total	50	100%

Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

**Gráfico 5 Entrega**



Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

### Análisis e interpretación

La mayoría de los clientes señalan que el tiempo de espera en la entrega del producto causa demora en las preparaciones que a medida se va entregando, otros manifiestan que deberían mejorar en la agilidad en los procesos de elaboración del producto y entrega.

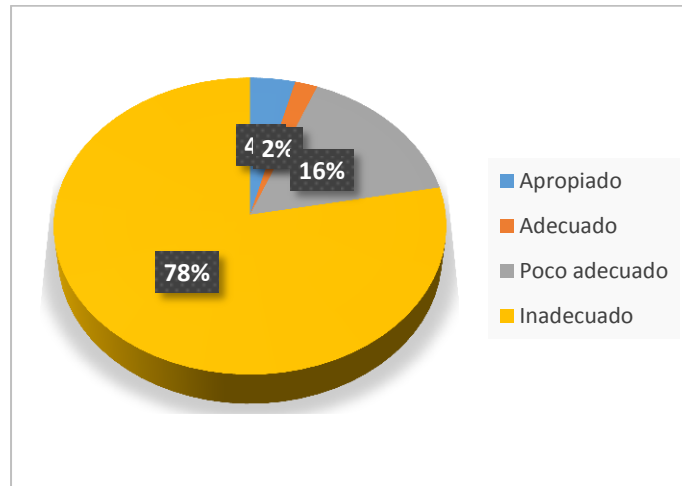
- ¿Cómo siente la comodidad que brinda el negocio Dios Provee de comidas rápidas?

**Tabla 9 Negocio**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Apropiado	2	4%
Adecuado	1	2%
Poco adecuado	8	16%
Inadecuado	39	78%
Total	50	100%

Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

**Gráfico 6** **Negocio**



Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

### **Análisis e Interpretación**

El 78 % de los clientes recomienda que el espacio físico debe mejorar para el consumo para satisfacer sus necesidades en un ambiente acogedor, y los demás indican que el lugar es céntrico debería estar acondicionado.

6. ¿Cómo encuentra la sazón del producto de este negocio?

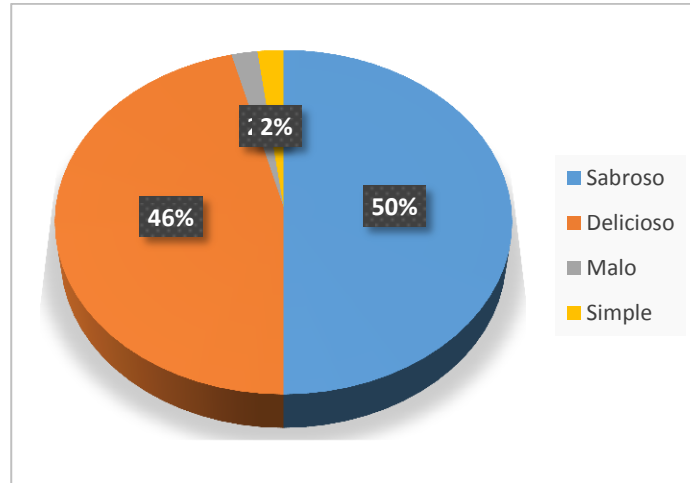
**Tabla 10** **Sazón**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Sabroso	25	50%
Delicioso	23	46%
Malo	1	2%
Simple	1	2%

Total	50	100%
-------	----	------

Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

**Gráfico 7 Sazón**



Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

### Análisis e Interpretación

Los clientes consideran que el producto es deleitoso por su rica sazón que ofrece el negocio por eso es muy concurrido por clientes y eso hace que vuelvan nuevamente a comprar.

7. ¿En qué condiciones se encuentra el negocio con respecto a la limpieza?

