



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

Tema

**PROPUESTA DE PLAN DE SERVICIO LABORAL,  
EN LA SATISFACCIÓN AL CLIENTE DEL  
ASADERO “POLLOS A LA BRASA”  
DEL CANTÓN DURÁN.**

Autora

**Zamora Ochoa María Cecilia**

Tutor

**Dr.: Simón Alberto Illescas Prieto**

Guayaquil- Ecuador

**2018**



## **DEDICATORIA**

El presente proyecto está dedicado especialmente a Dios que me ha dado todas las fuerzas necesarias cada día, ya que, gracias a él, he podido concluir la carrera, a mis padres, abuelos, porque ellos siempre estuvieron a mi lado brindándome su apoyo y sus consejos para hacer una mejor persona.

Al Instituto Tecnológico Bolivariano por abrirnos sus puertas y brindarnos sus mejores enseñanzas y formar grandes profesionales.

**Zamora Ochoa María Cecilia**

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento se dirige a quienes ha forjado mi camino y han dirigido por el sendero correcto a Dios, que en todo momento está conmigo ayudándome a aprender de los errores y no cometerlos otra vez.

A mis padres, abuelos, por guiarme como la persona que soy en la actualidad, muchos de los logros se los debo a ustedes, entre los que se incluyen esté, me formaron con reglas y con algunas libertades para el final de cuentas, me motivaron constantemente para alcanzar las metas propuestas.

**Zamora Ochoa María Cecilia**

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT**

En calidad de colaborador del Centro de la información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### **CERTIFICO:**

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES DEL ITB.**

---

Nombre y Apellidos del Colaborador  
CEGESCYT

---

Firma

## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN



Yo, **Zamora Ochoa María Cecilia** en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Propuesta de plan de servicio laboral, en la satisfacción al cliente del asadero "Pollos a la brasa" del cantón Durán** de la modalidad de **Presencial** realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **Tecnología en Administración de Empresa**, de conformidad con el *Art. 114 del CODIGO ORGANICO DELA ECONOMIA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 114 de la LEY ORGANICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*

Zamora Ochoa María Cecilia

**Nombre y Apellidos de la Autora**  
**No. de cédula: 0951713213**

**Firma**

**Dr. Jaime Pazmiño Palacios, Msc.**  
**NOTARIO SÉPTIMO DEL**  
**CANTÓN GUAYAQUIL**



Factura: 001-003-000006875



20180901007D00511



**DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20180901007D00511**

Ante mí, NOTARIO(A) JAIME TOMMY PAZMIÑO PALACIOS de la NOTARÍA SÉPTIMA, compareció(n) MARIA CECILIA ZAMORA OCHOA portador(a) de CÉDULA 0951713213 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. - Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 9 DE AGOSTO DEL 2018, (15:35).

*Maria Zamora*  
MARIA CECILIA ZAMORA OCHOA  
CÉDULA: 0951713213

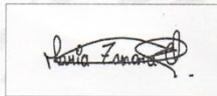


NOTARIO(A) JAIME TOMMY PAZMIÑO PALACIOS  
NOTARÍA SÉPTIMA DEL CANTÓN GUAYAQUIL

**Dr. Jaime T. Pazmiño Palacios, Msc.**  
NOTARIO SÉPTIMO  
DEL CANTÓN GUAYAQUIL



**CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD**



Número único de identificación: 0951713213

Nombres del ciudadano: ZAMORA OCHOA MARIA CECILIA

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/LOS RIOS/VINCES/VINCES

Fecha de nacimiento: 6 DE OCTUBRE DE 1997

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: SUPERIOR

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: ZAMORA MENDOZA JIMMY GONZALO

Nombres de la madre: OCHOA LEON ANA CECILIA

Fecha de expedición: 9 DE AGOSTO DE 2018

Información certificada a la fecha: 9 DE AGOSTO DE 2018

Emisor: PAULINA VICTORIA PAZMIÑO JORDAN - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 7 - GUAYAS - GUAYAQUIL

N° de certificado: 188-145-26419



188-145-26419

Ing. Jorge Troya Fuertes  
Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente



REPÚBLICA DEL ECUADOR  
 DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL  
 IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

No. 095171321-3

CÉDULA DE CIUDADANÍA  
 APELLIDOS Y NOMBRES  
 ZAMORA OCHOA  
 MARIA CECILIA  
 LUGAR DE NACIMIENTO  
 LOS RIOS  
 VINCES  
 VINCES  
 FECHA DE NACIMIENTO 1997-10-06  
 NACIONALIDAD ECUATORIANA  
 SEXO MUJER  
 ESTADO CIVIL SOLTERO

INSTRUCCIÓN SUPERIOR  
 PROFESIÓN / OCUPACIÓN ESTUDIANTE  
 APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE  
 ZAMORA MENDOZA JIMMY GONZALO  
 APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE  
 OCHOA LEON ANA CECILIA  
 LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN  
 GUAYAQUIL  
 2018-08-09  
 FECHA DE EXPIRACIÓN  
 2028-08-09

V3333V2222  
 001456601

NOTARIA SÉPTIMA DEL  
 Dr. Jaime P. Pazmiño Palacios, Msc.  
 NOTARIO  
 CANTÓN GUAYAQUIL

DIRECTOR GENERAL  
 JEFE DEL CEDULADO






Número único de identificación: 0951713213  
 Nombres del ciudadano: ZAMORA OCHOA MARIA CECILIA  
 Condición del cedula: CIUDADANO  
 Lugar de nacimiento: ECUADOR LOS RIOS VINCES  
 Fecha de nacimiento: 6 DE OCTUBRE DE 1997  
 Nacionalidad: ECUATORIANA  
 Sexo: MUJER  
 Instrucción: SUPERIOR  
 Profesión: ESTUDIANTE  
 Estado Civil: SOLTERO  
 Conyuge: No Registra  
 Matrimonio: No Registra  
 Nombre del padre: ZAMORA MENDOZA JIMMY GONZALO

**DOY FE: QUE ES FIEL  
 COPIA DEL ORIGINAL**  
 Dr. Jaime Pazmiño Palacios, Msc.  
 NOTARIO SÉPTIMO DEL  
 CANTÓN GUAYAQUIL



## **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 plan de servicio laboral, en la satisfacción al cliente del asadero “Pollos a la Brasa” del cantón Durán”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

### **TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESA**

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo incide el servicio laboral, en la satisfacción al cliente que brinda la microempresa asadero “Pollos a las Brasa” ubicado en el centro del cantón Durán sector El Arbolito, Provincia del Guayas, durante el periodo 2018?**

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

Presentado por la Egresada:

**Zamora Ochoa María Cecilia**

Tutor:

**Dr. Simón Alberto Illescas Prieto**



## ÌNDICE GENERAL

<b>Tabla de contenido</b>	<b>Páginas:</b>
Portada.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Certificación de aceptación del cegescit.....	iv
Cláusula de autorización.....	V
Certificación de la aceptación del tutor.....	ix
Índice general.....	x
Índice de tabla.....	xiii
Índice de gráfico.....	xiv
Resumen.....	xv
Abstract.....	xvi
Bibliografía.....	
Índice de anexos.....	

### CAPÍTULO I

El problema.....	1
Planteamiento del problema.....	1
Ubicación del problema en un contexto.....	1
Situación conflicto.....	2
Objetivos específicos:.....	4
Formulación del problema.....	3
Delimitación del problema.....	3
Evaluación del problema.....	4
Objetivos de la investigación.....	4
Objetivo general.....	4
Objetivos específicos.....	4

Justificación e importancia.....	5
----------------------------------	---

## **CAPÍTULO II**

Marco teórico .....	7
Antecedentes históricos.....	7
Antecedentes referenciales .....	10
Fundamentación legal.....	13
Variables de la investigación .....	16
Variable independiente .....	16
Variable dependiente:.....	17
Definiciones conceptuales .....	18

## **CAPÍTULO III**

Metodología.....	21
Datos de la empresa.....	21
Misión.....	21
Visión.....	21
Valores.....	21
Política de la empresa.....	22
Organigrama.....	23
Objetivos estratégicos de la organización.....	23
Compromisos de la empresa.....	26
Logotipo.....	26
Funciones de los trabajadores.....	27
Diseño de la investigación.....	27
Tipos de investigación.....	29
Población y muestra.....	30
Población infinita`.....	30
Población finita.....	31
Métodos y técnicas de investigación.....	32

## **CAPÍTULO IV**

Análisis e interpretación de resultado.....	36
Análisis de entrevista a clientes.....	46
Plan de mejora.....	56

## Índice de Tablas

Tabla 1 conflictos.....	3
Tabla 2 prototipos.....	29
Tabla 3 universo.....	31
Tabla 4 procesos.....	33
Tabla 5 servicio.....	36
Tabla 6 calidad.....	37
Tabla 7 amabilidad.....	38
Tabla 8 presentación.....	39
Tabla 9 variedad.....	40
Tabla 10 tiempo.....	41
Tabla 11 sabor.....	42
Tabla 12 precio.....	43
Tabla 13 ambiente físico.....	44
Tabla 14 limpieza.....	45
Tabla 15 atención.....	46
Tabla 16 presentación.....	47
Tabla 17 higiene.....	48
Tabla 18 interno.....	49
Tabla 19 expectativas.....	50
Tabla 20 verificación.....	51
Tabla 21 controles.....	52
Tabla 22 normas.....	53
Tabla 23 control.....	54
Tabla 24 depósitos.....	55
Tabla 25 plan.....	56
Tabla 26 capacitaciones.....	57
Tabla 27 presupuesto.....	59

## Índice de Gráficos

Gráfico 1 servicio.....	36
Gráfico 2 calidad.....	37
Gráfico 3 amabilidad.....	38
Gráfico 4 presentación.....	39
Gráfico 5 variedad.....	40
Gráfico 6 tiempo.....	41
Gráfico 7 sabor.....	42
Gráfico 8 precio.....	43
Gráfico 9 ambiente físico.....	44
Gráfico 10 limpieza.....	45
Gráfico 11 atención.....	46
Gráfico 12 presentación.....	47
Gráfico 13 higiene.....	48
Gráfico 14 interno.....	49
Gráfico 15 expectativas.....	50
Gráfico 16 verificación.....	51
Gráfico 17 controles.....	52
Gráfico 18 normas.....	53
Gráfico 19 control.....	54
Gráfico 20 depósitos.....	55



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

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE:

### **TECONÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

#### **TEMA:**

Propuesta de plan de servicio laboral, en la satisfacción al  
cliente del asadero “Pollos a la Brasa” del cantón Durán

**Autora:** Zamora Ochoa María Cecilia

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

#### **RESUMEN**

Hoy en día la calidad en el servicio al cliente en el restaurante de “Pollos a la Brasa” refleja una ventaja competitiva del éxito y desempeño, la misma que muestra la satisfacción de los consumidores respecto al servicio que fue entregado, para conocer las necesidades y expectativas del cliente, es indispensable medir sus opiniones con apreciaciones del servicio en general. Con el objetivo de alcanzar el éxito y evaluar la calidad del servicio y atención al cliente del restaurante “Pollos a la Brasa” ubicado en el Cantón Durán en el sector el Arbolito. Se ha evaluado el nivel de satisfacción laboral de los colaboradores que trabajan en el restaurante. Para esta evaluación se tomó una muestra representativa de los consumidores y el personal, cuyo resultado vemos las expectativas y experiencias ya sean internas y externas. Finalmente como resultado se pudo apreciar una información más clara con respecto a los consumidores y colaboradores, mediante el análisis da como resultado una mejora tanto como para el cliente como el personal, dando alcanzar el éxito como el desempeño en el restaurante “Pollos a la Brasa” El método que se utilizó estadístico en la cual afirma que nos servirá para propósitos específicos requeridos, como el de obtener información necesaria, también se realizaron encuestas para obtener resultados del servicio que se está realizando y se vaya dando, con la satisfacción al cliente.

#### **Palabras Claves**

**Servicio**

**Laboral**

**Satisfacción**

**Cliente**



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE:

**TECNOLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

Propuesta de plan de servicio laboral, en la satisfacción al  
cliente del asadero "Pollos a la Brasa" del cantón Durán

**Autora:** Zamora Ochoa María Cecilia

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

**ABSTRACT**

Today the quality of customer service in the "Pollos a la Brasa" restaurant reflects a competitive advantage of success and performance, which shows the satisfaction of consumers regarding the service that was delivered, to know the needs and customer expectations, it is essential to measure their opinions with appreciations of the service in general.

In order to achieve success and evaluate the quality of service and customer service of the restaurant "Pollos a la Brasa" located in Duran Canton in the El Arbolito sector. The level of job satisfaction of the employees who work in the restaurant has been evaluated. For this evaluation we took a representative sample of consumers and staff, whose result we see the expectations and experiences, both internal and external. Finally as a result we could see a clearer information regarding consumers and collaborators, through the analysis results in an improvement for both the client and the staff, achieving success as well as the performance in the restaurant "Pollos a la Brasa" The method that was used statistical in which it states that it will serve us for specific purposes required, such as obtaining necessary information, surveys were also conducted to obtain results of the service that is being carried out and is being given, with customer satisfaction.

**KEYWORDS**

Cervices

Labor

Satisfaction

Client

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **Planteamiento del Problema**

La microempresa asadero de “Pollos a la Brasa” del cantón Durán provincia del Guayas, ubicado en el sector El Arbolito, carece falta de un mejoramiento de servicio al cliente, publicidad y así satisfacer a los clientes con un cambio positivo para la microempresa y los consumidores.

Se realizará nuevas técnicas para llegar hacia una buena satisfacción a los consumidores y brindar un mejor servicio, y la mayor atención para conservarlos y se sientan dichosos.

El presente estudio de prestación de servicios en el restaurante “Pollos a la Brasa” vamos a conocer el punto del problema donde el personal da malos tratos al cliente, como por ejemplo las interrelaciones de confianza, honestidad entre otros valores y servicios que encontramos en el ámbito del problema en el restaurante “Pollos a la brasa”.

Aplicando a nivel de organización del restaurante “Pollos a la brasa” desde la adquisición del producto hasta el consumo del producto final y la satisfacción del cliente.

Hoy en día se ha medido la satisfacción del cliente únicamente cuando ellos mismos se acercan a dar sugerencias o felicitaciones del servicio o de los productos, es por eso que toma gran importancia el poder realizar una medición de la satisfacción del cliente tanto frecuente como ocasional.

### **Ubicación del problema en un contexto**

Desde este punto de vista, damos a favor al cliente el cual se manifiesta la mala atención del trabajador como al consumidor donde existen malestares con la deficiencia e insatisfacción del personal por el bajo mercado y mala

calidad de los alimentos dando por hecho no se ve resultado a una mejora en el restaurante “Pollos a la brasa” el cual involucra también la competitividad laboral de los trabajadores.

Se realizará un plan de negocios con el fin de promocionar muy apetecido en el mercado, con ingredientes de primera calidad considerados como base principal para la preparación de los pollos asados, y de esta manera tratar de cubrir las necesidades de satisfacción al cliente.

### **Situación del conflicto.**

Para saber cómo resolver los principales conflictos que se dan en unos restaurantes con los clientes, primero tenemos que conocer sus malas experiencias y lo que ellos odian de la deficiente atención al cliente, así podemos tratar de evitar la mayoría de esos casos, y segundo, tenemos que saber tratar con clientes conflictivos

### **¿Qué odian los clientes de los restaurantes?**

Las quejas suelen ser siempre las mismas, como por ejemplo la mala atención al cliente y el buen y mal punto de vista que puede ver el consumidor de un restaurante por lo tanto debemos conocer y tratar de evitar, las diferencia entre tener un negocio exitoso o irnos a la quiebra. Estas son las principales causas por las que los clientes se quejan en los restaurantes:

### **Comida de mala calidad**

La calidad del producto y contar con un personal bien formado y motivado, son los dos principales pilares que sujetan y mantienen un negocio estable. Desgraciadamente esta es la principal causa por la que los clientes se quejan en los restaurantes. La mayoría de las veces es por tener un producto de baja calidad, mal conservado, congelados, enlatada por fechas de caducidad. Otras veces se debe a tener un personal en cocina mal formado, desmotivado, sin vocación, que no elaboran de forma correcta los platos, dejan el producto crudo o pasado, sirven el producto mal emplatado.

