



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de Investigación previo a la Obtención del Título de
Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios**

**TEMA: “EL EMPOWERMENT Y SU EFECTO EN
LA CALIDAD AL SERVICIO AL CLIENTE, DEL
RESTAURANT “AL PASO” EN EL VALLE DE
YUNGUILLA”**

AUTOR: Israel Cócheres

TUTOR: Ing. Fabricio Ríos

AMBATO – ECUADOR

Febrero 2014



APROBACION DEL TUTOR

Ing. MBA Fabricio Ríos.

CERTIFICA:

Que el presente trabajo ha sido prolijamente revisado. Por lo tanto autorizo la presentación de este Trabajo de Investigación, el mismo que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos de Grado de la Facultad.

Ambato, febrero del 2014

Ing. MBA Fabricio Ríos

TUTOR

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo, Remigio Israel Cócheres González, manifiesto que los resultados obtenidos en la presente investigación, previo a la obtención del título de Ingeniera de Marketing y Gestión de Negocios son absolutamente originales, auténticos y personales; a excepción de las notas de bibliografía notificadas

Sr: Israel Cócheres González

C.I. 1803809530

AUTOR

APROBACION DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos Profesores Calificadores, aprueban el presente Trabajo de Investigación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

f).....

Ing. Jenny Gamboa

f).....

Ing. Kléver Moreno

Ambato, febrero del 2014

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de regulación, así lo dispongan.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se lo realice respetando los derechos del autor.

Israel Cócheres

11803809530

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mis padres y a las personas que estuvieron a mí alrededor, a mi amigo y salvador IAHSUUAH HAMASHIAJ, quien en este proceso de estudio me enseña a vivir en integridad conmigo mismo y a la vez con todos los que me dieron su mano de apoyo para culminar el presente trabajo. Resalto la ayuda importantísima que es para mi vida USTED HASHEM MI PADRE.

A mis colegas de estudio, y que de seguro seguirán el mismo camino, que el presente trabajo de investigación, sirva de guía y de preparación para la perfección de los proyectos de tesis.

AGRADECIMIENTO

Les agradezco principalmente a USTED PADRE HASHEM por darme la vida y la oportunidad de haber aprendido cosas nuevas en esta etapa de mi vida, a mi principal amigo IAHSUAH HAMASHIAJ TODAH RABAH ADON, y también a mis padres, compañeros de clases, y al Ing. Fabricio Ríos por los conocimientos brindados.

SHALOM a vosotros.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACION DEL TUTOR.....	ii
DECLARACION DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACION DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	iv
DERECHOS DE AUTOR.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
EXECUTIVE	xv
SUMMARY	xv
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO 1	2
EL PROBLEMA	2
1.1 Tema.....	2
1.2 Planteamiento del problema.....	2
1.2.1 Contextualización.....	3
1.2.2 Análisis Critico.....	4
1.2.3 Prognosis	7
1.2.4 Formulación del problema	7
1.2.5 Interrogantes.....	8
1.2.6 Delimitación del objeto de investigación.....	10
1.3 Justificación.....	11
1.4 Objetivos	12
1.4.1 General	12
1.4.2 Específicos	12

CAPITULO 2. MARCO TEÓRICO	15
2.1. Antecedentes Investigativos	15
2.2 Fundamentación Filosófica	16
2.3 Fundamentación Legal	17
2.4 Categorías Fundamentales	22
2.4.1 Técnicas de empowerment	23
2.4.1.1 Talento humano.....	23
2.4.1.2 Organización de Equipos de Trabajo	24
2.4.2.1 Calidad en producto y servicio.....	26
2.4.2.3 Marketing	30
2.5 Hipótesis.....	31
2.6 Señalamiento de Variables.....	31
 CAPITULO 3. METODOLOGÍA	 31
3.1 Modalidad Básica de la Investigación.....	31
3.1.1 Modalidad bibliográfica	32
3.2 Tipo de Investigación.....	32
3.3 Población y Muestra.....	32
3.4 Operacionalización de variables	34
3.5 Plan de recolección de información	36
3.6 Plan de procesamiento de la Información	38
 CAPÍTULO 4.	 39
ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.....	39
4.1. TABULACION ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	39
4.2. VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS	57
REPRESENTACIÓN GRÁFICA	60
 CAPITULO 5	 61
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	61
CONCLUSIONES	61

RECOMENDACIONES	62
CAPITULO 6.	63
LA PROPUESTA.....	63
LA PROPUESTA.....	63
6.1 Datos Informativos.....	63
6.2 Antecedentes de la Justificación	64
6.3 Justificación.....	64
6.4 OBJETIVOS.	65
6.5 Análisis de Factibilidad.....	65
6.7 Metodología-Modelo Operativo.....	67
6.7.1.1 Introducción	69
6.7.1.2 Objetivos	69
6.7.1.3 Como se puede aplicar el empowerment	69
6.7.1.4 Principios de empowerment.....	69
6.7.1.5 Valores del empowerment.....	69
6.7.1.6 La Tecnología del empowerment.....	69
6.7.1.7 Bibliografía	69
6.7.2 MANUAL DE FUNCIONES	69
6.8 MANUAL DE SERVICIOS	69
6.8.1 Objetivos	69
6.8.2 Funciones	69
6.8.3 Responsabilidades de los puestos de trabajo.....	69
6.8.4 Políticas de calidad.....	69
6.8.5 Calculo del Nivel de Satisfacción del cliente.....	69
6.8.6 Buzón de Quejas y Sugerencias.	69
6.8.7 Capacitación.....	69
6.8.8 PROGRAMAS DE CAPACITACION.....	70
6.7.1.1 Introducción	70
6.7.1.2 Objetivos	71
6.7.1.3 Como se puede aplicar el empowerment	72

6.7.1.4 Principios de empowerment.....	73
6.7.1.5 Valores del empowerment.....	74
6.7.1.6 La Tecnología del empowerment.....	79
6.7.1.7 Bibliografía	84
6.8.1 Objetivos	105
6.8.2 Funciones	105
6.8.3 Responsabilidades de los puestos de trabajo.....	112
6.8.4 Políticas de calidad.....	114
6.8.5 Calculo del Nivel de Satisfacción del cliente.....	115
6.8.6 Buzón de Quejas y Sugerencias.	116
6.9 PREVISION DE LA EVALUACION	129
6.9 Cuadro # 21 Previsión de la evaluación	129
MATERIALES DE REFERENCIA	130
1. BIBLIOGRAFIA.....	130
ANEXOS.....	132

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico: 1 Árbol de Problemas	6
Gráficos: 2 Árbol de objetivos	13
Gráficos: 3 Análisis de objetivos	14
Gráfico: 4 Categorías Fundamentales	22
Grafico # 5 ¿Cuál es la razón por la cual usted elige este restaurant?	39
Grafico # 6 La debida atención y distribución de los pedidos en el Restaurant... ..	41
Grafico # 7 ¿Cuales son para usted los factores determinantes al momento de elegir un restaurant?	42
Grafico # 8 ¿Qué le gustaría que se modifiquen en este restaurant?	44
Grafico # 9 El servicio prestado de este restaurante es.. ..	45
Grafico# 10 ¿Cuál es el horario que le gustaría que atienda el Restaurant?	46
Grafico # 11 ¿Cómo asimila o mira usted el trabajo en equipo y la organización dentro del restaurant?	48
Grafico # 12 Le gusta el tipo de comida que ofrece este restaurant “al Paso”.	50
Grafico # 13 ¿Cómo califica usted la interacción del Restaurant “al Paso” con la sociedad (Empleados, Clientes, Entorno, etc...).....	51
Grafico # 14 ¿Qué tipo de comida le gustaría que el restaurant “al Paso” ofreciera además de la ya ofertada?	53
Grafico # 15 Representación gráfica.....	60

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Población.....	33
Cuadro # 2 Variable dependiente.....	34
Cuadro # 3 Variable Independiente.....	35
Cuadro # 4 Recolección de Información.....	36
Cuadro # 5 Procesamiento de la Información	38
Cuadro # 6 ¿Cuál es la razón por la cual usted elige este restaurant?	40
Cuadro # 7 La debida atención, y distribución de los pedidos en el Restaurant estuvo .	41
Cuadro # 8 ¿Cuales son para usted los factores determinantes al momento de elegir un restaurant?	42
Cuadro # 9 ¿Qué le gustaría que se modifiquen en este restaurant?	44
Cuadro # 10 El servicio prestado de este restaurante es	45
Cuadro # 11 ¿Cuál es el horario que le gustaría que atienda el Restaurant?	47
Cuadro # 12 ¿Cómo asimila o mira usted el trabajo en equipo y la organización dentro del restaurant?	48
Cuadro # 13 Le gusta el tipo de comida que ofrece este restaurant “al Paso”.	50
Cuadro # 14 ¿Cómo califica usted la interacción del Restaurant “al Paso” con la sociedad (Empleados, Clientes, Entorno, etc...).....	51
Cuadro # 15 ¿Qué tipo de comida le gustaría que el restaurant “al Paso” ofreciera además de la ya ofertada?	53
Cuadro # 16 FRECUENCIA OBSERVADA	58
Cuadro # 17 FRECUENCIAS ESPERADAS	59
Cuadro # 18 Cálculo de X^2	59
Cuadro # 19 Metodología- Modelo operativo.....	67
Cuadro # 20 Plan de acción.....	128
Cuadro # 21 Previsión de la evaluación.....	129

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS
TEMA: “EL EMPOWERMENT Y SU EFECTO EN LA CALIDAD AL SERVICIO AL
CLIENTE, DEL RESTAURANT “AL PASO” EN EL VALLE DE YUNGUILLA”

RESUMEN EJECUTIVO

Restaurant “al Paso” empezó sus primeros pasos como un coche de comida ambulante, con el transcurso de tiempo se convirtió en un local de comida, ahora es un distinguido restaurant, o a su vez se la puede catalogar como una microempresa, ya que cuenta con una gama amplia de servicios de comida, y con un buen equipo de trabajo, lo que lo ha llevado al reconocimiento y a la aceptación de la sociedad consumidora del valle de yunguilla, el restaurant se constituyó legalmente en el año de 1990, la microempresa, gracias a la colaboración de sus dueños, y a la experiencia en el arte culinario y la constancia de los dueños en atender a sus clientes los 365 días del año, ha permitido que la misma sea participe de una buena tarjet de clientes.

Razón por la cual la presente investigación de mejoramiento continuo, a través del empowerment revelara los cambios positivos que se le den a dicha microempresa, ya que la presente microempresa ha sabido sobresalir en el mercado de comercio de la zona de yunguilla, debido a esto, la investigación se enfocó en proponer un plan de mejoramiento continuo en el servicio al cliente, a través de una reestructura de nuestro punto de venta, acompañados del empowerment en cada puesto de trabajo.

Descriptores: Calidad en el servicio al cliente, trabajo en equipo (empowerment), mercado.

EXECUTIVE SUMMARY

Restaurant “to Step” began his first steps as a mobile food drive, in course of time became a local food, now is a distinguished restaurant, or turn it can be classified as a small business, as it has a wide range of food service, and with a good team, which has led to the recognition and acceptance of consumer society yunguilla valley, the restaurant was legally constituted in the year 1990, small businesses, thanks the cooperation of the owners, and experience in the culinary arts and the constancy of the owners to serve their clients 365 days a year, has allowed it to be part of good customer Target.

Which is why this research continuous improvement through empowerment revealed positive changes to be given to such micro, since this micro has managed to excel in the trading market yunguilla area, because of this, research focused on proposing a plan of continuous improvement in customer service through a restructuring of our point of sale, accompanied by empowerment in each job.

Descriptors: Quality customer service, teamwork (empowerment) market.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como finalidad marcar una senda de trabajo para futuras generaciones. Ya que dicho negocio empezó desde las condiciones más humildes y ahora buscamos una proyección de cadena de comidas a nivel nacional.

Razón por la cual hemos decidido plasmar en este presente proyecto la realización del mismo, partiendo desde los antecedentes que nos identifican hasta los posibles balances proyectados a años posteriores.

Teniendo como objetivo principal mejorar el servicio presentado a nuestra clientela ya que este no ha sido innovado desde tempranas épocas, por lo cual tenemos la obligación de mejorar nuestro servicio no solo al cliente sino también a la sociedad.

Nuestro equipo de trabajo está conformado por miembros familiares pero queremos darle participación activa a personas ajenas a la familia, dejando así una puerta abierta para las futuras generaciones. Ya que nuestro fundamento como empresa es la de servir primeramente al CREADOR y por ende a la comunidad.

Esperamos pues que dicho proyecto sirva para la rectificación, y aportación de nuevas ideas de comercialización u negociación en las diferentes áreas de comercio, estaremos satisfechos de ser parte de esa innovación comercial a la cual el mercado se somete.

CAPITULO 1

EL PROBLEMA

1.1 Tema

“El empowerment y su efecto en la calidad al servicio al cliente, del Restaurant “AL PASO” en el Valle de Yunguilla”

1.2 Planteamiento del problema

El planteamiento del problema presente, se basa en las quejas y aprobaciones que han recibido los dueños de dicha microempresa, razón por la cual se ha realizado una investigación a los clientes del restaurant “al Paso”, a través de la utilización de encuestas, en el cual se constató el nivel de aprobación o rechazo por parte de los consumidores, en el consumo de alimentos, ante la problemática planteada nuestra finalidad es la de determinar con exactitud el o los orígenes que dan como resultado el problema a resolver.

El restaurant “AL PASO” se estructuro a manera de venta ambulante, y con el pasar de los años se convirtió en un negocio más estructurado, lo que conocemos actualmente,

como Restaurant “AL PASO”, ya que su principal objetivo es el de conocer y entender bien a los clientes, ya que de ellos depende mucho la supervivencia de la empresa.

1.2.1 Contextualización

Macro

Cabe recalcar que el negocio de la comida ha sido una de las fuentes más rentables, en lo que es el mundo entero, es así, como vemos el ejemplo de grandes compañías, que se han dedicado a la satisfacción alimenticia de los clientes, tenemos los casos de empresas como: Mcdonalds, KFC, Burguer King, entre otros... En vista de lo cual la competencia ha crecido en las ultimas 4 décadas.

La comida ha sido una fuente de ganancia desmesurada, que muchas personas han visto algún tipo de ganancia en ella, tenemos como claros ejemplos a las compañías transnacionales dedicadas a la elaboración de comidas, no solo a nivel nacional, sino también a nivel internacional, con la compra de franquicias y otras fuentes de ganancia..

Meso

En el Ecuador, para explotar este sector tan amplio, como es el de la comida, se ha dado la oportunidad para que las personas interesadas puedan emplear sus proyectos de inversión, a través de instituciones financieras, que faciliten la creación de mas y mas Restaurantes que permitan a su vez, el reactivamiento de una sociedad proactiva, y por ende a un país activo.

Cabe recalcar que en las presentes dos décadas en el mercado Ecuatoriano, ha habido una sobre explotación del mercado alimenticio, en la preparación de alimentos, no solo de comida típica, sino también de comida innovadora, que ha ganado grandes cantidades de consumidores de alimentos nuevos y exóticos.

Micro

Para cumplir el presente trabajo de investigación del mercado del restaurant “al Paso” el mismo que se encuentra ubicado en el Valle de Yunguilla, y así poder mejorar la calidad de servicio con los clientes tanto internamente como externamente y con el entorno socioeconómico que

nos rodea, es nuestro propósito el de conocer cuáles son las causas que originan esta insatisfacción del mercado alimenticio en nuestro mercado.

Así para el mejoramiento continuo dentro de nuestra empresa nos enfocaremos en la resolución de problemas arrojados por las distintas herramientas de recolección de información a utilizar, el manejo de la información recolectada nos darán una pauta de las cosas que debemos como empresa corregir, las variables que el mercado nacional e internacional presente nos servirán como guías para el aprovechamiento de las necesidades presentadas.

La empresa en cuestión inició sus actividades comerciales como una empresa familiar, cuyo objetivo es el de transformarla en una cadena de restaurantes a nivel nacional aplicando el marketing mix en cada uno de los productos ofertados.

La innovación en nuevos productos ofertados tanto en el servicio como en los procesos de elaboración será un factor muy importante para llegar a los objetivos que vamos a plantear.

1.2.2 Análisis Crítico

La calidad del servicio que ofrece actualmente Restaurant “Al Paso” limita la posibilidad de alcanzar metas cada vez mayores existen empleados que no están en un real empoderamiento de las funciones que se realizan en la empresa, y en sus puestos de trabajo, esto se debe a los pocos beneficios que la empresa les brinda, dando como resultado que se brinde un servicio ineficiente, además de constatar la carencia de capacitación al personal causa que los clientes no se sientan satisfechos.

Según (degerencia.com, 2011, pág. 1)”la calidad es el resultado de un esfuerzo arduo, se trabaja de forma eficaz para poder satisfacer el deseo del consumidor. Dependiendo de la forma en que un producto o servicio sea aceptado o rechazado por los clientes, podremos decir si éste es bueno o malo.” Razón por la cual nosotros como empresa estamos en la obligación de satisfacer eficientemente a nuestros consumidores, y a nuestros posibles consumidores, para que sean ellos los encargados de dar su principal punto de elección a Restaurant “Al Paso”

Ahora el principal problema que tiene el restaurant “al Paso” es en el trato en el servicio al cliente razón por la cual hemos decidido plantear las siguientes causas y efectos que originan el mismo.

ÁRBOL DE PROBLEMAS

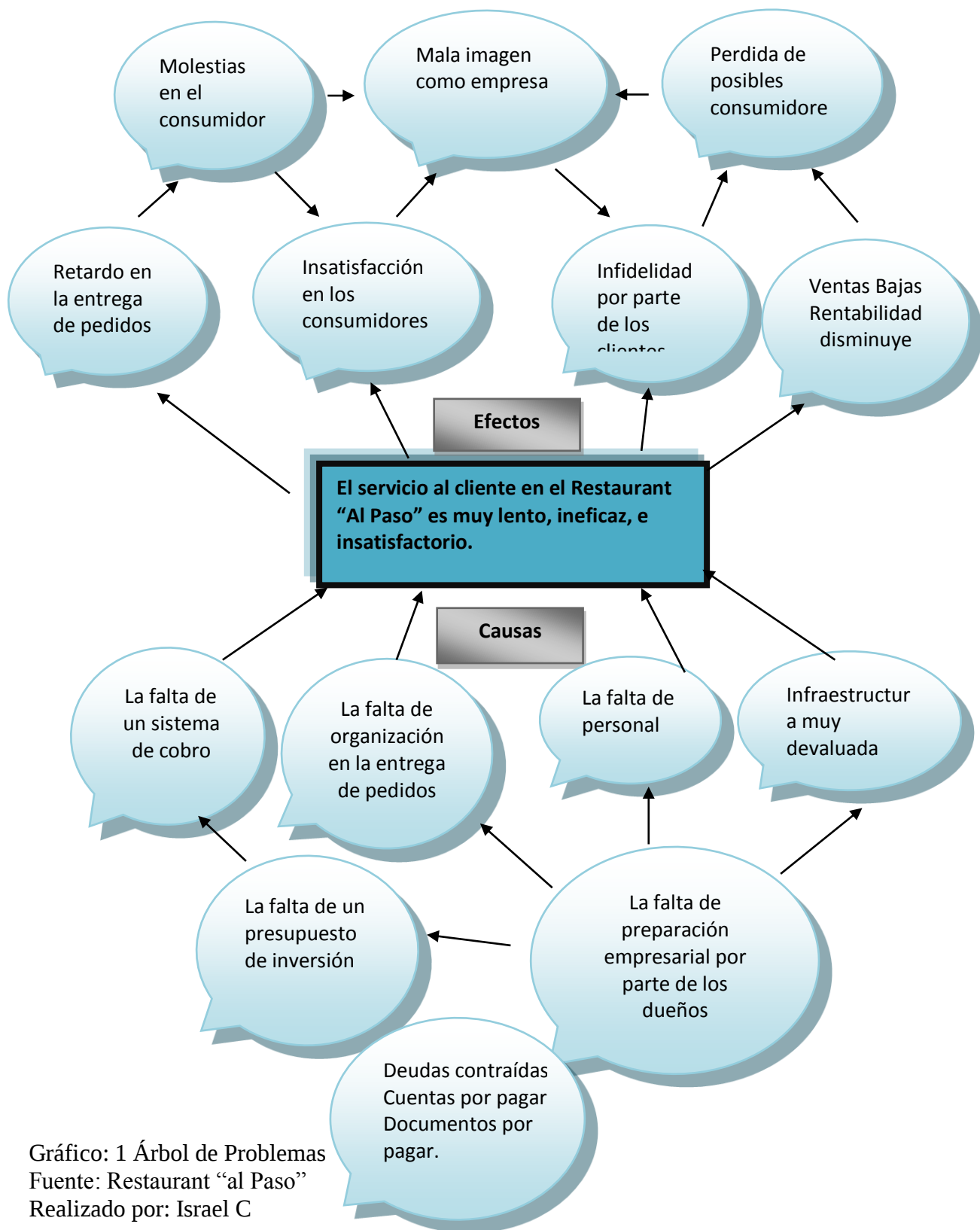


Gráfico: 1 Árbol de Problemas
Fuente: Restaurant "al Paso"
Realizado por: Israel C

1.2.3 Prognosis

Cabe recalcar, que la no ejecución de este presente trabajo de investigación dará como resultado en un futuro la no solución al problema planteado y por ende se encadenará más subproblemas que serán consecuencia de una cadena de problemas mayores, además se perderá toda ventaja competitiva que podamos sacar a nuestros competidores, y al entorno socioeconómico. Queriendo así dejar constancia de la gravedad que sería para nosotros como empresa no poner en marcha dicho proyecto.

La aplicación del empowerment en todos nuestros procesos de preparación de alimentos, de atención al cliente, de servicio, de presentación de imagen alternativa de negocio nos permitirá aplicar estrategias competitivas de mercado, lo que impulsará a si nuestros índices de rentabilidad y de servicio a la sociedad consumidora.

En la actualidad el Restaurant se encuentra bajo la administración de los señores propietarios, y estos a su vez están por ceder la administración del negocio a su hijo Israel. Por lo cual es de suma importancia presentar este presente trabajo de investigación con la mirada puesta en abrirnos mercado a nivel nacional, cada día buscando la resolución de problemas que se presenten en dicho negocio.

1.2.4 Formulación del problema

El problema que presenta el Restaurant “al Paso” está, en el trato o servicio al cliente, ya que por varios años se ha tenido el mismo sistema de servicio, no ha habido una variación en la entrega de productos, razón por la cual nuestros índices de aceptación por parte del mercado sean visto influenciados en nuestras ventas.

¿Cómo implementar un sistema de empowerment en nuestra empresa ante productos que demandan los clientes?

Ante lo detallado con anterioridad queremos como empresa presentar nuestras ofertas como un equipo de trabajo que aplica el empowerment en cada uno de sus procesos de preparación de los alimentos.

Es esa la finalidad del presente trabajo el de resolver las diferentes causas que originan este problema, poniendo como primer punto la recolección de información para la solución del problema planteado.

Además de exponer de antemano las posibles soluciones que controlarían o disminuirían los efectos del problema como son:

- ✓ La aplicación de un sistema de cobro
- ✓ La aplicación de un sistema de organización en la entrega de pedidos.
- ✓ Contratar personal extra.
- ✓ Remodelación y adecuación en la infraestructura.

1.2.5 Interrogantes

¿Qué alternativas de solución en el servicio al cliente, son las que permitirán la mejoría de nuestras ventas?

¿Cuál es el nivel de ventas que se incrementara, con la mejoría del servicio al cliente, en el Restaurant “AL PASO”

Entre los servicios que presenta el Restaurant “al Paso” constan los siguientes como son:

Comida

- ✓ Desayunos
- ✓ Almuerzos
- ✓ Secos de Carne
- ✓ Secos de Pollo
- ✓ Encebollados
- ✓ Guatita
- ✓ Chuleta (res) Frita
- ✓ Carne Frita
- ✓ Caldo de pata

- ✓ Caldos de gallina
- ✓ Aguados de gallina
- ✓ Carne asada (res).
- ✓ Entre otras.

Refrescos

- ✓ Gaseosas
- ✓ Refresco de tamarindo
- ✓ Crema de coco
- ✓ Quaker
- ✓ Aguas aromáticas
- ✓ Café/ Aguas
- ✓ Agua de coco.

¿Qué tipo de servicio demanda el cliente?

Los clientes requieren de la atención de un servicio rápido, cómodo, factible a sus ingresos y que satisfaga las necesidades, por lo general en los días feriados o festivos en los cuales existe mayor concurrencia de clientes al punto de venta, es donde precisamente se presentan mayor retardo en la entrega de pedidos por la conglomeración de clientes.

¿Qué productos y cuantos debemos vender?

Los productos ofertados, y detallados con anterioridad han sido producto de las necesidades presentadas por los mismos clientes.

Razón por la cual nosotros como empresa hemos visto la oportunidad de satisfacer aquellas necesidades presentadas por la misma comunidad consumidora. Dejando así apertura a nuevos e innovadores productos.

¿Responde nuestro “mercado consumidor” ante las propuestas ofertadas?

De acuerdo con las recientes ventas ejecutadas en el presente año se puede asimilar que la demanda de nuestros productos aun es permisible en el mercado, y con tendencia al crecimiento, razón por lo cual nos da la apertura de realizar una remodelación interna, como exteriormente, y de mejorar nuestra relación empresa-cliente.

¿Qué cambios debemos realizar para aumentar el consumo de nuestros productos?

Debemos empezar por cambiar de mentalidad y la manera de hacer negocio, pero a continuación detallaremos como:

- ✓ Mejorar nuestros valores como empresa en cuanto a respeto al consumidor, presentación de productos de calidad, autorizaciones respectivas.
- ✓ Remodelación en nuestras instalaciones.
- ✓ Adquisición de nuevas herramientas que intervienen en el proceso de elaboración de productos.
- ✓ Contratar personal apto y disponible para el trabajo de días extraordinarios.
- ✓ Capacitar a nuestros empleados.
- ✓ Brindarles seguridad laboral, evitar los despidos intempestivos.
- ✓ Brindar buenas remuneraciones a nuestros empleados,

1.2.6 Delimitación del objeto de investigación

El presente trabajo de investigación cuya finalidad de estudio es el de incrementar la calidad en cada uno de los sectores que interviene el contacto con el cliente, y ante los productos ofertados por el Restaurant “al Paso”. O velar por que se cumpla con las necesidades requeridas por los consumidores ya que ese ha sido el eje de estudio de la

presente investigación. Queremos no desenfocarnos de nuestro tema principal que no es sino el de remodelar el sistema de atención al cliente en nuestro punto de venta.

Sin dejar a un lado los diversos efectos que producen el no servir adecuadamente a nuestros consumidores, ya que las exigencias de los nuevos clientes, son cada vez mas solidas, rápidas y con comodidades que permitan una fidelización.

1.3 Justificación

La empresa, para ser competitiva debe producir con eficiencia y responsabilidad; por lo que es imprescindible realizar cambios importantes, como es la reorganización de sus recursos, mejorar de planificación y control de los diferentes procesos, de tal forma que se consiga aumentar la productividad, y disminuir los costos incurridos por los desechos y sobrantes de los materiales utilizados a fin de poder crear una conciencia ecológica dentro de la empresa.

Queremos dar solución al problema planteado, ya que las razones de no hacerlo serian perjudiciales, para nosotros mismos y para nuestra sociedad consumidora, además el de no aumentar nuestra rentabilidad, ya que los únicos beneficiarios somos nosotros, y en caso de no hacerlo perderemos mercado, y cederemos espacio a la competencia. Además queremos mejorar nuestra interacción con el mercado y la sociedad, primeramente tratando de resolver los problemas que se presentan en nuestra empresa, y luego con nuestro entorno.