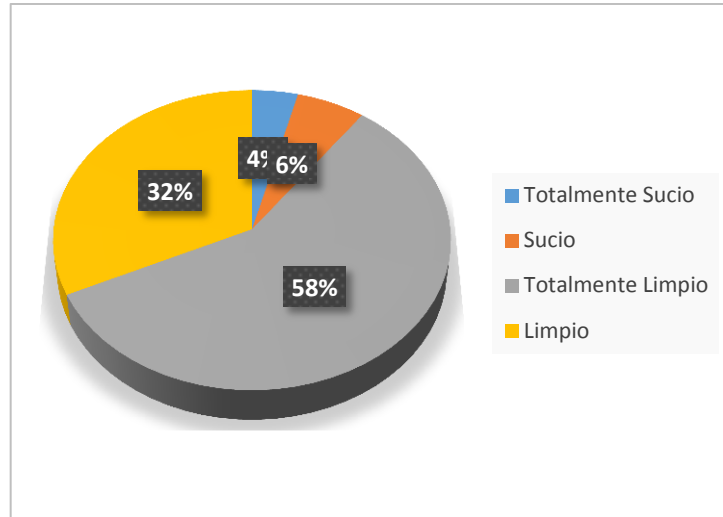
**Tabla 11 Limpieza**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Totalmente sucio	2	4%
Sucio	3	6%
Totalmente limpio	29	58%

Limpio	16	32%
Total	50	100%

Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

**Gráfico 8 Limpieza**



Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

### Análisis e Interpretación

Con respecto a la limpieza del negocio los clientes afirman que 58% cumple con las condiciones higiénicos para emprender un negocio por lo cual esta pregunta tiene un gran número de encuestado satisfecho.

8. ¿Con que frecuencia usted asiste a deleitar el producto?

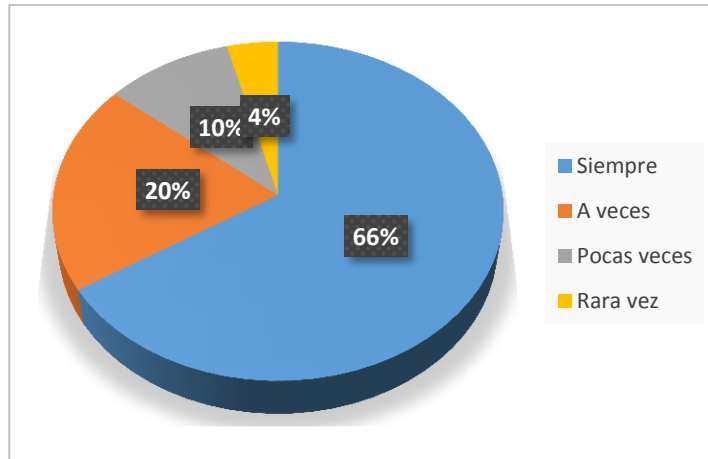
**Tabla 12 Frecuencia**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	33	66%
A veces	10	20%
Pocas veces	5	10%
Rara vez	2	4%

Total	50	100%
-------	----	------

Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

**Gráfico 9 Frecuencia**



Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

### Análisis e Interpretación

De acuerdo a los resultados de la pregunta refleja que el 66% lugar concurrido con mayor frecuencia a saborear de los exquisitos platos de comidas rápidas como salchipapas, hamburguesa u otras variedades, los cuales unos piden para deleitarse en el momento y a la vez otros para llevar.

9. ¿Cómo encuentra usted el valor que cancela por el producto?

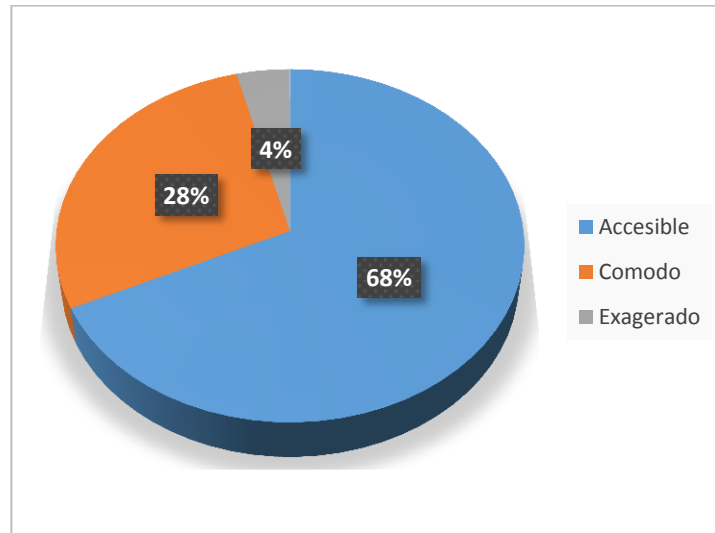
**Tabla 13 Valor**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Accesible	34	68%
Cómodo	14	28%
Exagerado	2	4%

Total	50	100%
-------	----	------

Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

**Gráfico 10 Valor**



Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

### Análisis e Interpretación

Los resultados permiten conocer que el 68% es un valor accesible al alcance de todo bolsillo, hoy en día los negocios se han incrementado en vender comidas rápidas.