Donde es arriesgadas las malas críticas y ponen en peligro dejando en quiebra el negocio

**Tabla 1 Conflictos**

<b>Antecedentes</b>	<b>Consecuencias</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejoramiento de servicio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conservar más clientes</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfacción al cliente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buen servicio laboral</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar mayor atención</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atraer un mayor número de cliente</li> </ul>

Elaborado por: María Cecilia Zamora Ochoa

### **Formulación del Problema**

¿Cómo incide el servicio laboral, en la satisfacción al cliente que brinda la microempresa asadero “Pollos a las Brasa” ubicado en el centro del cantón Durán sector el arbolito, Provincia del Guayas, durante el periodo 2018?

- **Variables Independiente:** Servicio Laboral
- **Variables Dependientes :** Satisfacción al Cliente

### **Delimitación del Problema**

**Campos :** Administración

**Área :** Servicio al cliente

**Aspectos:** Servicio, laboral, satisfacción, cliente

**Tema :** Propuesta del plan de servicio laboral, en la satisfacción al cliente del asadero “Pollos a la Brasa” del cantón Durán.

### **Evaluación del Problema**

Los aspectos generales de evaluación son:

**Delimitado:** Aquí se tratará de todo lo que se entiende en la situación actual del restaurante, los problemas que se tiene, para un mejoramiento del servicio al cliente, realizar una investigación de campo y poder solucionar y dar una solución.

**Evidente:** La mala gestión al momento de realizar un pedido de los consumidores, ya que actualmente existe una mala atención y esto puede generar baja satisfacción a los clientes, ya que por este motivo se necesita ser muy evidente con las situaciones que de dan.

**Concreto:** En base a estos inconvenientes encontrados en el restaurante, se ha determinado estrategias para un excelente desarrollo y una buena satisfacción.

**Original:** En relación con el servicio que brinda el restaurante se ah propuesto mejorar tanto el servicio interno como el externo que se da en el restaurante.

**Factible:** Ofrecer una mejora eficiente y eficaz al restaurante con relación al servicio al consumidor para que tanto los colaboradores como los clientes se sientan muy satisfechos.

**Claro:** Se buscará nuevas estrategias para mejorar el servicio a los consumidores que ofrece el restaurante, lo cual se sentirán satisfechos al momento que degusten el producto.

## **Objetivos de la Investigación**

### **Objetivo general**

Desarrollar un plan del servicio laboral, para la satisfacción al cliente de la microempresa asadero de “Pollos a la Brasa” del Cantón Durán

### **Objetivos Específicos:**

- Fundamentar teóricamente el servicio laboral y el mejoramiento al cliente

- Caracterizar el desempeño del trabajador en el restaurante “Pollos a la Brasa”.
- Elaborar un plan de mejoramiento del servicio laboral, en la satisfacción del cliente.

#### Justificación e Importancia

Este problema consiste en un mejoramiento de servicio y buscar excelencia en el mercado para desarrollar estrategias de servicio al cliente y así permitirá conocer quiénes son los clientes, y poder frecuentar cuáles pueden ser los más rentables para el negocio.

Así poder ir encaminando a la consecución de la satisfacción total de los requerimientos y necesidades totales de los mismos, y atraer cada vez un mayor número de clientes al asadero de “Pollos a la Brasa” del cantón Durán

Los beneficios que brindamos hacia los consumidores tener precios adecuados a la economía de nuestra clientela y al estar ubicado en un ambiente cómodo y agradable.

El restaurante se desenvuelve en un ambiente económico, en el cual se extiende en las exigencias de los consumidores por ello la competencia se ha incrementado, debido a esto es obligada su sistema de manejo y calidad de sus servicios

Debido a la cantidad de clientes externos, es necesario que tengan bien definidos los aspectos de dicho restaurante, ya que puedan causar conflictos organizacionales, para que de esta manera podamos buscar soluciones, para mejorar el proceso que se desempeña. Por lo que es necesario estudiar el clima laboral en el que se desenvuelven los clientes internos, ya que de esto depende el desempeño. Como ya hablamos anteriormente el cliente es el camino a ser un mejor empresario, ya sea brindándole el mejor producto el cual pueda ser consumida con éxito y buen provecho. Y sea satisfaciendo al consumidor como el proveedor dando buena imagen al negocio.

Un buen servicio al cliente es fundamental en el éxito financiero de un negocio, motivo por el cual es importante que los líderes de la compañía, a su vez, sean motivadores de un buen trabajo.

La clave esencial para traer una buena cantidad de consumidores de producto es dándole buena imagen al negocio como al personal tratando con mayor respeto al consumidor y dando todas las comodidades necesarias ya sea sintiéndose a gusto y pueda venir una segunda vez teniendo en alto el negocio con un buen punto de vista hacia otras personas o empresa.

Como lo anunciamos anteriormente el comportamiento es la presentación hacia un servicio, ya sea práctica brindándole una mejor atención al cliente.

Interno: Es cualquier miembro de tu organización que depende de la ayuda de otros para cumplir con sus responsabilidades de trabajo, como un representante de ventas que necesita la asistencia de un representante de servicio al cliente para realizar un pedido.

Externo: Los clientes externos son esenciales para el éxito de cualquier negocio, ya que proporcionan el flujo de ingresos a través de su consumo que el negocio necesita para sobrevivir. Los clientes externos satisfechos suelen hacer consumo repetido, así como referir a tu negocio a otras personas que conocen. Un cliente que sufre a través de una experiencia negativa

#### Consideraciones

Las relaciones internas de formación de los empleados pensando en los compañeros de trabajo de la misma manera como los clientes externos y proporcionando el mismo nivel de servicio. Da un buen ejemplo al mostrar tu agradecimiento por los esfuerzos de tus empleados y fomenta su retroalimentación.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

### **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

#### **Antecedentes Históricos**

Según dijo (Gerson, 2003)

Que la satisfacción al cliente depende directamente del nivel de resultados o prestaciones de servicio o producto que percibe el cliente, la satisfacción al cliente es función, sus expectativas, resultados obtenidos y sus experiencias con nosotros o con empresas de la competencia (Pág.12)

La satisfacción al cliente hoy en día es de mucha importancia para los consumidores de cualquier organización o empresa, ya que ellos siempre esperan una atención de primera calidad y un buen servicio, a lo que también se debe de realizar encuesta para analizar las expectativas de los futuros clientes.

La satisfacción del cliente es un indicador que nos proporciona anticipadamente información sobre el comportamiento de compra del consumidor y su lealtad

Es una filosofía de trabajo orientada a buscar la satisfacción de los clientes o consumidores bajo el lema "cliente siempre tendrá la razón". Esta filosofía busca orientar los esfuerzos de la organización a la satisfacción de las necesidades de los clientes y consumidores manteniéndolo en un dialogo muy cercano y directo, así como una imagen de servicios de calidad y postventa, el servicio al cliente no debe restringirse a un buen tarto mientras se realiza cualquier servicio.

Afirma (Denton, calidad en servcio a los clientes, 1991) que **“Los directivos deben cultivar cuidadosamente a sus empleados,**

**enseñarles cómo solucionar problemas y permitirles que lo hagan, encontrar formas de medir sus esfuerzos y recompensar a aquellos que den mejor servicio”. (Pág. 16)**

La calidad en el servicio al cliente se manifiesta en las organizaciones (públicas o privadas), tienen usuarios de sus productos o servicios, es inevitable que brinde servicio de atención al público y gestione reclamos, por lo que debe escuchar una queja de los usuarios cuando no se hayan satisfechos con su producto obtenido. Los trabajadores deben asesorar a sus clientes sobre los tiempos de distribución y entrega de emisión de factura, los tiempos de emisión de órdenes de compra, procedimientos de devolución de productos o de gestión ante inconveniente.

en la actualidad, con la gran diversidad de productos disponibles y la facilidad con que se modifican las elecciones de los consumidores, la gestión de los servicios de valor agregado se ha convertido en el caballito de batalla de una gran cantidad de empresas. Para emprender esta actividad de forma exitosa, es importante que las empresas primero adopten un enfoque al cliente.

(John, como conservar mas clientes con un buen servicio, 2007)

Todas las empresas deben mucho de su éxito a la manera como entienden y brindan el servicio al cliente. Los errores y problemas que surgen a diario representan la oportunidad o perder un cliente, la clave está en la manera de resolver la falla. Este libro representa la oportunidad de conocer y entender las estrategias de servicio, capacitación y control de empresas más exitosas de nuestros tiempos, cuyo modelo es aplicable a cualquier tipo de negocio (Pág. 100)

Para conservar más clientes con un buen servicio, para ellos es posible utilizar medios que permitan y animen a los clientes a que nos hagan llegar sus quejas o reclamos, por ejemplo, un buzón de quejas o sugerencias, un

número gratuito para reclamos, sino que simplemente dejan de comprarnos y terminan por pasar a la competencia, se hace necesario contar con otras herramientas o métodos

El motivo principal para conservar un cliente es que los clientes repetitivos son mucho más rentables, esto es así por varias razones

Si el cliente queda satisfecho, el volumen de negocio puede aumentar con el tiempo.

También creando una política de servicio al cliente, pero además de definirla deber ser aplicada y conocida por todos los empleados, independientemente de su labor dentro de la empresa. Esto te ahorraría tiempo, dinero y esfuerzo, todos sabrán cómo actuar ante determinada situación o cual es el protocolo a seguir, a quien recurrir o informar para solucionar la situación y dar el mejor servicio al cliente

Como dijo (gossa, 2008) que **“Hoy no importa el producto tangible o intangible que una empresa pueda crear, lo realmente importante es el servicio incluido en ese producto” (Pág. 14)**

El hiper satisfacción al cliente, hoy en día es esencial para las empresas, no importa al rubro al que pertenezca, ya no basta con llegar primero al mercado o con contratar al artista de moda, los tiempos han cambiado y con ellos la forma en la que los consumidores piensan y esto nos lleva a que hemos modificado los hábitos de compra

El consumidor hoy en día tiene una elección difícil a la hora de adquirir un producto o un servicio, delante de él se encuentra marcas del mismo tiempo que buscan su preferencia, pero, ¿cómo lograr que consuman tu producto o servicio? la respuesta es sencilla: logra la satisfacción al cliente, aunque de seguro lo más difícil de lo que parece.

Cuando un cliente compra un producto o recibe un servicio y luego este llega a cumplir sus expectativas, entonces quedara satisfecho y muy probablemente volverá a comprarnos, aunque es posible que decida acudir a la competencia si llega a encontrar una mejor oferta, por lo tanto, lograr

la plena satisfacción del cliente, brindándole un producto o servicio que cumpla con sus expectativas (o mejor aún que las sobrepase) es una de las claves del éxito de toda empresa u organización.

Una de las formas para la lograr un híper satisfacción al cliente

- Ofrecer un producto de calidad: un producto que cuente con insumos de primera, que cuente con un diseño atractivo, hacer efectivas, que sea durable en el tiempo, que satisfaga necesidades, gustos y preferencias.
- Brindar un buen servicio al cliente: ofrecer una buena atención, un trato amable, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, una rápida atención.
- Ofrecer una atención personalizada: ofrecer promociones exclusivas, brindar un producto que satisfaga necesidades, procurar que un mismo trabajador atienda todas las consultas del mismo cliente.
- Conocer cuáles son los rangos de precios que estaría dispuesto a pagar el cliente por el producto ofrecidos.
- identificar cual es la competencia en el mercado y participación de cada uno de los mismos.

### **Antecedentes Referenciales**

En la Universidad Católica del Ecuador (Santo Domingo, 2010), la estudiante Verónica Patricia Aguilar, propone el tema de **“Creación y satisfacción al cliente del restaurante “La Parrilla” especializada en carnes, mariscos.**

Sobre el tema referido a este proyecto trata de la creación del restaurante y dar una buena satisfacción al cliente brindando el servicio de alimentos de primera categoría, para de esta manera beneficiar el segmento de mercado de clase media a clase alta, es por eso que se hizo una investigación completa de las debilidades de la oferta actual, de esta manera desarrollar un proyecto que cumpla con las expectativas de los

consumidores de los turistas y consumidores de Santo Domingo, que se base en aumentar las alternativas de degustación de los platos ofrecidos, atención al cliente de primera, ambiente agradable, confortable y que cuente con todos los servicios necesarios.

Este proyecto tiene relación con el mío porque, se trata de una mejor atención al cliente y una buena satisfacción con las que se pueden generar muchas estrategias.

Universidad San Francisco de Quito (Quito, 2012), el autor Negrete Córdova, Cielo, con el tema de **“Proyecto de comida Criolla ecuatoriana”**.

A base de lo leído de este proyecto, tiene como el fin a dar a conocer la comida criolla como expresión de identidad de los ecuatorianos a partir de una propuesta de la creación del restaurante, siendo esta expresión. Sin embargo, una gran mayoría de las recetas y sus variaciones tienen sus orígenes en las cocinas tradicionales desarrolladas a lo largo de mucho tiempo, con rituales de preparación transmitido a través de muchas generaciones, con rituales de preparación.

La diferencia en este proyecto es de dar a conocer este restaurante con una excelente atención y una muy buena degustación en la preparación de la comida.

Universidad Católica del Ecuador (Quito, 2016), la alumna Silvana Villalba, propone el tema de **“Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Bistro y Restaurante.**

Referente al tema leído se ha realizado una investigación de tipo descriptiva, con el objetivo de evaluar la calidad en el servicio y atención al cliente, también se ha evaluado el nivel de satisfacción laboral de los colaboradores que trabajan en este lugar, para ambas evaluaciones se tomó una muestra representativa de la población de clientes tanto internos como los externos con la finalidad de conocer cuáles son las expectativas.

La diferencia de este tema en la cual se parece al mío es que tienen como objetivo medir la calidad del servicio y atención al cliente.

Universidad Central del Ecuador (Quito, 2012), con el autor Miguel Ángel Guanotoa Segovia, con el tema de **“Plan de negocios para la expansión de restaurante y asadero” Pico-Pico” en la ciudad de Sangolquí”**.

Respectivo al tema, se realizará un plan de negocios con el fin de promocionar un producto muy apetecido en el mercado y con un buen servicio al cliente, con ingredientes de primera calidad considerados como la base principal para la preparación de los pollos a la brasa, y de esta manera a tratar de cubrir las necesidades de satisfacción al cliente. Durante el primer año de actividades el Restaurante, operara al 50% de su capacidad instalada, quedando espacio suficiente para importantes utilidades durante los 2 años siguientes sin necesidad de inversiones adicionales. El presente plan va a generar beneficios socio-económicos como son la creación de nuevos productos de trabajo para profesionales y trabajadores operativos.

En este proyecto se puede analizar que la semejanza en el tema es de querer plantear un plan de negocios para la expansión de nuevos restaurantes a nivel regional.

Universidad de Guayaquil (Guayaquil, 2013), con los autores Mariuxi Bethsabe Cárdenas, Rivera Néstor, Daniel Mora Cabrera, Andrea Talina Sánchez Merchán con el tema de: **“Análisis el servicio al cliente en el restaurante “La Rivera” y s impacto en la calidad del servicio e imagen del establecimiento”**

Referido a este proyecto pude analizar, los restaurantes son las principales empresas de servicio, y con un servicio queremos decir que es un bien intangible difícil de manejar pero con el adecuado manejo permite el éxito de cualquier empresa, y se hace aún más exquisito cuando se trata de un restaurante de alta cocina en el que todos esperamos que la atención sea excelentísima por el valor monetario relativamente alto que se vaya a

pagar, y muchos de ellos no están debidamente preparados para realizar este importante trabajo, debido a varios factores que abordaremos en el desarrollo de este trabajo investigativo.

Basado en los resultados de esta investigación, propondremos soluciones y mejoras para el servicio de los meseros concentrándonos en la calidad y calidez que el personal operativo de un restaurante debe tener.