Es conveniente realizar la investigación del problema que presenta el Restaurant “al Paso” ya que dicha investigación nos permita expandirnos como empresa a nuevos mercados, y atraer nuevos posibles consumidores que presente el mercado.

1.4 Objetivos

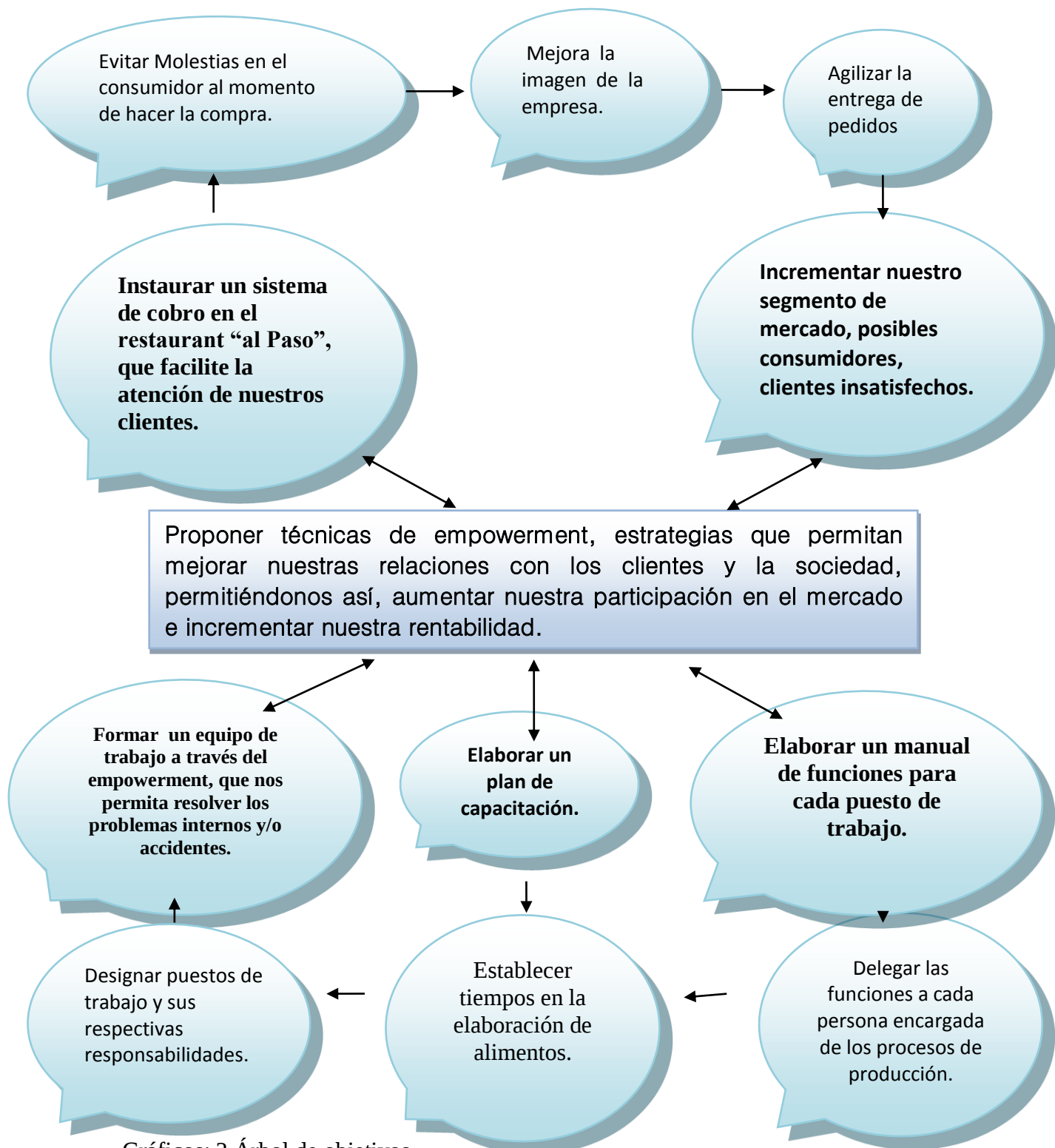
1.4.1 General

Proponer técnicas de empowerment, estrategias que permitan mejorar nuestras relaciones con los clientes y la sociedad, permitiéndonos así, aumentar nuestra participación en el mercado e incrementar nuestra rentabilidad.

1.4.2 Específicos

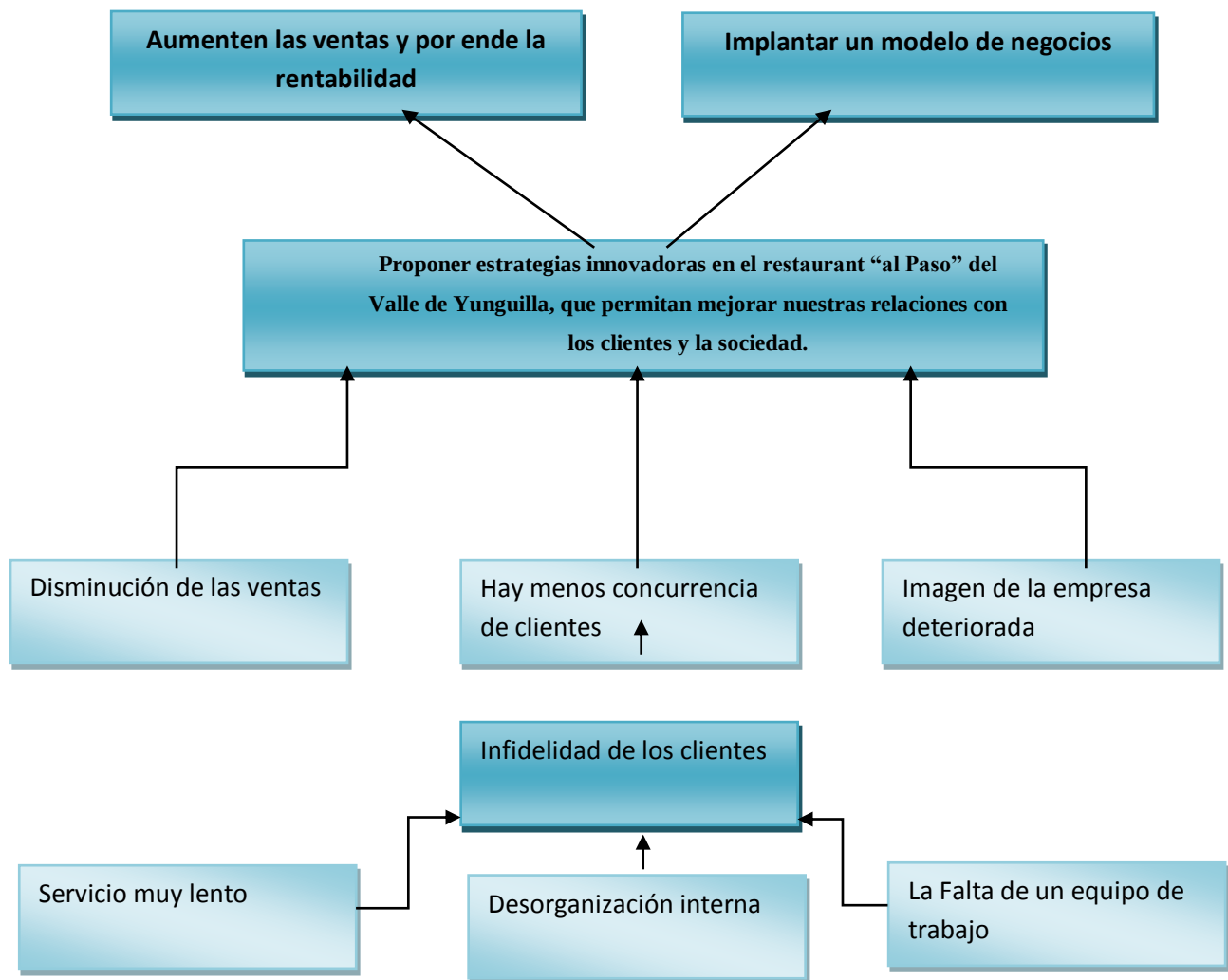
- ✓ Instaurar un sistema de cobro en el restaurant “al Paso”, que facilite la atención a nuestros clientes y que facilite vuestra comodidad.
- ✓ Incrementar nuestro target de mercado, y abarcar con aquellos posibles consumidores o clientes insatisfechos arrojados por el mercado.
- ✓ Elaborar un modelo de gestión para cada puesto de trabajo, delejando responsabilidades a cada persona.
- ✓ Elaborar un plan de capacitación, que permita la motivación a nuestros empleados, y que impulse la ascensión de puestos en la empresa.
- ✓ Formar un equipo de trabajo a través del empowerment, que nos permita resolver los problemas de carácter internos y/o imprevistos.

Árbol de Objetivos



Gráficos: 2 Árbol de objetivos
Fuente: Restaurant “al Paso”
Realizado por: Israel C

Análisis de objetivos



Gráficos: 3 Análisis de objetivos

Fuente: Restaurant "al Paso"

Realizado por: Israel C

CAPITULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes Investigativos

Hasta la presente fecha se han realizado un sin número de proyectos de investigación de mercados a nivel mundial, más aun si lo que se tiene como producto de venta son los alimentos, así lo señalan (Cukmi, 2011, pág. 1) *“Hace unos días, el departamento de agricultura de Estados Unidos (USDA) publicó un informe estudiando cómo se fue desarrollando este fenómeno en los últimos años. Durante la década de los 90, el negocio de la comida local movía -en Estados Unidos- 650 millones de dólares por año. En 2008, las cifras aumentaron: las tendencias alimenticias cambiaron, y la comida local llegó a involucrar casi 5 mil millones de dólares. Según el reporte del Departamento de Agricultura, el 80% de los productores que se dedican a la comida local son pequeñas granjas (eran unas 86 mil en los noventa y hoy llegan a 136 mil) mientras que el resto son grandes compañías. La mayor parte de las recaudaciones caen sobre estos últimos y en ese hecho se evidencia que estos fenómenos no están exentos de formar parte de la industria alimenticia tradicional”*.

Cabe también recalcar que los estudios realizados a nivel internacional, realizados por empresas transnacionales como Macdonal's, KFC, Burger King entre otras han servido como punto de partida para que muchas microempresas empiecen sus proyectos de participación con el mercado. He ahí la importancia de contar en nuestro mercado laboral nacional con una empresa que presente sus productos de una manera rápida, ágil, transparente y que satisfaga las necesidades de los posibles consumidores.

(LINA, 2009, pág. 1) *“La gastronomía es uno de los ámbitos por excelencia en los que es fácilmente aplicable el concepto de marketing de experiencia. Convertir el momento del consumo en una experiencia memorable y única que supere las expectativas del cliente es una herramienta importante tanto para lograr que ese cliente vuelva o que nos recomiende a sus conocidos. Ambas son fundamentales para sostener en el largo plazo una propuesta gastronómica”*. Cabe acotar que el Restaurant “Al paso”, se encuentra en funcionamiento desde el año de 1996, contando así, con una trayectoria importante, y con la experiencia

necesaria en nuestro mercado adquirida a lo largo de cuatro décadas de esfuerzo y sacrificio, brindado por nuestro negocio a la sociedad consumidora, y su entorno. Esto se ha debido a la constancia y el esfuerzo de cada día de trabajo, con nuestros empleados, y con nuestra clientela.”

2.2 Fundamentación Filosófica

La investigación planteada se alinea con el paradigma **crítico-propositivo**, porque se considera que el problema y el objeto de estudio se encuentran en constante evolución, este paradigma se caracteriza por que surge como alternativa de solución al problema planteado.

Es muy importante para nosotros como empresa utilizar herramientas y maquinaria moderna que facilite la elaboración de los servicios ofertados y que agilice las tareas que conlleva elaborar la comida en general.

La razón principal por la cual se desea utilizar herramientas adecuadas en la elaboración de nuestros productos es la de mejorar en la presentación de los productos ofertados. Entendiéndose como mejora desde la recepción de la materia prima hasta la presentación de los platos, pasando por cada etapa de producción de manera rápida, ágil, y pulcra, que permita que la concepción de los clientes sea excelente y vaya en aumento.

Cada día en el mundo empresarial aparecen hechos diferentes lo que conlleva a que nuestra preparación empresarial, sea la más actualizada, y mejor posible, que satisfaga las necesidades de nuestros consumidores.

Fundamentación epistemológica

En el campo epistemológico, la investigación se desarrolla en el marco de las ciencias sociales, puesto que el Restaurante contribuye, con la sociedad, en la generación de empleo, cuyo beneficiario es el cantón.

El conjunto de factores, operaciones y parámetros que intervienen en la producción, permite que exista una vinculación directa entre el sujeto y sujeto cognoscente, en un marco de interacción dialéctica y dialógica continua.

Fundamentación Oncológica

La investigación, dentro de la panorámica y visión critico-propositiva, está orientada a buscar las causas que originen los problemas y proponer soluciones de beneficio individual, colectivo y social, allí radica el ser de la investigación y la esencia de la misma. Es decir dará solución al problema si hubiere.

Fundamentación Axiológica

Los valores morales, son elementos prioritarios, en toda formación humana que contribuyen al hombre a darle una dimensión de importancia y trascendencia ética en el contexto de su convivencia y desempeño social, la presente investigación en base a lo planteado quiere encumbrarse por estos pasos de moral a seguir, dentro de nuestra empresa, y con su entorno.

2.3 Fundamentación Legal

La presente investigación está sustentada legalmente en la Ley Orgánica Del consumidor en el Capítulo II derechos y obligaciones de los consumidores. Art 4 derechos del consumidor

Se hace necesario entender los parámetros de la normativa jurídica en los que se fundamenta “El Servicio al Cliente en los Restaurantes”; ya que dentro de la viabilidad legal, se hace imprescindible identificar cualquier infracción o violación de las normativas legales contenidas en ordenanzas, acuerdos o resoluciones dictadas por las autoridades correspondientes, así como en la Ley del Consumidor.

La doctrina jurídica considera importante poner en marcha la Ley del Consumidor, frente a la generalidad de ciudadanos que son víctimas permanentes de todo tipo de abusos, siendo este el caso por el cual el Estado Ecuatoriano garantiza en dicha ley, el derecho a disponer de bienes públicos y privados, de óptima calidad y a elegirlos con libertad, y contando con la información adecuada sobre su contenido, producto, fuente y característica.

Son derechos fundamentales del consumidor a mas de los establecidos en la republica tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil.

- 1.- Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos.
- 2.- Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad y a elegirlos con libertad;
- 3.- Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad.

Capítulo V

Responsabilidades y obligaciones del proveedor

Art. 17 Obligaciones del Proveedor.- Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos de tal modo que este pueda realizar una elección adecuada y razonable.

“El Ministerio de Salud es la entidad que provee el respectivo permiso de funcionamiento a establecimientos tales como: restaurantes, cafeterías, picanterías, panaderías, gasolineras, farmacias, bares, karaokes entre otras instancias; para la obtención del respectivo permiso de funcionamiento se requiere el cumplimiento de los siguientes requisitos: a) ficha de inspección, b) copias del Registro Único de Contribuyentes (RUC), c) Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del propietario del establecimiento, d) permiso del cuerpo de bomberos o patente municipal, e) copia de certificados de salud de todas las personas que laboran en el negocio, f) pago de tasa, g) permiso del año pasado”. (Belen, 2012, pág. 3)

Art. 408. Medidas.- El control sanitario se efectuará a través del conjunto de medidas de supervisión, capacitación, información y difusión que garanticen condiciones de higiene y salud básica en sitios de expendio de productos de consumo humano y de convivencia o reunión de personas. Además el control se orientará a vigilar la calidad de productos a

expenderse para que los mismos estén aptos para consumo y no constituyan un peligro para la salud de la población.

De los certificados de salud

Art.412.- Certificado de salud.- La Dirección de Salud y Medio Ambiente otorgará anualmente los certificados de salud que faculten el ejercicio de actividades señaladas tales como: bares, discotecas, restaurantes, picanterías, tercenos, farmacias, hostales, licorerías, mercados, supermercados entre otros; previo el cumplimiento de los requisitos establecidos y el correspondiente pago de las obligaciones determinadas por la Municipalidad.

Art. 413. Obligatoriedad de obtener el certificado de salud.- Todas las personas dedicadas a la preparación y expendio de alimentos, al fraccionamiento o empacamiento y en general quienes manipulen alimentos en forma temporal o permanente, deberán obtener anualmente y de forma obligatoria , el Certificado de Salud, previa la realización de exámenes de laboratorio y el pago de la tasa correspondiente, únicamente cumplido éste requisito se podrá obtener el permiso sanitario en la Dirección Provincial de Salud.

Art. 414. Control.- La Dirección de Salud y Medio Ambiente, a través de los inspectores sanitarios, exigirá la exhibición y presentación del certificado de salud. En caso de incumplimiento, previo el informe correspondiente, se sancionará con una multa de \$ 20. Si en término de quince días contados a partir de la notificación no presenta el certificado de salud será sancionado con la multa de \$40.

En caso de incumplimiento de lo indicado en el inciso anterior se procederá a la clausura del establecimiento. 55

En el Reglamento de Seguridad Alimentaria se menciona lo siguiente: “La Seguridad Alimentaria se define como el acceso de toda la población en todo momento, a los alimentos que necesitan para llevar una vida sana y activa”.

En el Reglamento para el Control Sanitario de Alimentos que se expenden en la vía pública del Ministerio de Salud Pública en lo que respecta a los insumos para la preparación de los alimentos se estipula lo siguiente:

Art. 34.- El agua utilizada deberá ser potable.

Art. 35.- El vendedor deberá adquirir insumos e ingredientes envasados con Registro Sanitario.

Art. 36.- Las verduras y hortalizas serán adquiridas en puestos limpios, que estén colocadas sobre estantes o tarimas y nunca aquellas colocadas directamente sobre el suelo.

Art. 37.- Las carnes y derivados deberán proceder de establecimientos autorizados.

Art. 38.- Las especias y condimentos se utilizarán preferiblemente naturales preparados higiénicamente o aquellos envasados con Registro Sanitario.

Art. 39.- Los alimentos que se utilicen como materia prima para la preparación, serán de óptima calidad, aptos para el consumo humano.

Art. 40.- Las materias primas deberán guardarse en envases adecuados y en buen estado de conservación y limpieza.

Art. 41.- Todo manipulador de alimentos deberá cumplir las siguientes normas higiénicas para preparar los alimentos: a) lavarse las manos con agua potable circulante y jabón, antes, durante y después de la manipulación de los alimentos, b) no toser ni estornudar sobre los alimentos, c) no fumar durante la manipulación y venta, d) cuando presente heridas afeccione cutáneas o alguna enfermedad infecto-contagiosa, no deberá manipular los alimentos, e) no deberá manipular alimentos y dinero de manera conjunta.

Art. 42.- Las hortalizas y verduras deben lavarse con abundante agua potable circulante y aquellas que se consumieran crudas, lavarse y desinfectarse por sumersión en agua clorada, por lo menos durante quince minutos.

Art. 43.- De ser necesario, en la utilización de combustible, sólo se permitirá el uso de gas.

Art. 44.- Los utensilios y recipientes serán de material inalterable, se mantendrán en buenas condiciones de conservación y limpieza.

Art. 45.- Se prohíbe el empleo de envases y recipientes que sirvieron para contener sustancias químicas, derivados de petróleo, pinturas y otras sustancias tóxicas.

Art. 46.- Para el lavado de los utensilios se utilizará agua potable circulante y jabón, desechando el uso de baldes y recipientes con agua sin renovar.

2.4 Categorías Fundamentales

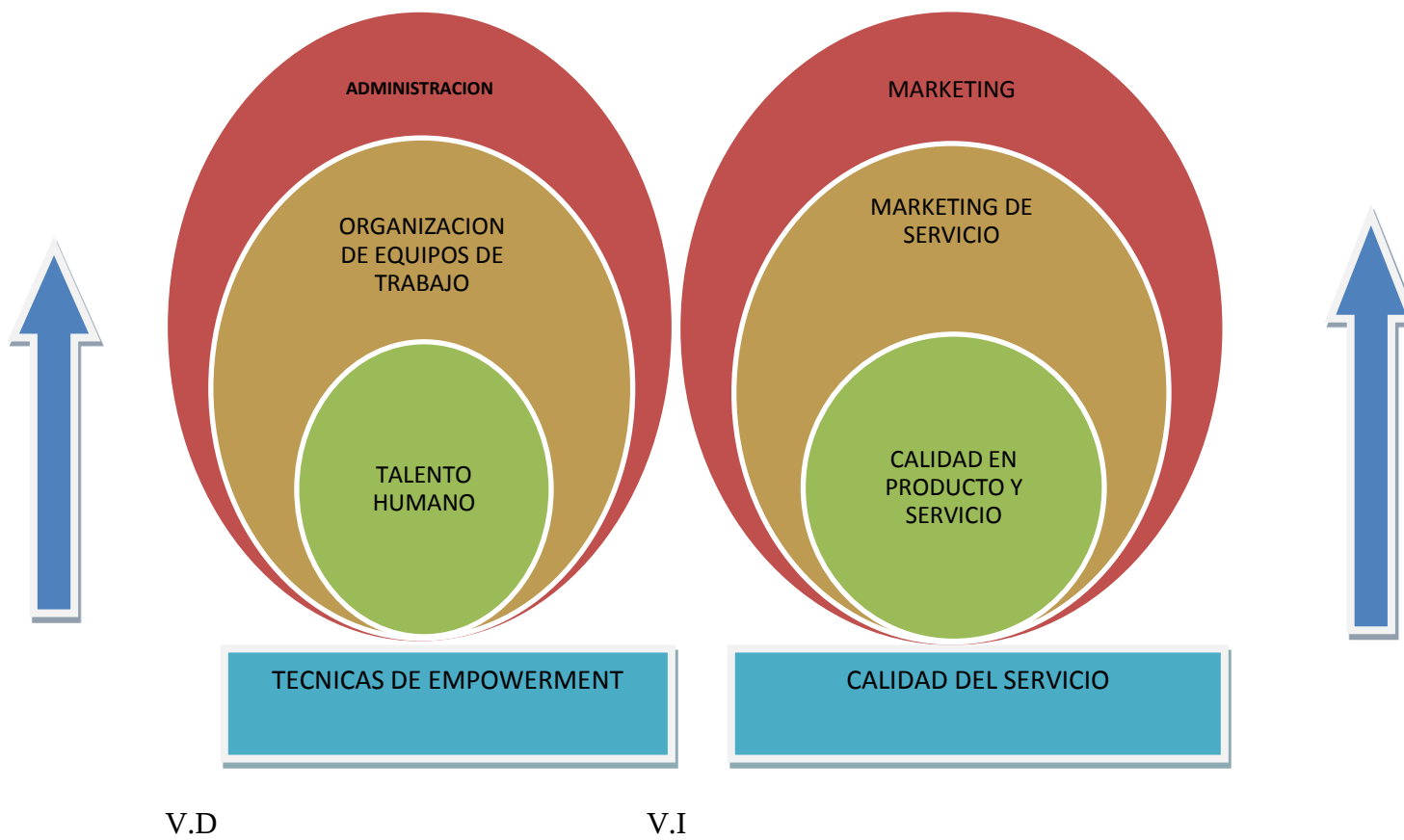


Gráfico: 4 Categorías Fundamentales
Fuente: Restaurant “al Paso”
Realizado por: Israel C

Definición de Categorías

2.4.1 Técnicas de empowerment

Para saber algo más de lo que es el empowerment, a continuación lo detallaremos:

¿Qué es empowerment?

Es un proceso estratégico que busca una relación de socios entre la organización y su gente, aumentar la confianza responsabilidad autoridad y compromiso para servir mejor al cliente.

¿Qué es un equipo con empowerment?

Son grupos de trabajo con empleados responsables de un producto, servicio que comparten el liderazgo colaboran en el mejoramiento del proceso del trabajo planean y toman decisiones relacionadas con el método de trabajo.

Características de equipos con empowerment:

1. Se comparten el liderazgo y las tareas administrativas
2. Los miembros tienen facultad para evaluar y mejorar la calidad del desempeño y el proceso de información.
3. El equipo proporciona ideas para la estrategia de negocios.
4. Son comprometidos flexibles y creativos.
5. Coordinan e intercambian con otros equipos y organizaciones.
6. Se mejora la honestidad las relaciones con los demás y la confianza.
7. Tienen una actitud positiva y son entusiastas.

2.4.1.1 Talento humano

La organización, para lograr sus objetivos requiere de una serie de recursos, estos son

elementos que, administrados correctamente, le permitirán o le facilitarán alcanzar sus objetivos, entre estos recursos, se encuentra el más importante:

Talento Humano

“No solo el esfuerzo o la actividad humana quedan comprendidos en este grupo, sino también otros factores que dan diversas modalidades a esa actividad: conocimientos, experiencias, motivación, intereses vocacionales, aptitudes, actitudes, habilidades, potencialidades, salud, etc.” (Ramírez, 2013, pág. 5)

Importancia de la Administración del Talento Humano

No hay duda de que muchos trabajadores por lo general están insatisfechos con el empleo actual o con el clima organizacional imperante en un momento determinado y eso se ha convertido en una preocupación para muchos gerentes. Tomando en consideración los cambios que ocurren en la fuerza de trabajo, estos problemas se volverán más importantes con el paso del tiempo.

2.4.1.2 Organización de Equipos de Trabajo

Organización de empowerment

“Desde el principio de los setenta las organizaciones en todo el mundo empezaron a reemplazar su estructura tradicional por un mayor compromiso y alta involucración del personal.

La estructura tradicional está hecha en forma de pirámide, en donde las funciones son altamente especializadas, sus límites son claras y hay un control de los supervisores para asegurar que el trabajo sea rápido y consistente, en conclusión la gente que ocupa la punta de la pirámide es la gente que planea y piensa mientras que los niveles inferiores ejecutan lo mandado.

La estructura de involucración del personal y un mayor compromiso esta en forma de círculo o de red por que puede verse como un conjunto de grupos o equipos coordinados trabajando en función de un mismo objetivo.” (Jaffe & Scott, 2012, págs. 1-3)

Características del círculo:

- 3 El cliente está en el centro.
- 4 Se trabaja en conjunto cooperando para hacer lo que se debe.
- 5 Comparten responsabilidad, habilidad y autoridad.
- 6 El control y la coordinación vienen a través de continua comunicación y decisiones.
- 7 Los empleados y el gerente tienen capacidad para trabajar con otros.
- 8 Hay pocos niveles de organización.
- 9 El poder viene de la habilidad de influir e inspirar a los demás no de su jerarquía.
- 10 Las personas se manejan por sí mismas y son juzgados por el total de su trabajo el enfoque es hacia el cliente.
- 11 Los gerentes son los que dan energía proveen las conexiones y dan empowerment a sus equipos.

Administración

La palabra administración viene del latín ad (hacia, dirección, tendencia) y minister (subordinación u obediencia), y significa aquel que realiza una función bajo el mando de otro, es decir, aquel que presta un servicio a otro. Descomponiendo la definición se tiene:

La Administración es la ciencia social y técnica encargada de la planificación, organización, dirección y control de los recursos (humanos, financieros, materiales, tecnológicos, el conocimiento, etc) de la organización, con el fin de obtener el máximo beneficio posible; este beneficio puede ser económico o social, dependiendo esto de los fines perseguidos por la organización.