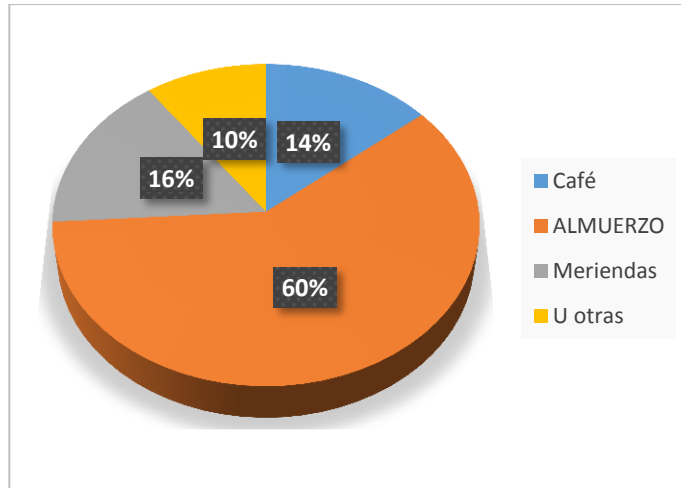
10. ¿Usted desearía encontrar otras variedades de comidas?

**Tabla 14 Variedades**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Café	7	14%
Almuerzo	30	60%
Meriendas	8	16%
U otras	5	10%
Total	50	100%

Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

**Gráfico 11 Variedades**



Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

### **Análisis e Interpretación**

Los datos obtenidos demuestran que el 60% de los clientes necesitan satisfacer sus necesidades en el horario de almuerzo por su deliciosa sazón.

Esto se debe a la calidad de preparación de los alimentos porque el cliente siempre te exige y tiene la razón.

### **Entrevistas**

El siguiente instrumento fue aplicado en el Negocio Dios Provee, día 23/06/2018 a las 13h00 pm. Con el objetivo de conocer la problemática del negocio a la Propietaria del negocio y a los Empleados.

- 1. ¿Qué estrategia utilizaría para mejorar la adecuación del negocio?**



**Propietario.-** La propietaria manifestó mejorar la adecuación del local que sea amplio, captar más clientes, capacitar al personal y poder generar más ingresos.

**Empleado.-** Lo importante es la ampliación y comodidad para desarrollar las actividades de la preparación y venta del producto.

**2. ¿Usted implementaría personal en la preparación y venta de comidas rápidas para su negocio?**

**Propietaria.-** Si se amplía el negocio tendría que contratar más personal para los procesos de preparación y ventas.

**Empleado.-** Esto ayudaría a tener más agilidad en los diferentes procesos de elaboración, preparación, y ventas y que el cliente salga satisfecho.

**3. ¿Usted desearía capacitar al personal con respecto como brinda la atención al cliente?**

**Propietaria.-** Si es importante capacitar al personal para que brinde una mejor calidad de atención que beneficie a los clientes porque ellos son la clave del éxito del negocio.

**Empleado.-** Nos ayuda tener más conocimiento en el aprendizaje en la atención al cliente.

**4. ¿Cuál es el producto que prefiere la clientela?**

**Propietaria.-** El producto que tiene más demanda es el papi pollo, salchipapa, wantán por su precio y rapidez de preparación.

**Empleado.-** Como indicó el propietario son los productos que más se venden.

**5. ¿Los clientes se sienten satisfechos o le exigen más variedades de productos?**

**Propietaria.-** Se encuentra satisfecho por el producto y un poco de inconformidad por la espera; en lo que respecta a variedades los clientes sugieren que deben preparar almuerzo.

**Empleado.-** Ofrecer otras variedades de producto según lo que exijan los clientes.

### **Interpretación de las preguntas**

Los entrevistados sugieren lo importante para un negocio es el ambiente de comodidad que cumpla con todas las expectativas de acondicionamiento para que el empleador desarrolle sus actividades con agilidad, mientras que el cliente se sienta satisfecho y complacido.