La diferencia en este tema con el mío es de fomentar un análisis al servicio al cliente en el restaurante y dar un impacto en la calidad de servicio e imagen del establecimiento.

### **Fundamentación Legal**

En la Constitución de la República del Ecuador en el año 2008

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

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

**Art. 85.-** La formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos que garanticen los derechos reconocidos por la Constitución, se regularán de acuerdo con las siguientes disposiciones:

1. Las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos se orientarán a hacer efectivos el buen vivir y todos los derechos, y se formularán a partir del principio de solidaridad.

2. Sin perjuicio de la prevalencia del interés general sobre el interés particular, cuando los efectos de la ejecución de las políticas públicas o prestación de bienes o servicios públicos vulneren o amenacen con vulnerar derechos constitucionales, la política o prestación deberá reformularse o se adoptarán medidas alternativas que concilien los derechos en conflicto.

3. El Estado garantizará la distribución equitativa y solidaria del presupuesto para la ejecución de las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos

En la formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos se garantizará la participación de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades.

**Art.123.** Toda persona tiene derecho al trabajo digno y socialmente útil; al efecto, se promoverán la creación de empleos y la organización social de trabajo, conforme a la ley. El Congreso de la Unión, sin contravenir a las bases siguientes deberá expedir leyes sobre el trabajo, las cuales regirán:

A. Entre los obreros, jornaleros, empleados domésticos, artesanos y de una manera general, todo contrato de trabajo:

I. La duración de la jornada máxima será de ocho horas.

II. La jornada máxima de trabajo nocturno será de 7 horas. Quedan prohibidas: las labores insalubres o peligrosas, el trabajo nocturno industrial y todo otro trabajo después de las diez de la noche, de los menores de dieciséis años;

III. Queda prohibida la utilización del trabajo de los menores de quince años. Los mayores de esta edad y menores de dieciséis tendrán como jornada máxima la de seis horas.

IV. Por cada seis días de trabajo deberá disfrutar el operario de un día de descanso, cuando menos.

V. Las mujeres durante el embarazo no realizarán trabajos que exijan un esfuerzo considerable y signifiquen un peligro para su salud en relación con la gestación; gozarán forzosamente de un descanso de seis semanas anteriores a la fecha fijada aproximadamente para el parto y seis semanas posteriores al mismo, debiendo percibir su salario íntegro y conservar su empleo y los derechos que hubieren adquirido por la relación de trabajo. En el período de lactancia tendrán dos descansos extraordinarios por día, de media hora cada uno para alimentar a sus hijos;

VI. Los salarios mínimos que deberán disfrutar los trabajadores serán generales o profesionales. Los primeros regirán en las áreas geográficas que se determinen; los segundos se aplicarán en ramas determinadas de la actividad económica o en profesiones, oficios o trabajos especiales. El salario mínimo no podrá ser utilizado como índice, unidad, base, medida o referencia para fines ajenos a su naturaleza. Los salarios mínimos generales deberán ser suficientes para satisfacer las necesidades normales de un jefe de familia, en el orden material, social y cultural, y para proveer a la educación obligatoria de los hijos. Los salarios mínimos profesionales se fijarán considerando, además, las condiciones de las distintas actividades económicas. Los salarios mínimos se fijarán por una comisión nacional integrada por representantes de los trabajadores, de los patrones y del gobierno, la que podrá auxiliarse de las comisiones especiales de carácter consultivo que considere indispensables para el mejor desempeño de sus funciones.

VII. Para trabajo igual debe corresponder salario igual, sin tener en cuenta sexo ni nacionalidad.

VIII. El salario mínimo quedará exceptuado de embargo, compensación o descuento.

IX. Los trabajadores tendrán derecho a una participación en las utilidades de las empresas, regulada de conformidad con las siguientes normas:

a) Una Comisión Nacional, integrada con representantes de los trabajadores, de los patronos y del Gobierno, fijará el porcentaje de utilidades que deba repartirse entre los trabajadores;

b) La Comisión Nacional practicará las investigaciones y realizará los estudios necesarios y apropiados para conocer las condiciones generales de la economía nacional. Tomará asimismo en consideración la necesidad de fomentar el desarrollo industrial del País, el interés razonable que debe percibir el capital y la necesaria reinversión de capitales;

c) La misma Comisión podrá revisar el porcentaje fijado cuando existan nuevos estudios e investigaciones que los justifiquen.

d) La Ley podrá exceptuar de la obligación de repartir utilidades a las empresas de nueva creación durante un número determinado y limitado de años, a los trabajos de exploración y a otras actividades cuando lo justifique su naturaleza y condiciones particulares;

e) Para determinar el monto de las utilidades de cada empresa se tomará como base la renta gravable de conformidad con las disposiciones de la Ley del Impuesto sobre la Renta. Los trabajadores podrán formular ante la Oficina correspondiente de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público las objeciones que juzguen convenientes, ajustándose al procedimiento que determine la ley;

f) El derecho de los trabajadores a participar en las utilidades no implica la facultad de intervenir en la dirección o administración de las empresas

### **Variables de la investigación**

#### **Variable Independiente: Servicio laboral**

**Servicio:** Cobra significado para el cliente a través de las actividades de análisis de los problemas, las reuniones con el proveedor, las llamadas de seguimiento y el reporte de una serie de acciones procesos y ejecuciones. El servicio incluye todas las actividades económicas cuyo resultado no es un producto o construcción física, que generalmente se consume en el

momento que se produce y que proporciona valor agregado al incluir aspectos que esencialmente son preocupaciones intangibles para los que adquieren por primera vez.

Surge de la necesidad que tienen nuestros clientes, de una asesoría integral a la gestión del capital humano, tanto para la compañía en sí, como para sus trabajadores o ejecutivos.

Dentro de las organizaciones la evaluación de servicio es un factor principal para descubrir las falencias y poder brindar un mejor servicio de calidad, ya que pueden ser realizadas periódicamente y de esta manera detectar las fallas, que durante el proceso puedan ser corregidas, para que el servicio alcance el nivel deseado tanto para los clientes como para la organización.

Por lo tanto, se debe considerar o implementar normas con la que se pueda mejorar la calidad del servicio ofrecido.

Se dice que la calidad de servicio percibida por el cliente es concebida como la valoración que hace de la excelencia o superioridad del servicio

En consecuencia, la calidad de servicio se puede definir como la comparación entre lo que el cliente espera recibir (sus expectativas) y lo que realmente recibe o el percibe (desempeño o percepción del resultado del servicio).

**Variable Dependiente:** Satisfacción al cliente

**Satisfacción:** Por lo tanto, puede ser la acción o razón con que se responde a una queja o razón contraria. Por ejemplo: “con esta entrega, hemos cumplido con la satisfacción de su pedido”, Vamos a obsequiarle una camiseta para satisfacer sus requerimientos” La empresa invierte cierta cantidad de dinero al año.

En un restaurante lógicamente, los clientes desean que se les ofrezca el mejor servicio. Sin embargo, lo que encuentran muchas veces es todo lo contrario, con el perjuicio que ello supone para la empresa, por lo que logramos brindar un servicio al consumidor (un buen ambiente y una mejor

atención), una comida de calidad tendremos para conseguir la satisfacción del cliente y su fidelización, dando a reconocer como un requisito esencial para obtener un restaurante exitoso.

Día a Día pollos a la brasa brindamos un mejor servicio al cliente con una frente en alto y con buena atención dando el deleite y el sabor en los platos con la variedad de comida que podemos ofrecer

### **Definiciones Conceptuales**

**Servicio** : Un servicio son un conjunto de acciones las cuales son realizadas para servir a alguien, algo o alguna causa, los servicios son funciones ejercidas por las personas hacia otras personas.

**Interpersonal** : Es utilizado para referirse a tipos de comunicaciones, relaciones y vínculos que se establecen entre dos o más personas

**Satisfacción** : Es la acción y efecto de satisfacer o satisfacerse, sosegar las pasiones del ánimo, cumplir con ciertas exigencias, premiar un mérito o deshacer un agravio.

**Prevalencia** : Es un término que puede vincularse a dos verbos prevaler y prevalecer

**Abastecimiento** : Se encarga de establecer las relaciones entre sus diversos componentes y de integrar las actividades para sus objetivos que puedan cumplirse.

**Fundamento** : Se utiliza para nombrar al motivo o razón con que pretende asegurara o afianzar algo, Un fundamento, en este sentido, actúa como u argumento.

**Caracterizar** : La acción de caracterizar consiste en establecer las particularidades o los de algo o de alguien. Esto permite lograr una de las particularidades o los de algo o de alguien, Esto permite lograr una diferenciación entre lo caracterizado y lo demás.

**Expectativas** : Cabe resaltar que por lo general, la expectativa se asocia con la chance razonable de que algo se concrete. Para que las expectativas puedan nacer es necesario que tengan alguna clase.

**Características** : Permite identificar a algo o alguien distinguiéndolos de sus semejantes

**Laboral** : Es un adjetivo con el que se califica y relaciona una actividad determinada con eventos en los que se manifiesta un interés o propósito de un conjunto de personas por desarrollar un producto, prestar un servicio o completar las metas de un sistema

**Cliente** : Es aquella persona que a cambio de un pago recibe servicios de alguien que se los presta por ese concepto.

**Clientes directos** : Son los que simplemente pagan por adquirir algo o recibir un servicio inmediato, la relación entre el vendedor y el comprador es sencilla, rápida y concluida a la hora que cada quien lo que le corresponda.

**Restaurante** : Se trata del comercio que ofrece diversas comidas y bebidas para su consumo en el establecimiento, dicho consumo debe ser pagado por el cliente que suele ser conocido como comensal.

**Clientes internos** : Es aquel miembro de la organización, que recibe el resultado de un proceso anterior, llevado a cabo en la misma organización, a la que podemos concebir como integrada como una red interna de proveedores y clientes.

**Clientes externos** : Es alguien que utiliza tu empresa de productos o servicios, pero no forma parte de tu organización.

**Servicio laboral** : Este servicio se enfoca en el asesoramiento y asistencia a nuestros clientes en la estructuración y administración de relaciones laborales, y en el monitoreo de los riesgos asociados al cumplimiento de las regulaciones laborales vigentes.

**Marketing** : Es un sistema total de actividades que incluye un conjunto de procesos, mediante los cuales se identifican las necesidades o deseos de los comunicadores o clientes para luego satisfacerlos de la mejor manera posible.

**Publicidad** : Es el conjunto de estrategias con las que una empresa da a conocer sus productos a la sociedad, en la cual se utiliza como principal herramienta.

**Entrevista** : Es un dialogo entablado entre dos o más personas, el entrevistador interroga y el que contesta.

**Fundamentación** : Es el principio o cimiento sobre el que se apoya y se desarrolla una cosa.

**Caracterización** : Consiste en establecer las particularidades de algo o de alguien.

**Fiabilidad** : Se utiliza para calificar a aquel o aquello que brinda seguridad, ofrece garantías o resulta confiable.

**Tangible** : Se utiliza para nombrar lo que puede ser tocado o aprobado de alguna forma.

**Retroalimentación** : Es una proporción de aquello que sale es re direccionado a la entrada, esto permite regular el comportamiento y controlar el sistema en cuestión.

**Condescendencia** : La actitud que pueden tomar los individuos para adaptarse o acondicionarse al gusto, preferencias o voluntad de otras personas.

**Limitación** : Es una acción de fijar límites o fronteras sobre alguien, cosa o algo que dificulta alguna circunstancia en la vida.

**Implementación** : Permite expresar las acciones y métodos.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

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

**Nombre de la empresa:** Restaurante” Pollos a la Brasa”

**Ruc:**

**Gerente Propietario:** Asdrúbal Hexer Loor Vásquez

#### **Misión**

Satisfacer a nuestros clientes, brindando los mejores pollos a la brasa, filetes de pollo, etc. preparados con insumos de calidad, con la aplicación de buenas prácticas de manufacturas con la mejor atención y un agradable ambiente familiar

Tomando como estrategia principal el mejoramiento continuo de los estrictos estándares de higiene y buen servicio en un ambiente seguro para el consumidor,

#### **Visión**

Ser reconocidos con el mejor restaurante de pollos a la brasa de la región por nuestros estándares de calidad, la óptima atención y satisfacción de las necesidades de nuestros clientes, contando con colaboradores plenamente identificados con la empresa

#### **Valores**

**Humildad:** somos conscientes de que siempre se puede mejorar y aprender. Estamos abiertos a escuchar todo aquello que el cliente nos sugiere o comenta.

Reconocemos cuando nos equivocamos pedimos disculpas y buscamos soluciones para el cliente y para el futuro, es un buen camino para seguir mejorando día a día.

**Empatía:** Nos ponemos en la piel del cliente para tratarle tal y como nos gustaría que nos trataran a nosotros.

De esta forma nos anticipamos a sus necesidades en la medida en las que somos capaces, y podemos dar un servicio de la máxima calidad y calidez e intentamos aplicar esto mismo en el trato con los propios compañeros, y con los proveedores y que la empatía es imprescindible para tener una relaciones humanas y duraderas y de calidad.

**Esfuerzo y dedicación:** Aplicamos todos nuestros esfuerzos y dedicación diariamente, para que todo aquel que entre a nuestro restaurante salga más contento de lo que entro. Salga satisfecho, bien comido, bien servido y con ganas de repetir.

**Agradecimiento:** “Es de bien nacido ser agradecidos ”.

Agradecemos a los trabajadores y consumidores por ser personas fieles tanto al consumo como a el desempeño de su trabajo ya que todo nos sentimos a gusto con las labores que cada uno brindamos el cual fue posible que pollos a la brasa es reconocido internamente en el sector de duran con gran calidad y sencillez y con buen servicio al cliente.

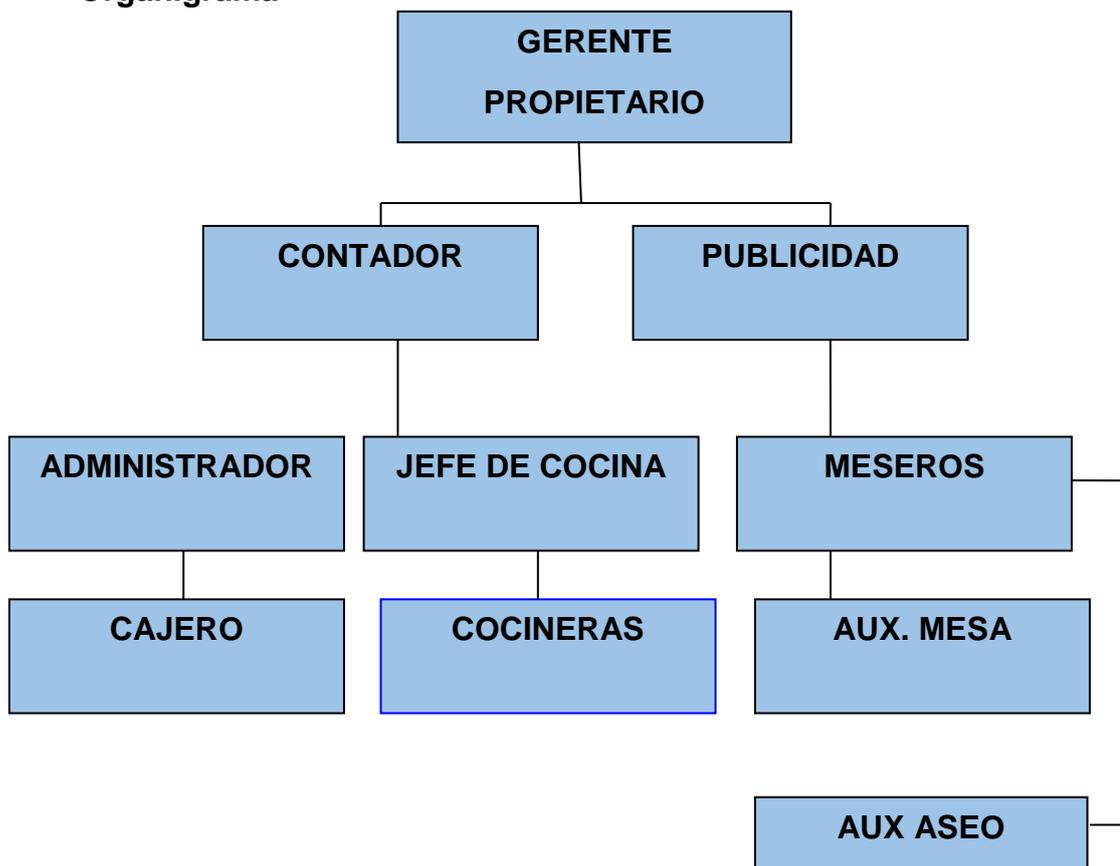
**Exigencia:** Durante el largo camino que lleva recorrido el restaurante pollos a la brasa hemos hechos acreedores del cariño y felicidad de muchos clientes. Somos el restaurante de toda la vida para la multitud de los Durandños el cual hemos conseguidos esto entre otras cosas gracias a un gran exigencia y auto- exigencia en el esfuerzo, en la calidad, en la selección del género que servimos en la obsesión por que el cliente esté a gusto y se sienta bien tratado y atendido.