Calidad del Servicio

¿Qué es el servicio?

Así lo plantea: (Anonimo, pág. 1) *“Son todas aquellas actividades identificables, intangibles, que son el objeto principal de una operación que se concibe para*

proporcionar la satisfacción de necesidades de los consumidores.” “Otra definición similar es la que plantea que: “un servicio es todo acto o función que una parte puede ofrecer a otra, que es esencialmente intangible y no da como resultado ninguna propiedad. Su producción puede o no puede vincularse a un producto físico.”

Con lo cual podemos decir que la calidad del servicio es producir los bienes y servicios que se demandan con el menor costo posible para la sociedad. El servicio es una tarea o actividad instrumental que se efectúa para un cliente y/o una actividad llevada a cabo que implica la participación del consumidor, como el uso, más no la propuesta de los productos o instalaciones de una institución.

El cliente contrata un servicio asumiendo los riesgos, y al no poder palpar sus rasgos definitivos, solo está en condiciones de evaluarlo hasta después de haberlo experimentado.

2.4.2.1 Calidad en producto y servicio

Características del servicio

Intangible: no se puede tocar, sentir, escuchar y oler antes de la compra.

Con frecuencia no es posible gustar, sentir, ver, oír u oler los servicios antes de comprarlos. Se pueden buscar de antemano opiniones y actitudes; una compra repetida puede descansar en experiencias previas, al cliente se le puede dar algo tangible para representar el servicio, pero a la larga la compra de un servicio es la adquisición de algo intangible. De lo anterior se deduce que la intangibilidad es la característica definitiva que distingue productos de servicios y que intangibilidad significa tanto algo palpable como algo mental. Estos dos aspectos explican algunas de las características que separan el marketing del producto del de servicios.

Inseparable: se fabrica y se consume al mismo tiempo.

Con frecuencia los servicios no se pueden separar de la persona del vendedor. Una consecuencia de esto es que la creación o realización del servicio puede ocurrir al mismo tiempo que su consumo, ya sea este parcial o total. Los bienes son producidos, luego vendidos y consumidos mientras que los servicios se venden y luego se producen y consumen por lo general de manera simultánea. Esto tiene gran relevancia desde el punto de vista práctico y conceptual, en efecto,

tradicionalmente se ha distinguido nítidamente funciones dentro de la empresa en forma bien separada, con ciertas interrelaciones entre ellas por lo general a nivel de coordinación o traspaso de información que sirve de input para unas u otras; sin embargo, aquí podemos apreciar más una fusión que una coordinación, el personal de producción del servicio, en muchos casos, es el que vende y/o interactúa más directamente con el cliente o usuario mientras éste hace uso del servicio (“consume”). Recordemos que en la manufactura por lo general el personal de producción y el proceso productivo en sí, no suponen interacción directa con el consumidor.

Variable: depende de quién, cuándo, y dónde se ofrece.

Se trata de algo que se caracteriza por ser inestable, inconstante y mudable. En otras palabras, una variable es un símbolo que permite identificar a un elemento no especificado dentro de un determinado grupo. Este conjunto suele ser definido como el conjunto universal de la variable (universo de la variable, en otras ocasiones), y cada pieza incluida en él constituye un valor de la variable.

Perecedero: no se puede almacenar.

Los servicios son susceptibles de perecer y no se pueden almacenar. Por otra parte, para algunos servicios una demanda fluctuante puede agravar las características de perecibilidad del servicio. Las decisiones claves se deben tomar sobre qué máximo nivel de capacidad debe estar disponible para hacer frente a la demanda antes de que sufran las ventas de servicios. Igualmente hay que prestar atención a las épocas de bajos niveles de uso, a la capacidad de reserva o a la opción de políticas de corto plazo que equilibren las fluctuaciones de demanda. Tomemos el caso, por ejemplo, en la capacidad de un hotel versus una empresa manufacturera, esta última tiene mayor flexibilidad para hacer frente a aumentos en la cantidad demandada de bienes y puede, en general, aumentar los turnos de producción para hacer frente a ella, pero, ¿qué ocurre en el caso de un hotel cuando el número de pasajeros aumenta más allá del número de habitaciones que posee?, ¿qué ocurre cuando son muchos menos los que acuden al hotel?.

Marketing de servicio

Marketing en el sector servicios

El marketing de servicios, es fundamental, para nuestra interacción con el mercado, así lo planea (Anónimo, Marketing de servicios, 2012, págs. 3-5) “Si bien es cierto que

cualquier estrategia de marketing es única, en alguna forma, porque es específica para una organización determinada no hay que dejar de reconocer que existen algunas diferencias entre las estrategias aplicadas a los servicios.

Algunos aspectos exclusivos de los servicios que orientan la formulación de la estrategia de marketing de servicios son:

a) La naturaleza predominantemente intangible de un servicio puede dificultar más la selección de ofertas competitivas entre los consumidores.

b) Cuando el productor del servicio es inseparable del servicio mismo, éste puede localizar el servicio y ofrecer al consumidor una opción más restringida.

El carácter perecedero de los servicios impide el almacenamiento del propio producto y también puede agregar riesgo e incertidumbre al marketing del servicio.

Cabe recordar que los elementos básicos que conforman una estrategia de marketing son los relacionados con la segmentación, el posicionamiento y la combinación de marketing, marketing mix o mezcla comercial.

Las etapas de segmentación y posicionamiento de la estrategia de marketing son básicamente las mismas tanto para los bienes como para los servicios. Donde sí se presentan las diferencias es en los elementos que conforman la mezcla de marketing.

No obstante, resulta útil tener presente que, a efectos de segmentar y definir el mercado meta de la empresa de servicios, el mercado está compuesta por tres grandes tipos o grupos de usuarios, cada uno de los cuales puede ser escogido como el mercado al que la empresa podría dirigir privilegiadamente sus esfuerzos, y luego, definir al interior de este grupo, aquellas que satisfacen determinadas características o cargos demográficos, psicográficos, geográficos y/o de beneficio buscado. Estos tres grupos son: Personas naturales, las personas jurídicas u organizaciones y los hogares. De acuerdo a este enfoque, una empresa de transporte, por ejemplo, podría optar por satisfacer las necesidades de los hogares (mudanzas), las personas (transporte

colectivo, taxis, etc.) y/o las organizaciones (carga, personal, etc.). Subsecuentemente puede definir más específicamente qué tipo de hogares, personas y organizaciones, de manera de conceptualizar más claramente la oferta de servicios de transporte a ofrecer para las necesidades del grupo y subgrupo definido”.

Posicionamiento

El posicionar correctamente un servicio en el mercado consiste en hacerlo más deseable, compatible, aceptable y relevante para el segmento meta, diferenciándolo del ofrecido por la competencia; es decir, ofrecer un servicio que sea efectivamente percibido como “único” por los clientes.

Un servicio, al estar bien posicionado, hace que el segmento lo identifique perfectamente con una serie de deseos y necesidades en su propia escala de valores, haciendo que el grado de lealtad del mismo sea mayor y más fuerte respecto a los ofrecidos por los competidores.

En el posicionamiento se suele distinguir las siguientes etapas:

a) Posicionamiento Actual (identificación)

Consiste en determinar el lugar en el que actualmente se encuentre el servicio de acuerdo a las preferencias o gustos de los consumidores, en comparación con los servicios de la competencia.

Para realizar este análisis es importante determinar variables relacionadas con el servicio mismo, variables atribuibles a la empresa y, finalmente, variables atribuibles al medio ambiente, ellas reciben el nombre de atributos, debiéndose también determinar aquellos que son relevantes para el segmento meta. Posteriormente se seleccionan los competidores más directos y con esta información como base, se debe efectuar un estudio a la muestra de interés, de manera de obtener una clara visión de cómo es percibido y como está posicionado el servicio en la mente de los clientes y en relación a la competencia.

b) Posicionamiento Ideal Esta etapa puede enfocarse desde dos puntos de vista:

Posicionamiento Ideal del consumidor: consistente en determinar qué es lo que el consumidor desea respecto de la clase de servicio que se ofrece.

Posicionamiento Ideal de la empresa: consiste en determinar qué es lo que la empresa quiere determinar reflejar como un servicio ideal. Es aquí donde se conocen las ventajas comparativas respecto a sus competidores a partir del posicionamiento actual (si corresponde).

c) Posicionamiento Deseado

Consiste en determinar la forma de posicionar el producto o cómo llegar a la situación ideal para el consumidor y la empresa, lo cual representará la guía general para la elaboración o diseño del Marketing Mix (3ª Fase del desarrollo de una estrategia de Marketing).

Es importante dejar claramente establecido, en esta etapa, el o los conceptos de posicionamiento que servirán de base a la estrategia de marketing en diseño, de manera que esta última no constituya una fase aislada o poco coherente con las necesidades o deseos de los clientes, ni tampoco quede a la libre imaginación de los participantes en el diseño de la mezcla.

2.4.2.3 Marketing

Para Philip Kotler y Gary Armstrong, autores del Libro “Fundamentos del Marketing”, el concepto de marketing es “Una filosofía de dirección de marketing según la cual el logro de las metas de la organización depende de la determinación de las necesidades y deseos de los mercados meta y de la satisfacción de los deseos de forma más eficaz y eficiente que los competidores”

Marketing se refiere al conjunto de actividades relacionadas con la planificación estratégica de mercado del negocio, así como las funciones organizacionales relacionadas con las ventas, el Servicio al Cliente, la promoción y publicidad.

2.5 Hipótesis

H_0 : El Empowerment incrementa la calidad, en el servicio al cliente en el Restaurant “Al Paso”.

H_1 : El Empowerment no incrementa la calidad, en el servicio al cliente en el Restaurant “Al Paso”.

2.6 Señalamiento de Variables

Variable Dependiente

La utilización de técnicas del empowerment

Entre las que cuentan:

(Reuniones de Área, FocusGroup, Entrevistas, Encuestas, Formación de equipos de trabajo.)

Variable Independiente

El incremento de la calidad en el servicio al cliente.

CAPITULO 3. METODOLOGÍA

3.1 Modalidad Básica de la Investigación

Es una investigación de tipo concluyente, pues se planteó un proceso de mejoramiento continuo dentro de la empresa desde el mes de enero del 2010.

Se trata además de un estudio DESCRIPTIVO, que determina el comportamiento de cada una de las variables e indicadores, en la aplicación de la Ética Profesional en los negocios, que se refleja la trayectoria e imagen institucional de la misma empresa.

Finalmente, por la ocurrencia de hechos tuvo un carácter RETROSPECTIVO, pues indagó sobre las propuestas e innovaciones directivas.

Además de contar con los siguientes pasos de operación:

3.1.1 Modalidad bibliográfica

Es de corte bibliográfico, pues requerirá la compilación y el análisis de datos científicos obtenidos a través de libros, revistas, tesis de grado, internet, y de consultas hechas en la Facultad de Ciencias Administrativas, con la aplicación de la lectura científica, la misma que será de gran ayuda para llegar a resolver la hipótesis planteada.

3.1.2 Modalidad de Campo

Con el propósito de recolectar y obtener información primaria se acudió al Restaurante “Al paso”, para realizar las encuestas con los clientes externos de la empresa.

La técnica de la encuesta, tiene como propósito conocer las necesidades de los clientes que acuden a nuestra empresa; determinar las falencias e implementar mejoras a futuro.

En cuanto a nuestros clientes internos (empleados), se aplicara el mismo mecanismo de estudio y análisis, para determinar sus requerimientos y fortalezas, en procura de optimizar y agilizar los servicios a nuestros consumidores.

3.2 Tipo de Investigación

La presente investigación de tipo concluyente, pues es aplicada en nuestra empresa, y lo que pretende es la solución de problemas, de manera práctica del restaurant “al Paso”.

Será netamente descriptiva por el carácter de la investigación propuesta, y de las técnicas utilizadas tales como: Encuestas, Entrevistas, entre otras.

En ella se describirá la aplicación de la Ética Profesional en la empresa, y por último será de estudios explicativos para la toma de decisiones personales e interpersonales en la empresa.

3.3 Población y Muestra

POBLACION

n= Tamaño de Muestra

P= Probabilidad de ocurrencia (0,5)

Q= Probabilidad de no ocurrencia $1-0.5= 0,5$

Z= Nivel de confiabilidad($95\%=0.95/2=0.4750$ Z=1,96) $\Rightarrow$

N= Población

e= Error de Muestreo ($5\%= 0.05$)

$Z^2 PQN$

n= _____

$Z^2 PQ+Ne^2$

Cuadro 1 Población

n	Z	P	Q	N	e
¿	1,96	0,5	0,5	18015	0,05

n=376 Encuestas

MUESTRA

Se planea llevar a cabo una investigación sobre el consumo de comida preparada en la Provincia del Azuay en el Valle de Yunguilla; previamente se conoce que el porcentaje de hogares en donde se consumen estos productos en forma regular es el 35%. Es necesario calcular el tamaño de muestra requerido para un nivel de confiabilidad del 95% y un margen de error de 5%. La investigación se llevará a cabo en un cantón cuya población es de más de **18000** mil habitantes.

3.4 Operacionalización de variables

Cuadro # 2 Variable dependiente

Hipótesis: El Empowerment incrementa la calidad, en el servicio al cliente en el Restaurant “Al Paso”.
Variable Dependiente: Las técnicas de Empowerment.

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas o Instrumentos
Las técnicas de Empowerment: Significa crear un ambiente en el cual los empleados de todos los niveles sientan que ellos tienen una real influencia sobre los estándares de calidad, servicio, y eficiencia del negocio dentro de sus áreas de responsabilidad.	Ambiente De trabajo Trabajo en Equipo Cultura-Hábitos	Estabilidad Laboral Beneficios legales Organización Eficacia Eficiencia Responsabilidad Respeto Rapidez	¿Está siempre atenta a los requerimientos o necesidades de los empleados? ¿Recibe con amabilidad y cortesía a los beneficiarios internos y externos de sus servicios? ¿El servicio que usted brinda satisface al cliente en su necesidad?	Encuestas y cuestionarios dirigidos a los empleados de la empresa.

Cuadro # 3 Variable Independiente

Hipótesis:El Empowerment incrementa la calidad, en el servicio al cliente en el Restaurant “Al Paso”.
Variable Independiente: Las calidad del servicio.

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas o Instrumentos
Calidad de servicio: Son todas aquellas actividades tangibles, o intangibles, que conllevan a la satisfacción de las necesidades requeridas por los clientes	Servicio Tangibles Intangible Venta Post-Venta	Infraestructura Comodidad Adecuaciones Buen servicio Buenos Precios Ofertas Promociones Descuentos Fidelización Devoluciones o cambios	¿Es necesario que un restaurante cuente con las siguientes alternativas de servicio? ¿Qué servicio es para usted el más importante cuando decide comer? ¿Qué alternativa es la que más toma en cuenta al momento de comprar? ¿Qué tipo de servicio de post-venta le gustaría recibir?	Encuestas y cuestionarios dirigidos a los clientes externos

3.5 Plan de recolección de información

Para la recolección de la información se ha realizado a través del análisis de la operacionalización de las variables, y se utiliza el siguiente cuadro:

Cuadro # 4 Recolección de Información

Preguntas Básicas	Explicación
1. ¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación.
2. ¿De qué personas u objeto?	De los clientes internos y externos que tienen el Restaurant “al Paso”.
3. ¿Sobre qué aspectos?	Indicadores
4. ¿Quién? ¿Quiénes?	Investigador
5. ¿Cuándo?	Septiembre 2012
6. ¿Dónde?	En el valle de Yunguilla (Cantón Santa Isabel-Azuay)
7. ¿Cuántas veces?	Una vez
8. ¿Qué técnicas de recolección?	Encuestas
9. ¿Con qué?	Instrumento: cuestionarios

Elaborado por Israel Cócheres

Como método general se utilizó la Inducción – Deducción, lo que permitió partir de la HIPÓTESIS planteada que fue comprobada durante el desarrollo de la investigación y así poder arribar a la “Guía – manual de roles y funciones operativas conclusiones y recomendaciones.

- b) Este trabajo utilizó el análisis y la síntesis que sirvió para desglosar los roles y funciones de cada persona en la empresa.
- c) El método particular que se utilizó fue el DESCRIPTIVO, pues se analizaron las actividades más comunes y recurrentes realizadas por el Restaurant “al Paso”.
- d) Descripción de instrumentos de recolección de datos:

Los instrumentos utilizados para la recolección de datos fueron de carácter primario, pues se obtuvo la información a través del contacto directo con el sujeto de estudio. Este trabajo de investigación ha utilizado dos técnicas investigativas, para la recopilación de la información necesaria.

El método de recolección de información primaria para el presente estudio, se lo realizo a través de la aplicación de encuestas, tomando la información directamente de los involucrados, como son los pobladores del cantón, los mismos que fueron encuestados oportunamente.

Al dialogar de recolección primaria; sí lo anuncia (AMADOR, 2012, pág. 1)“Al hablar de métodos e instrumentos de recolección de datos también se menciona el uso de fuentes primarias y secundarias; las primarias son la que obtienen información a través del contacto directo con el sujeto de investigación y son: observación, entrevista y el cuestionario. Y las secundarias se refieren a la obtención de información a través de documentos, publicaciones, resúmenes. .etc.”.

La obtención de información es la etapa más importante del proceso de la investigación científica, ya que es el fundamento para la definición del problema, planteamiento y la comprobación de las hipótesis, elaboración del marco teórico y del informe de resultados. Dentro de este contexto, la observación y/o técnica de investigación por excelencia; es el principio y la validación de toda teoría científica.

La encuesta es un método y/o técnica que consiste en obtener información acerca de una parte de la población o muestra, proporcionada por ellos mismos, sobre opiniones, actitudes o sugerencias. Hay dos maneras de obtener información con este método y/o técnica, mediante el uso del cuestionario o de la entrevista.

El cuestionario es un método y/o técnica que utiliza un instrumento o formulario impreso, destinado a obtener respuestas sobre el problema en estudio en donde se obtiene información acerca de las variables que se va a investigar. Puede ser aplicado personalmente o por correo y en forma individual o colectiva. El diseño del cuestionario habrá de fundamentarse en el marco teórico, las hipótesis sus variable y los objetivos de la investigación. Cada pregunta que se incluya deberá estar relacionada con las variables indicadoras, es conveniente que cuando se diseñe el cuestionario, se tenga a la mano la operatividad de las variables, para saber quiénes están siendo investigados.

Es importante aclarar que el método en investigación se toma como medio o camino a través d Como información secundaria hemos utilizado tesis de grado en relación con el tema, libros de

administración y marketing, entre otras que se encuentran en la biblioteca de la facultad de Ciencias Administrativas.

3.6 Plan de procesamiento de la Información

Procedimiento y Análisis de Datos

Para analizar la información, con la finalidad de obtener de ella las respuestas a las preguntas que se formularon, para comprobar la verificación o negación de la hipótesis, se siguieron los siguientes pasos.

- ✓ Revisión y codificación de la información asignando números a cada pregunta y alternativas de respuesta.
- ✓ Se determinó las categorías en las que se clasificara las respuestas, y se realizó la tabulación de la misma.
- ✓ Los resultados se presentaron en forma tabular y gráfica.

Con la información obtenida se realizó el análisis y procesamiento, para llegar a la comprensión e interpretación de la misma, y así obtener los resultados como una alternativa de solución al problema planteado.

Las técnicas para la recolección de datos serán

Cuadro # 5 Procesamiento de la Información

Tipos de Información	Técnicas de Investigación	Instrumentos de la investigación
Primaria	✓ Encuestas	1. Cuestionario 2. Fichas de observación
Secundaria	✓ Lectura Científica	3. Tesis 4. Páginas Web 5. Libros

CAPÍTULO 4.

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1. TABULACION ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Encuesta aplicada a clientes potenciales del Restaurant “AL PASO”.

Pregunta # 1

1. ¿Cuál es la razón por la cual usted elige este restaurant?

Comida-Sazón

Ubicación Estratégica

Precios-Servicio

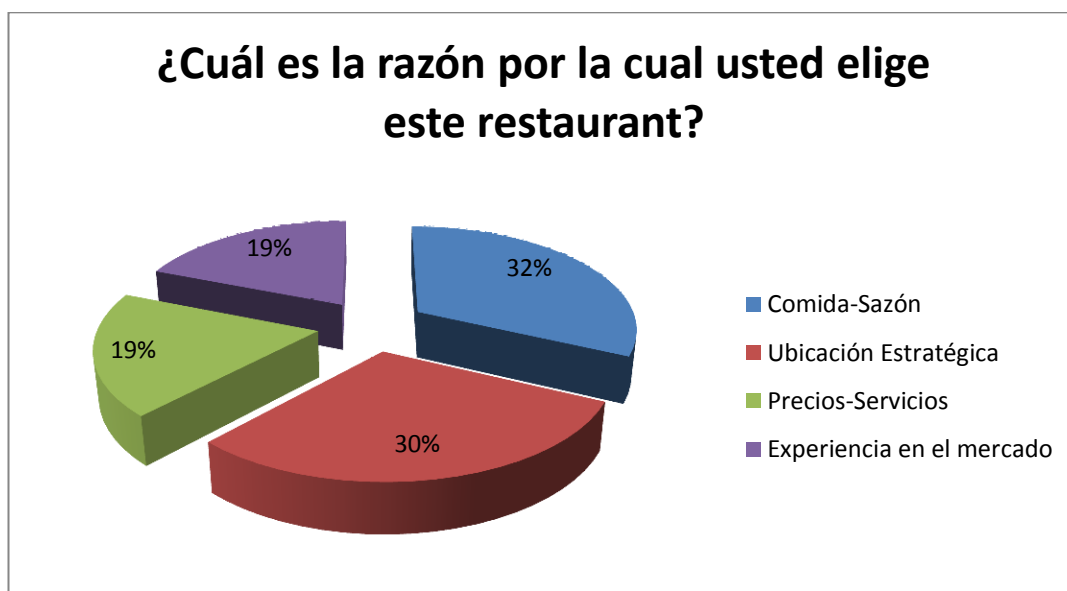
Experiencia en el mercado

Cuadro # 6

INDICE	FRECUENCIA	%
Comida-Sazón	119	32%
Ubicación Estratégica	116	30%
Precios-Servicios	70	19%
Experiencia en el mercado	71	19%
TOTAL	376	100

Fuente: Encuestas realizadas en el Restaurant “al Paso”
Elaborado por: Israel Cócheres

Grafico # 5



Fuente: Encuestas realizadas en el Restaurant “al Paso”
Elaborado por: Israel Cócheres

Análisis

Del 100% encuestado el 32% elije al restaurant “Al Paso” por su comida-sazón, mientras que un 30% lo hace por su ubicación estratégica, y un 19% por el precio-servicio, mientras que el otro 19% restante lo hace por la experiencia que tienen en el mercado.

Interpretación

Se deduce por tanto que un cierto sector de clientes, prefiere este restaurant por su comida-sazón, otros lo eligen por su ubicación, otros por el precio y una parte restante lo elije por la experiencia que tiene en el mercado.

Pregunta # 2

2. La debida atención, y distribución de los pedidos en el Restaurant estuvo...

Excelente

Buena

Regular

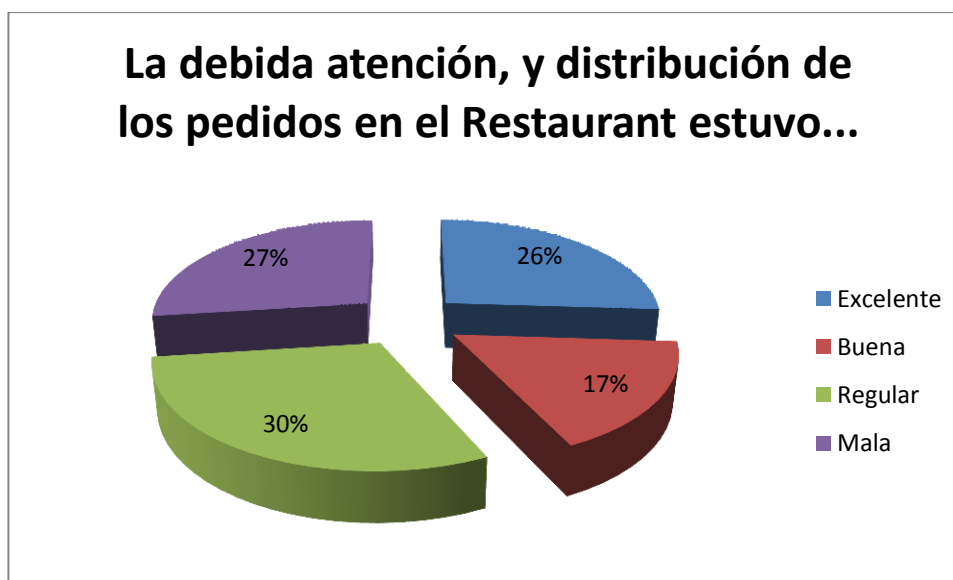
Mala

Cuadro # 7

INDICE	FRECUENCIA	%
Excelente	98	26%
Buena	64	17%
Regular	112	30%
Mala	102	27%
TOTAL	376	100

Fuente: Encuestas realizadas en el Restaurant "al Paso"
Elaborado por: Israel Cócheres

Grafico # 6



Fuente: Encuestas realizadas en el Restaurant "al Paso"
Elaborado por: Israel Cócheres

Análisis

Del 100% de los encuestados un 26% dijo que la atención, y distribución de los pedidos en el restaurant es excelente, un 17% dijo que es buena y otro 30% dijo que es regular, mientras que un 27% dijo que es mala.

Interpretación

Dando como resultado que del total de personas encuestas, cierto número de personas manifestó que la atención, y distribución de pedidos en el restaurant es excelente, un grupo pequeño dice que es buena, y el grupo mayoritario expreso que la atención es regular, mientras que un grupo restante dijo que la atención, y distribución de los pedidos es mala.

Pregunta # 3

3.- ¿Cuales son para usted los factores determinantes al momento de elegir un restaurant?

Servicio

Calidad

Variedad

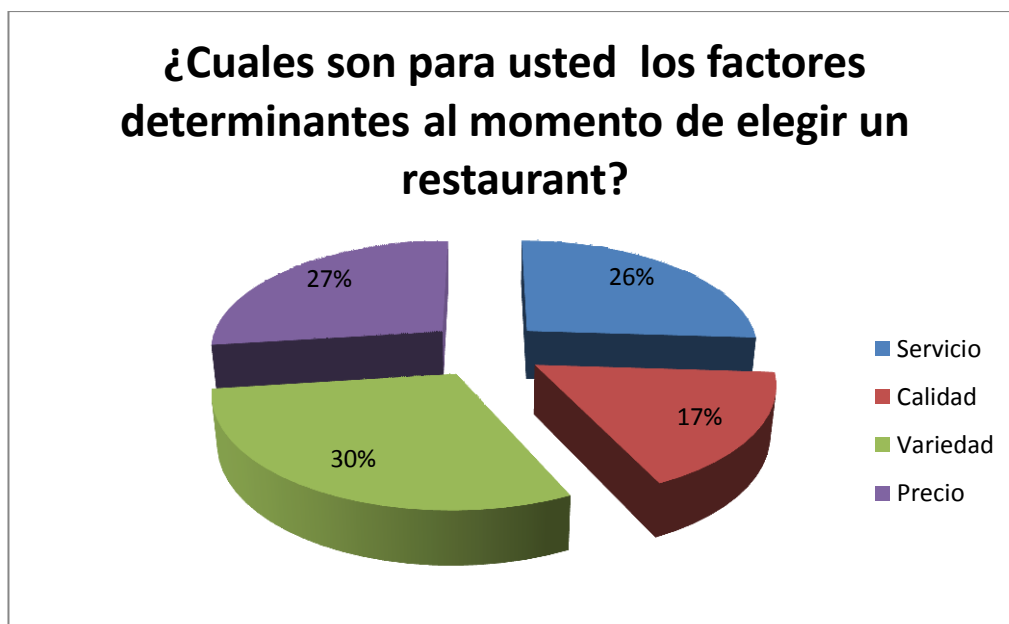
Precio

Cuadro # 8

INDICE	FRECUENCIA	%
Servicio	98	26%
Calidad	64	17%
Variedad	112	30%
Precio	102	27%
TOTAL	376	100

Fuente: Encuestas realizadas en el Restaurant "al Paso"
Elaborado por: Israel Cócheres

Grafico # 7



Fuente: Encuestas realizadas en el Restaurant "al Paso"
Elaborado por: Israel Cócheres

Análisis

Del 100% de los encuestados un 26% dijo que el servicio es uno de los factores determinantes al momento de elegir un restaurant, mientras que un 17% dijo que es la calidad y otro 30% dijo que es la variedad, mientras que un 27% dijo que es el precio.