Ambos entrevistados expresan que es necesario capacitar al personal para un mejor desenvolvimiento para que vaya creciendo estructuralmente y brindar con mucha destreza, talento un servicio de atención de calidad.

Los entrevistados opinaron que la capacitación es una herramienta de ayuda para el empleado para ampliar y obtener conocimientos, habilidades y aptitudes que serán beneficio para el negocio.

Existen diversas variedades que se ofrecen pero el que más tiene demanda es el papi pollo, salchipapa, que más exigen los clientes.

Ha pedido de diferentes clientes que solicitan que elabore otro tipo de menú como almuerzo.

### **Plan de Mejora**

**Objetivo:** Aplicar un plan de mejora en el negocio Dios Provee, en el Cantón Santa Lucía de la provincia del Guayas

### **Tabla 15**

<b>¿Qué?</b>	<b>¿Por qué?</b>	<b>¿Cómo?</b>	<b>¿Cuándo?</b>	<b>¿Quién?</b>	<b>¿Dónde?</b>
<b>Adecuación del negocio</b>	Clientes se lo merecen, brinda un buen servicio para satisfacer sus necesidades	Financiamiento Bancario ( un año)	A un plazo determinado (dos meses)	Propietaria	Local
<b>Implementación cocina industrial, utensilios, mobiliarios</b>	Para la preparación rápida de los alimentos y los clientes se sientan cómodos.	Financiamiento Bancario	Al término de la adecuación	Para satisfacción y comodidad de los clientes	Cocina, parte exterior de ventas
<b>Capacitación al personal en atención y comodidad al cliente</b>	Mejora de atención al cliente	Financiamiento Bancario	Primera semana del mes de Mayo Junio Julio de 13h00 a 18h00	Facilitador	Local

Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

### Cronograma

Nº	Tiempo	2018
----	--------	------

Actividades	Mayo				Junio				Julio			
	Semanas				Semanas				Semanas			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Capacitación al personal en atención y comodidad al cliente											
2	Adecuación del negocio											
3	Implementación de mobiliario, cocina industrial											

Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

### Plan de Capacitación

**Objetivo:** Desarrollar el manejo de herramienta necesaria para la atención al cliente.

Tabla 15

Plan

Tema	Fechas	Facilitador	Materiales
Proceso de servicio al cliente eficiente	Mayo 13h00 a 18h00	Dr. Oscar Pérez	Carpeta Bolígrafos
Interacción con los clientes	Junio 13h00 a 18h00	Dr. Oscar Pérez	Prácticas
Aplicación de herramientas al servicio al cliente	Julio 13h00 a 18h00	Dr. Marisol Robles	Folletos

Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

**Recursos Económicos**

Tabla 16

Presupuesto

INGRESOS		EGRESOS	
Capital	\$ 2.000,00	Gastos varios	\$ 400,00
		Adecuación del negocio	\$1.700,00
Préstamos	\$ 1.500,00	Servicios Básicos	\$ 100,00
		Implementación de mobiliario, cocina industrial.	\$1.000,00
		Capacitación al personal	\$300,00
<b>Total</b>	<b>\$ 3.500,00</b>	<b>Total</b>	<b>\$ 3.500,00</b>

Elaborado: Alvarado Rugel Luis Alexander

Con respecto a los recursos que posee el negocio tanto el ingreso y egresos se encuentran distribuidos en diferentes rubros que permitirá al negocio tener en cuenta una prevención realista.

## Conclusiones

- Se efectuó la fundamentación teórica, buscando el origen de las causas del problema tomando en cuenta referencias similares, fundamento legal, variables de la investigación, definiciones conceptuales direccionado al tema con el fin de lograr una guía para el proceso investigativo.
- Se evidenció la inadecuada comodidad, dificultad en el tiempo de preparación y entrega del producto debido a la falta de personal.
- Se ejecutó el Plan de mejora en atención y comodidad al cliente.
- Capacitado el personal para brindar una buena atención al servicio al cliente
- Se realizó en préstamo bancario a corto plazo que sirva de ayuda en mejorar la adecuación del local, aumentar la implementación de cocina industrial, utensilios, mobiliarios y contratación de personal con el propósito de incrementar las ventas.
- Se utilizó los métodos investigativo exploratorio y explicativo donde se da a conocer las causas y efectos que ocasionan el problema el cual se evidenció para dar solución y mejorar el ambiente y servicio de atención al cliente.