### **Políticas de la empresa**

- Ofrecer un servicio, seleccionado, preparado. procesado, presentado y servido a un cliente cada vez más específico.
- Ofrecer una carta variada en opciones, proporcionando al cliente un producto sano de excelente calidad

- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético e íntegro
- Lograr que nuestros procesos se desarrollen de manera eficaz y segura
- Alcanzar un servicio rápido y eficiente, siempre cuidando cada paso del proceso, los modales y comportamientos para con el cliente.
- Brindar trato justo y esmerado a los clientes en sus solicitudes y reclamo, acatando los establecimientos establecidos
- Mantener un personal calificado y motivado.
- Llevará a cabo un cuidadoso proceso de higiene en todas las áreas del local, equipos de trabajos y alimentos

### Organigrama



### Objetivos estratégicos de la organización

- Buscar siempre hacer una negociación gana-gana, con precios, productos, bebidas, descuentos, valores agregados de beneficios, para el cliente para mejorar las ventas entre semana.

- Lograr una mayor gestión de la publicidad y la promoción de nuestros productos, con ofertas y descuentos para gestionar el crecimiento de la organización en un 15% en el presente año
- Negociar un establecimiento cercano a nuestra organización para que nuestros clientes puedan guardar sus vehículos, confiablemente ya un precio más bajo
- Generar utilidades para mantener la solidez financiera, impulsar el crecimiento de la organización y la estabilidad de los empleados.
- Lograr que los clientes se sientan satisfecho con el servicio brindando por cada uno de los miembros de la organización, fidelizarlos, estimularlos, y asesorías de la mejor forma
- Planear, organizar, ejecutar y velar por el crecimiento, satisfacción, servicio y estabilidad de todos, para así poder dar más oportunidades a personas de laborar en la organización
- En un lapso de 1 año elevar el reconocimiento del restaurante y sus productos con el cliente, esto basado a la atención personalizada.

### **Áreas funcionales**

Generalmente una empresa cuenta al menos con 5 áreas funcionales básicas de trabajo.

#### **Área de dirección general de la empresa**

Esta consiste en la cabeza de la empresa, en las pequeñas empresas es el propietario, como lo es en restaurante “Pollos a la Brasa”

Es quien sabe hacia dónde va la empresa y establece los objetivos de la misma, se basa en su plan de negocios, sus metas personales y sus conocimientos por lo que toma las decisiones en situaciones críticas.

Propietario: 1

#### **Área de administración y contrataciones**

En esta área toma en cuenta lo relacionado con el funcionamiento

de la empresa. Es la operación del negocio en su sentido más general. Desde la contratación del personal hasta la compra de insumos, el pago del personal, verificar que el personal cumpla con su horario, la limpieza del local, el pago a los proveedores, el control de los inventarios de insumos y de producción, la gestión del negocio es parte de esta área. Por lo general, es el emprendedor o propietario quien se encargará de esta área en su fase inicial.

Más adelante puede contratar un administrador para que lleve la operación del negocio sin que usted, como propietario esté presente todo el tiempo.

Administrador 1

Cajera 1

### **Área contable y financiera**

Toda empresa debe llevar un sistema contable en el que se detallen los ingresos y egresos monetarios en el tiempo. Además, se debe declarar y cancelar periódicamente, ante la Superintendencia de Administración Tributaria. Los impuestos según los resultados de los libros contables que la empresa lleva. La empresa puede escoger ser una empresa individual o comerciante individual

En el restaurante “Pollos a la Brasa”, la parte contable la lleva la contadora que no está directamente afiliada con la organización

Contadora: 1

### **Área de mercadeo y venta**

En esta área se detallarán las funciones, capacidades, cualidades de quien será el responsable y el personal involucrado en la estrategia del mercadeo del negocio, es decir la publicidad, el diseño del empaque.

Publicista y diseñadora gráfica, no está afiliada directamente con:

Meseros: 3

## **Área de producción**

Tiene como función principal, la transformación de insumos o recursos energía, materia prima, mano de obra, capital, información en productos finales o servicios

Auxiliar de cocina 1

Meseros 2

## **Compromisos de la empresa**

Nuestro compromiso en el restaurante “Pollos a la Brasa” es dar la máxima satisfacción a nuestros clientes

- La calidad de nuestros productos debe ser la mejor.
- Cada producto debe cumplir con todas las normativas de alimentarias exigibles, respetando siempre las normas de seguridad (temperatura de descarga almacenamiento, etc.)
- adquirir siempre productos frescos y manipuladores en nuestras instalaciones, por lo que controlamos directamente todo el proceso de elaboración y obtención de la calidad en el producto final.
- procuramos obtener el máximo de productos de nuestra huerta propia, manteniendo así el estándar de calidad buscado.
- todos nuestros menús y están abiertos a cumplir sugerencia o cambio que deseen realizar los clientes, adaptándolos siempre a sus necesidades.
- la limpieza y desinfección de todas las zonas y útiles debe llevarse a su máximo nivel, siendo esto algo indiscutible e indispensable.
- Nuestro lema “Nuestra mejor publicidad es un cliente satisfecho”, debemos llevarlo a la máxima expresión, pues el cliente es la persona que da sentido a nuestro trabajo, siendo lo más importante de nuestro restaurante.

## **Logotipo**



# **POLLOS A LA BRASA**

Ubicado Duran - Arbolito

## **Funciones de los trabajadores- Caracterizaciones**

### **Gerente Propietario**

Es el encargado de comprar insumos, estadísticas de ventas, cortes de cajas, contratación del personal y localizar el perfil de cada puesto, así como los gastos administrativos (servicios de agua, luz)

### **Cajero**

Está a cargo de manejo de las transacciones financieras, las funciones y responsabilidades del restaurante, manejo del dinero.

### **Personal de Cocina**

Encargado de la organización de la cocina, en la cual elabora y compone el menú, hace los pedidos de materia prima, y es por ende el responsable por la utilidad de la cocina

### **Auxiliar de Cocina**

Encargado de realizar labores auxiliares en la cocina

### **Meseros**

Son los encargados de coger el pedido y llevar el alimento al cliente a su respectiva mesa.

## **Diseño de la investigación**

Define (Arias, 2012) que la investigación de campo:

Es aquella que consiste en la recolección de todos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables algunas, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. (Pág. 31)

Este diseño va a ser importante llevarlo hacia el problema porque podrá servir de mucha ayuda, el diseño de investigación como el de campo me será útil poder implementar las necesidades y expectativas que se desea obtener y así implementar nuevas técnicas de ventas.

Claro está que una investigación de campo también se emplea datos secundarios, sobre todo los provenientes de fuentes bibliográficas, al igual que la documental, se puede realizar a nivel exploratorio, descriptivo y explicativo.

### **Mixto**

Señala Cameron (2009) que **“los investigadores con diseños mixtos han cobrado fuerza en aéreas tan diversas como: consejería, ciencias sociales y humanas, negocios, investigación evaluativa”** (Pág. 4)

Los diseños mixtos (cualitativos - cuantitativos) permiten, a las investigadoras y a los investigadores, combinar paradigmas, para optar por mejores oportunidades de acercarse a importantes problemáticas de investigación. En este sentido que la investigación mixta se fortaleció, al poder incorporar datos como imágenes, narraciones o verbalizaciones. También permiten la abstención de una mejor evidencia y comprensión de los fenómenos y por ellos facilitan fortalecimiento de los conocimientos teóricos y prácticos, destacan también que los investigadores en de contar con conocimientos apropiados acerca de los paradigmas que van a integrar los diseños mixtos de modo que se garantice dicha estrategia.

## Tipos de investigación

**Tabla 2** Prototipos

Exploratorio	Explicativo	Descriptivo	Correlacional
Como explica Hernández examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha elaborado antes.	Explicar las causas de relación entre variables (eventos, sucesos o fenómeno).	Describir un fenómeno: especificar propiedades, características y rasgos importantes.	Identificar relación o grado de asociación que existe entre dos o más variables en un contexto.

Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

### Descriptivo

Para hacer una investigación descriptiva se requiere de mayor cantidad de información, por ende, el alcance de este tipo de investigación es mayor. En general cuando disponemos de mayor cantidad de información planteamos mejores objetivos de mayor alcance y sobre todo más retadores

Esta investigación descriptiva pretende dar cuenta de las características de un fenómeno u objeto sujeto de investigación, de sus propiedades, características, atributos, componentes, elementos y relaciones entre ellos, se asocian con la cantidad y calidad de la información disponible, de tal manera que su pretensión es de mayor alcance, pues su propósito es dar a conocer como es el objeto y cuál es su comportamiento, así que para lograrlo se requiere de mucha más información

Busca también identificar las características, ángulos, dimensiones, atributos del fenómeno, variables que inciden en él de una población, un hecho o un fenómeno objeto de estudio.

### **Método Exploratorio**

Afirma Carlos Muñoz Rocha (2008) que **“la investigación exploratoria es recomendable cuando el objeto sobre el cual versa nuestro proyecto o idea de investigación se encuentra poco estudiado, por tratarse de objeto fenómeno desconocido”**

El método exploratorio no deja de contribuir al conocimiento científico, su utilidad estriba en que sirve para familiarizarse con fenómenos desconocidos y obtener información, aunque pequeña en principio, pero con la insistencia de otros investigadores poco a poco, contribuirá a la realización de la investigación más profunda

### **Población y Muestra**

Según el autor (Tamayo, 1997) define como concepto de población lo siguiente

**“La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”** (Pág. 114)

Se interpreta como el conjunto de todas las cosas que concuerdan con una serie de determinadas especificaciones. Un censo, por ejemplo, es el recuento de todos los elementos de una población.

### **Población Infinita**

Es aquella cuyos elementos es imposible tener un registro identificable.

Las poblaciones infinitas son concebidas por la estadística como un conjunto de individuos, objetos o situaciones, que presenta factores comunes más allá de su naturaleza o género, pero cuyo número se

encuentra calculando ms allá de cien mil elementos distintos, ya que se pone al concepto de poblaciones finitas

### **Población Finita**

Es la agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran. Además, existe un registro documental de dichas unidades.

**Tabla 3** **Universo**

<b>Población</b>	<b>Números</b>
Jefe - Propietario	1
Cocineras	3
Meseras	2
Cajera	1
Clientes permanentes	30
<b>Total</b>	<b>37</b>

Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

### **Muestra**

(Tamayo y Tamayo, 1997)

**“La muestra es la que se puede determinar la problemática ya que les capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso”**, afirma que la muestra es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico, (Pág. 38)

### **Muestra Estratificada**

Es una muestra estratificada, primero subdividida en elementos del marco en subpoblaciones separados o estratos. Un estrato se define mediante unas características comunes, seleccione una muestra aleatoria simple de cada uno de los estratos y cambie los resultados de muestra aleatoria simple y que el sistemático, por que garantice la representación de los elementos a lo largo de toda población, la

homogeneidad de los elementos dentro de cada estrato brinda mayor precisión al estimar los parámetros y poblaciones subyacentes (Pág. 224)

El muestreo estratificado es una técnica de muestreo probabilístico en donde el investigador divide todas las poblaciones presentes en varios subgrupos estratos, luego se selecciona aleatoriamente a los sujetos finales de los diferentes estratos en forma profesional

### **Muestra no Estratificada**

El científico tiene que definir la precisión con cual se desea determinar el proyecto. La exigencia es la diferencia que se estima, debe existir entre promedio real de la variable y el promedio que se estima a partir de la muestra.

## **Métodos y Técnicas de investigación**

### **Métodos Teóricos**

#### **Método Estadístico**

Es una herramienta poderosa de precisión científica en la medida en la que se conviene con los métodos cualitativos, y se emplee de acuerdo a las necesidades y la objetividad de la investigación

Con el método estadístico se afirma que nos servirá para propósitos específicos requeridos, como el de obtener información necesaria, organizar, resumir y presentar en forma adecuada el material indicado, el analizar e interpretar los resultados obtenidos y ponerlos en prácticas para la solución del problema y así implementar las satisfacciones a los consumidores o clientes.

#### **Método Histórico-Lógico**

(Narvaez, 2009) Define que el método histórico- lógico **“Estudia la trayectoria de los fenómenos y acontecimientos en el devenir de su**

**historia. Por parte el método lógico investiga la existencia o no de leyes generales de funcionamiento y desarrollo de los fenómenos”.**

Lo lógico no repite lo histórico, sino que reproduce en el plano teórico lo que es más importante del fenómeno. Ambos métodos no están disociados entre sí, se complementan y están vinculados. El método lógico requiere apoyarse en el método histórico, para descubrir la existencia de leyes fundamentales de los fenómenos basados en los datos que va proporcionando ese último, para despojarse de toda posibilidad de generar razonamiento especulativo (Pág. 28)

En este trabajo de diseño trabajar con el método Histórico-Lógico plantea necesariamente el problema de la correlación de lo lógico con lo histórico, para evidenciar la necesidad de continuar el estudio del problema en nuevas condiciones históricas correctas

### **Técnicas**

**Tabla 4** **Procesos**

<b>Técnicas</b>	<b>Instrumentos</b>
Entrevista Encuesta	Formulario Cuestionario

Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

### **Entrevista**

(SANCHEZ, 2006)

La entrevista es el procedimiento más utilizado por diversos profesionales en muy distintos campos aplicados como el policial, periodístico, médico, psicológico, laboral, y educativo, entre otros. En todos los casos, el propósito u objetivo más frecuente de la entrevista es conseguir

información y procurar que ésta responda, con la mayor precisión posible, a lo que necesitamos averiguar. (Pag160)

La entrevista comúnmente se realiza en el ámbito laboral en el momento de conocer a un individuo nuevo que puede ocupar determinado puesto y que, por tanto, debe de responder una serie de preguntas a fin de dar a conocer a su perfil. Las entrevistas laborales son en la gran mayoría de las cosas muy formales y elementos tales como la apariencia, el lenguaje, la sinceridad, la rapidez y la actitud en general del entrevistador son fundamentales a la hora de tomar la edición final

### **Técnicas para una entrevista**

- Ser puntual
- Al principio
- Presentarnos
- Averiguar con cortesía los tiempos disponibles
- Explicar que tomaremos notas.
- Indicar que haremos entrega en su momento de un resumen.
- Recordar alguna pregunta general para estimular el dialogo y establecer el marco de desarrollo de la entrevista
- Desarrollo de la entrevista.
- Final de la entrevista.
- Agradecer su atención

### **Encuesta**

Como manifiesta (Cordoba, 2004)

**“Para comprender los alcances y limitaciones del cuestionario es necesario ubicarlo dentro del proceso de la encuesta o el sondeo de opinión, pues es ahí donde se estima realmente como una valiosa herramienta” (Pág. 32)**

La encuesta es un método que realiza por medio de técnicas, interrogación, procurando conocer aspectos relativos a los grupos, tanto como 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, la observación se aplica a documentos y aspectos ya que tiene ciertas limitaciones, ya que no proporciona información, respecto a las percepciones de la realidad las creencias, sentimientos, motivación, anticipaciones y conductas

Una encuesta sirve para recopilar datos como conocimientos de ideas y opiniones de grupos, aspectos que analizan con el propósito de determinar rasgos de las personas, proponer o establecer relaciones entre las características de los sujetos, lugares, temas o personas.