Interpretación

Dando como resultado que del total de personas encuestas, cierto número de personas manifestó que el servicio es un factor determinante al momento de elegir un restaurant, un grupo pequeño dijo que la calidad de comida es determinante, y el grupo mayoritario expreso que la variedad es un punto muy fuerte en la elección de restaurants, mientras que un grupo restante dijo que el precio es determinante para su elección, dejándonos una amplia visualización de cuales son la tendencias de nuestros consumidores.

Pregunta # 4

4.- ¿Qué le gustaría que se modifiquen en este restaurant?

Servicio-Atención al cliente

Infraestructura

Precio-Promociones-Descuentos

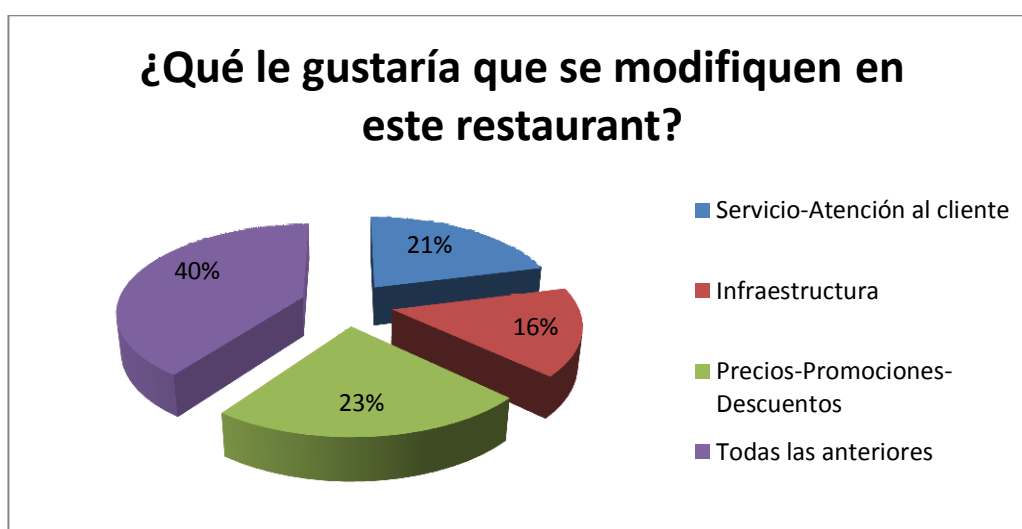
Todas las anteriores

Cuadro # 9

INDICE	FRECUENCIA	%
Servicio-Atención al cliente	80	21%
Infraestructura	60	16%
Precios-Promociones- Descuentos	86	23%
Todas las anteriores	150	40%
TOTAL	376	100

Fuente: Encuestas realizadas a el restaurant "al Paso"
Elaborado por: Israel Cócheres

Grafico # 8



Fuente: Encuestas realizadas a el restaurant "al Paso"
Elaborado por: Israel Cócheres

Análisis

Del 100% de los encuestados al 21% de ellos les gustaría que se mejore en el servicio al cliente, un 16% quiere que se mejore la infraestructura, un 23% quiere que se mejore los precios, promociones, descuentos, pero el 40% quiere que se mejore todo.

Interpretación

Se concluye por tanto que la mayor cantidad de personas quiere que se mejore en todas las opciones manifestadas con anterioridad. Dándonos como perspectiva lo importante que es para las empresas el modificar nuestras estrategias de comercialización.

Pregunta # 5

5.- El servicio prestado de este restaurante es..

Excelente

Bueno

Regular

Malo

Cuadro # 10

INDICE	FRECUENCIA	%
Excelente	108	28%
Bueno	60	16%
Regular	95	25%
Malo	113	31%
TOTAL	376	100

Fuente: Encuestas realizadas en el Restaurant "al Paso"
Elaborado por: Israel Cócheres

Grafico # 9



Fuente: Encuestas realizadas en el Restaurant "al Paso"
Elaborado por: Israel Cócheres

Análisis:

Del total de encuestas realizadas, el 28 % manifiestan que el servicio en el Restaurant es excelente, un 16 % manifiestan que es buena, mientras que un 25% dijo que el servicio es regular, y la gran mayoría 31% dijo que es malo.

Interpretación

Dándonos como perspectiva lo importante que es para las empresas el trato adecuado con los clientes. Ya que un grupo de personas expreso que el servicio en el restaurante es excelente, otro grupo dijo que el servicio es bueno, otros dicen que es regular, pero la gran mayoría dijo que es malo.

Pregunta # 6

6.- ¿Cuál es el horario que le gustaría que atienda el Restaurant?

Madrugada-Mañana

Mañana-Tarde

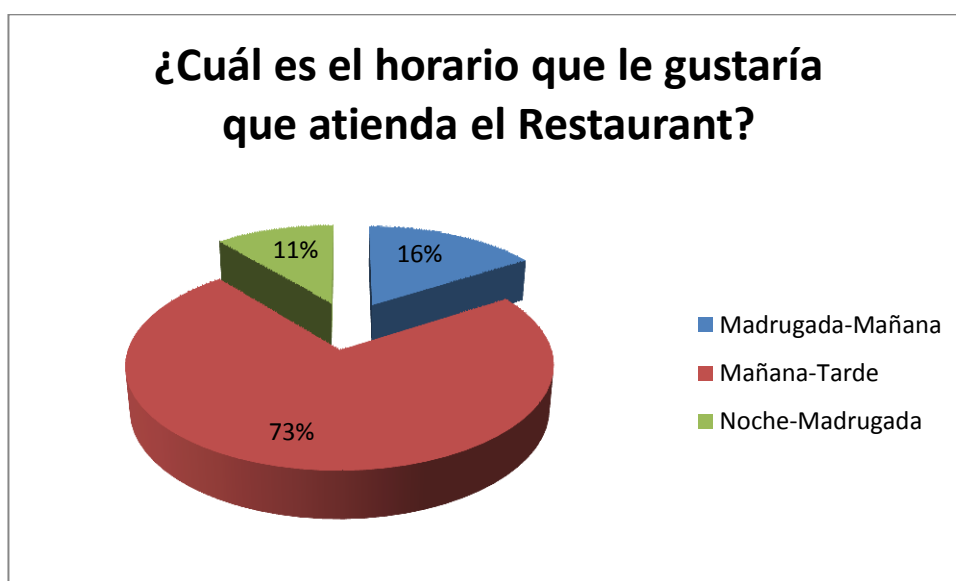
Noche-Madrugada

Cuadro # 11

INDICE	FRECUENCIA	%
Madrugada-Mañana	60	16%
Mañana-Tarde	276	73%
Noche-Madrugada	40	11%
TOTAL	376	100

Fuente: Encuestas realizadas al restaurant “Al Paso”
Elaborado por: Israel Cócheres

Grafico# 10



Fuente: Encuestas realizadas al restaurant “Al Paso”
Elaborado por: Israel Cócheres

Análisis:

Del 100% de los encuestados el 16% desearía que el restaurant trabajara la madrugada-mañana, mientras que un 73% dice que les gusta el horario mañana-tarde que atiende el restaurant, mientras que un 11% le gustaría que se modifique el horario noche-madrugada de atención del restaurant..

Interpretación

Del total de encuestas realizadas, la mayor parte manifiestan que les agrada el horario en el que atiende el restaurant, una minoría desearía que se modificara el horario de atención, lo cual genera para nosotros la satisfacción de conocer que el horario es de su agrado, también dándonos una brecha para abrir otras sucursales en horarios diferentes.

Pregunta # 7

7.- ¿Cómo asimila o mira usted el trabajo en equipo y la organización dentro del restaurant?

Organizado-Rápido

Desorganizado-Lento

Desorden-Malo

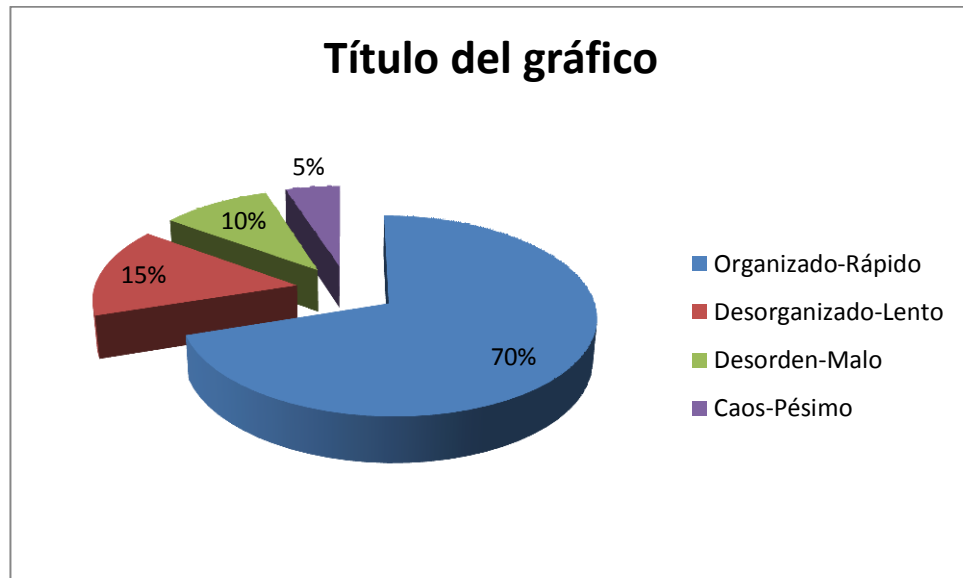
Caos-Pésimo

Cuadro # 12

INDICE	FRECUENCIA	%
Organizado-Rápido	263	70%
Desorganizado-Lento	56	15%
Desorden-Malo	38	10%
Caos-Pésimo	19	5%
TOTAL	376	100

Fuente: Encuestas realizadas al Restaurant "al Paso"
Elaborado por: Israel Cocheres

Grafico # 11



Fuente: Encuestas realizadas al Restaurant "al Paso"
Elaborado por: Israel Cocheres

Análisis:

Del 100% de los encuestados el 70% dijo que el trabajo en este restaurant es organizado, un 15% dijo ser desorganizado, mientras que un 10% dijo que es desordenado, y un 5% dijo que es un caos.

Interpretación

Del total de personas encuestadas una gran mayoría dijo que el trabajo en el Restaurant es organizado, una pequeña minoría expreso que existe desorganización, desorden, y que es un completo caos, dando como resultado lo importante que es para nosotros mejorar a un nivel de excelencia.

Pregunta # 8

8. Le gusta el tipo de comida que ofrece este restaurant “al Paso”.

Si

No (Por qué)

Cuadro # 13

INDICE	FRECUENCIA	%
Si	244	65%
No	132	35%
TOTAL	376	100

Fuente: Encuestas realizadas a restaurant “al Paso”
Elaborado por: Israel Cocheres

Grafico # 12



Fuente: Encuestas realizadas a restaurant “al Paso”
Elaborado por: Israel Cocheres

Análisis:

Del 100% de los encuestados el 65% le gusta que el tipo de comida del restaurant, mientras que el 35% no escoge el tipo de comida que ofrecemos.

Interpretación

Del total de encuestas realizadas, la mayoría de manifiestan que les gusta la comida que el Restaurant “al Paso” ofrece, una minoría dijo que no es del gusto de ellos la comida que hace el restaurant “al paso”.

Pregunta # 9

9.- ¿Cómo califica usted la interacción del Restaurant “al Paso” con la sociedad (Empleados, Clientes, Entorno, etc...)

Aportativo

De lucro

Sin importancia

Otro

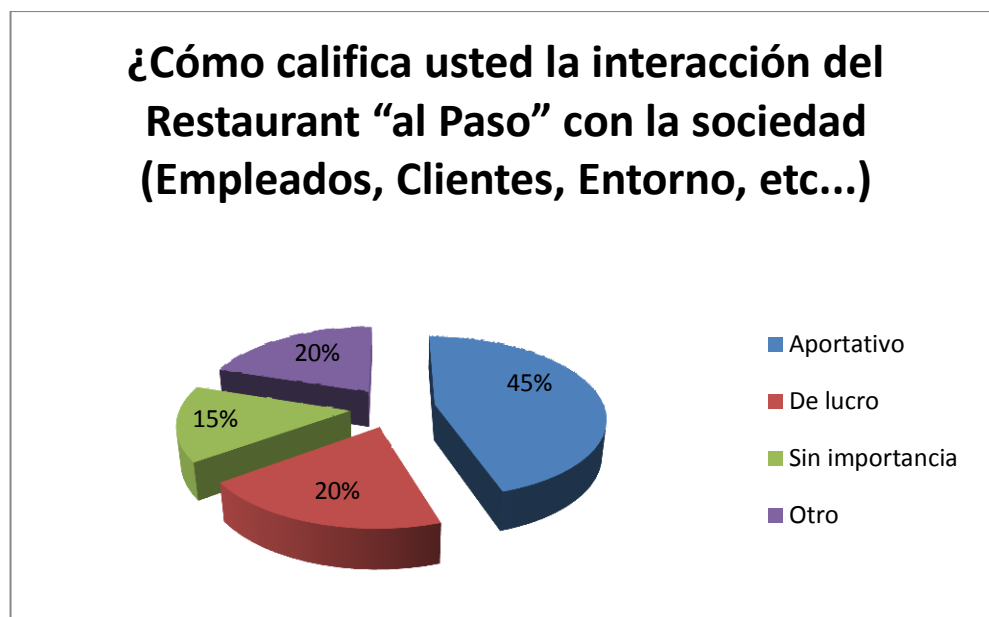
(Especifique) _____

Cuadro # 14

INDICE	FRECUENCIA	%
Aportativo	169	45%
De lucro	75	20%
Sin importancia	56	15%
Otro	76	20%
TOTAL	104	100

Fuente: Encuestas realizadas a Restaurant “al Paso”
Elaborado por: Israel Cocheres

Grafico # 13



Fuente: Encuestas realizadas a Restaurant “al Paso”
Elaborado por: Israel Cocheres

Análisis:

Del 100% de los encuestados al 45% de personas considera como aportativo el trabajo del restaurant “al paso” con la sociedad, un 20 % lo mira como trabajo de lucro solamente, un 15% lo considera sin importancia, y a un 20% restante le da igual.

Interpretación

Del total de encuestas realizadas podríamos decir que la sociedad, mira al restaurant “al paso” como una institución que apoya a la sociedad, para cierta parte de clientes, para otros solo cumple funciones de lucro, mientras que para una pequeña minoría son detalles sin importancia.

Pregunta # 10

10.- ¿Qué tipo de comida le gustaría que el restaurant “al Paso” ofreciera además de la ya ofertada?

Comida nativa

Comida típica

Comidas Picantes

Otros

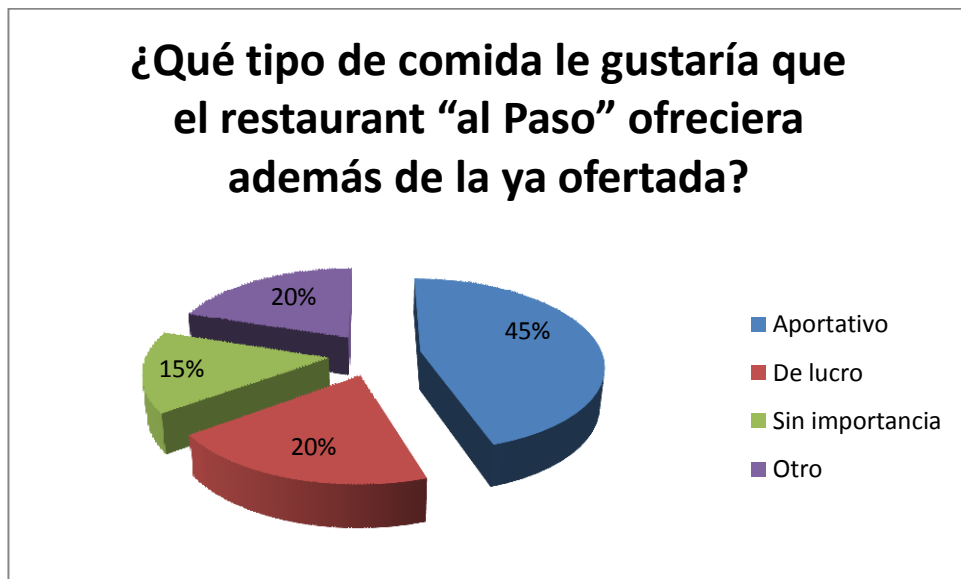
Especifique _____

Cuadro # 15

INDICE	FRECUENCIA	%
Comida Tipica	169	45%
Comida Nativa	94	25%
Comida Picante	75	20%
Otros	38	10%
TOTAL	376	100

Fuente: Encuestas realizadas a el Restaurant “al Paso”
Elaborado por: Israel Cócheres

Grafico # 14



Fuente: Encuestas realizadas a el Restaurant “al Paso”
Elaborado por: Israel Cócheres

Análisis

Del 100% de los encuestados, el 45% dijo que le gustaría que el Restaurant “al paso” ofreciera comida típica, mientras que a un 25% le gustaría la comida nativa, y a un 20 % le gustaría que ofertara comida picante, el restante dijo que cualquier tipo de comida.

Interpretación

Del total de personas encuestadas supieron manifestar que comida que el Restaurant “al Paso” ofrece es de su agrado, pero que les gustaría cambios en el tipo de comida, viendo lo importante que es para la empresa el tener variedad de comida que ofertar a nuestros clientes.

ENCUESTA APLICADA A CLIENTES POTENCIALES RESTAURANT “AL PASO”

Objetivo: Conocer las preferencias y tendencias de nuestros clientes potenciales para cubrir sus expectativas en el Restaurant “al Paso”.

1.-¿Cuál es la razón por la cual usted elige este restaurant?

Comida-Sazón

Ubicación Estratégica

Precios-Servicio

Experiencia en el mercado

2.- La debida atención, y distribución de los pedidos en el Restaurant estuvo...

Excelente

Buena

Regular

Mala

3 ¿Cuales son para usted los factores determinantes al momento de elegir un restaurant?

Servicio

Calidad

Precio

Variedad

4.- ¿Qué le gustaría que se modifique en este restaurant?

Servicio-Atención al cliente

Infraestructura

Precio-Promociones-Descuentos

Todas las anteriores

5.- El servicio prestado de este restaurante es..

Excelente

Bueno

Regular

Malo

6.- ¿Cuál es el horario que le gustaría que atienda el Restaurant?

Madrugada-Mañana

Mañana-Tarde

Noche-Madrugada

7.-¿Cómo asimila o mira usted el trabajo en equipo y la organización dentro del restaurant?

Organizado-Rápido

Desorganizado-Lento

Desorden-Malo

Caos-Pesimo

8. Le gusta el tipo de comida que ofrece este restaurant “al Paso”.

Si

No (Por qué)

9.- ¿Cómo califica usted la interacción del Restaurant “al Paso” con la sociedad (Empleados, Clientes, Entorno, etc...)

Aportativo

De lucro

Sin importancia

Otro

(Especifique)_____

10.- ¿Qué tipo de comida le gustaría que el restaurant “al Paso” ofreciera además de la ya ofertada?

Comida nativa

Comida típica

Comidas Picantes

Otros

Especifique _____

Agradecemos su tiempo..

4.2. VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Comprobación de la hipótesis con el Chi Cuadrado

H_0 : El Empowerment incrementa la calidad, en el servicio al cliente en el Restaurant “Al Paso”.

H_1 : El Empowerment no incrementa la calidad, en el servicio al cliente en el Restaurant “Al Paso”.

Selección del nivel de significación.

Para la verificación hipotética se utilizará el nivel $\alpha = 0.05$

Especificación Estadística

Se trata de un cuadro de contingencia de 2 filas por 2 columnas con la aplicación de la siguiente formula estadística.

$$\chi^2 = \frac{\sum (O-E)^2}{\text{-----}}$$

χ^2 = Chi cuadrado

Σ = Sumatoria

O = Frecuencias Observadas

E= Frecuencias Esperadas

Especificación de las regiones de Aceptación y Rechazo

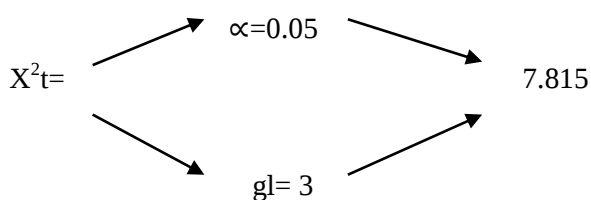
Para decidir primero determinamos los grados de libertad (gl) con el cuadro formado por 2 filas y 4 columnas.

$$\alpha = 0.05$$

$$gl = (c-1)(f-1)$$

$$gl = (2-1)(4-1) = 3$$

$$X^2_t = 7.815$$



Se acepta la hipótesis nula si el valor a calcularse de X^2 es menor que el valor de $X^2_{tabular} = 7.815$, en caso contrario se rechaza.

RECOLECCION DE DATOS Y CÁLCULOS ESTADÍSTICOS

Cuadro # 16

FRECUENCIA OBSERVADA

	CATEGORÍAS				SUBTOTAL
	Excelente	Bueno	Regular	Malo	
2._ La debida atención, y distribución de los pedidos en el Restaurant estuvo...	98	64	112	102	376
5._ El servicio prestado de este restaurante es..	108	60	95	113	376
Subtotales	206	124	207	215	752

Fuente: Restaurant "al Paso"
Elaborado por: Israel Cócheres

Cuadro # 17
FRECUENCIAS ESPERADAS

	CATEGORÍAS				SUBTOTAL
	Excelente	Bueno	Regular	Malo	
2._ La debida atención, y distribución de los pedidos en el Restaurant estuvo...	103	62	103.5	107.5	376
5._ El servicio prestado de este restaurante es..	103	62	103.5	107.5	376
Subtotales	206	124	207	215	752

Fuente: Restaurant "al Paso"
Elaborado por: Israel Cócheres

Cálculo de X^2

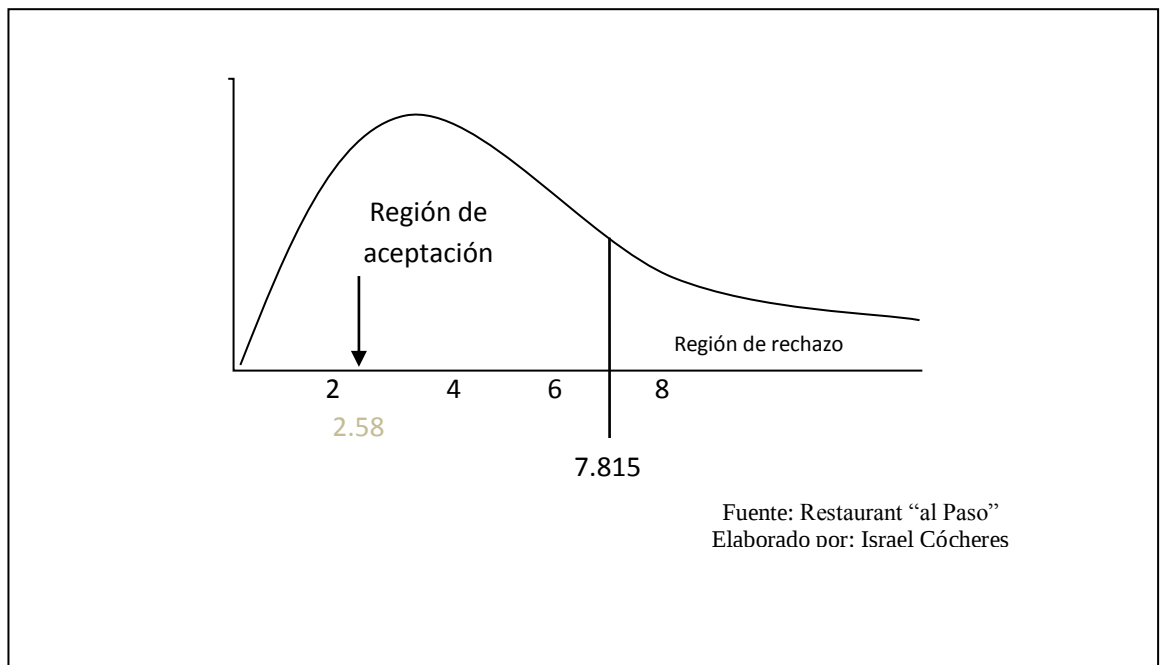
Cuadro # 18

O	E	O-E	$(O-E)^2$	$(O-E)^2/E$
98	103	-5	25	0.2551
64	62	2	4	0.0625
112	103.5	8.5	72.25	0.6451
102	107.5	-5.5	30.25	0.2966
108	103	5	25	0.2315
60	62	-2	4	0.0667
95	103.5	-8.5	72.25	0.7605
113	107.5	5.5	30.25	0.2677
				2.5856

Fuente: Restaurant "al Paso"
Elaborado por: Israel Cócheres

REPRESENTACIÓN GRÁFICA

Grafico # 15



Fuente: Restaurant "al Paso"
Elaborado por: Israel Cócheres

Decisión

Como $X^2_{\text{tabulado}} 7.815$ es mayor que el chi cuadrado calculado X^2_c que es el 2.58 se acepta la H_0 es decir: El Empowerment incrementa la calidad, en el servicio al cliente en el Restaurant "Al Paso".

CAPITULO 5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

De acuerdo a lo presentado en los capítulos anteriores y del análisis e interpretación de resultados, se llegó a las siguientes:

CONCLUSIONES

- ✓ Se concluye por tanto que para obtener la eficiencia esperada en una empresa, es importante que el jefe y sus ayudantes sepan a cabalidad planificar las funciones en forma diaria, semanal, mensual, trimestral y anual y lo más importante que exista comunicación diaria y constante.
- ✓ Además se determina que la empresa pública o privada, grande o pequeña debe tomar muy en cuenta que la tecnología crece cada día más, por lo tanto se debe capacitar al personal, en técnicas y en lo personal ya que de ella depende el trato interno y externo para el cliente y sus compañeros de trabajo, para el porvenir de la empresa.
- ✓ Se concluye también que los principios éticos son fundamentales en las personas por lo tanto el dueño y sus empleados o quienes ejerza estas funciones deberán atender a los clientes con mucha amabilidad, cortesía, cordialidad y demás normas y costumbres para obtener resultados favorables para la empresa.