## **Recomendaciones**

- Agilizar el proceso de elaboración y preparación para la entrega del producto con el fin de aumentar las ventas.
- Aclimatación de aire en el negocio para la comodidad de los clientes y personal.
- Realizar variedades de platos para la degustación del cliente.
- Se debe contratar cuñas radiales por medio de anuncios publicitarios, hojas volantes, etc.
- Cancelar el préstamo bancario en corto plazo para incrementar mejoras a futuro al local.

## **Bibliografía**



Areyuna, M., González, J (2013). *Repositorio Digital Universidad Técnica de Cotopaxi* Quito. (p. 1)

Andrew Brown (2008) *Gestión de la Atención al Cliente* (pag1)

Benjamín Hernández Blázquez (2011) *en su libro Técnicas de estadística de investigación* (pag127)

Agüero, P. M. Z. (2012). *La comunicación interpersonal. EUMED-Universidad de Málaga.* (Pág., 7)

Ancín Irene. & Espinosa Johnny. (2017) *revista UESS edición de abril*

Benjamín Hernández Blázquez (2011) *en su libro Técnicas de estadística de investigación* (pag127)

Claudia Londoño, C. (2006) *ATENCION AL CLIENTE GESTION DE RECLAMACIONES* (Pag.119)

Carrasco Fernández, S. (2017) *SERVICIO DE ATENCION Y CALIDAD* (PAG. 2)

Escobedo Mota María José, (2014), *Repositorio Digital Universidad Facultad de Ingeniería Química.* (Pág. 11)

García Fernando (2002) *en su libro Recomendaciones metodológicas para el diseño* (Pag19)

José Ruiz Olabuenaga (2012) *en su libro Metodología de la investigación cualitativa* (pag.24)

Jhon Tschohl (2008) *en el libro como conservar clientes con un buen servicio* (pag.1)

Keith, Denton. (1991) *en el libro Calidad en el servicio a los clientes.*

Luis Jesús Galindo Cáceres (1998) *en el libro Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación* (pág. 57)

María Moreno Bayando (1987) *en su libro Introducción a la metodología de la investigación educativa* (Pág. 148)

Mark L. Berenson, David M. Levine, Timothy C. Krehbiel (2006) en el libro *Estadística para administración* (Pag.224)

Paladines Galarza, F. Y., Valarezo González, K. P., & Yaguache Quichimbo, J. J. (2013). *La comunicación integral, un factor determinante en la gestión de la empresa ecuatoriana*. *Signo y pensamiento*, 32(63).

Rafael López Casuso (1996) en el libro *Cálculo de probabilidades e inferencia estadística con tópicos de econometría* (Pág.190)

Robín Wells (2006) en el libro *Introducción a la economía* detalla lo siguiente (Pag388)

Villa, Juan Pablo (2014). *Manual de Atención a Clientes y Usuarios*. (Pág. 6)

Vanesa Pérez Torres (2010) *Calidad Total en la Atención al Cliente* (pág. 1)

### **Linkografía**

<https://books.google.com.ec/books?isbn=8499310893>

[www.industrias.gob.ec/.../A2-Ley Orgánica De Defensa Del Consumidor](http://www.industrias.gob.ec/.../A2-Ley%20Org%C3%A1nica%20De%20Defensa%20Del%20Consumidor)

<https://prezi.com/xi2bev7luurd/la-globalizacion-en-los-restaurantes-de-comida-rapida/>

<https://books.google.com.ec/books?isbn=9709758756>

[revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/79](http://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/79)