En relación a su papel como método dentro de una investigación, las encuestas pueden cumplir 3 propósitos:

1. Servir de instrumento exploratorio para ayudar a identificar variables y relaciones, sugerir hipótesis y dirigir otras fases de la investigación.
2. Ser el principal instrumento de la investigación, de modo tal que las preguntas diseñadas para medir las variables de la investigación se incluirán en el programa de entrevista.
3. Complementar otros métodos, permitiendo el seguimiento del resultado inesperado, validando otros métodos y profundizando en las razones de la respuesta de las personas.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DEL RESULTADOS

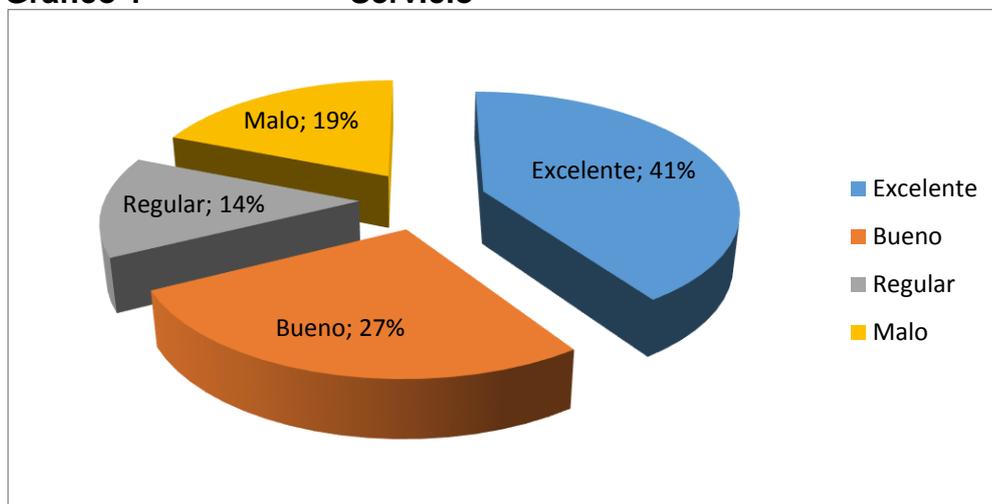
1. ¿Cómo califica usted la atención que brinda el restaurante “Pollos a la Brasa” en el trato de servicio al cliente?

**Tabla 5** Servicio

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Excelente	15	41%
Bueno	10	27%
Regular	5	14%
Malo	7	19%
Total	37	100%

Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Gráfico 1** Servicio



Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Descripción de los resultados:** Los resultados obtenidos se identifica que un 41% de la población quedan satisfechos del servicio brindado en el restaurante” Pollos a la Brasa”

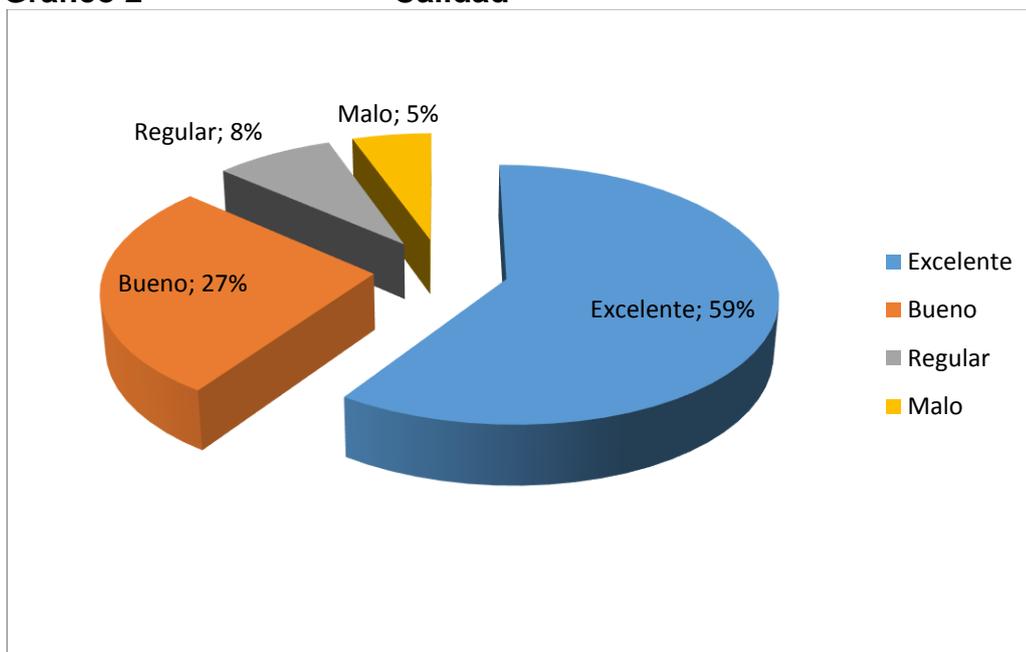
2. ¿Cómo califica usted la calidad de los alimentos en el restaurante?

Tabla 6 Calidad

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Excelente	22	59%
Bueno	10	27%
Regular	3	8%
Malo	2	5%
Total	37	100%

Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

Gráfico 2 Calidad



Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Descripción de los resultados:** Los resultados obtenidos tratan de identificar que el 59% de los clientes califican de excelente calidad en el servicio que ofrece en restaurante “Pollos a la Brasa”.

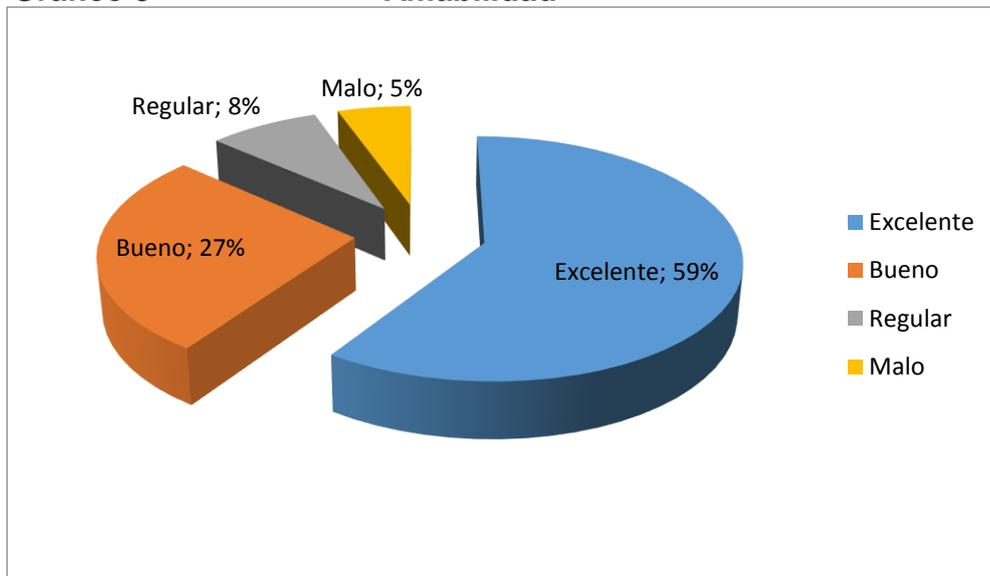
**3. ¿Qué calificación le da a la amabilidad del personal que atiende el restaurante?**

**Tabla 7 Amabilidad**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Excelente	22	59%
Bueno	10	27%
Regular	3	8%
Malo	2	5%
Total	37	100%

Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Gráfico 3 Amabilidad**



Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Descripción de los resultados:** Los clientes estos indican la amabilidad que reciben en el restaurante por parte del personal que les atendió, es un 59% de excelencia, este porcentaje indica que el servicio satisface las necesidades de los clientes. También se puede observar la otra parte que los clientes calificaron poco negativa en relación a la amabilidad con que les atendió en el restaurante.

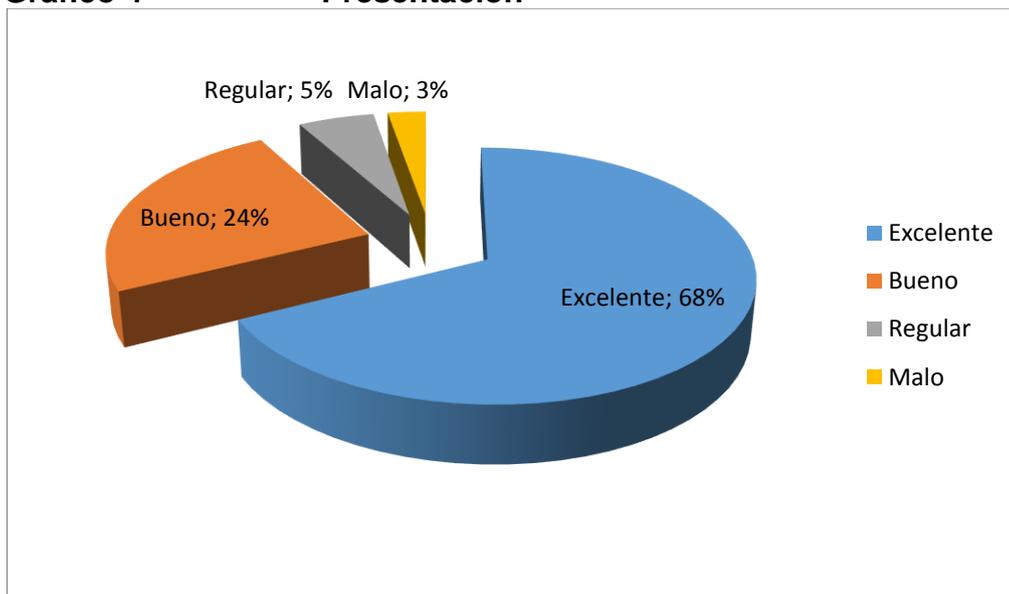
4. ¿Cómo evalúa la presentación del personal que atiende el restaurante?

**Tabla 8 Presentación**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Excelente	25	68%
Bueno	9	24%
Regular	2	5%
Malo	1	3%
Total	37	100%

Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Gráfico 4 Presentación**



Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Descripción de los resultados:** Se visualiza que los clientes califican el 68% de excelencia la presentación del personal de servicio, en base a este porcentaje se demuestra que los clientes ven con satisfacción a este indicador, dado a que el 3% del porcentaje de insatisfacción sobre el personal.

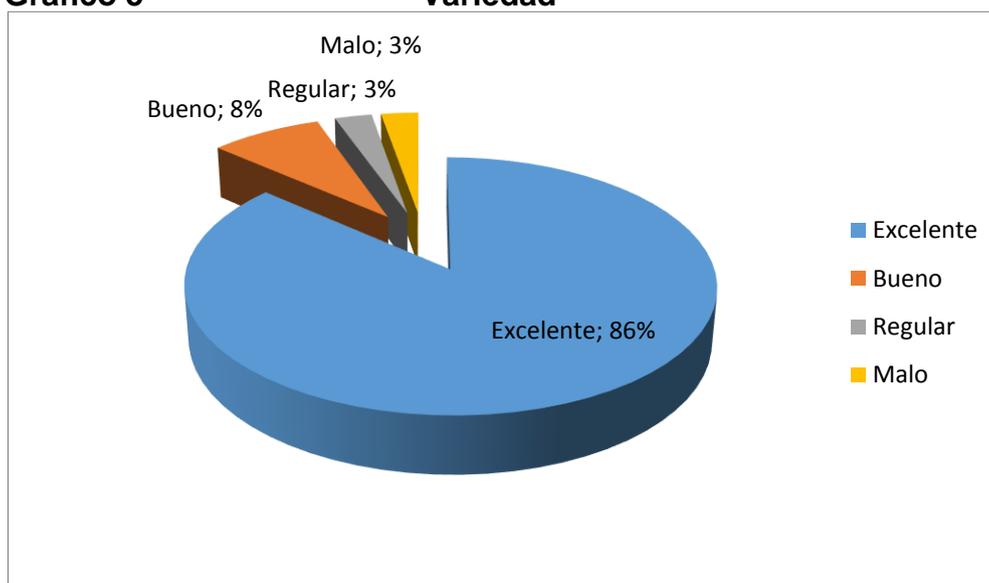
## 5. ¿Cómo le parece la variedad del menú del restaurante?

**Tabla 9** Variedad

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Excelente	32	86%
Bueno	3	8%
Regular	1	3%
Malo	1	3%
Total	37	100%

Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Gráfico 5** Variedad



Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Descripción de los resultados:** En esta gráfica se visualiza que el 86% de los clientes calificaron el menú que ofrece el restaurante como excelente, comparándolo con el 3% de los consumidores lo que les parece el menú de variedades que ofrecemos. Aunque los calificativos bueno y regular también aparecen con datos. Esto indica que los consumidores están a favor de la diversidad que ofrece el restaurante.

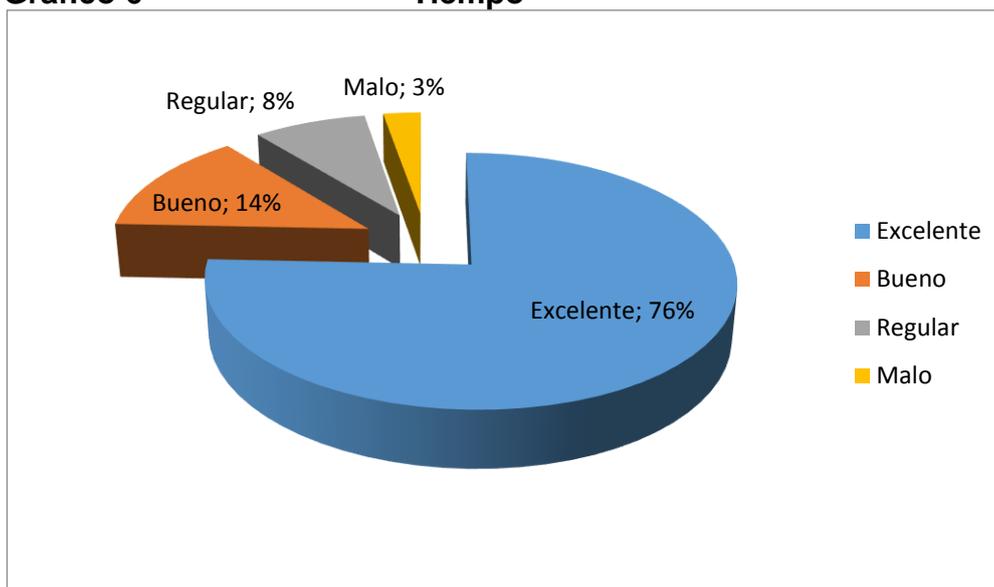
## 6. ¿Qué calificación le da al tiempo en que sirven la comida?

**Tabla 10** **Tiempo**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Excelente	28	76%
Bueno	5	14%
Regular	3	8%
Malo	1	3%
Total	37	100%

Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Gráfico 6** **Tiempo**



Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Descripción de los resultados:** En este resultado obtenido, se muestra que los clientes calificaron con un 76% de excelencia de rapidez con que sirve la comida. Este porcentaje indica que los clientes están conformes con la rapidez del servicio, se obtuvieron un 3% de los clientes con la categoría malo, en la cual muestra una cantidad significativa para mejorarla a favor para los consumidores.