- ✓ Además para que exista un excelente equipo de trabajo deberá resolverse los problemas internos y externos de la empresa en la brevedad posible, aun estando ausente el Dueño, El Dueño por su parte debe poner en claro las ideas e inquietudes, para que el trabajo que solicita sea desarrollado con eficiencia y responsabilidad por parte del equipo de trabajo, esto demostrara que el equipo está lo suficientemente capacitado o preparado para ejercer su labor con eficiencia.

RECOMENDACIONES

- ✓ Nos comprometemos a entregar un ejemplar de la elaboración de este proyecto de mejoramiento continuo en las labores realizadas en el presente restaurant para que se utilice como guía de roles, funciones y aptitudes del equipo de trabajo tanto en lo personal como profesional.
- ✓ Se recomienda que el equipo de trabajo se encuentre en constante capacitación a la par con la tecnología que va avanzando donde se puntualicen las principales funciones del personal; de acuerdo a la clases de funciones para el cual presta sus servicios haciendo hincapié en los valores positivos que deben poseer y las actitudes negativas que deben desechar; para obtener mejores profesionales en el futuro.
- ✓ Se recomienda dicha microempresa el realizar un modelo de gestión en las que detalle, determine y señale las funciones específicas con las personas involucradas en la empresa.
- ✓ Recomendamos armar un equipo de trabajo eficaz, y eficiente que sea colaborador y asistente al Dueño y a la microempresa, en todo aquello que se necesite para cumplir con cabalidad y dar soluciones prácticas y efectivas a nuestros clientes.

CAPITULO 6.

LA PROPUESTA

LA PROPUESTA

Título

Modelo de gestión basado en el Empowerment, modelo que permita elevar la calidad del servicio a los clientes del Restaurant “AL PASO” en el VALLE DE YUNGUILLA-AZUAY.

6.1 Datos Informativos

La presente propuesta de investigación realizada en el Valle de Yunguilla (Cantón Santa Isabel-Azuay-En el Restaurant “al Paso”), tiene como finalidad mejora la rentabilidad del presente Restaurant, dicho así esperamos que en lapso de lo planificado poder cumplir con lo proyectado.

Institución o Empresa: Restaurant “al Paso”

Responsable Elaboración: Israel Cócheres

Cantón: Santa Isabel

Provincia: Azuay

Dirección: 3 de Noviembre y Augusto Galarza

Teléfono: 072270713

Equipo Técnico: Investigador, Tutor, Docentes y clientes.

Beneficiarios: Propietarios del Restaurant “Al Paso” y clientes en general.

Tiempo Estimado: Inicio: Julio 2012-

Costos: 720, que los asumirá el investigador.

6.2 Antecedentes de la Justificación

Queremos recalcar que para la realización del presente proyecto contamos con el apoyo de los dueños del Restaurant, también con las herramientas necesarias para la realización del mismo.

En cuanto a la financiación y ejecución del proyecto debemos decir que cuenta con un estudio de mercado realizado, razón por la cual decimos que es objeto de aplicación para la empresa.

En la biblioteca de la Facultad de Ciencias Administrativas reposan los siguientes trabajos:

6,3 Justificación

El presente estudio, constituye como activo de conocimiento una propuesta holística, destinada a fijar precedentes investigativos que permitan vislumbrar una solución real ante el grave problema que presenta el restaurant “al Paso”, en su trato con los clientes.

En consecuencia queremos que esta propuesta este dirigida a los dueños de dicha microempresa, empleados y clientes del Restaurant “al Paso”

u dar solución al problema planteado además de aumentar nuestra rentabilidad y mejorar nuestra interacción con el mercado y la sociedad, primeramente tratando de resolver los problemas que se presentan en nuestra empresa.

Es conveniente realizar la investigación del problema que presenta el Restaurant “al Paso” ya que dicha investigación nos permita expandirnos como empresa a nuevos mercados, y atraer nuevos posibles consumidores que presente el mercado.

6,4 OBJETIVOS.

General

Diseñar un modelo de gestión a través del empowerment que permita elevar la calidad del servicio a los clientes, del Restaurant “AL PASO” en el VALLE DE YUNGUILLA-AZUAY.

Específicos

- ✓ Analizar y formar un equipo de trabajo a través del empowerment, que nos permita resolver los problemas de carácter internos y/o imprevistos.
- ✓ Determinar un modelo de gestión para cada puesto de trabajo, delegando responsabilidades a cada persona.
- ✓ Diseñar un manual de servicio para los empleados del Restaurant “al Paso”.

6,5 Análisis de Factibilidad

Dada la apertura por parte de las partes interesadas, y la investigación realizada en torno a la empresa se puede decir que dicha investigación es factible de realización, además de contar con el apoyo y colaboración de los dueños del Restaurant, y de brindarnos toda apertura a la realización de este proyecto que busca el bienestar de una familia y la sociedad en donde se desenvuelve, los medios utilizados así como económicos y técnicos han sido con el apoyo de la misma.

En lo legal es necesaria la realización de hacer todos los trámites requeridos para la realización del presente trabajo de investigación.

En cuanto a la financiación del presente proyecto del Restaurant “al Paso” y el apoyo del dueño del establecimiento, además de contar con el presupuesto para la ejecución.

En presente trabajo presenta una ayuda a la sociedad en torno al Restaurante, ya que satisface las necesidades de los consumidores potenciales y nuevos.

6,6 Fundamentación

Los propósitos planteados en el Restaurant “al Paso” se deberá establecer en un tiempo definido, con el fin de que se cumpla las metas y objetivos planteados para poder obtener el éxito deseado.

Para la buena Imagen Profesional vale aclarar que un 60% de las decisiones de compra se deciden, se desarrolla con exactitud y eficiencia todas las labores recomendadas por su superior ya que a ellas les delegan tareas de máxima responsabilidad por lo que el perfil requerido para este puesto es una persona comprometida, además resolutive y dinámica.

El modelo de gestión debe contemplar a los distintos componentes naturales de la especialidad, de manera que en la operatividad se articulen los mismos con un sentido versátil, simple, dinámico y efectivo.

Es una investigación de tipo concluyente, pues se operó desde el mes de enero del 2010. Con lo cual se deja un margen para el error y este puede ser alterable, dadas las decisiones que se manejan en el entorno económico-social.

6.7 Metodología-Modelo Operativo

Metodología- Modelo operativo

Cuadro # 19

Fases o etapas	Objetivo	Actividad	Recursos	Responsable	Tiempo
Analizar y formar un equipo de trabajo a través del empowerment, que nos permita resolver los problemas de carácter internos y/o imprevistos.	A través de reuniones de area	Reunir al personal de trabajo de la empresa.	Personal operativo y administrativo del Restaurant.	Jefe del proyecto y Dueños	Flexible- Alterable
Determinar un modelo de gestion para cada puesto de trabajo, delejando responsabilidades a cada persona.	A través del FODA	Asistir a las reuniones de trabajo y diseñar un modelo de funciones.	Personal operativo y administrativo del Restaurant.	Jefe del proyecto y Dueños	Flexible- Alterable
Diseñar un manual de servicio en el restaurant “al Paso”	A través de análisis de FODA Y REUNIONES DE AREA	Diseñar un manual de servicio y proponerlo.	Personal operativo y administrativo del Restaurant.	Jefe del proyecto y Dueños	Flexible- Alterable

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Desarrollo del modelo de gestión de funciones para mejorar la calidad en el Servicio al Cliente del Restaurant “al Paso” en el Cantón Santa Isabel- Azuay.

Análisis

Un Modelo de gestión es la representación ideal y práctica del proceso de capacitación, que comprende un esquema explicativo de las operaciones que se deben realizar para su debido cumplimiento con el fin de mejorar la eficiencia del servicio, optimizar la capacidad y fomentar el desarrollo del empleado.

Con el propósito de contribuir con una herramienta de apoyo para el mejoramiento continuo de la empresa, se propone un modelo de gestión para los empleados del Restaurant “al Paso”.

Se pretende que con la implementación del modelo y las técnicas del trabajo en equipo, que los empleados del Restaurant “al Paso” estén en capacidad de manejar sus emociones, mejorar la eficiencia del servicio, incrementando así el prestigio del Restaurant y favoreciendo a la sociedad en recibir un servicio más eficiente y competitivo.

ACCIONES

MODELO DE GESTIÓN BASADO EN EL EMPOWERMENT, MODELO QUE PERMITA ELEVAR LA CALIDAD DEL SERVICIO A LOS CLIENTES DEL RESTAURANT “AL PASO” EN EL VALLE DE YUNGUILLA-AZUAY.

INDICE GENERAL

6.7.1.1 Introducción

- ¿Qué es empowerment?
- ¿Qué es un equipo con empowerment?
- Características de equipos con empowerment

6.7.1.2 Objetivos

- General
- • Específicos

6.7.1.3 Como se puede aplicar el empowerment

6.7.1.4 Principios de empowerment

6.7.1.5 Valores del empowerment

- Organización de Empowerment
- El camino hacia Empowerment
- • Modelo de Liderazgo para el empowerment
- La naturaleza del equipo con empowerment
- Elementos de un equipo con empowerment

6.7.1.6 La Tecnología del empowerment

6.7.1.7 Bibliografía

6.7.2 MANUAL DE FUNCIONES

6.8 MANUAL DE SERVICIOS

6.8.1 Objetivos

6.8.2 Funciones

6.8.3 Responsabilidades de los puestos de trabajo

6.8.4 Políticas de calidad

6.8.5 Calculo del Nivel de Satisfacción del cliente.

6.8.6 Buzón de Quejas y Sugerencias.

6.8.7 Capacitación

- Interés
- Consumo Idóneo de Alimentos
- Aspectos Nutricionales

- **Procedimientos para accesorios y adornos en la mesa**
- **Consideraciones medioambientales para el Restaurant**
- **Consideraciones de Mantenimiento y sostenibilidad**
- **Consideraciones de seguimiento en el Restaurant**
- **Funcionamiento del cerebro del cliente (Neuromarketig).**

6.8.8 PROGRAMAS DE CAPACITACION

- **Plan de acción**

6.7.1.1 Introducción

Empowerment quiere decir potenciación o empoderamiento, y se basa en capacitar para delegar poder y autoridad a los subordinados y transmitirles el sentimiento de que son dueños de su propio trabajo, es además una herramienta utilizada tanto en la calidad total, como en reingeniería, que provee de elementos para fortalecer los procesos que llevan a las empresas a su adecuado desarrollo.

También, se puede decir, que es un proceso por medio del cual se puede maximizar la utilización de las diversas capacidades de los recursos humanos. En este proceso se suele trabajar en grupos que comparten el liderazgo y las tareas administrativas que poseen facultades para evaluar, mejorar la calidad del desempeño y el proceso de información, además de proporcionar ideas para las estrategias del negocio.

Así mismo el empowerment, ocurre cuando la gerencia proporciona a los empleados toda la información conocimiento y recursos requeridos para desempeñarse en sus tareas asignadas y además les permite ejecutarlas en forma que sea necesaria para lograr los resultados deseados siempre y cuando se ajusten a los valores de la organización.

El empowerment requiere de un liderazgo eficaz que diariamente sea capaz de dirigir a la gente en el sentido correcto y que esos seguidores se identifiquen con los valores y la misión de la organización y puedan aportar ideas para la ejecución de los objetivos

trazados. Con esto se obtiene que el líder tenga varias características muy importantes y particulares, siendo capaz de motivar a sus subordinados a que se incorporen a sus labores con entusiasmo.

- **¿Qué es empowerment?**

Es un proceso estratégico que busca una relación de socios entre la organización y su gente, aumentar la confianza responsabilidad autoridad y compromiso para servir mejor al cliente. (Chumpitaz, 2012, pág. 1)

- **¿Qué es un equipo con empowerment?**

Son grupos de trabajo con empleados responsables de un producto, servicio que comparten el liderazgo colaboran en el mejoramiento del proceso del trabajo planean y toman decisiones relacionadas con el método de trabajo.

- **Características de equipos con empowerment:**

1. Se comparten el liderazgo y las tareas administrativas
2. Los miembros tienen facultad para evaluar y mejorar la calidad del desempeño y el proceso de información.
3. El equipo proporciona ideas para la estrategia de negocios.
4. Son comprometidos flexibles y creativos.
5. Coordinan e intercambian con otros equipos y organizaciones.
6. Se mejora la honestidad las relaciones con los demás y la confianza.
7. Tienen una actitud positiva y son entusiastas.

6.7.1.2 Objetivos

Generales

Analizar los Factores Internos y Externos que generan un Deficiente Servicio al Cliente en los restaurantes dirigidos a clientes y Diseñar estrategias que contribuyan a mejorar el Servicio al Cliente en los restaurantes dirigidos a clientes.

Específicos

- ✓ Identificar los factores personales que influyen en el deficiente servicio al cliente ofrecido en el restaurant.

- ✓ Indagar si las condiciones en las que el restaurant prestan sus servicios permiten captar nuevos clientes en relación a la competencia.
- ✓ Determinar si la satisfacción de las expectativas de los clientes internos y externos permite brindar un servicio de calidad.
- ✓ Investigar las posibles estrategias de Servicio al Cliente que permitan superar el problema del Deficiente Servicio al Cliente ofrecido en el restaurant.
- ✓ Seleccionar las Estrategias de Servicio al Cliente más adecuadas y viables.
- ✓ Estructurar técnicamente las estrategias de servicio al cliente que permitan solucionar el problema del deficiente servicio al cliente en el restaurant.

6.7.1.3 Como se puede aplicar el empowerment

Se necesita de los siguientes elementos:

1- Acondicionar los puestos de trabajo:

Consiste en mejorar los puestos de trabajo para que los empleados se sientan cómodos y puedan tener sentido de orientación, posesión y responsabilidad, para que desarrolle los siguientes atributos:

- ✓ Autoridad.
- ✓ Diversidad.
- ✓ Reto.
- ✓ Rendimiento significativo.
- ✓ Poder para la toma de decisiones.
- ✓ Cambios en las asignaciones de trabajo.
- ✓ Atención de un proyecto hasta que se concluya.

2- Equipos de trabajo

Se debe diseñar planes de capacitación integral para desarrollar las habilidades técnicas de cada empleado. Los equipos de trabajo organizan a las personas en forma tal, que

sean responsables por su rendimiento o áreas de trabajo, los equipos de trabajo toman muchas de las responsabilidades que eran asumidas por los supervisores, esta es una excelente forma de energizar al personal, y motivarlos a mejorar la toma de decisiones en cuanto a:

- ✓ Planificación.
- ✓ Organización interna
- ✓ Selección del líder
- ✓ Rotación de puestos

3- Entrenamiento:

Generalmente se necesita el entrenamiento para desarrollar habilidades cuando los colaboradores y equipos asumen mayores responsabilidades, el personal con Empowerment debe poder dirigir a otros y resolver sus propios conflictos sin tener que apelar a una autoridad más alta.

4- Planes de carrera y desarrollo:

Son los beneficios y facilidades que la organización proporciona a los empleados, para mejorar su calidad de vida y la de su grupo familiar y de esta manera podrán seguir formándose académicamente y desarrollar carreras dentro de la organización.

6.7.1.4 Principios de empowerment

Principios de empowerment

“Asignarles autoridad y responsabilidad sobre las actividades.

Definir estándares de excelencia.

Proveer retroalimentación oportuna sobre el desempeño de los miembros del proceso.

Reconocer oportunamente los logros.

Confiar en el equipo.

Siempre hay una mejor manera de hacer las cosas (mejoramiento continuo).

Tratar a los colaboradores con dignidad y respeto.

Dar la capacitación necesaria para alcanzar los objetivos y metas.

Proveer la información y herramientas necesarias para facilitar y asegurar la toma de decisiones, adecuada y oportuna” (Ramirez, 2005, pág. 1)

6.7.1.5 Valores del empowerment

“Valores del empowerment

Orgullo: Sentir satisfacción por hacer las cosas bien constantemente.

Unión y Solidaridad: Esfuerzo conjunto al reconocer que todos son interdependientes.

Voluntad: Deseo de hacer siempre ese esfuerzo para seguir alcanzando las metas más altas.

Atención a los detalles: Hábito constante de controlar todos los factores por pequeños que parezcan que inciden en la operación y en el cliente.

Credibilidad: Confianza que se desprende al convertir en compromiso personal individual y grupal las promesas realizadas.” (Avila, 2005, pág. 1)

- **Organización de empowerment**

Desde el principio de los setenta las organizaciones en todo el mundo empezaron a reemplazar su estructura tradicional por un mayor compromiso y alta involucración del personal.

La estructura tradicional está hecha en forma de pirámide, en donde las funciones son altamente especializadas, sus límites son claras y hay un control de los supervisores para asegurar que el trabajo sea rápido y consistente, en conclusión la gente que ocupa la punta de la pirámide es la gente que planea y piensa mientras que los niveles más bajos son los hacen el trabajo.

La estructura de involucración del personal y un mayor compromiso esta en forma de círculo o de red por que puede verse como un conjunto de grupos o equipos coordinados trabajando en función de un mismo objetivo.

Características del círculo:

El cliente está en el centro.

Se trabaja en conjunto cooperando para hacer lo que se debe.

Comparten responsabilidad, habilidad y autoridad.

El control y la coordinación vienen a través de continua comunicación y decisiones.

Los empleados y el gerente tienen capacidad para trabajar con otros.

Hay pocos niveles de organización.

El poder viene de la habilidad de influir e inspirar a los demás no de su jerarquía.

Las personas se manejan por si mismas y son juzgados por el total de su trabajo el enfoque es hacia el cliente.

Los gerentes son los que dan energía proveen las conexiones y dan empowerment a sus equipos.” (Corona, 2012, pág. 8)

- **El camino hacia empowerment**

“Es necesario definir las funciones con claridad antes del proceso de transformación y durante este. Las organizaciones necesitan entre quince meses y cinco años para completar las etapas de empowerment y se necesita un alto nivel de ayuda, compromiso y apoyo para llevar a cabo el proyecto.

Durante el desarrollo de empowerment habrá tropiezos que pueden ser previsibles, no debemos estancarnos por los problemas si no enfrentarlos y resolverlos, uno de estos tropiezos son:

Inercia: dificultad en decidirse a empezar.

Dudas personales: creer que usted no es capaz, ni puede crear en su lugar de trabajo.

Ira: echarle la culpa a los demás por tener que pasar por todo esto.

Caos: se ven tantas formas de llegar al final que uno se pierde en el camino.” (ANÓNIMO, pág. 1)

- **Modelo de liderazgo para el empowerment**

La mayoría de los líderes está de acuerdo en que la organización jerárquica, rígida y voluminosa ha sobrevivido a su utilidad. Las tareas de liderazgo son demasiado complejas para que una sola persona tenga todas las respuestas. La información y el

conocimiento están más fácilmente al alcance de todos que de una sola persona, por suerte que los niveles excesivos de gerencia ya no son necesarios ni apropiados. El antiguo modelo tradicional para líderes que buscaba llegar a la cima, estimulaba el acaparamiento del poder y la influencia; por fortuna, las organizaciones se han estado reestructurado para liberarse de ese modelo y equiparse totalmente para alcanzar el éxito deseado. La estructura jerárquica y tradicional y la cultura burocrática se construyeron sobre un fundamento:

- ✓ Organización jerárquica
- ✓ Estructura formal de arriba – abajo
- ✓ Cultura Burocrática
- ✓ Impulsada por las políticas y procedimientos
- ✓ Liderazgo del poder de la posición
- ✓ Autocrático, dominado por el jefe

En los actuales momentos se requiere de un nuevo modelo para construir una empresa de clase mundial, alto desempeño, para movilizar el potencial latente de la gente y para enfrentar los retos de la competencia; Este modelo de liderazgo para el empowerment se desplaza del “poder de la posición” hacia el “poder de la gente”, en el cual, a todas las personas se les dan roles de liderazgo de manera que puedan contribuir con lo mejor de sus capacidades.

De esta manera, el liderazgo junto con la responsabilidad y el cumplimiento se distribuyen por toda la organización, lo que se traduce en una cultura más participativa, más creativa y más sensible. Todo esto va apareado con una estructura más nueva, más plana y más flexible constituida por equipos de liderazgo interactuantes ligados por el conocimiento y por las redes de comunicación.

Cuando se aplica con efectividad, el empowerment moviliza a los individuos y a los equipos auto dirigidos no sólo para ejecutar ordenes, sino también para innovar y mejorar los productos, servicios y programas, a menudo con resultados que abren nuevos caminos.

El empowerment permite además a los jefes de las organizaciones se concentren en necesidades más amplias, como la formulación de nuevas visiones, la determinación de estrategias y prioridades y el entrenamiento de equipos de configuración de una cultura que sustente la excelencia.”

Resultado del nuevo modelo de liderazgo para el empowerment:

- ✓ *Organización Plana y Flexible*
- ✓ *Equipos informales de colaboración, alta tecnología y redes de comunicación.*
- ✓ *Cultura Participativa*
- ✓ *Inspirada, creativa, sensible.*
- ✓ *Liderazgo Para El Empowerment*
- ✓ *Responsabilidad descentralizada y participación del poder*
 - **La naturaleza del equipo con empowerment**

El equipo esta donde empowerment crece, el ingrediente más importante de empowerment es la relación directa entre usted y la gente con quien trabaja.

Técnicas para crear empowerment

Sistema de sugestión.
Empleado del mes.
Entrenamiento.
Creación de equipo.
Círculos de calidad.
Platicas motivacionales.
Enriquecimiento de puestos.
Sinergia del grupo.

Un equipo con empowerment usa el talento de todos sus miembros para crear aun mejores resultados. Esta sinergia de mucha gente trabajando junta produce con frecuencia resultados impresionantes.

Para desarrollar esta sinergia hay un conjunto de elementos básicos que guían a los grupos de trabajo con empowerment.

- **Elementos de un Equipo con Empowerment**

El trabajo de un gerente moderno es la creación de equipos con empowerment. Para hacer esto necesita desarrollar ciertos elementos importantes. Los gerentes y los empleados participan en el desarrollo de ciertos elementos importantes. Ellos son la base de toma de decisiones con equipos empowerment.

Respeto

Hay respeto cuando la gente coopera y los demás tienen motivaciones constructivas. Cada persona tiene necesidades personales; agendas y preferencias que deben ser negociadas. La organización no puede estar siempre primero.

Información

La gente que trabaja junta necesita información completa. El gerente necesita informar a su personal en forma clara y completa y dejar que saque sus propias conclusiones. La información debe fluir libremente y no ocultarla a cierta gente ni a ciertos niveles de empleados.

Control y toma de decisiones

La gente quiere tomar decisiones acerca de cómo alcanzar sus metas y la mejor manera de hacer un trabajo. Los gerentes con empowerment no asumen que ellos saben cómo hacer las cosas, sino que le opinen a la gente les ayude a decidir cómo hacerlas. Puede tomar tiempo al principio pero genera un completo acuerdo y un mayor compromiso para lograr mejores resultados.

Responsabilidad

Empowerment significa que la responsabilidad no esta toda sobre los hombros del gerente este puede estar seguro de contar con ayuda y compartirá la recompensa y el

crédito con los demás. Cuando esto pasa los gerentes duermen mejor y se sienten menos solos y desamparados cuando hay una crisis

Habilidades

La gente necesita nuevas habilidades y requiere seguir aprendiéndolas para mantenerse en línea con las necesidades de la organización. Los empleados necesitan tener la oportunidad de aprender para convertirse en verdaderos socios.

6.7.1.6 La Tecnología del empowerment

El papel de la tecnología en el proceso de empowerment es hacer que la información se localice en un lugar donde la gente fácilmente la pueda acceder; y si tienen las habilidades cognitivas para utilizarla, entonces la gente tendrá un apoyo muy fuerte que le permitirá ser creativo y manejar su área de la manera que todos esperan en un proceso de empowerment.

Los empleados pueden acceder a la información de manera que sea útil para ellos, siempre y cuando apliquen sus habilidades cognitivas, su destreza, herramientas poderosas y teniendo la accesibilidad adecuada; pero sobre todo deben poseer una capacitación correspondiente.

Pasos Para Implementar El Empowerment

Para llevar a cabo un empowerment eficaz y a corto plazo, debemos tener en cuenta los siguientes pasos:

Nº 1- Preparar Bases Sólidas:

- Tener claro lo que significa facultar: Debemos tener claro que facultar, significa valorar a las personas y comprender las contribuciones que pueden hacer; mediante el desempeño del equipo, tanto a nivel individual como en su totalidad. También, significa asumir la responsabilidad de las decisiones y del trabajo.

- Tener claros los puntos: debemos realizar una lista de algunos puntos importantes que es probable que resulten al facultar:
- Información: permite a los equipos intercambiar información con libertad; la información es importante, ya que cualquier iniciativa exitosa al respecto se basa en una mejora en la comunicación. Se descubrirá que las personas desean cambiar ideas y sugerencias sobre la forma en que se trabaja.
- Recursos: debemos verificar de lo que se dispone y si es necesario obtener algo de dinero como parte del plan y también se puede crear un fondo de contingencia o un pequeño fondo durante un lapso determinado.
- Oportunidades de capacitación: es posible que el equipo necesite orientación.
- Nueva tecnologías: para poder empezar a trabajar debe haber un entorno de trabajo adecuado.
- El personal: proceso de descubrir que pueden ofrecer, que les gusta y en que son buenos después de ayudarlos a enlazar sus talentos con los objetivos que se establecen.
- Más preparación al personal: es importante examinar con claridad los motivos, esperanzas y miedos propios. Se debe empezar con un marco mental positivo ya que es preciso enfrentar algunos miedos y tratar de buscar la manera de superarlos, debemos conocer los temores y expresarlos, hay que dar respuesta a los miedos porque a lo mejor el grupo comparte alguno de ellos
- Buscar ayuda: Se debe determinar el tipo de ayuda que se necesita para hacerlo Funcionar, se deben identificar los obstáculos. Es necesario saber donde podrían surgir de modo que se puedan ser superados.
- Tener muy claro el punto de partida: es muy difícil comenzar a valorar a las personas a menos que se sepa de donde provienen. Lo primero que se observa en la organización es la cultura organizacional, que significa en que forma se hacen las cosas aquí, si la organización es muy jerárquica y se resiste al cambio el trabajo de facultar es más difícil.

N° 2 - Barreras al facultar:

Debido a que facultar significa permitir a las personas asumir responsabilidades, es necesario pensar en los obstáculos que se encuentran en el camino, es por ello que se necesitará crear un plan para dismantelar todas las barreras.

- Hacer una tormenta de ideas personal: es ponerse en lugar de los demás o bien buscar la barrera que uno enfrenta. La clave es cerciorarse que no se deje ningún rincón por explorar y tomar en cuenta toda la información.
- Reunir al equipo y probarlo: significa, reunir al grupo y comenzar a descubrir cosas de ellos y ver cuales son las barreras que creen enfrentar, no se deben descalificar o eliminar las ideas de nadie ni tratar de rebatir las barreras que se proponen.
- Desarrollar una lista de actividades para la eliminación de barreras: se deben anotar todas las barreras que sean posibles de eliminar de inmediato, a mediano y largo plazo y luego enumerar en orden de importancia y ver si se atacaron con éxito.
- Encontrar una manera de verificar el éxito: desarrollar la lista de estrategia y encontrar dos o tres formas de llevarlas a cabo.

Nº 3 - Identificar talentos ocultos:

Se debe aprovechar al máximo las habilidades y experiencias del equipo y utilizarlo con mayor regularidad y eficacia. Se debe ayudar a las personas a tener confianza en sus propias habilidades.