**ANEXOS**

## Anexo 1

### Fotografía del Negocio



Propietaria del Negocio  
**Anexo 3**

ANÁLISIS FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• La sazón es exquisita</li><li>• Grandes variedades preparación de salsas</li><li>• Precios accesibles</li><li>• Ubicación es céntrica</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Frente al Centro Comercial del Cantón Santa Lucía</li><li>• Calle principal transitable, vehicular</li><li>• Zona estudiantil, empresas públicas</li><li>• Propietaria conocida a nivel local por su sazón de preparación</li></ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• No posee un espacio grande y cómodo</li><li>• Falta de capacitación al personal</li><li>• Poca agilidad en la preparación</li><li>• Poca atención al cliente</li><li>• Mucho tiempo de espera en la entrega del producto</li><li>• No posee suficiente artefactos como refrigerador para venta de bebidas gaseosas y jugos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• El negocio de la venta ocupa el espacio público aceras y bordillos lo que ocasiona incomodidad</li><li>• Retiro de clientes en la demora en la preparación de los productos</li><li>• Presencia de nuevos competidores</li></ul>

## **Anexo 4**

### **Encuestas**

**Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología**

#### **Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnología en Administración de Empresas**

**Tema:** Propuesta de un plan de mejora en el servicio de atención y comodidad al cliente en la venta de comidas rápidas.

Soy Luis Alexander Alvarado Rugel estudiante del ITB, Carrera de tecnología en administración de empresas a través de esta carta solicito a usted permitirme realizar encuesta al cliente la misma que será destinada en obtener datos de varias personas conocer las opiniones a través de las preguntas expuestas que nos permitirá evaluar evidenciar las causas de la problemática existente en el negocio.

#### **Objetivo:**

Evaluar a los clientes con el fin de elaborar una propuesta de mejora en el servicio de atención y comodidad al cliente en la venta de comidas rápidas

#### **Instrucciones:**

- Lea cuidadosamente y deberá escoger una de las cuatro opciones.
- El tiempo de las preguntas será de 4 a 8 minutos
- Marcar con x la respuesta que valla a escoger

## Anexo 5

### Cuestionario

1. ¿Qué opina usted del negocio Dios Provee en el trato de servicio de atención al cliente?
  - Excelente
  - Muy Buena
  - Buena
  - Regular
2. ¿Cómo usted observa la imagen de la infraestructura del negocio Dios Provee?
  - Grande
  - Pequeña
  - Reducida
  - Incomoda
3. ¿El personal le comunica en el momento que su pedido está listo?
  - Siempre
  - A veces
  - Poco
  - Nunca
4. ¿Cómo usted califica en la entrega del producto?
  - Excelente
  - Muy buena
  - Buena
  - Regular
  - Malo
5. ¿Cómo siente la comodidad que brinda el negocio Dios Provee de comidas rápidas?
  - Apropiado
  - Adecuado
  - Poco adecuado

Inadecuado

6. ¿Cómo usted encuentra la sazón del producto de este negocio?

Sabroso

Delicioso

Malo

Simple

7. ¿En qué condiciones se encuentra el negocio con respecto a la limpieza?

Totalmente sucio

Sucio

Totalmente limpio

Limpio

8. ¿Con que frecuencia usted asiste a deleitar el producto?

Siempre

A veces

Poca veces

Rara vez

9. ¿Cómo encuentra usted el valor que cancela por el producto?

Accesible

Cómodo

Exagerado

10. ¿Usted desearía encontrar otras variedades de comidas?

Café

Almuerzo

Meriendas

U otras cosas

Atentamente

Alvarado Rugel Luis Alexander



Anexo 6

**Entrevista**

<b>Lugar:</b>	
<b>Fecha:</b>	
<b>Hora de inicio:</b>	
<b>Hora de terminación:</b>	
<b>Entrevistado:</b>	
<b>Cargo:</b>	
<b>Entrevistador:</b>	

**Objetivo:** Conocer la problemática existente, en el negocio descifrando las ideas que conllevan el mejoramiento del negocio.

1. ¿Qué estrategia utilizaría para mejorar la adecuación del negocio?

---

---

---

---

---

---

---

2. ¿Usted implementaría personal en la preparación y venta de comidas rápidas para su negocio?

---

---

---

---

---

---

---

3. ¿Usted desearía capacitar al personal con respecto como brinda la atención al cliente?

---

---

---

---

---

---

4. ¿Cuál es el producto que prefiere la clientela?

---

---

---

---

---

---

5. ¿Los clientes se sienten satisfecho o exigen más variedades de productos?

---

---

---

---

---

---

## **Anexo 7**

RUC del Negocio