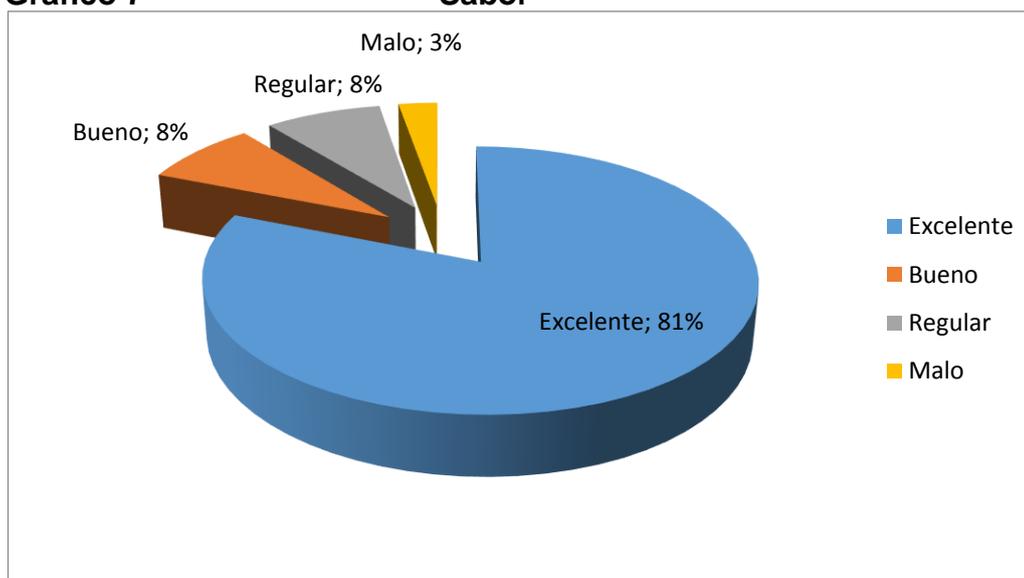
**7. ¿Cuál es la calificación que le da al sabor de los alimentos en el restaurante?**

**Tabla 11 Sabor**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Excelente	30	81%
Bueno	3	8%
Regular	3	8%
Malo	1	3%
Total	37	100%

Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Gráfico 7 Sabor**



Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Descripción de los resultados:** Los clientes que consumen alimentos en el restaurante “Pollos a la Brasa” están satisfechos, se debe a la calificación que se le otorgó al sabor de los alimentos que es el 81% de excelencia, y que el 3% de los clientes encuestado indicó su insatisfacción con el calificativo malo del sabor de la comida que se sirve en este establecimiento.

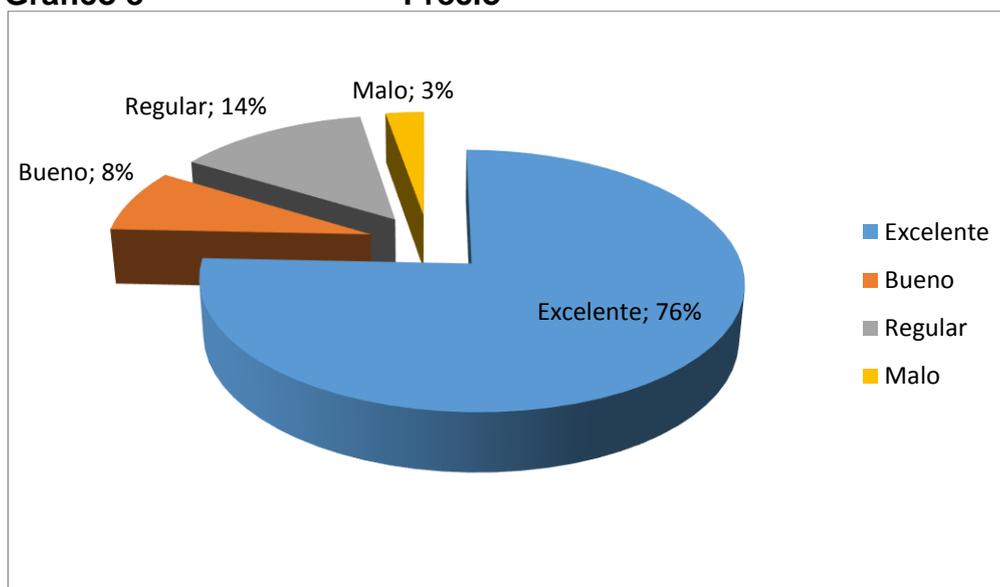
## 8. ¿Cómo considera el precio de la comida en el restaurante?

**Tabla 12** **Precio**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Excelente	28	76%
Bueno	3	8%
Regular	5	14%
Malo	1	3%
Total	37	100%

Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Gráfico 8** **Precio**



Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Descripción de los resultados:** En relación a los resultados obtenidos los clientes el 76% de ellos manifestaron que el precio de las comidas que se sirven en el restaurante tiene el calificativo excelente y también existe ningún inconforme con los precios por los resultados obtenidos a este indicador, y poco fue la inconformidad que se calificó con los precios del costo de los alimentos. Es importante mencionar los porcentajes tanto altos como bajos de esta pregunta.

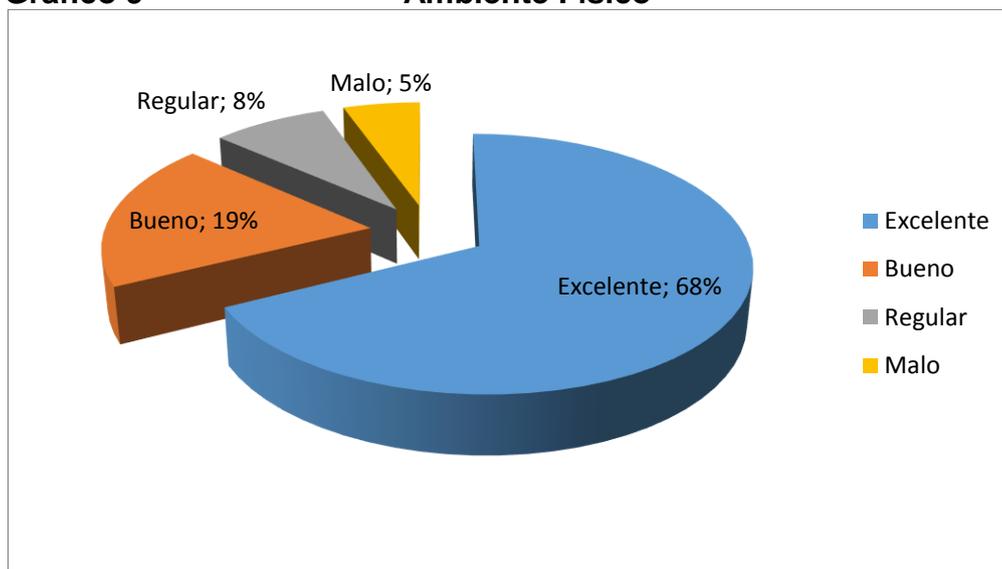
9. ¿Qué calificación otorga al ambiente físico que tiene el interior del restaurante?

**Tabla 13 Ambiente Físico**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Excelente	25	68%
Bueno	3	8%
Regular	7	19%
Malo	2	5%
Total	37	100%

Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Gráfico 9 Ambiente Físico**



Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Descripción de los resultados:** En relación con los resultados obtenidos los clientes en base al porcentaje que es 68% se pueden interpretar que los clientes en su mayoría le han gustado el ambiente físico en el interior del restaurante, también es el adecuado para este tipo de locales. Se visualiza claramente en la gráfica que solo el 3% le dio una calificación regular.

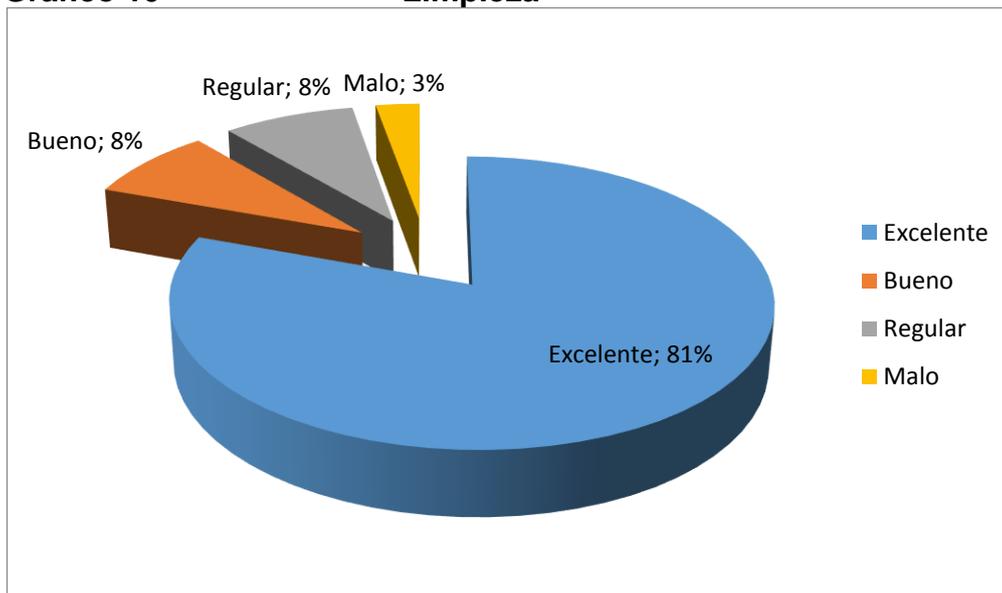
**10. ¿Cómo identifica la limpieza del mobiliario que se utiliza en el momento de recibir el servicio?**

**Tabla 14 Limpieza**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Excelente	29	81%
Bueno	3	8%
Regular	3	8%
Malo	1	3%
Total	36	100%

Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Gráfico 10 Limpieza**



Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Descripción de los resultados:** En relación con los resultados obtenidos los clientes asignaron que el 81% de la excelencia a la limpieza del mobiliario del restaurante, y el 3% son quienes manifestaron regular la limpieza del restaurante, se aprecia que es mucho mayor el número de clientes satisfechos y pocos insatisfechos.

## Análisis de entrevista a clientes

**Objetivo:** Identificar el servicio al cliente que el restaurante ofrece, y el desempeño que realizan los empleados del restaurante “Pollos a la Brasa”. Esta entrevista se la llevó a cabo las primeras semanas del mes de junio del 2018, en el restaurante “Pollos a la Brasa”

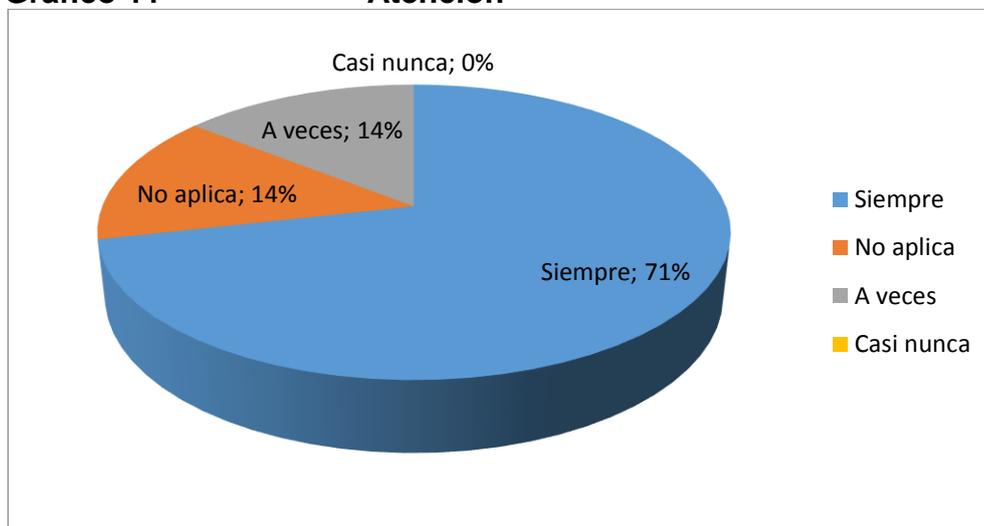
### 1. ¿El personal fue el adecuado para atender a los clientes?

**Tabla 15** Atención

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	5	71%
No aplica	1	14%
A veces	1	14%
Casi nunca	0	0%
Total	7	100%

Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Gráfico 11** Atención



Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Análisis de interpretación:** En el resultado se visualiza que el 71% del personal ha recibido capacitaciones relacionadas a las actividades que se realizan en el restaurante.

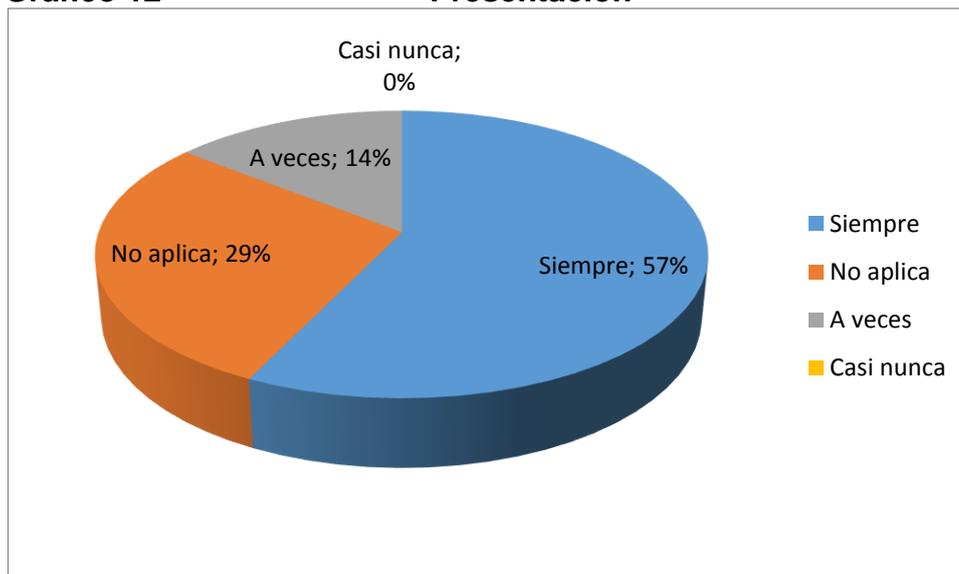
2. ¿La presentación fue la adecuada para atender a los clientes en el restaurante?

**Tabla 16 Presentación**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	4	57%
No aplica	2	29%
A veces	1	14%
Casi nunca	0	0%
Total	7	100%

Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Gráfico 12 Presentación**



Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Análisis interpretación:** Los resultados reflejan que el 80% de los empleados consideran que la presentación personal de los mismos es la adecuada para la atención a los clientes, y ahí que manifestarse en el otro porcentaje bajo para darle solución al problema.

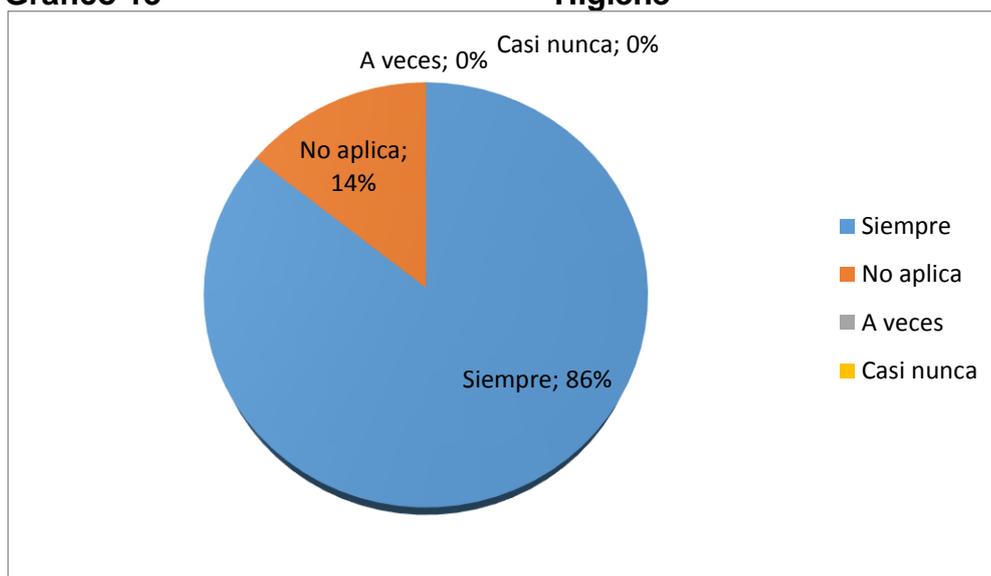
### 3. ¿La higiene en los alimentos es óptica para los clientes?