Nº 4 - Mantener el control:

Lo principal es la seguridad en sí mismo y que si se desarrolla con eficacia no debería existir el temor, la herramienta más importante son los objetivos sanos y firmes. El resentimiento puede desarrollarse en equipo si los integrantes sienten que hacen todos los compromisos, realizan todo el trabajo y asumen todos los riesgos. Se deben redactar los objetivos, los cuales deben ser específicos para la persona y para la tarea con que se relaciona, de modo que la persona sepa que se espera de ella; los objetivos deben ser medibles, las personas deben saber lo que se esperan de ellas, hacia donde se dirigen y saber como llegaron allí, y es una forma de saber si va por el camino correcto. Por otra parte deben ser alcanzables y que supongan un reto. Los objetivos deben ser relevantes para la organización y para las personas, y de no ser así, llegar a una negociación. Tenemos que tomar en cuenta que todos los objetivos tienen un límite de tiempo y establecer fecha de revisión y ver cómo funcionan los objetivos.

Nº 5 - El día de la victoria fácil:

Es claro que no se pueden alcanzar de inmediato ninguno de los objetivos grandes y a largo plazo, la meta es hacer que las personas se pongan de pie y comiencen a observar y darse cuenta que las cosas se hacen en forma diferente y mejor. No se pueden subestimar al poder de la recompensa, pero se debe tener claro que lo que es una recompensa para una persona para otra quizás parezca un virtual castigo.

Nº 6 - La comunicación:

Las personas necesitan saber que se espera de ellas y si se toman en cuenta sus ideas ya que si no se toman en cuenta se desconectan. La organización tendrá canales de comunicación para asegurar que se mantiene vivo el mensaje y tener claro lo que se desea alcanzar. Se debe mantener buenas relaciones interpersonales con todos los miembros de la organización.

Nº 7 - Que se aprendió:

Es necesario tener el enfoque mental adecuado, ser honesto y ser paciente y flexible. Hacer que esto funcione requiere tiempo y esfuerzo. Una manera de verificar el avance es realizar algunos escenarios a nivel mental y pensar como se habría podido atacar antes de comenzar, se debe analizar cuales son las metas a alcanzar, el tiempo y desarrollar un plan de acción. Es necesario establecer metas a corto, mediano y largo plazo.

- ✓ Resultados Positivos del Empowerment
- ✓ La persona tiene la responsabilidad, no el jefe o el supervisor, u otro departamento.
- ✓ Los puestos generan valor, debido a la persona que esta en ellos.
- ✓ La gente sabe donde esta parada en cada momento.
- ✓ La gente tiene el poder sobre la forma en que se hacen las cosas.
- ✓ La persona tiene el control sobre su trabajo.
- ✓ El aporte del trabajo de cada individuo es significativo
- ✓ Cada persona puede desarrollar una diversidad de asignaciones.
- ✓ Su trabajo significa un reto para cada individuo y no una carga.

- ✓ El personal de acuerdo a sus responsabilidades tiene autoridad de actuar en nombre de la empresa.
- ✓ Los empleados participan en la toma de decisiones.
- ✓ Las opiniones del personal son escuchadas y tomadas en cuenta.
- ✓ Saben participar en equipo.
- ✓ Se reconocen sus contribuciones.
- ✓ Desarrollan sus conocimientos y habilidades.
- ✓ Tienen verdadero apoyo.
- ✓ Aumenta la satisfacción del cliente final.
- ✓ Mejora cambio de actitud de “tener que hacer” una cosa a “querer hacerla”.
- ✓ Mayor compromiso de los empleados.
- ✓ Mejora comunicación entre empleados y gerentes.
- ✓ Procesos más eficientes de toma de decisiones.
- ✓ Costos de operación reducidos.
- ✓ Una organización más rentable.
- ✓ Cada uno de los individuos que forman parte del recurso humano de la organización estará en la capacidad de:
 - ✓ Controlar conflictos.
 - ✓ Resolver Problemas.
 - ✓ Evaluar diferencias.
 - ✓ Apoyar a sus compañeros.
 - ✓ Ayuda en toma de decisiones.
 - ✓ Participar en reuniones.
 - ✓ Comunicar ideas.
- ✓ Alcanzar el Éxito con Empowerment
 - ✓ Las inversiones deben realizarse tomando en cuenta que se desea alcanzar:
 - ✓ La satisfacción del cliente final.
 - ✓ Mejorar el acabado y calidad en los productos terminados.
 - ✓ Personal más capacitado y consciente de los objetivos trazados por la organización.
 - ✓ Mejorar el clima organizacional.
 - ✓ Las organizaciones deben revisar la cultura existente, así como las estructuras tanto físicas como organizacionales, para cambiar lo que sea inadecuado.

- ✓ El personal a todo nivel dentro de la organización debe estar consciente que los resultados y beneficios que brinda el empowerment, no se reflejan a corto plazo, ya que para alcanzarlos se requieren objetivos consistentes, un cambio de conciencia, pensamientos, creencias y acciones a nivel colectivo. Así como un enfoque adecuado, entrenamiento, aceptación de los nuevos valores y reconocimiento.

Todo lo expresado en los puntos anteriores se logra a través de la práctica y el deseo de cada uno de los miembros de la organización en estar dispuestos a aceptar los cambios.

6.7.1.7 Bibliografía

Libros

- ✓ Steps to Empowerment, A Common-Sense Guide To Managing People,
- ✓ Diane Tracy
Empowerment Takes More Than a Minute,
- ✓ Ken Blanchard, John P. Carlos y Alan Randolph
Cómo Crear un equipo de Alto Rendimiento en su Empresa,
- ✓ Steve Buchholz y Thomas Roth
Empowerment : Cómo Otorgar Poder y Autoridad a Su Equipo de Trabajo,
- ✓ Cynthia D. Scott y Dennis T. Jaffe
Zapp, William C. Byham y Jeff Cox 13.
- ✓ La transferencia del Poder Dentro de la Empresa (Empowerment)

Linkografia

<http://www.educom.on.ca/empowerm.htm>

<http://www.educom.on.ca/brochure.htm>

<http://www.readersndex.com/imprint/00000ln/000005e/>

<http://www.imanage.com/method/softdrivers.htm>

<http://www.imanage.com/method/leverage.htm>

<http://www.imanage.com/method/tactics.htm>

<http://www.imanage.com/method/process.htm>

<http://www.monografias.com>

MANUAL DE FUNCIONES DEL EQUIPO DE TRABAJO

	RESTAURANT “AL PASO” EN EL VALLE DE YUNGUILLA”	
	“EL EMPOWERMENT Y SU EFECTO EN LA CALIDAD AL SERVICIO AL CLIENTE ”	
MANUAL DE FUNCIONES ÍNDICE DEL MANUAL 1. INTRODUCCIÓN..... 1.1 NIVEL DIRECTIVO..... 1.1.01 Liderazgo..... 1.1.02 Planeación..... 1.1.03 Toma de decisiones..... 1.1.04 Dirección y Desarrollo de Personal..... 1.1.05 Conocimiento del entorno..... 2.2 NIVEL PROFESIONAL (Chefs)..... 2.2.01 Experticia Profesional..... 2.2.02 Conocimiento del Entorno..... 2.2.03 Trabajo en equipo y colaboración..... 2.2.04 Creatividad y Innovación..... CODIGO 3.3. NIVEL ASISTENCIAL(Auxiliar de cocina)..... 3.3.01 Aprendizaje.....		

3.3.02 Experticia Profesional.....	
4.4. NIVEL TECNICO (Cocineros).....	
4.4.01 Experticia Técnica.....	
4.4.02 Trabajo en Equipo.....	
4.4.03 Creatividad e Innovación.....	
4.4 NIVEL TECNICO (Meseros).....	
4.4.04 Manejo de la Información.....	
4.4.05 Adaptación al cambio.....	
4.4.06 Disciplina.....	
5.5 JEFE DE RECURSOS HUMANOS.....	
5.5.01 Orientación a Resultados.....	
5.5.02 Orientación al empleado y cliente.....	
5.5.03 Transparencia.....	
5.5.04 Compromiso con la Organización.....	
Realizado Por: Israel Cócheres	

	RESTAURANT “AL PASO” EN EL VALLE DE YUNGUILLA”	
	“EL EMPOWERMENT Y SU EFECTO EN LA CALIDAD AL SERVICIO AL CLIENTE ”	
1.INTRODUCCION Este Modelo de gestión y procedimientos surge por la necesidad manifestada de los clientes del Restaurant “Al paso” de contar con un documento guía que estandarice la realización de los procedimientos. Este modelo de gestión y procedimientos está escrito con un lenguaje sencillo para facilitar su comprensión y aplicación, constituyendo así un instrumento útil para analizar, registrar e interpretar todos los procedimientos que se realizan en el restaurant. Refuerza también la base de conocimientos para aquellos futuros dueños que por alguna razón no cuentan con una base sólida sobre las distintas actividades que conforman los procedimientos ya que se hace una descripción detallada sobre cada una de ellas. Además se incluyen diagramas de flujo de cada procedimiento para facilitar la utilización y práctica de este manual. 1.1.BASE LEGAL: La base legal del modelo de procedimientos administrativos se contempla en el artículo 57 del Código de trabajo. El modelo puede utilizarse como un auxiliar en el reglamento interno de trabajo. OBJETIVO DEL MANUAL Presentar a los dueños del restaurant la planificación, secuencial y detallada de las operaciones de cada uno de los departamentos de producción o unidades administrativas que intervienen en cada actividad, precisando su participación en dichas operaciones y los formatos que se deben utilizar para la correcta realización de las actividades en procedimientos administrativos.		
Realizado Por: Israel Cócheres		



RESTAURANT “AL PASO” EN EL VALLE DE YUNGUILLA”

“EL EMPOWERMENT Y SU EFECTO EN LA CALIDAD AL SERVICIO AL CLIENTE ”



CODIGO:1.1

NIVEL DIRECTIVO(Dueños)

COMPETENCIA	DEFINICIÓN DE LA COMPETENCIA	FUNCIONES-PROPOSITO
Código 1.1.01 Liderazgo	Guiar y dirigir grupos de trabajo, establecer y mantener la cohesión de grupo, necesaria para alcanzar los objetivos plantados.	✓ Integrar y coordinar el trabajo del personal. ✓ Controlar el personal y el restaurante. ✓ Distribuir las funciones ✓ Controlar los presupuestos ✓ Controlar las actividades de las áreas operativas y administrativas ✓ Mantiene a sus colaboradores motivados. ✓ Fomenta la comunicación clara, directa y concreta. ✓ Constituye y mantiene grupos de trabajo con un desempeño conforme a los estándares. ✓ Promueve la eficacia del equipo. ✓ Genera un clima positivo y de seguridad en sus colaboradores. ✓ Fomenta la participación de todos en los procesos de reflexión y de toma de decisiones. ✓ Unifica esfuerzos hacia objetivos y metas institucionales.
Código 1.1.02 Planeación	Determinar eficazmente las metas y prioridades institucionales, identificando las acciones los responsables los plazos y los recursos requeridos para alcanzarlas.	✓ Dirigir y controlar tanto los empleados como el establecimiento y asegurándose que las tareas se realicen de conformidad con lo planeado. ✓ Anticipa situaciones y escenarios futuros con acierto. ✓ Establece objetivos claros y concisos, estructurados y coherentes con las metas organizacionales. ✓ Traduce los objetivos estratégicos en planes prácticos y factibles. ✓ Busca soluciones a los problemas. ✓ Distribuye el tiempo con eficiencia. ✓ Establece planes alternativos de acción.

Realizado Por: Israel Cócheres

	RESTAURANT “AL PASO” EN EL VALLE DE YUNGUILLA”	
	“EL EMPOWERMENT Y SU EFECTO EN LA CALIDAD AL SERVICIO AL CLIENTE ”	
Código 1.1.03 Toma de Decisiones	Elegir entre una o varias alternativas para solucionar un problema o atender una situación, comprometiéndose con acciones concretas y consecuentes con la decisión.	✓ Responsable de tomar decisiones, establecer políticas. ✓ Elige con oportunidad, entre muchas alternativas, los menus a realizar. ✓ Efectúa cambios complejos y comprometidos en sus actividades o en las funciones que tiene asignadas cuando detecta problemas o dificultades para su realización. ✓ Decide bajo presión. ✓ Decide en situaciones de alta complejidad e incertidumbre.
Codigo 1.1.04 Dirección y Desarrollo de Personal	Favorecer el aprendizaje y desarrollo de sus colaboradores, articulando las potencialidades y necesidades individuales con las de la organización para optimizar la calidad de las contribuciones de los equipos de trabajo y de las personas, en el cumplimiento de los objetivos y metas organizacionales presentes y futuras.	✓ Identifica necesidades de formación y capacitación y propone acciones para satisfacerlas. ✓ Permite niveles de autonomía con el fin de estimular el desarrollo integral del empleado. ✓ Delega de manera efectiva sabiendo cuándo intervenir y cuándo no hacerlo. ✓ Hace uso de las habilidades y recurso de su grupo de trabajo para alcanzar las metas y los estándares de productividad. ✓ Establece espacios regulares de retroalimentación y reconocimiento del desempeño y sabe manejar hábilmente el bajo desempeño. ✓ Mantiene con sus colaboradores relaciones de respeto.
Realizado Por: Israel Cócheres		

	RESTAURANT “AL PASO” EN EL VALLE DE YUNGUILLA”	
	“EL EMPOWERMENT Y SU EFECTO EN LA CALIDAD AL SERVICIO AL CLIENTE ”	
Codigo 1.1.05 Conocimiento del entorno.	Estar al tanto de las circunstancias y las relaciones de poder que influyen en el entorno organizacional.	Es consciente de las condiciones específicas del entorno organizacional. Está al día en los acontecimientos claves de cada departamento de producción. Conoce y hace seguimiento a las políticas gubernamentales.
</		

	RESTAURANT “AL PASO” EN EL VALLE DE YUNGUILLA”		
	“EL EMPOWERMENT Y SU EFECTO EN LA CALIDAD AL SERVICIO AL CLIENTE ”		

CODIGO: 2.2 NIVEL PROFESIONAL(Chefs)		
COMPETENCIA	DEFINICIÓN DE LA COMPETENCIA	FUNCIONES-PROPOSITO CAMPO: COCINA
Código 2.2.01 Experticia Profesional	Aplicar el conocimiento profesional en la resolución de problemas y transferirlo a su entorno laboral.	Generar las recetas de los diferentes platos, además de apoyar en el proceso de selección del personal. Entrevistar y apoyar los procesos de selección de aspirantes a cargos en la cocina en coordinación con la oficina de personal. ✓ Conocer los diferentes tipos de montaje de los salones. ✓ Aplicar procedimientos para una mejor rotación de inventarios en la cocina. ✓ Mantenerse en constante comunicación con el contralor de costos para conocer las variaciones de la materia prima. ✓ Inspeccionar porciones, guarniciones, limpieza y decoración de los platos. ✓ Revisar, analizar y autorizar las requisiciones de alimentos que los cocineros solicitan al almacén. ✓ Supervisar la aplicación de normas sanitarias y medidas de seguridad. ✓ Analizar periódicamente los costos reales de cocina. ✓ Elaborar los menús para la alimentación de los empleados. ✓ Supervisar la calidad y limpieza de los alimentos para los empleados. ✓ Capacitar al personal.

		✓ Supervisar y evaluar el trabajo del personal a cargo. ✓ Elaborar los horarios de trabajo ✓ Solicitar personal eventual para la realización de actividades especiales. ✓ Elaborar las requisiciones para la oficina de compras o almacén según el caso ✓ Supervisar la calidad de los alimentos que llegan a la cocina ✓ Apoyar al contralor de costos en la elaboración de recetas estándar ✓ Revisar y autorizar las requisiciones de alimentos que los cocineros solicitan al almacén. ✓ Autorizar las transferencias departamentales ✓ Elaborar los presupuestos de gastos de la cocina. Se comunica de modo lógico, claro, efectivo y seguro.	
Código 2.2..02 Conocimiento del Entorno.	Conocer e interpretar la organización, su funcionamiento y sus relaciones políticas y administrativas.	Comprende el entorno organizacional que enmarca las situaciones objeto de asesoría y lo toma como referente obligado para emitir juicios, conceptos o propuestas a desarrollar.	
Realizado por: Israel Cócheres			



RESTAURANT “AL PASO” EN EL VALLE DE YUNGUILLA”



“EL EMPOWERMENT Y SU EFECTO EN LA CALIDAD AL SERVICIO AL CLIENTE ”

Código 2..2.03 Trabajo en equipo y colaboración	Trabajar con otros de forma conjunta y de manera participativa, integrando esfuerzos para la consecución de metas institucionales comunes.	Coopera en distintas situaciones y comparte información. Aporta sugerencias, ideas y opiniones. Expresa expectativas positivas del equipo o de los miembros o de los miembros del mismo. Planifica las propias acciones teniendo en cuenta la repercusión de las mismas para la consecución de los objetivos grupales. Establece diálogo directo con los miembros del equipo que permita compartir información e ideas en condiciones de respeto y cordialidad. Respeta criterios dispares y distintas opiniones del equipo.
Código 2.2.04 Creatividad e Innovación	Generar y desarrollar nuevas ideas, conceptos, métodos y soluciones.	Ofrece respuestas alternativas. Aprovecha las oportunidades y problemas para dar soluciones novedosas. Desarrolla nuevas formas de hacer y tecnologías Busca nuevas alternativas de solución y se arriesga a romper esquemas tradicionales. Inicia acciones para superar los obstáculos y alcanzar metas específicas.

Realizado por: Israel Cócheres



RESTAURANT “AL PASO” EN EL VALLE DE YUNGUILLA”



“EL EMPOWERMENT Y SU EFECTO EN LA CALIDAD AL SERVICIO AL CLIENTE ”

NIVEL ASISTENCIAL(Auxiliar de Cocina)

COMPETENCIA	DEFINICIÓN DE LA COMPETENCIA	FUNCIONES-PROPOSITO CAMPO: Cocina
Código 3.3.01 Aprendizaje	Adquirir y desarrollar permanentemente conocimientos, destrezas y habilidades, con el fin de mantener altos estándares de eficacia organizacional.	✓ Aprende de la experiencia de otros y de la propia ✓ Se adapta y aplica nuevas tecnologías que se implanten en la organización. ✓ Aplica los conocimientos adquiridos a los desafíos que se presentan en el desarrollo del trabajo. ✓ Asume y realiza cualquier tipo de tarea de apoyo en las diferentes áreas de la cocina (fregado, limpieza, higienización, preparación de materias primas). ✓ Constituyen una buena cantera para la motivación, formación y adquisición de conocimientos teóricos elementales, de habilidades manipulativas y destreza de los futuros cocineros. Asimila nueva información y la aplica correctamente.
Código	Aplicar el conocimiento profesional en la	Analiza de un modo sistemático y racional los aspectos del trabajo, basándose en la información

3.3.02 Experticia Profesional	resolución de problemas y transferirlo en su entorno laboral.	relevante. Aplica reglas básicas y conceptos complejos aprendidos. Identifica y reconoce con facilidad las causas de los problemas y sus posibles soluciones. Clarifica datos o situaciones complejas. Planea, organiza y ejecuta múltiples tareas tendientes a alcanzar resultados inmediatos.
Realizado Por: Israel Cócheres		

	RESTAURANT “AL PASO” EN EL VALLE DE YUNGUILLA”																			
	“EL EMPOWERMENT Y SU EFECTO EN LA CALIDAD AL SERVICIO AL CLIENTE ”																			
<table><tr><th colspan="3">CODIGO: 4.4</th></tr><tr><th colspan="3">NIVEL TÉCNICO(Cocineros)</th></tr><tr><th>COMPETENCIA A</th><th>DEFINICIÓN DE LA COMPETENCIA</th><th>Funciones-Propósito Campo: Cocina</th></tr><tr><td>Código 4.4.01 Experticia técnica</td><td>Entender y aplicar los conocimientos técnicos del área de desempeño y mantenerlos actualizados.</td><td> ✓ Preparación de alimentos establecidos en la carta del hotel. ✓ Revisar diariamente los cuartos fríos, refrigeradores y salsa del día anterior que se encuentren en buen estado para ser usados durante el día. ✓ Elaborar la comida del personal del hotel. ✓ Solicitar materia prima al almacén con la previa autorización del Chef.. </td></tr><tr><td>Código 4.4.02 Trabajo en equipo</td><td>Trabajar con otros para conseguir metas comunes.</td><td> ✓ Identifica claramente los objetivos del grupo y orienta su trabajo a la consecución de los mismos. ✓ Colabora con otros para la realización de actividades y metas grupales. </td></tr><tr><td>Código 4.4.03 Creatividad e Innovación</td><td>Presentar ideas y métodos novedosos y concretarlos en acciones.</td><td> ✓ Propone y encuentra formas nuevas y eficaces de hacer las cosas. ✓ Es práctico. ✓ Busca nuevas alternativas de solución. ✓ Revisa permanentemente los procesos y procedimientos para optimizar los resultados. </td></tr></table>			CODIGO: 4.4			NIVEL TÉCNICO(Cocineros)			COMPETENCIA A	DEFINICIÓN DE LA COMPETENCIA	Funciones-Propósito Campo: Cocina	Código 4.4.01 Experticia técnica	Entender y aplicar los conocimientos técnicos del área de desempeño y mantenerlos actualizados.	✓ Preparación de alimentos establecidos en la carta del hotel. ✓ Revisar diariamente los cuartos fríos, refrigeradores y salsa del día anterior que se encuentren en buen estado para ser usados durante el día. ✓ Elaborar la comida del personal del hotel. ✓ Solicitar materia prima al almacén con la previa autorización del Chef..	Código 4.4.02 Trabajo en equipo	Trabajar con otros para conseguir metas comunes.	✓ Identifica claramente los objetivos del grupo y orienta su trabajo a la consecución de los mismos. ✓ Colabora con otros para la realización de actividades y metas grupales.	Código 4.4.03 Creatividad e Innovación	Presentar ideas y métodos novedosos y concretarlos en acciones.	✓ Propone y encuentra formas nuevas y eficaces de hacer las cosas. ✓ Es práctico. ✓ Busca nuevas alternativas de solución. ✓ Revisa permanentemente los procesos y procedimientos para optimizar los resultados.
CODIGO: 4.4																				
NIVEL TÉCNICO(Cocineros)																				
COMPETENCIA A	DEFINICIÓN DE LA COMPETENCIA	Funciones-Propósito Campo: Cocina																		
Código 4.4.01 Experticia técnica	Entender y aplicar los conocimientos técnicos del área de desempeño y mantenerlos actualizados.	✓ Preparación de alimentos establecidos en la carta del hotel. ✓ Revisar diariamente los cuartos fríos, refrigeradores y salsa del día anterior que se encuentren en buen estado para ser usados durante el día. ✓ Elaborar la comida del personal del hotel. ✓ Solicitar materia prima al almacén con la previa autorización del Chef..																		
Código 4.4.02 Trabajo en equipo	Trabajar con otros para conseguir metas comunes.	✓ Identifica claramente los objetivos del grupo y orienta su trabajo a la consecución de los mismos. ✓ Colabora con otros para la realización de actividades y metas grupales.																		
Código 4.4.03 Creatividad e Innovación	Presentar ideas y métodos novedosos y concretarlos en acciones.	✓ Propone y encuentra formas nuevas y eficaces de hacer las cosas. ✓ Es práctico. ✓ Busca nuevas alternativas de solución. ✓ Revisa permanentemente los procesos y procedimientos para optimizar los resultados.																		
Realizado Por: Israel Cócheres																				

	RESTAURANT “AL PASO” EN EL VALLE DE YUNGUILLA”	
	“EL EMPOWERMENT Y SU EFECTO EN LA CALIDAD AL SERVICIO AL CLIENTE ”	
CODIGO: 4.4.NIVEL TECNICO(Meseros)		
COMPETENCIA	DEFINICIÓN DE LA COMPETENCIA	Funciones-Propósito Campo: Departamento de alimentos y bebidas.
Código 4.4.04 Manejo de la información	Manejar con respeto las informaciones personales e institucionales de que dispone.	✓ Tener conocimiento de los platillos del menú, así como el tiempo de elaboración y los ingredientes en los cuales están preparados. ✓ Sugerir al cliente aperitivos, cócteles, y bebidas después de la cena. ✓ Sugerir alguna ensalada o especialidad de la casa. ✓ Conocer y aplicar el sistema para elaborar las ordenes. ✓ Presentar la comanda a los cocineros para que salga el plato. Servir los alimentos en la mesa. ✓ Conocer y aplicar los diferentes tipos de servicio utilizados en la mesa. ✓ Servir los alimentos del buffet cuando sea la solicitud del cliente. ✓ Recoger los platos sucios. ✓ Presentar al cliente la cuenta para que se efectué su pago. ✓ Asistir al cliente al momento de retirarse del restaurante. ✓ Observar que los clientes no olviden ningún objeto y hacer su respectiva devolución. ✓ Hacer limpieza de las mesas, estaciones de servicio, ceniceros, etc. ✓ Hacer el adecuado montaje de las mesas. ✓ Conocer el correcto manejo de la loza y cristalería para evitar quebrarlos.

		✓ Es responsable de tener surtidas las estaciones de servicio con todo lo necesario: sal, azúcar, salsas, cubiertos, servilletas, etc. ✓ Presentarse al cliente con amabilidad y cortesía (No tutear al cliente).
Código 4.4.05 Adaptación al cambio	Enfrentarse con flexibilidad y versatilidad a situaciones nuevas para aceptar los cambios positiva y constructivamente.	✓ Acepta y se adapta fácilmente a los cambios. ✓ Responde al cambio con flexibilidad. ✓ Promueve el cambio.
Código 4.4.06 Disciplina	Adaptarse a las políticas institucionales y buscar información de los cambios en la autoridad competente.	✓ Acepta instrucciones aunque se difiera de ellas. ✓ Realiza los cometidos y tareas del puesto de trabajo. ✓ Acepta la supervisión constante. ✓ Realiza funciones orientadas a apoyar la acción de otros miembros de la organización.
Realizado Por: Israel Cócheres		

	RESTAURANT “AL PASO” EN EL VALLE DE YUNGUILLA”	
	“EL EMPOWERMENT Y SU EFECTO EN LA CALIDAD AL SERVICIO AL CLIENTE ”	
CODIGO:5.5 JEFE DE RECURSOS HUMANOS		
COMPETENCIA	DEFINICIÓN DE LA COMPETENCIA	FUNCIONES-PROPOSITO CAMPO: Departamento de desarrollo de personal
Código 5.5.01 Orientación a resultados	Administrar el personal de la empresa gestionando procesos de selección, control y retiro de empleados, y liderar programas de salud ocupacional, afiliaciones a EPS, ARP, AFP, CCF, liquidaciones de nomina, seguridad social y parafiscales, velar por el cumplimiento de las funciones y ejecutar sanciones disciplinarias.	✓ Control de inventarios de alimentos y bebidas. ✓ Costo diario de alimentos y bebidas. ✓ Costo mensual de alimentos y bebidas. ✓ Autoliquidación: Liquidación de Seguridad Social y Parafiscales. ✓ Planilla de Asistencia: Documento de control de asistencia de los empleados del punto de venta. ✓ Registro de Entradas y ✓ Salidas del Personal: ✓ Documento de control sobre las horas de apertura, almuerzo y cierre del almacén. ✓ Libranzas: Deducciones salariales por créditos de empleados (Requiere de Aprobación del Ministerio de Protección Social). ✓ Memorando a Personal: Llamados de atención escritos por incumplimiento de las políticas de la empresa.
Código 5.5.02 Orientación al empleado y cliente.	Dirigir las decisiones y acciones a la satisfacción de las necesidades e intereses de los usuarios internos y externos, de	✓ Atiende y valora las necesidades y peticiones de los usuarios y de los clientes en general en general. ✓ Da respuesta oportuna a las necesidades de los usuarios de conformidad con el servicio que ofrece el restaurant. ✓ Establece diferentes canales de comunicación

	conformidad con las responsabilidades públicas asignadas a la entidad.	con el usuario con el usuario para conocer sus necesidades y propuestas y responde a las mismas. ✓ Reconoce la interdependencia entre su trabajo y el de otros.
Realizado Por: Israel Cócheres		

	RESTAURANT “AL PASO” EN EL VALLE DE YUNGUILLA”		
	“EL EMPOWERMENT Y SU EFECTO EN LA CALIDAD AL SERVICIO AL CLIENTE ”		
Código 5.5.03 Transparencia	Hacer uso responsable y claro de los recursos, eliminando cualquier discrecionalidad indebida en su utilización.	✓ Proporcionar información veraz, objetiva y basada en los hechos. ✓ Facilita el acceso a la información relacionada con sus responsabilidades y con el servicio a cargo de la entidad en que labora. ✓ Demuestra imparcialidad en sus decisiones. ✓ Ejecuta sus funciones con base en las normas y criterios aplicables. ✓ Utiliza los recursos de la entidad para el desarrollo de las labores y la prestación del servicio.	
Código 5.5.04 Compromiso con la Organización	Alinear el propio comportamiento a las necesidades, prioridades y metas organizacionales.	✓ Promueve las metas de la organización y respeta sus normas. ✓ Antepone las necesidades de la organización a sus propias necesidades. ✓ Apoya a la organización en situaciones difíciles. ✓ Demuestra sentido de pertenencia en todas sus actuaciones.	
Realizado Por: Silvia Basantes			

**6.8 MANUAL DE SERVICIO Y ATENCION AL CLIENTE PARA LOS EMPLEADOS
DEL RESTAURANT “AL PASO” EN EL VALLLE DE YUNGUILLA (SANTA ISABEL)
(RESTAURANT “AL PASO”)
(GRAFICO DE LA EMPRESA)
(AZUAY - ECUADOR)
(2013)**







INSTRUCCIONES PARA SU USO

El manual de servicios contiene información detallada sobre la metodología que se aplicará en el proceso inicial de capacitación para solventar las necesidades prioritarias encontradas en la investigación.. Para la implementación del modelo deberán cumplirse las siguientes instrucciones:

El manual deberá ser manejado por los propietarios de la empresa siendo ellos los encargados de encaminarnos por una ruta de cambio en la empresa.

La difusión del documento será responsabilidad de los propietarios de la empresa y del administrador ejecutante respectivo.

ÁMBITO DEL MANUAL

El manual propuesto se enfocará a ser aplicado primeramente a los propietarios de la empresa, para que ellos hagan participe la respectiva capacitación y desarrollo de los empleados del Restaurant “al Paso” en el Cantón Santa Isabel-Azuay.

6.8.1 Objetivos

- ✓ Sistematizar los procesos en la elaboración de los alimentos.
- ✓ Programar los menús respectivos, para los respectivos días de trabajo.
- ✓ Se brindará a los clientes un servicio competitivo y de mejor calidad.
- ✓ El Restaurant contará con una herramienta de apoyo para alcanzar el éxito empresarial a través del elemento humano.
- ✓ La disponibilidad del Restaurant “al Paso” en la implementación del programa de capacitación y desarrollo al personal.

El diseño de esta manual se adapta a las necesidades de capacitación detectadas con la aplicación de la investigación elaborada, dirigido al personal que labora en el Restaurant “al Paso” del Cantón Santa Isabel-Azuay, las habilidades encontradas se basaron en su mayoría en habilidades intrínsecas de cada individuo las cuales constaban de aptitudes personales y sociales y sus respectivas dimensiones.

6.8.2 Funciones

Funciones para los Propietarios

Usted como propietario del restaurante debe considerar los siguientes aspectos:

- ✓ Contrate personal adecuado para el desempeño de su labor con el nivel de exigencia requerido, y en número suficiente para la realización de las labores como: cocina, recepción y entrega de pedidos, cobro, entre otras.
- ✓ Tome en cuenta el perfil del trabajador y su experiencia, frente a los requisitos necesarios de formación para el desempeño satisfactorio de su labor.
- ✓ Elabore un documento sencillo, el cual incluya las funciones y responsabilidades del personal; defina claramente los horarios, turnos y descansos.
- ✓ Establezca un calendario de reuniones periódicas con sus empleados con el fin de comentar posibles incidencias, informar de novedades, estimular actuaciones que se consideren acertadas; y establezca cambios que se pretendan realizar para la corrección o mejora del servicio al cliente.

- ✓ Cuento con suficientes juegos de mantelerías y servilletas para poder proceder a su cambio después de cada servicio y manteniendo un mismo modelo en toda las mesas.
- ✓ Si dispone de sobremanteles o salvamanteles en cualquiera de sus acepciones, mantenga el mantel inferior bajo las condiciones de uso y limpieza adecuadas.
- ✓ Los manteles, sobre manteles, salvamanteles debe incluir un diseño y colores acordes con la decoración ambiental del restaurante, y estar en buenas condiciones, carentes de desperfectos, descosidos o rotos, limpios y sin arrugados.
- ✓ En el restaurante se dispondrán de vajillas adecuadas a cada uso dentro de su actividad, y en número suficiente para proceder a su cambio después de cada servicio y manteniendo el mismo modelo de ser posible, deberán estar en buenas condiciones, carentes de desperfectos, limpias y brillantes.
- ✓ Disponga de cuberterías adecuadas a cada uso dentro de su actividad, y en número suficiente para proceder a su cambio después de cada servicio y manteniendo un mismo modelo en toda la mesa. Deberán estar en buenas condiciones, carentes de desperfectos, limpias y brillantes.
- ✓ Disponga de cristalerías adecuadas a cada uso dentro de su actividad, y en número suficiente para proceder a su cambio después de cada servicio y manteniendo un mismo modelo en toda la mesa. Deberán estar en buenas condiciones, carentes de desperfectos, limpias y brillantes.
- ✓ Abra los productos cerrados como las bebidas en presencia del cliente. En caso de vinos o cavas se mostrará antes la etiqueta al cliente para su comprobación.
- ✓ Cambie los vasos o copas con cada cambio de vino o cada nuevo servicio de una bebida.
- ✓ Sirva todos los platos de la mesa a la vez y retírelos también a la vez cuando el último de los comensales haya terminado.

Funciones para el Cocinero

Ud. al ser la persona encargada de preparar los alimentos, considere que el tipo de cocina depende de los ingredientes y de las costumbres que Ud tiene para preparar los alimentos. Considere los siguientes aspectos:

- ✓ Use ropa protectora de color blanco que les cubra el cuerpo, lleve completamente cubierto el cabello y use calzado apropiado.
- ✓ Toda su vestimenta debe ser lavable, manténgala limpia y en buen estado de conservación.
- ✓ Limpie las plataformas, pisos, paredes, campanas, mesas de despacho, estufas, etc.
- ✓ Limpie y ordene del área de lavado
- ✓ Procure el funcionamiento óptimo de las instalaciones, comprobando que las cañerías no estén tapadas; que las llaves y tuberías no goteen y que las conexiones no tengan fugas.
- ✓ Prepare platillos apetitosos y bien sazonados, combinando texturas y colores en su presentación.
- ✓ Controle las porciones y supervise que los platillos se preparen, presenten y sirvan de acuerdo a los estándares de calidad y cantidad establecidos.
- ✓ Disminuya al máximo el desperdicio
- ✓ Supervise la limpieza, higiene y sanidad de la materia prima así como las diversas áreas de servicio.
- ✓ Conozca los procedimientos para congelar y descongelar.
- ✓ Conozca los sistemas de almacenamiento y orden de la materia prima.
- ✓ Conozca todo lo relacionado con la recepción de alimentos perecederos y no perecederos, revisando su frescura, madurez, calidad y presentación.
- ✓ Conozca los procedimientos para la preparación y combinación de los alimentos.
- ✓ Supervise que se cuente con todo el material necesario para las actividades de cocina.

- ✓ Solicite con oportunidad y en los horarios establecidos, los alimentos que requiere para preparar el menú.
- ✓ Aplique los estándares de higiene y calidad
- ✓ Conserve las coladeras o canales de grasa limpias y sin estancamiento.
- ✓ Mantenga las ventanas protegidas con mallas para impedir la entrada de insectos.
- ✓ La superficie o anaquel que se utilice para almacenar los alimentos, debe estar limpio a 15 cms sobre el nivel del piso para evitar el contacto con el techo y permitir el flujo del aire entre los productos.
- ✓ Almacene los alimentos en recipientes cubiertos, etiquetados o rotulados con la fecha de elaboración y expendio, separando los cocidos de los crudos con la precaución de mantener estos últimos en los compartimientos inferiores.

Funciones para los Meseros

Los meseros deben considerar las siguientes funciones para lograr un óptimo desempeño:

- ✓ Sea puntual al llegar a su trabajo. Si Ud se presenta continuamente tarde a su trabajo, demuestra su falta de interés en el trabajo y una falta de respeto al propietario del restaurante y a sus compañeros.
- ✓ Conozca del área en donde trabaja, para que pueda aconsejar al cliente acerca de las diversas formas de diversión que ofrecen. Este conocimiento demuestra que el mesero se esfuerza al máximo por complacer a su cliente.
- ✓ Sea atento, tenga tacto, buen carácter y tenga el ánimo bien dispuesto. Converse con el cliente en una forma amable, utilizando un lenguaje correcto; la habilidad de sonreír en el momento oportuno obtiene muy buenos dividendos.
- ✓ No actúe de una manera servil, sino anticípese a las necesidades y deseos de los clientes. Vigile con cuidado a los clientes durante el servicio, pero sin mirarlos con fijeza y siempre tenga cuidado cuando trata con un cliente difícil.

- ✓ No discuta jamás con el cliente, pues eso sólo agravaría la situación, dirija las quejas al dueño del restaurante.
- ✓ Cultive la buena memoria, puede serle útil en varias formas en su trabajo si sabe lo que les agrada o desagrada a los clientes, por ejemplo en dónde prefieren sentarse, cuáles son sus bebidas favoritas, entre otros aspectos.
- ✓ Demuestre una conducta impecable en todo momento, en especial frente al cliente.
- ✓ Presente una imagen pulcra, recuerde que la primera impresión es la que cuenta.
- ✓ Ud debe poseer un conocimiento muy completo de todas las formas de alimentos y bebidas que se ofrecen en el restaurante.
- ✓ Desarrolle su sentido de urgencia, recuerde que hay cosas que no pueden esperar.
- ✓ Cerciórese de que los clientes tenga todo lo que requieren y estén totalmente satisfechos, anticipése a las necesidades del cliente.
- ✓ Ud deberá conocer todo lo referente al menú la composición de los diferentes platillos y sus aderezos; los cubiertos adecuados, los acompañamientos y el servicio, a fin de que pueda aconsejar a los clientes en sus elecciones.
- ✓ Demuestre modales agradables, dando muestras de cortesía y tacto, tenga buen carácter y sentido del humor y jamás se disguste, aun cuando en ocasiones las cosas puedan ser difíciles.
- ✓ Si hay derrames, limpie de inmediato porque hay riesgo de resbalones al momento servir.
- ✓ No use una charola rota.
- ✓ Asegure que esté estable la charola y agárrela bien antes de poner cosas pesadas en ella (ponga estas cosas en el centro de la charola)
- ✓ No sobrecargue las charolas; asegure distribuir el peso uniformemente por la charola.
- ✓ Use charolas que permiten agarrarse más o menos a lo ancho de los hombros.
- ✓ Detenga la charola con las dos manos, especialmente si está completamente llena.
- ✓ Amontone platos del mismo tamaño juntos.

- ✓ Nunca empalme las tazas más de dos, una encima de otra.
- ✓ Ponga cubiertos similares juntos en la charola (para evitar riesgos de cortaduras al separarlos antes de lavar).
- ✓ Use una charola aparte para llevar vasos.
- ✓ Al limpiar sin charola, amontone los platos en el brazo en capas equilibradas, colocando los cubiertos con seguridad.
- ✓ No cargue más de lo que se puede llevar fácilmente sin peligro.
- ✓ Al quitar basura, asegure que todos los cigarros y puros estén apagados y desechados en un contenedor de metal aparte que no tenga papel.
- ✓ Deseche con mucho cuidado vidrio o platos rotos en un contenedor designado.
- ✓ Al transportar platos calientes, use un trapo grueso y seco (los trapos mojados pasan más rápido el calor y aumentan el riesgo de quemaduras).
- ✓ Advierta a los clientes (especialmente a los niños) si los platos, platos hondos, o tarros y tazas están calientes.
- ✓ Preste atención especial al llevar platos o platillos calientes por escaleras.

Funciones para el Personal del Restaurante

- ✓ Abroche los botones de su uniforme no arremangue su camisa.
- ✓ Use su respectivo uniforme durante el desempeño de su labor.
- ✓ Debe portar la placa o sello distintivo con su nombre al costado izquierdo de su pecho para que el cliente lo identifique.
- ✓ Use calzado sólido con suela antideslizante y apropiadamente ajustado para reducir el riesgo de resbalones, tropiezos, y caídas.
- ✓ Si Ud es mujer no use faldas largas con colas ya que aumentan el riesgo de tropiezos; pero tampoco minifaldas que les impidan agacharse; lo conveniente es una falda a la altura de la rodilla o un pantalón cómodo sea jean o de tela.
- ✓ No use mangas largas y sueltas, ya que pueden enredarse en las manillas de puertas y los respaldos de las sillas de los clientes.

- ✓ Recoja su cabello para prevenir que llegue a estar en contacto con llamas (quemadores portátiles, velas) o se enrede al pasar por cortinas de plástico en las puertas.
- ✓ Mantenga una imagen aseada y discreta.
- ✓ No se admitirán tatuajes o piercings visibles, uñas pintadas en colores marcados, anillos o pendientes exagerados y, en general, cualquier aditamento o complemento discordante con la imagen pretendida.

Funciones para los encargados de la Limpieza General

Considere las siguientes exigencias para la limpieza general de su restaurante:

- ✓ Extreme la limpieza y desinfección del local, mobiliario, utensilios, menaje, vajilla, cristalería, vestuario, etc.
- ✓ Realice las tareas generales de limpieza del local y de sus instalaciones se antes o después del horario de apertura al público, salvo el necesario mantenimiento de utensilios, menaje, vajilla, cristalería de uso continuo, que deberá extremar las precauciones para no provocar molestias a los clientes.
- ✓ Apenas abra el restaurante los suelos y revestimientos deberán estar perfectamente secos.
- ✓ Su restaurante debe contar con un sistema para evitar la introducción de agua en días de lluvia, incluso por el simple tránsito de clientes. En ningún caso se podrán utilizar materiales eventuales para el secado del agua ocasional, como aserrín, cartones, periódicos o similar.
- ✓ Lave sus manos luego de usar el baño, después de manejar dinero o implementos sucios, después de fumar, toser o estornudar o luego de tocar su cara, su cabello o cualquier cosa que pueda contaminar los alimentos. Lave y seque sus manos con una toalla limpia.
- ✓ Use los mangos de cuchillos, tenedores y cucharas, y tome los platos por la base y el borde. Los vasos deben tomarse por la parte inferior (por el pie si se trata de copas). Evite colocar los dedos en los vasos o en los alimentos mientras sirve o

limpia. Esto es importante porque cualquier bacteria nociva puede ser traspasada a la comida.

- ✓ En lo concerniente a los servicios higiénicos deben mantenerse limpios en todo momento.
- ✓ Limpie y desinfecte las sillas para niños después de cada uso.
- ✓ Disponga de áreas o compartimentos para el almacenamiento de los implementos de aseo y sustancias utilizadas para la limpieza, tales como escobas, escobillas, detergentes, etc., los cuales deben mantenerse y almacenarse de forma que no contaminen los alimentos, los utensilios, el equipo o la ropa.

6.8.3 Responsabilidades de los puestos de trabajo

Responsabilidades para los Dueños

El propietario del restaurante debe considerar las siguientes exigencias y responsabilidades para satisfacer a sus colaboradores:

- ✓ Brindar un trato equitativo a sus empleados.
- ✓ Pagarles un sueldo justo y en forma puntual.
- ✓ Afiliarles al IESS.
- ✓ Capacitarles como mínimo tres veces al año en temas como: servicio al cliente, relaciones humanas, entre otros.
- ✓ Motivarles a través de incentivos tanto económicos (dinero en efectivo, bonos etc) como no económicos (felicitaciones verbales, cartas de felicitación, etc).
- ✓ Su responsabilidad como propietario del restaurante es proveer a todos sus empleados del respectivo uniforme, para su confección prefiera colores como: negro, azul marino, concho de vino, café o plomo que denotan sobriedad y seriedad.
- ✓ Proporcione a sus empleados la correspondiente placa o sello distintivo con el nombre de cada uno de ellos para que los clientes puedan identificarlos.

Responsabilidades del Personal del Restaurant

Procure que todo el personal que trabaja en su restaurante cumpla con las siguientes normas generales de higiene y responsabilidad.

- ✓ Baño diario y aseo personal
- ✓ Lave sus manos constantemente
- ✓ Goce de un buen estado de salud
- ✓ Use su uniforme y mantenga una presentación impecable
- ✓ No maneje dinero mientras manipula alimentos.
- ✓ No fume cuando se preparen o manipulen los alimentos
- ✓ No use joyería
- ✓ Deshágase de desperdicios y residuos de comida
- ✓ No se chupe los dedos
- ✓ No pruebe los alimentos con las manos
- ✓ Mantenga sus uñas cortas y limpias
- ✓ No manipule alimentos cuando tenga heridas e infecciones en la piel.

Preparación higiénica de Alimentos

Es esencial que Ud como propietario del restaurante o la persona encargada de comprar los alimentos tome en cuenta las siguientes consideraciones:

- ✓ Seleccione proveedores calificados que cuenten con productos elaborados de alta calidad y que cumplan con estrictas normas de higiene.
- ✓ Adquiera de preferencia las carnes y embutidos en lugares tales como: supermaxi, y frigoríficos que cumplan con los requerimientos antes mencionados.
- ✓ Compre las frutas, verduras, legumbres, granos y leguminosas diariamente en los mercados de la localidad y de inmediato prepárelos para que el cliente se beneficie de su valor nutricional.

- ✓ Cuente con proveedores calificados para el abastecimiento de gaseosas, refrescos, agua mineral entre otras bebidas no alcohólicas; y promueva el consumo de jugos naturales.

6.8.4 Políticas de calidad

Normas de cortesía en la mesa

Los clientes del restaurante deben considerar las siguientes normas de cortesía en la mesa:

- ✓ Empezar a comer cuando todo el mundo esté servido.
- ✓ Diga gracias cuando le sirvan, tampoco descuide el por favor para solicitar cualquier cosa.
- ✓ Mastique silenciosamente y no hable nunca con la boca llena.
- ✓ Los ruidos emitidos cuando se bebe, por ejemplo un caldo, están rigurosamente prohibidos.
- ✓ No llene nunca demasiado la boca.
- ✓ Lleve la comida a la boca y no al revés.
- ✓ Mantenga el busto erguido, pero sin rigidez.
- ✓ Coloque la servilleta en el centro del servicio de la mesa (dentro del plato), en el lado izquierdo del servicio de la mesa (alado del plato), dentro de la copa o vaso.
- ✓ No ate la servilleta alrededor del cuello, colóquela sobre la falda ó los pantalones.
- ✓ No utilice el mantel, la servilleta o cualquier otra tela para limpiar los cubiertos.

6.8.5 Calculo del Nivel de Satisfacción del cliente.

INDICE CALIFICADOR DE LA SATIFACCION DE LOS CLIENTES DEL RESTAURANT “AL PASO”

Variable	Expectativa	Percepción/Rendimiento	Satisfacción
Empleados	7	8.8	1.8
Alimentos	7	8	1
Infraestructura	6	7.5	1.5
Servicio Tangible	5	6.5	1.5
Servicio Intangible	4	4.5	0.5
Gusto	6	7.2	1.2
Trabajo en equipo	6	6.3	0.3
Total			7.8

Ítem	Nota	Observación
9-10	Excelente	
8-9	Muy Bueno	
7-8	Bueno	
6-7	Regular	
5-6	Malo	
4-5	Muy Malo	
3-4	Pésimo	

Fórmula para Determinar el Nivel de Satisfacción del Cliente:

Para darle una aplicación práctica a todo lo visto anteriormente, se puede utilizar la siguiente fórmula:

$$\text{Rendimiento/Rendimiento-Expectativas=Satisfacción}$$

6.8.6 Buzón de Quejas y Sugerencias.

RESTAURANT “AL PASO” EN EL VALLE DE YUNGUILLA QUEJAS Y/O SUGERENCIAS

Con la finalidad de mejorar nuestra atención, este formato le permitirá emitir sus comentarios, inquietudes, sugerencias o cualquier queja derivada de los servicios que se le presta de antemano gracias por su tiempo.

Buzón de Sugerencias



Queremos mejorar nuestro servicio y atención al cliente así que si tienes alguna sugerencia o queja sobre nosotros nos gustaría que nos informases. Ante todo queremos ofrecer a nuestros clientes el mejor servicio y atención que podamos darle.

Agradecemos de ante mano tus sugerencias.

Nombre

E-Mail

Asunto

Sugerencia

Marque la casilla que proceda:

Área que lo atendió: -----

Persona que lo atendió: -----

Servicio proporcionado:

Utilice este campo para describir la queja/sugerencia.

La información aquí vertida es estrictamente confidencial y sólo será utilizada con el propósito de mejorar nuestro servicio. Para hacer contacto con usted, sea tan amable de proporcionarnos sus datos a continuación:

Nombre: _____

Teléfono: _____

Mail: _____

Procedimiento para tratar quejas y Sugerencias

Las quejas y sugerencias de los clientes internos y externos deben ser tomadas en cuenta, los clientes internos se encuentran en contacto directo con el cliente y son capaces de proponer interesantes y válidas ideas para ofrecer productos y servicios que superen las expectativas del cliente.

Considere los siguientes requerimientos para atender una queja:

- ✓ Ud como propietario del restaurante reciba las quejas y sugerencias de su personal con la mayor atención hasta el final de la exposición y sin interrumpir en ningún caso.

- ✓ Ud como empleado reciba las quejas y sugerencias de los clientes con la mayor presteza, aun cuando el cliente pudiera no tener razón no entre en discusión con el cliente, intentando respetuosamente derivar el asunto hacia problemas de comunicación, malentendidos o disfunciones en el servicio.
- ✓ Presente disculpas en cualquier caso y tome las medidas oportunas para evitar situaciones parecidas en el futuro.
- ✓ En caso de que el cliente persistiera en la queja se le ofrecerá manifestarla directamente al propietario.
- ✓ Ofrezca al cliente el impreso correspondiente de reclamación para reflejarla por escrito al propietario.
- ✓ Su deber como propietario del restaurante es aplicar encuestas de satisfacción del cliente en el momento de presentación de la factura correspondiente al servicio prestado; en el cuestionario no deben incluirse más de 10 preguntas, las mismas deberán ser de selección múltiple, para que el cliente las responda con rapidez y facilidad.
- ✓ Ubique un buzón de sugerencias en un lugares visible dentro del restaurante, el personal que trabaja en los restaurantes debe explicar a los clientes que con el fin de lograr un servicio de calidad, es conveniente que ellos emitan su opinión por escrito y en forma reservada y anónima, entregue una hoja de papel en blanco y un esfero, retírese y permita que el cliente exprese su opinión por escrito y posteriormente dígame que deposite la nota en el buzón de sugerencias del restaurante.

CAPACITACIÓN

La capacitación es un proceso educacional a corto plazo aplicado de manera sistemático y organizado, mediante el cual las personas aprenden conocimientos específicos y relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización de la tarea y del ambiente y desarrollo de habilidades. El contenido de la capacitación puede involucrar algunos ítems a tomar en cuenta:

Para atender al cliente con calidad y calidez todo empleado del restaurante debe considerar los siguientes aspectos:

- ✓ Debe contar con un amplio conocimiento de la oferta del restaurante, tanto de sus productos y elaboraciones como del servicio o las instalaciones, informando al cliente sobre condimentos, elaboración, cantidades, orientando o sugiriendo alternativas a sus peticiones para facilitar la elección, ahorrando tiempo en la confección del pedido.
- ✓ Ofrezca al cliente la posibilidad de llevarse el producto no consumido (vino o comestibles) en envoltorios adecuados. Se proponen fórmulas de cortesía como preguntar al cliente que no acaba de comer o que se deja una parte importante de la comida en el plato: “¿Me permite que se lo envuelva para que pueda llevárselo?”
- ✓ Atienda al cliente de forma inmediata.
- ✓ Utilice un tono de voz suave y su ritmo de transmisión debe ser relajada que no refleje ni prisas ni ansiedad.
- ✓ Tenga capacidad para escuchar (se trata de que el cliente pueda expresar todo aquello que desea y que se realice un esfuerzo de comprensión).
- ✓ Realice preguntas que faciliten lo que el cliente quiere comunicar.
- ✓ Controle su agresividad.
- ✓ Sea capaz de sonreír.
- ✓ Hable el idioma que el cliente quiere escuchar.
- ✓ Mantenga un control visual en la zona de contacto con el cliente.
- ✓ Evite realizar trabajos paralelos o jugar con objetos mientras atiende a su cliente.
- ✓ Procure asentir regularmente cuando el cliente habla.
- ✓ Conteste las preguntas y si no se saben las respuestas realice el esfuerzo de buscar la información.
- ✓ Mantenga el nivel físico con el cliente cuando este está de pié.
- ✓ Si se dirige a clientes que se encuentran sentados debe mantenerse de pie.
- ✓ Cuando el personal está en situación de espera, se mantendrá a la vista del cliente, evitando apoyarse en elementos decorativos, paredes o mobiliario.
- ✓ Evite meterse las manos en los bolsillos y, en la medida de lo posible, cruzarse de brazos.

- ✓ No dé la espalda al cliente en el caso de que exista un mostrador o barra.
- ✓ Se trate o no de su área de actuación si un cliente se dirige a Ud, atiéndale con amabilidad verificando que el cliente satisface su demanda.
- ✓ Atienda al cliente con rapidez y esmero, no juegue con su tiempo.
- ✓ Deje los trabajos que pudiera estar realizando, siempre que esto sea posible, cuando un cliente se dirige a Ud, en caso de que no fuera posible se pedirán disculpas y se intentará atenderlo con la mayor celeridad.
- ✓ Si Ud está ocupado con un cliente y llega otro cliente presencial o por teléfono, realice una indicación gestual de identificación y mantenga el contacto visual con el cliente en espera.
- ✓ Sea discreto y evite conversaciones o llamadas personales que puedan ser oídas por el cliente.
- ✓ Cualquier problema de trabajo entre el personal deberá ser resuelto sin perder la compostura y manteniendo tonos de voz y un vocabulario correcto.
- ✓ Si va a interrumpir a un miembro del personal que está atendiendo a un cliente, previamente solicite la autorización del cliente.
- ✓ Si por cualquier motivo tiene que dejar al cliente, pídale disculpas, intentando que un compañero se ocupe lo más rápidamente de él.
- ✓ Si Ud está realizando una gestión que requiere una espera del cliente, mantenga como mínimo el contacto visual durante el desarrollo de la misma, pero si la espera sobrepasa los 5 minutos ofrézcale al cliente un lugar donde sentarse a esperar.
- ✓ Ud debe poseer un conocimiento exhaustivo de la oferta del establecimiento, tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo: elaboraciones, instalaciones y servicios, y sus horarios.
- ✓ Cuando el cliente ingrese sólo al restaurante se le debe brindar un trato especial, lo fundamental es que se sienta entretenido mientras espera recibir su orden; algunas alternativas pueden ser: entregarle el periódico para que se informe, si es un hombre sólo darle revistas vinculadas con los últimos modelos de automóviles, si es una mujer entregarle revistas vinculadas con belleza, cosméticos, ropa; etc.; o en general sea hombre o mujer que esté solo o sola el

mesero puede entregarle una revista vinculada con alimentación, nutrición etc; pero nada referente a enfermedades, violencia o temas que podrían quitarle el apetito.