**Tabla 17 Higiene**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	6	86%
No aplica	1	14%
A veces	0	0%
Casi nunca	0	0%
Total	7	100%

Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Gráfico 13 Higiene**



Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

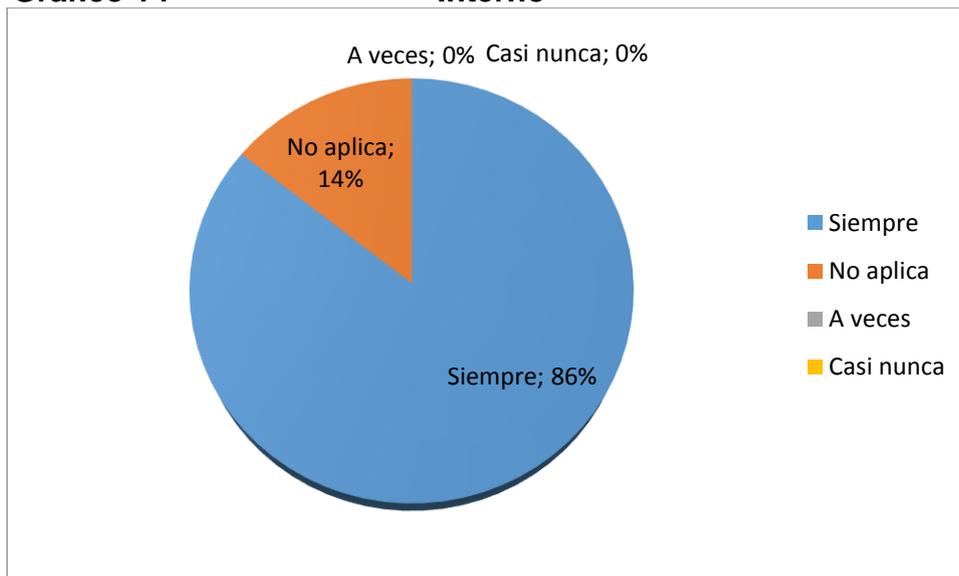
**Análisis interpretación:** Estos resultados reflejan que el 86% consideran que la higiénica de los alimentos es óptima, consideran que hay una excelente calidad higiénica de alimentos, y esto hace satisfacer a los clientes.

#### 4. ¿El ambiente interno del restaurante es agradable?

**Tabla 18** Interno

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	6	86%
No aplica	1	14%
A veces	0	0%
Casi nunca	0	0%
Total	7	100%

**Gráfico 14** Interno



Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Análisis interpretación:** En este análisis se visualiza que el 86% de los empleados, manifiestan que el ambiente interno del restaurante es agradable para ellos, ya que así se le hace más factible para seguir sumando con la excelencia y llegar hacia los clientes con una mayor satisfacción para sus consumidores, mientras que el 14% no aplica en su mayor parte.

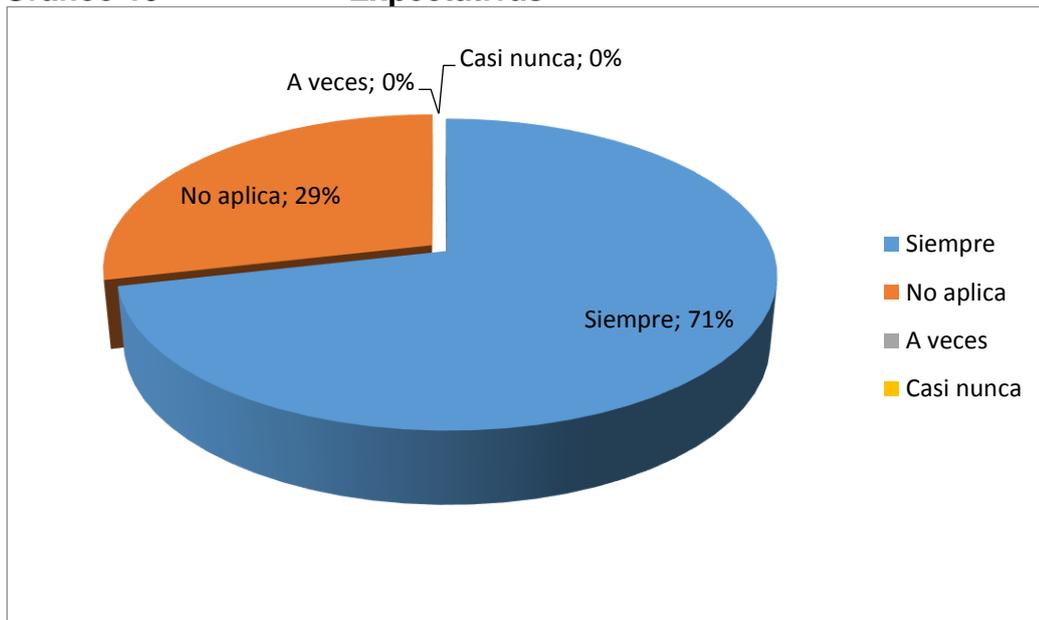
**5. ¿El ambiente de trabajo llena las expectativas de higiene?**

**Tabla 19 Expectativas**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	5	71%
No aplica	2	29%
A veces	0	0%
Casi nunca	0	0%
Total	7	100%

Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Gráfico 15 Expectativas**



Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Análisis interpretación:** Se visualiza que el Gerente propietario confirma con sus respuestas en las boletas la situación de la limpieza interna del restaurante es un porcentaje adecuado en las expectativas de higiene que brindamos hacia los clientes del restaurante.

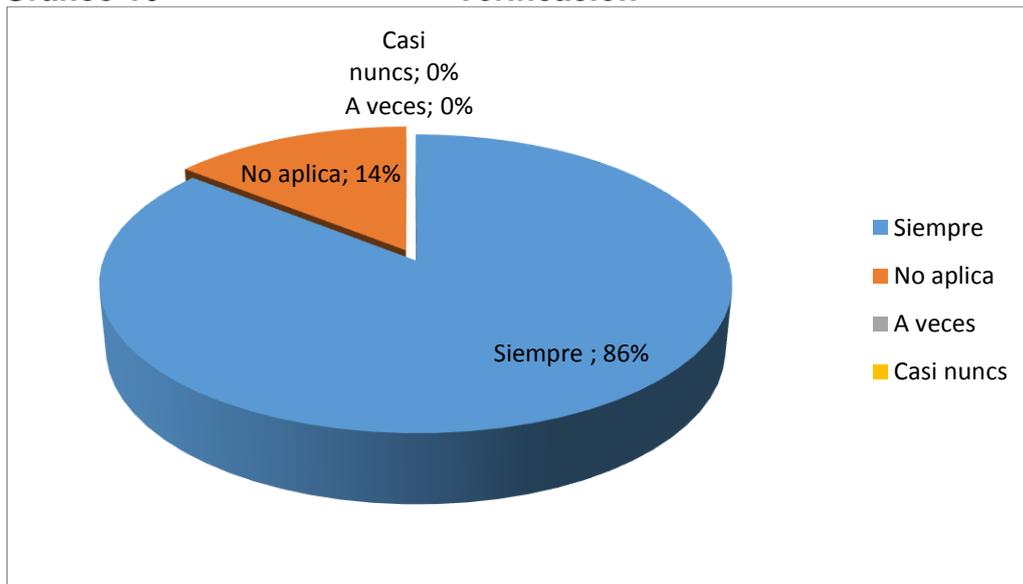
**6. ¿Existen controles de verificación de limpieza en los utensilios que utilizan para los clientes?**

**Tabla 20 Verificación**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	6	86%
No aplica	1	14%
A veces	0	0%
Casi nunca	0	0%
Total	7	100%

Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Gráfico 16 Verificación**



Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Análisis interpretación:** Se visualiza la efectiva la verificación de los utensilios en el restaurante que utilizan los clientes. Se realiza según el Gerente propietario un 86%. El gerente también ha calificado de negativa la ejecución de esta actividad. En la cual estos resultados son en base a los datos que refleja.

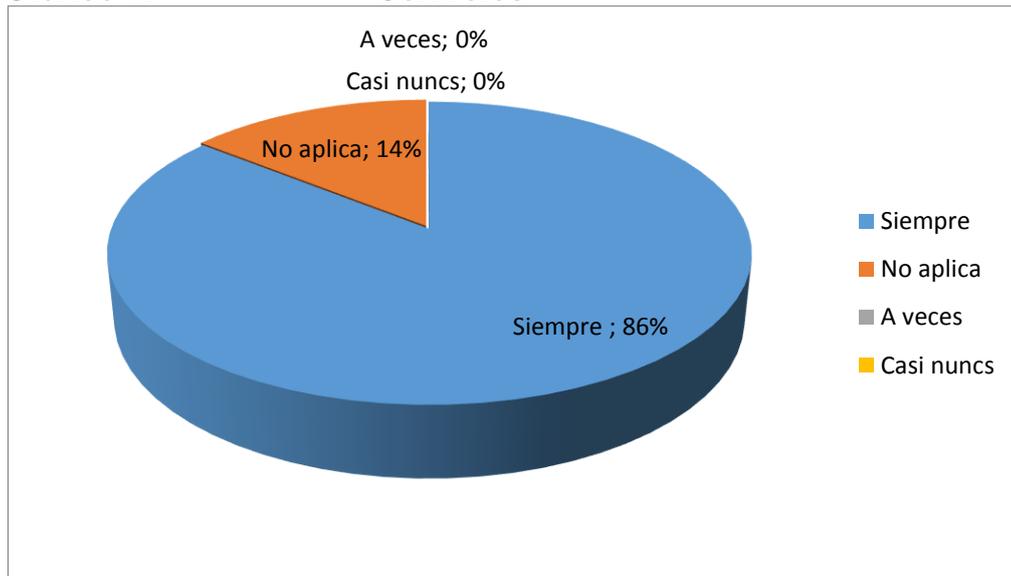
**7. ¿Existen los controles de limpieza para los servicios sanitarios?**

**Tabla 21 Controles**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	6	86%
No aplica	1	14%
A veces	0	0%
Casi nunca	0	0%
Total	7	100%

Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Gráfico 17 Controles**



Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Análisis interpretación:** Se demuestra que el porcentaje obtenido en esta encuesta es que el 86% del porcentaje dio a conocer que existe control en la limpieza de los servicios sanitarios, lo cual es una manera de normalidad en el restaurante, por otra parte, se manifestó que existe un poco porcentaje de negatividad en este aspecto, la cual se tomaran más responsabilidades.

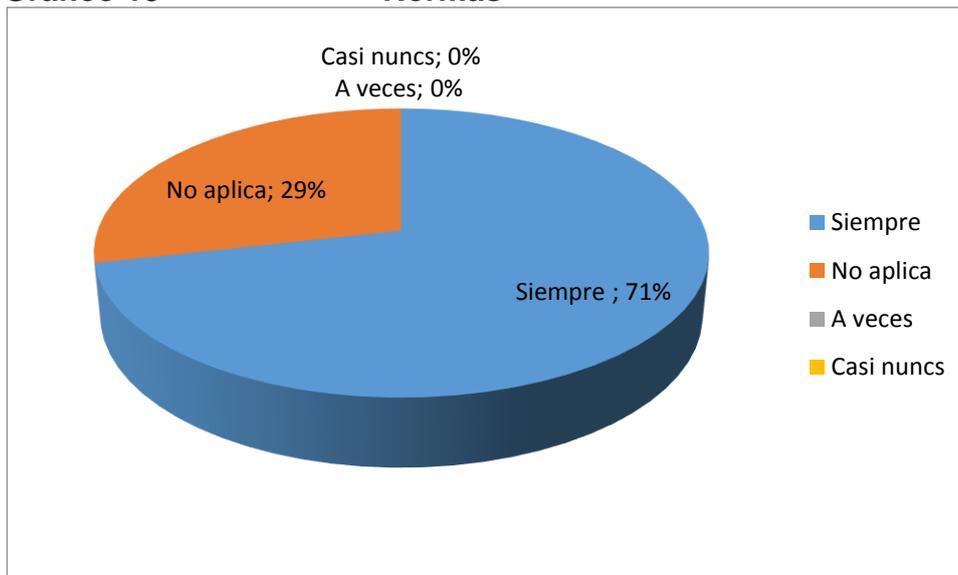
**8. ¿Cumple con las normas requeridas de jabón para la higiene del servicio?**

**Tabla 22 Normas**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	5	71%
No aplica	2	29%
A veces	0	0%
Casi nunca	0	0%
Total	7	100%

Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Gráfico 18 Normas**



Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Análisis interpretación:** Se demuestra en los resultados obtenidos que el calificativo que dieron a que el jabón para manos cumple con las normas requeridas para la higiene de los clientes, y por otra parte se dio a conocer que no están en un máximo nivel y lo evaluaron un poco negativo.

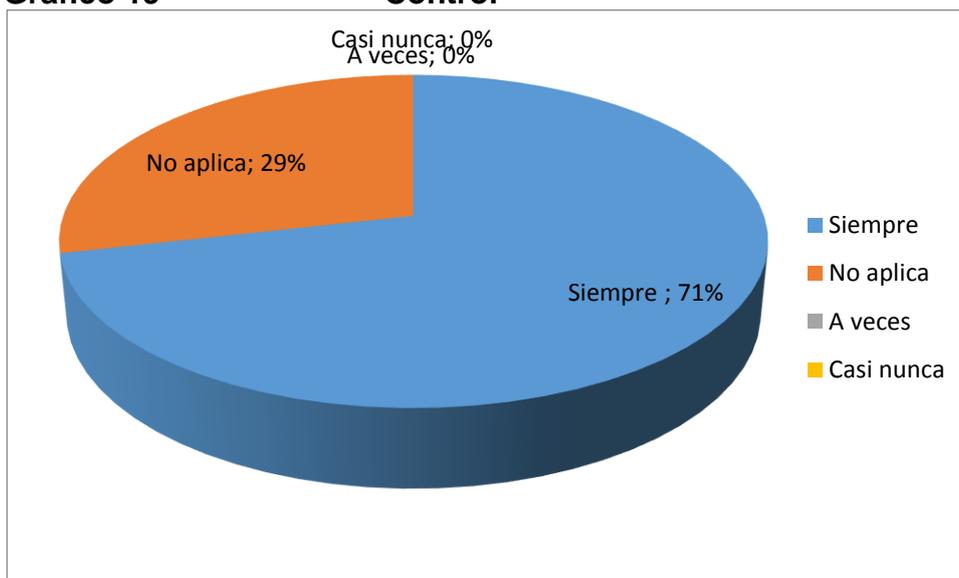
**9. ¿Hay medios de control para el abastecimiento de papel higiénico cuando se agota en el servicio sanitario?**

**Tabla 23 Control**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	5	71%
No aplica	2	29%
A veces	0	0%
Casi nunca	0	0%
Total	7	100%

Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Gráfico 19 Control**



Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Análisis interpretación:** Se demuestra que el 71% el gerente propietario manifestó que existen medios de control para el abastecimiento de papel higiénico en el momento en que este recurso se agota en los servicios sanitarios. Para el 29% el gerente manifestó q hay veces que no existen abastecimiento, resultados que se obtienen en el trabajo de campo.

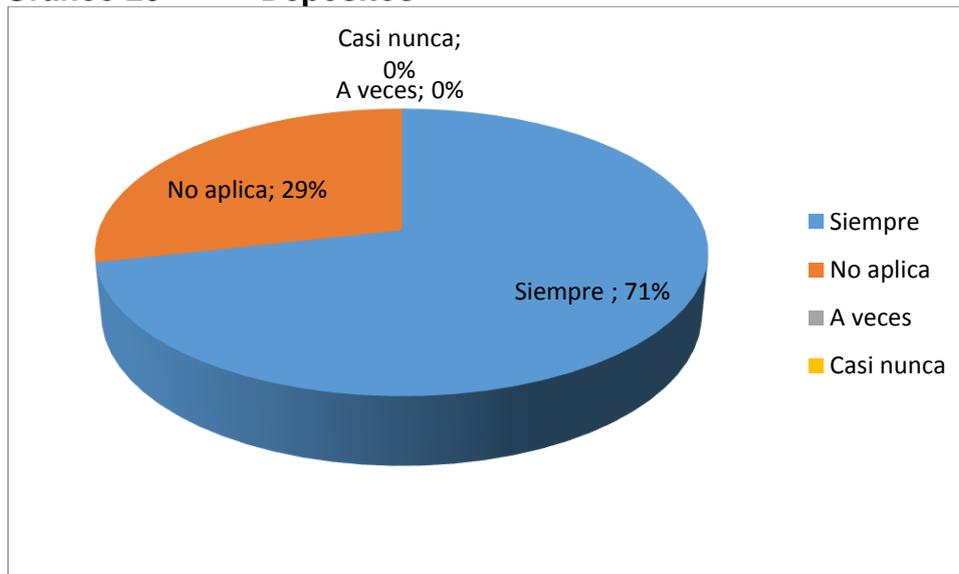
## 10. ¿Existen depósitos para el agua del restaurante?