Interes

Para dirigirse a su cliente considere los siguientes aspectos:

Atención.- Preséntese de forma impecable, use un tono de voz adecuado, conozca sobre el servicio que va a brindar y sugiérale al cliente lo que puede comer.

Interés.- Pregunte al cliente sus gustos y preferencias en cuanto a los alimentos que desea servirse, dele a conocer 2 o 3 alternativas del menú del día.

Deseo.- Despierte el deseo del cliente en cuanto a un determinado plato, pinte el plato en la mente del cliente, describa su contenido.

- **Consumo idóneo de Alimentos**

- ✓ Consuma diariamente lácteos, verduras, frutas, carnes blancas, pan y otros cereales.
- ✓ Consuma cada semana pescado (3-4 raciones por semana), carnes poco grasientas (3-4 raciones por semana) y huevos (3-4 raciones por semana), legumbres (2-4 raciones por semana), cereales como arroz y pasta (2-4 raciones por semana) y frutos secos (3-7 raciones por semana).
- ✓ Consuma ocasionalmente grasas (aceites de oliva y semillas; girasol, maíz, soja, etc.), dulces, caramelos, pasteles, refrescos, helados... Carnes grasas y embutidos.
- ✓ Tome de 7 a 8 vasos de agua pura y sin gas para hidratarse y mejorar su metabolismo.

Aspectos Nutricionales

Sírvase incluir en el menú diario que ofrece a sus clientes los siguientes alimentos:

- ✓ Sirva plátano como entrada o como postre, es excelente para calmar los nervios, es rico en vitamina B6 que interviene en la transformación de los compuestos proteicos en serotonina, una sustancia relajante que reduce la ansiedad. Esta fruta también contiene otros compuestos, como magnesio, ácido fólico, vitamina C y fibra vegetal que levantan el ánimo y las defensas, debilitados por el estrés.
- ✓ Incluya trocitos de naranja en ensaladas o es una buena opción para el postre, ésta fruta es antiestrés, contiene vitamina C y nutrientes esenciales para la función nerviosa, como el ácido fólico y la tiamina.
- ✓ Utilice la manzana para preparar las ensaladas o sírvala como postre, ésta fruta se digiere rápidamente, tiene un efecto equilibrante del azúcar o glucosa en la sangre, y por tanto de la energía con que cuenta el organismo.
- ✓ Sirva fresas a sus clientes como postre, pueden prepararse al almíbar, con crema o solas, esta fruta contienen fibra soluble, que ayudan a retardar el proceso de la digestión, contribuye a mantener niveles de la sangre en azúcar estables y ayuda a que la persona se sienta menos irritable.
- ✓ No olvide incluir al chocolate en sus postres ya que aumenta la producción de feniletilamina, un compuesto que el cerebro segrega cuando recibe un estímulo emocional, y contiene componentes como la teobromina y la cafeína, que estimulan la actividad intelectual y la agudeza mental.
- ✓ Prepare la avena sea en sopa o como bebida complementaria al menú la cual al ser licuada con fruta aporta gran cantidad de nutrientes, contiene vitaminas B6 y B5, un compuesto cuya carencia se relaciona con los cambios de humor, el dolor de cabeza y la fatiga, además está provista de proteínas, grasas insaturadas, carbohidratos, vitaminas, minerales y fibra.
- ✓ Por lo menos una vez en semana sirva arroz integral, que es un carbohidrato complejo que ayuda a que el estado de ánimo y la vitalidad sean estables a lo largo del día, evitando los altibajos de energía y que sobrevenga el agotamiento. El arroz integral tiene un efecto calmante debido a su aminoácido triptofano y sus vitaminas del grupo B, de efecto neuroregulador.

- ✓ Ubique en el centro de la mesa un plato con rebanadas de pan integral, el cual es ideal para combatir el desánimo y el mal humor, beneficia el sistema nervioso, la sangre, las arterias e intestinos.
- ✓ Procure servir un vaso de leche semidescremada o licuada con frutas en el desayuno, la leche contienen proteína del suero, que reduce la tensión, mejora el humor y realza la memoria.
- ✓ Incluya pescado frito o estofado en el segundo plato, el atún y la sardina también son excelentes opciones, estos pescados son ricos en ácidos grasos omega-3, y los estudios han establecido una conexión entre los niveles bajos de omega-3s y la depresión.
- ✓ Ud debe utilizar en la preparación de su menú alimentos como: espinacas, hojas verdes (culantro, perejil), col, brócoli, germen de trigo, soya, lentejas, que contribuye a estabilizar el humor.
- ✓ Sirva a sus clientes como postre un vaso de yogur semidescremado, ya que es una buena fuente de la proteína y ayuda a mantener el buen humor retrasando la absorción de carbohidratos en la circulación sanguínea.

Procedimiento para accesorios y adornos en la mesa

- ✓ Distribuya estratégicamente algunos saleros, azucareros, ajiceros, pimenteros y bandejitas con mantequilla o queso.
- ✓ Coloque un pequeño florero con flores artificiales en el centro de la mesa.
- ✓ Otra opción puede ser ubicar en el centro de la mesa piezas de porcelana, madera o cerámica.
- ✓ No recargue la mesa de adornos que se vuelvan un estorbo.

Consideraciones medioambientales para el Restaurante

Tome en cuenta los siguientes requerimientos medioambientales en el restaurante:

- ✓ Ud como propietario del restaurante preste atención a los aspectos de sostenibilidad y protección del medio ambiente, con medidas tendientes a

conseguir un consumo responsable de agua, electricidad, gas, climatización, y otras, y reducir el impacto ambiental negativo.

- ✓ Reduzca el consumo de recursos naturales y energéticos no recuperables, la disminución en la generación de residuos, reutilizables o reciclables cuando sea posible, y minimizar el impacto ambiental de emisiones atmosféricas, acústicas y residuales ineludibles.
- ✓ Utilice en su restaurantes botes de basura que le permitan diferenciar entre plástico, vidrio, cartón, con el fin de crear una cultura de reciclaje dentro del restaurante.
- ✓ Recicle todo el material posible (bolsas de papel o recipientes de cartón), desechándose los materiales plásticos, incluidas bolsas.
- ✓ Recicle el papel de las facturas o las cartas de menús, contribuyendo a mejorar la imagen medioambiental del restaurante.
- ✓ Todos los materiales de limpieza deben ser lo menos agresivos posible con el medio ambiente (sin cloro o fosfatos) y preferentemente biodegradables.
- ✓ Clasifique y almacene todos los residuos del restaurante de forma selectiva, hasta su depósito en los contenedores municipales correspondientes.
- ✓ Muestre especial atención a los residuos contaminantes, como aceites de cocina usados, o tóxicos, como focos fluorescentes que contienen mercurio.

Consideraciones de Mantenimiento y Sostenibilidad.

Considere las siguientes exigencias en cuento al mantenimiento y sostenibilidad en el restaurante:

- ✓ Su restaurante debe contar con la respectiva sectorización de la instalación de iluminación, dotadas las distintas redes o circuitos de mecanismos de accionamiento que permitan el mejor aprovechamiento de la energía en cada caso.
- ✓ Opte por la iluminación de bajo consumo. Utilice focos ahorradores.

- ✓ En los servicios higiénicos disponga de interruptores, griferías o secadores de manos, temporizadores u otros sistemas que impidan el gasto innecesario en el uso de la luz, el agua o la energía.
- ✓ En su restaurante debe contar con dosificadores de jabón y dispensadores de toallas y ubíquelos en lugares visibles para el uso responsable de los servicios por parte de los clientes.
- ✓ Para lavar los alimentos y enseres utilice agua de contención, no lo haga bajo chorro continuo.
- ✓ En la cocina realice una correcta limpieza y mantenimiento de hornos, hornillas entre otros.

Consideraciones de seguridad en el Restaurante

Es básico contar con las siguientes normas de seguridad.

- ✓ El personal que labora en el restaurante debe conocer sobre el protocolo a seguir en caso de emergencia (número al que llamar, intento de extinción, evacuación del local) o de accidente (número al que llamar, proximidad de centros de atención sanitaria, dirección y teléfonos de hospitales y clínicas cercanas al lugar)
- ✓ Cuente con por lo menos dos extinguidores de incendios y un botiquín completo de primeros auxilios.

Funcionamiento del cerebro del cliente (Neuromarketing)

Ud. puede aplicar las siguientes estrategias de neuromarketing en su restaurante:

- ✓ Coloque nombres a los platos del menú que hagan referencia al nombre de un familiar: “La Sopa de la Abuelita” o “El Bisteck del tío Juan” pueden ser alternativas.
- ✓ No ponga el signo monetario en el precio de cada uno de los platos.

- ✓ Coloque un plato en el menú más caro que otros. Los comensales verán el precio alto y luego tenderán a pedir y consumir los platos “más baratos” pero más rentables para el restaurante.
- ✓ Ponga los platos más rentables donde va la mirada.
- ✓ Antes de servir el respectivo menú ofrézcale al cliente una bebida caliente, puede ser té o café ya que las bebidas calientes logran que las personas que las toman se sientan más receptoras y vean a quien se las ofrece de forma más amigable.
- ✓ Ubique uno o dos canastos o fundas de frutas, verduras, leguminosas y otros alimentos frescos de manera que el cliente pueda visualizarlos; así al cerebro de los comensales llega la señal de que los alimentos son frescos.
- ✓ Reciba al cliente con una amplia pero espontánea sonrisa y manténgala por lo menos por 20 segundos y despídase de la misma manera.
- ✓ Estimule al cliente con olores agradables, que el menú que Ud ofrece ese día el cliente primero lo reconozca por el olor, utilice para el baño ambientales con aromas florales, frutales que sean agradables al olfato del cliente y no demasiado fuertes porque hay quienes tienen sensible éste sentido.
- ✓ Presente un plato colorido a su cliente y decórelo con la mayor prolijidad con el fin de estimular su apetito.
- ✓ Decore los platos que va a servir a los niños y deles forma de manera que ellos puedan asociarlos con animales, juguetes, personajes favoritos etc.

6.8.8 PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN

Los empleados nuevos tienen que aprender habilidades nuevas y como es probable que estén muy motivados; se pueden familiarizar, sin grandes dificultades, con las habilidades y la conducta que se esperan de su nuevo cargo. Por otra parte, capacitar a los empleados con experiencia puede ser bastante problemático máximamente cuando las personas muestran resistencia a los cambios o cuando consideran que no necesitan capacitación.

No siempre resulta fácil definir las necesidades de capacitación de estos empleados y, cuando se puede hacer, la persona involucrada se podría molestar si se le pide que cambie la manera acostumbrada de desempeñar su trabajo.

Para que la capacitación sea efectiva es necesario que el empleado conciba la capacitación como una herramienta a través de la cual pueden adquirirse nuevos conocimientos o ampliar los que ya se tienen.

Los administradores pueden valerse de cuatro procedimientos para determinar la capacitación que necesitan las personas de su organización:

Evaluar el desempeño. El trabajo de cada empleado se mide comparándolo con las normas de desempeño o los objetivos establecidos para su trabajo.

Analizar los requisitos del trabajo. Se estudian las habilidades o los conocimientos que se especifican en la descripción del trabajo correspondiente y los empleados que no cuenten con las habilidades o los conocimientos necesarios pasan a ser candidatos para un programa de capacitación.

Analizar la organización. Se estudia la eficacia de la organización y su éxito para alcanzar las metas, con el objeto de determinar las diferencias que existen. Por ejemplo, los miembros de un departamento con una tasa elevada de rotación o con antecedentes de bajo desempeño quizá requieran capacitación adicional.

Las encuestas de los empleados. Se pide a los empleados que describan los problemas que están teniendo con su trabajo y las medidas que consideran necesarias para resolverlos.

PLAN DE ACCIÓN

AREA CLAVE: Empleados del Restaurant

OBJETIVO: Mejorar la eficiencia del servicio al cliente del Restaurant “al Paso” en el Cantón Santa Isabel-Azuay.

PLAN DE ACCIÓN: Plan para la capacitación y desarrollo de los empleados del Restaurant a través del uso del empowerment.

PROPÓSITO: Lograr una capacitación y desarrollo de la Inteligencia Emocional de los empleados del Restaurant.

RESPONSABLE BÁSICO: Jefe de personal.

Cuadro # 20 Plan de acción

PASOS	RESPONSABLE	DURACIÓN (DIAS)
1.DEFINICIÓN DE DIRECTRICES ▪ Identificar las funciones y requisitos de los puestos en el área del personal del Restaurant.	JEFE DE PERSONAL	15
▪ Preparación del curso de capacitación por grupos, de acuerdo a las necesidades de los empleados.	JEFE DE PERSONAL Y EMPLEADOS	5
2.RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN ▪ Intercambio de ideas con empleados del Restaurant. ▪ Encuesta de los empleados ▪ Contacto con personal especializado en Capacitación y Desarrollo.	JEFE DE PERSONAL	10

6.9 PREVISION DE LA EVALUACION

6.9 Cuadro # 21 Previsión de la evaluación

INICIATIVA	ACTIVIDADES	FECHAS	RESPONSABLE	META
1.Medir desempeño de los procesos	* Manejo de Histogramas de Frecuencias * Utilización de Diagramas de Pareto	Sep/Oct 2011	Bodeguero	Reconocer las faltas en los procesos naturales
2.Establecer Medidas Correctivas	* Analizar los resultados arrojados por las diferentes herramientas (Diagramas Histogramas)	Nov / Dic 2011	Gerencia	Direcciona y encaminar los procesos hacia los objetivos y calidad en la empresa
3.Efectuar seguimiento del proceso	* Elaborar tablas de Control de errores en los Procesos *Elaborar directrices de acuerdo a la norma de Calidad aplicada	Indefinido	Gerencia	Identificación y control de posibles errores

Fuente: Restaurant "al Paso"

Elaborado por: Israel Cócheres

MATERIALES DE REFERENCIA

1. BIBLIOGRAFIA

Libros

- ✓ Marketing de los servicios, Idelfonso Grandes Esteban(2005)
- ✓ Ingeniería de Servicios(Picazo, Luis 1992)
- ✓ Zeithaml, Bitner-Marketing de servicios, segunda edición 2002)
- ✓ Ediciones Culturales
- ✓ Marketing para servicios- Estrategias para turismo, finanzas, salud y comunicación.
- ✓ ANZOLA ROJAS, Sérvulo, *Curso básico de Administración de Empresas*.
- ✓ Edit. Mc. Graw Hill. Sta. Fé Bogotá. Colombia. 2000
- ✓ GARCIA, Glenda. *“Módulo de metodología de la investigación”*.
- ✓ Universidad Estatal de Bolívar. Guaranda. Ecuador. S/a ed.
- ✓ KOON, Harold; WEIRICH, Heinz. *“Administración, una perspectiva global”*. Edit. Mc. Graw Hill. México D. F. México.
- ✓ PONCE, Lourdes. *“Módulo de Administración”*. Universidad Estatal de
- ✓ Bolívar. Guaranda. Ecuador. S/a ed.

2. LINKOGRAFIA

Internet

<http://www.gestiopolis.com/canales7/mkt/estrategias>

<http://www.myclienteyyo.com.ar>

<http://www.monografias.com/trabajos>

<http://cukmi.com/el-negocio-de-la-comida-local-es-mas-grande-de-lo-que-todos-suponian/>

<http://servicioalclienterestaurantes.blogspot.com/>

http://www.mercadeo.com/48_relacion.htm

[http:// www.monografias.com/marketing](http://www.monografias.com/marketing)

<http://www.monografias.com/trabajos11/power/power.shtml>

<http://www.monografias.com/trabajos16/gestion-del-talento/gestion-del-talento.shtml>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Administraci%C3%B3n>

http://es.wikipedia.org/wiki/Recursos_humanos

<http://www.monografias.com/trabajos35/atencion/atencion.shtml>

<http://www.monografias.com/trabajos11/sercli/sercli.shtml>

<http://www.rrhh-web.com/capacitacion.html>

<http://www.rrhh-web.com/capacitacion.html>

<http://www.secretosderestaurantes.com>

<http://espaciogastronomico.com>

[:http://www.monografias.com/trabajos11/power/power.shtml#ixzz2k6bSsUtZ](http://www.monografias.com/trabajos11/power/power.shtml#ixzz2k6bSsUtZ)

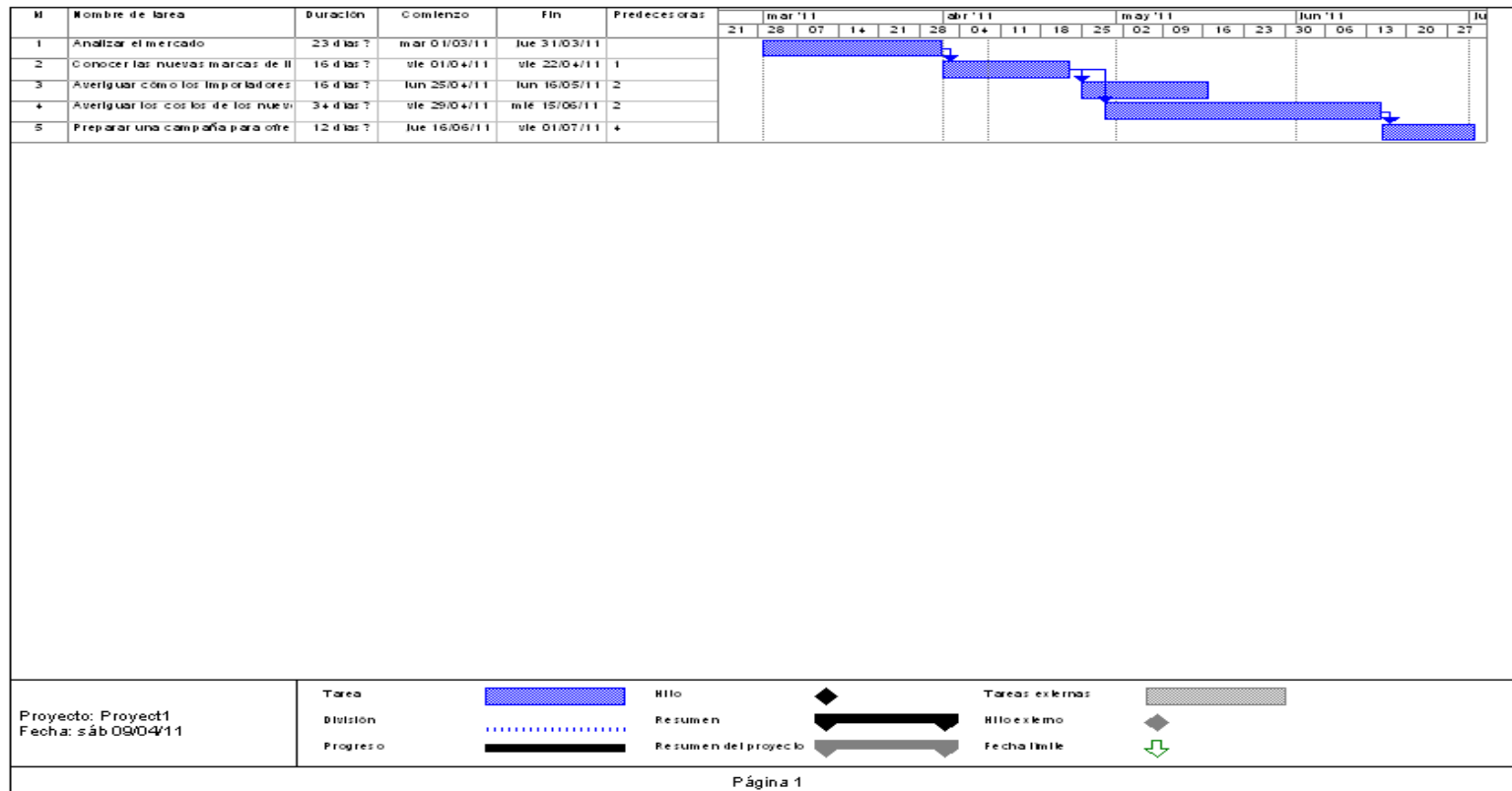
<http://www.monografias.com/trabajos11/power/power.shtml#ixzz2k6gb8VXk>

<http://www.monografias.com/trabajos11/power/power.shtml#ixzz2k6f0kOIZ>

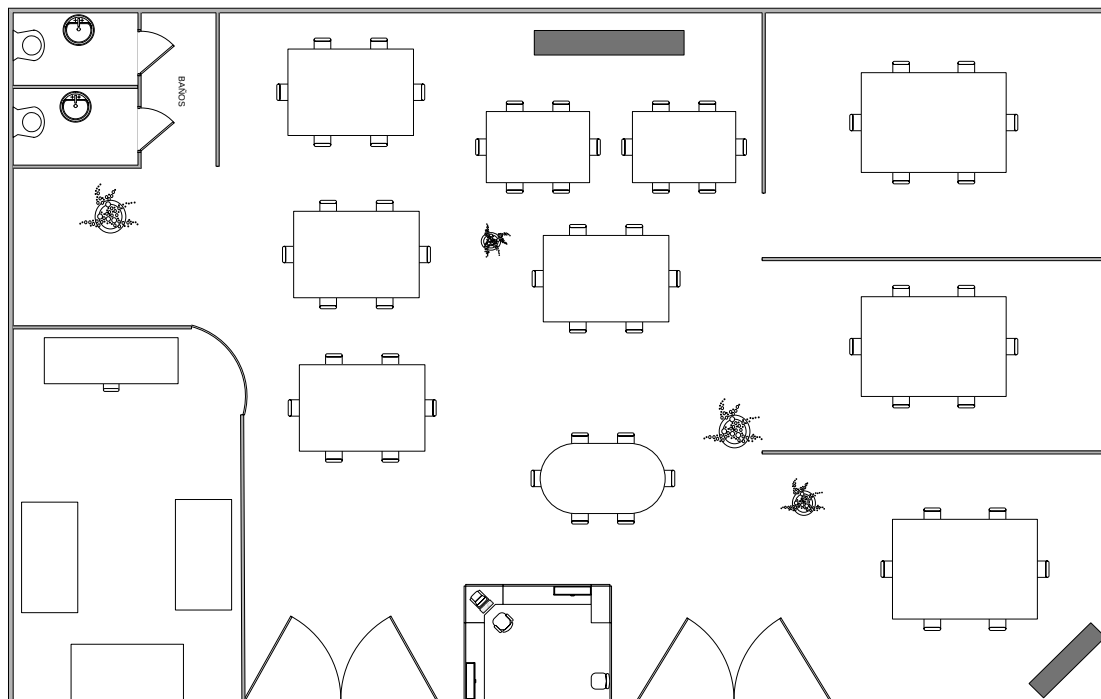
ANEXOS

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Calendario	1/30Oct	1/20Nov.	21Nov/ 15 Dic- 16/31Dic	1Ene
Análisis y Estudio del mercado				
Ejecución de encuestas (Para la propuesta previa)				
Analizar los datos recolectados				
Interpretar los datos recolectados				
Toma de decisiones				



Distribución de Espacio Físico



Lista de Personal

Investigador

- Israel Cócheres

Propietarios-Dueños

- Sr: Segundo Cócheres
- Sra: Alba González

Personal

- Paredes Zhirzhán Zoila María
- Polo Albán Rocío Elizabeth
- Puca Lema Paulina Alejandra
- Tubón Naranjo Alexandra del Rocío
- Tubón Llerena Ángel Mauricio
- Zurita Pazmiño Carlos Sebastián
- Caguana Aguayza María Augusta
- Padilla Pacha Miltón Javier

ENCUESTA APLICADA A CLIENTES POTENCIALES RESTAURANT “AL PASO”

Objetivo: Conocer las preferencias y tendencias de nuestros clientes potenciales para cubrir sus expectativas en el Restaurant “al Paso”.

1.-¿Cuál es la razón por la cual usted elige este restaurant?

Comida-Sazón
Ubicación Estratégica
Precios-Servicio
Experiencia en el mercado

2.- La debida atención, y distribución de los pedidos en el Restaurant estuvo...

Excelente
Buena
Regular
Mala

3 ¿Cuales son para usted los factores determinantes al momento de elegir un restaurant?

Servicio
Calidad
Precio
Variedad

4.- ¿Qué le gustaría que se modifique en este restaurant?

Servicio-Atención al cliente
Infraestructura
Precio-Promociones-Descuentos
Todas las anteriores

5.- El servicio prestado de este restaurante es..

Excelente
Bueno

Regular

Malo

6.- ¿Cuál es el horario que le gustaría que atienda el Restaurant?

Madrugada-Mañana

Mañana-Tarde

Noche-Madrugada

7.-¿Cómo asimila o mira usted el trabajo en equipo y la organización dentro del restaurant?

Organizado-Rápido

Desorganizado-Lento

Desorden-Malo

Caos-Pesimo

8. Le gusta el tipo de comida que ofrece este restaurant “al Paso”.

Si

No (Por qué)

9.- ¿Cómo califica usted la interacción del Restaurant “al Paso” con la sociedad (Empleados, Clientes, Entorno, etc...)

Aportativo

De lucro

Sin importancia

Otro

(Especifique)_____

10.- ¿Qué tipo de comida le gustaría que el restaurant “al Paso” ofreciera además de la ya ofertada?

- Comida nativa
- Comida típica
- Comidas Picantes
- Otros

Especifique _____

Agradecemos su tiempo...

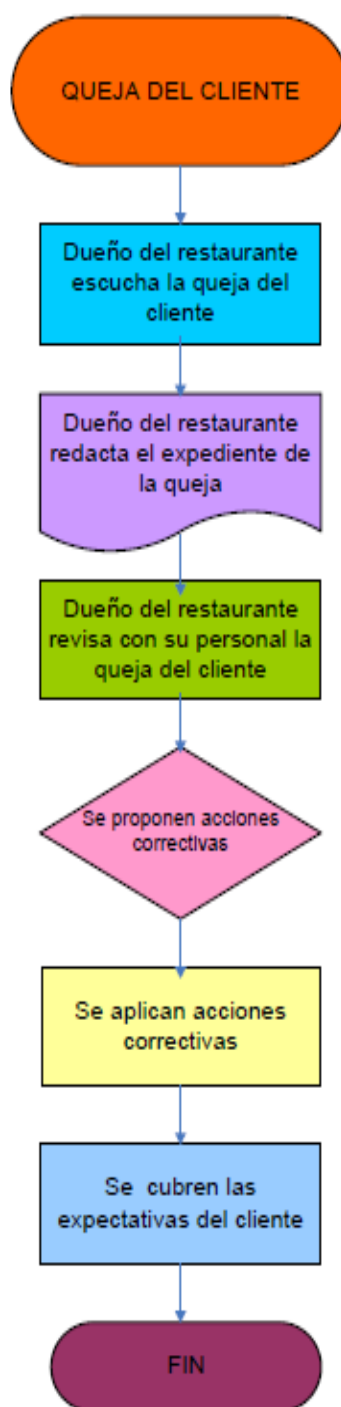








Proceso de solución de quejas del cliente



Proceso de servicio al cliente