**Tabla 24 Depósitos**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	5	71%
No aplica	2	29%
A veces	0	0%
Casi nunca	0	0%
Total	7	100%

Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

**Gráfico 20 Depósitos**



**Análisis interpretación:** Se demuestra que el 71% manifestó el gerente propietario que existe depósitos exclusivos para el agua, y el 29% manifestaron que poseen poca exclusividad en el depósito de agua del restaurante.

## Plan de mejora

**Objetivo:** Aplicar plan de mejora del servicio laboral en el restaurante “Pollos a la Brasa” del Cantón Durán.

**Tabla 25**

### Plan

¿Qué?	¿Por qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Dónde?	¿Quién?
<b>Capacitar a los trabajadores en servicio laboral</b>	De esta manera, se llevará a un mejor servicio brindado a los consumidores.	Se realizarán capacitaciones de atención al cliente.	Se realizarán los días miércoles durante dos meses de 09am a 11am	Se la llevará a cabo dentro del restaurante	Facilitadora Srta.: María Zamora
<b>Analizar la satisfacción que merecen los clientes.</b>	De esta forma será realizado para conocer si las mejoras están dando resultados,	Se realizará una encuesta a los clientes para conocer el proceso en mejora.	Se lo verificará a final del mes.	Se las realizará en los exteriores del restaurante con los clientes más asiduos	Facilitadora Srta.: María Zamora

Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

## Plan de Capacitación

**Objetivo:** Contribuir a la mejora de servicio laboral y la satisfacción al cliente.

**Tabla 26** **Capacitaciones**

<b>Tema</b>	<b>Facilitador</b>	<b>Materiales</b>	<b>Lugar</b>	<b>Personal</b>
<b>Servicio Laboral</b> -Conservar al cliente -Buen servicio -Atención al cliente	Srta.: María Zamora	-Proyector -Laptop -Pendrive -Plumas - Hojas	Durán local principal del restaurante “Pollos a la Brasa”	-Propietario - Cocineras - Meseros - Cajera
<b>Satisfacción al Cliente</b> -Calidad de servicio -Atención personalizada	Srta.: María Zamora	Proyector -Laptop -Pendrive -Plumas - Hojas	Durán local principal del restaurante “Pollos a la Brasa”	Propietario - Cocineras - Meseros - Cajera

Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

## Cronograma

N. o	Tiempo  Actividades	2018															
		Mayo				Junio				Julio							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Capacitar a los trabajadores en servicio laboral	x	x	x	x	x	x	x	x								
2	Analizar la satisfacción que merecen los clientes													x	x	x	

## Presupuesto

Tabla 27 Presupuesto

Ingresos	Cantidad	Egresos	Cantidad
Gerente Propietario	\$470	Capacitar a los trabajadores en servicio laboral	\$ 160
		Analizar la satisfacción de clientes	\$ 160
		Refrigerio	\$ 100
		Materiales	\$50
<b>Total</b>	\$470	<b>Total</b>	\$470

Elaborado por: Zamora Ochoa María Cecilia

## Conclusiones

- Fundamentada teóricamente el servicio laboral y mejoramiento del servicio.
- Caracterizado el desempeño de trabajador en el restaurante “Pollos a la Brasa”.
- Ejecutado el plan de mejoramiento de servicio laboral.
- Se realizó un plan de mejora de capacitación para la satisfacción al cliente.
- Se realizó una entrevista a los colaboradores para un mejoramiento de servicio laboral.
- El personal quedó capacitado para brindar un buen servicio a sus clientes.

## **Recomendaciones**

- Dar solución a cada problema que se presente en el restaurante para detectar errores y mejorar el servicio al cliente.
- Mejorar el servicio laboral por beneplácito de los clientes.
- Realizar encuestas para detectar los problemas y solucionarlos con un mejoramiento de servicio.
- Realizar entrevistas a los colaboradores para un buen servicio laboral dentro del restaurante.
- Capacitar cada mes a los colaboradores para satisfacer a los clientes con un excelente servicio.
- Mejorar el sistema para ser más eficaz en la colaboración en la empresa.

## Bibliografía

- Arias, F. G. (2012). investigación de campo.
- Cordoba, F. G. (2004). recomendaciones metodológicas para el diseño de cuestionarios. mexico: Limusa.
- Cottle, d. (1991). servicio centrado en el cliente . españa: diaz santos.
- Cottle, d. (1991). servicio centrado al cliente . mexico: diaz santos.
- Denton, D. K. (1991). calidad de servicio a los clientes . texas , estados unidos: diaz de santos s.a.
- Denton, D. K. (1991). calidad en el servicio a los clientes. madrid . españa: diaz de santos s.a.
- Denton, D. K. (1991). calidad en el servicio a los clientes. españa: diaz santos s.a.
- Denton, D. K. (1991). calidad en servicio a los clientes. texas: diaz santos s.a.
- Gerson, R. (2003). medir la satisfacción al cliente. españa: asociacion española para la calidad.
- Gossa, f. (2008). hiper satisfacción del cliente. mexico: panorama .
- John, T. (2007). como conservar clientes con un buen servicio. mexico: paz mexico.
- John, T. (2007). como conservar mas clientes con un buen servicio. mexico: paz mexico.
- John, T. (2007). como conservar mas clientes con un buen servicio. mexico: paz mexico.
- John, T. (2007). servicio al cliente.
- Narvaez, D. (2009). Metodología de la investigación científica. chile.

Sanchez, M. O. (2006). que es la entrevista. biblioteca nueva.

Tamayo y Tamayo, M. (1997). muestra. mexico.

Tamayo, T. y. (1997). poblacion. mexico: limusa s.a.

# ANEXO

## Anexo 1



Guayaquil, 17 de julio 2018

**Señores**

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

De nuestras consideraciones:

Asdrúbal Hexer Loor Vásquez, en mi calidad de Propietario del Negocio de la Empresa restaurante “Pollos a la Brasa” tengo a bien dirigirme a Usted para darles a conocer lo siguiente:

La estudiante egresada María Cecilia Zamora Ochoa, portadora de la cedula de ciudadanía No. 0951713213, viene realizando la aplicación de su proyecto de investigación con el tema: **PROPUESTA DE PLAN DE SERVICIO LABORAL, PARA LA SATISFACCIÓN AL CLIENTE DEL ASADERO DE “POLLOS A LA BRASA” DEL CANTON DURÁN**, cuya finalidad permitirá mejorar el nivel productivo de la empresa.

Es todo lo que puedo informar en honor a la verdad, al mismo tiempo que autorizó a la estudiante egresada darle el uso que estime conveniente al presente.

Atentamente,

---

**Asdrúbal Loor Vásquez**  
C.C.1306919521  
Propietario del Negocio

## Anexo 2

**Cuando se está procesando el pollo asado**



**Listo el pollo para degustar**



### **Anexo 3**

**Guayaquil, junio 2018**

#### **Estimados Usuarios**

Soy Zamora Ochoa María Cecilia, estudiante del Instituto Tecnológico Bolivariano, actualmente egresada de la Carrera Tecnología en Administración de Empresas.

Me encuentro realizando la tesis un requisito importante para la obtención de mi título, la cual la estoy haciendo en el restaurante, asadero” Pollos a la Brasa”. Por tal motivo me acerco a usted para que me ayude realizando una pequeña encuesta conformada por un cuestionario que incluye unas preguntas, el cual será de absoluta confidencialidad.

El objetivo de esta encuesta es recopilar información relacionada al servicio del cliente que brinda la empresa restaurante “Pollos a la Brasa”.

Gracias

Atentamente,

**Zamora Ochoa María Cecilia**

**C.C. 0951713213**

**Guayaquil, junio 2018**

## **Anexo 4**

### **Instrucciones para realizar la encuesta**

- Ser cliente del restaurante “Pollos a la Brasa”
- Utilizar un bolígrafo de color negro o azul
- Utilizar una X en cada respuesta que usted responda
- Tener tiempo aproximado de 30 minutos para terminar la encuesta
- En cada pregunta encontrara cuatro alternativas, escoja una de ellas
- Si cuenta con alguna inquietud, infórmele al encuestador.

## Anexo 5

### Encuesta de servicio laboral y satisfacción al cliente

#### Datos Generales

Sexo: M ( ) F ( )

1. ¿Cómo califica usted la atención que brinda el restaurante “Pollos a la Brasa” en el trato de servicio al cliente?

Excelente  Regular   
Bueno  Malo

2. ¿Cómo calificaría el trato de los empleados hacia los clientes?

Excelente  Regular   
Bueno  Malo

3. ¿Qué calificación le da a la amabilidad del personal que atiende el restaurante?

Excelente  Regular   
Bueno  Malo

4. ¿Cómo evalúa la presentación del personal que atiende el restaurante?

Excelente  Regular   
Bueno  Malo

5. ¿Cómo le parece la variedad de menú del restaurante?

Excelente  Regular   
Bueno  Malo

6. ¿Qué calificación le da al tiempo en que sirven la comida?

Excelente  Regular   
Bueno  Malo

7. ¿Cuál es la calificación que le da al sabor de los alimentos en el restaurante?

Excelente

Regular

Bueno

Malo

8. ¿Cómo considera el precio de la comida en el restaurante?

Excelente

Regular

Bueno

Malo

9. ¿Qué calificación otorga al ambiente físico que tiene el interior del restaurante?

Excelente

Regular

Bueno

Mal

10. ¿Cómo identifica la limpieza del mobiliario que se utiliza en el momento de recibir el servicio?

Excelente

Regular

Bueno

Malo

## **Anexo 6**

### **Agradecimiento**

Me es grato comunicarles mi más sincero agradecimiento, por el tiempo dedicado a mi encuesta para dar a conocer las necesidades en la cual ustedes se merecen, mejorando el servicio hacia los clientes.

Atentamente,

**Zamora Ochoa María Cecilia**

**C.C. 0951713213**

## Anexo 7

### Entrevista

<b>Fecha:</b>	1er semana del mes de julio
<b>Hora inicio:</b>	12:00am
<b>Hora termino:</b>	18:00pm
<b>Lugar:</b>	Exteriores del restaurante
<b>Entrevistado:</b>	Los colaboradores y Propietario del restaurante
<b>Entrevistador:</b>	Srta.: María Zamora

Objetivo de esta entrevista para dar a conocer las necesidades y responsabilidades que deben tener más los colaboradores como el gerente propietario del Negocio del restaurante "Pollos a la Brasa".



No aplica

Casi nunca

9. ¿Hay medios de control para el abastecimiento de papel higiénico cuando se agota en el servicio sanitario?

Siempre

A veces

No aplica

Casi nunca

10. ¿Existen depósitos para el agua del restaurante?

Siempre

A veces

No aplica

Casi nunca

## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de la información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES DEL ITB.**

*Juis Alberto Abatep*

Nombre y Apellidos del Colaborador  
CEGESCYT



*Juis Alberto Abatep*

Firma

## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN



Yo, **Zamora Ochoa María Cecilia** en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Propuesta de plan de servicio laboral, en la satisfacción al cliente del asadero "Pollos a la brasa" del cantón Durán** de la modalidad de **Presencial** realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **Tecnología en Administración de Empresa**, de conformidad con el *Art. 114 del CODIGO ORGANICO DELA ECONOMIA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 114 de la LEY ORGANICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*

Zamora Ochoa María Cecilia

A handwritten signature in blue ink that reads "María Cecilia Zamora Ochoa". The signature is written over a horizontal line.

Firma

**Nombre y Apellidos de la Autora**

**No. de cédula: 0951713213**

A handwritten signature in blue ink that reads "Dr. Jaime Pazmiño Palacios, Msc.". The signature is written over a horizontal line.

Dr. Jaime Pazmiño Palacios, Msc.  
NOTARIO SÉPTIMO DEL  
CANTÓN GUAYAQUIL



Factura: 001-003-000006875



20180901007D00511

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20180901007D00511



Ante mí, NOTARIO(A) JAIME TOMMY PAZMIÑO PALACIOS de la NOTARÍA SÉPTIMA, compareció(n) MARIA CECILIA ZAMORA OCHOA portador(a) de CÉDULA 0951713213 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaría, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 9 DE AGOSTO DEL 2018, (15:35).

*Maria Zamora*

MARIA CECILIA ZAMORA OCHOA  
CÉDULA: 0951713213



*[Signature]*

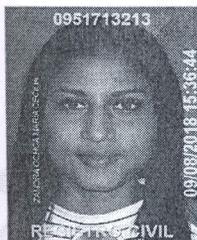
NOTARIO(A) JAIME TOMMY PAZMIÑO PALACIOS  
NOTARÍA SÉPTIMA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



-----  
**Dr. Jaime T. Pazmiño Palacios, Msc.**  
**NOTARIO SÉPTIMO**  
**DEL CANTÓN GUAYAQUIL**



## CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Número único de identificación: 0951713213

Nombres del ciudadano: ZAMORA OCHOA MARIA CECILIA

Condición del cedulao: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/LOS RIOS/VINCES/VINCES

Fecha de nacimiento: 6 DE OCTUBRE DE 1997

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: SUPERIOR

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: ZAMORA MENDOZA JIMMY GONZALO

Nombres de la madre: OCHOA LEON ANA CECILIA

Fecha de expedición: 9 DE AGOSTO DE 2018

Información certificada a la fecha: 9 DE AGOSTO DE 2018

Emisor: PAULINA VICTORIA PAZMIÑO JORDAN - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 7 - GUAYAS - GUAYAQUIL

Nº de certificado: 188-145-26419



188-145-26419

Ing. Jorge Troya Fuertes

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente





REPÚBLICA DEL ECUADOR  
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL,  
IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN



Nº. 095171321-3

CÉDULA DE CIUDADANÍA  
APELLIDOS Y NOMBRES  
ZAMORA OCHOA MARIA CECILIA  
LUGAR DE NACIMIENTO:  
LOS RIOS VINCES VINCES  
FECHA DE NACIMIENTO: 1997-10-06  
NACIONALIDAD ECUATORIANA  
SEXO MUJER  
ESTADO CIVIL SOLTERO



INSTRUCCIÓN SUPERIOR  
PROFESIÓN / OCUPACIÓN ESTUDIANTE  
APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE ZAMORA MENDOZA JIMMY GONZALO  
APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE OCHOA LEON ANA CECILIA  
LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN GUAYAQUIL 2018-08-09  
FECHA DE EXPIRACIÓN 2028-08-09

*[Signature]*  
DIRECTOR GENERAL

*[Signature]*  
FIRMA DEL CEDULADO

**DOY FE: QUE ES FIEL COPIA DEL ORIGINAL**  
*Dr. Jaime Pazmiño Palacios, Msc*  
NOTARIO SÉPTIMO DEL CANTÓN GUAYAS

**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 plan de servicio laboral, en la satisfacción al cliente del asadero “Pollos a la Brasa” del cantón Durán”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

**TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESA**

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo incide el servicio laboral, en la satisfacción al cliente que brinda la microempresa asadero “Pollos a las Brasa” ubicado en el centro del cantón Durán sector El Arbolito, Provincia del Guayas, durante el periodo 2018?**

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

Presentado por la Egresada:

**Zamora Ochoa María Cecilia**

Tutor:

**Dr. Simón Alberto Illescas Prieto**