

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, **MARJORIE JOHANA CRIOLLO ARTEAGA C.I. 1750397323** autor del trabajo de graduación intitulado: **“Análisis comparativo de la calidad en el servicio y atención al cliente en la Pizzería los Tíos para proponer mejoras”**, previa a la obtención del grado académico de **INGENIERÍA EN GESTION HOTELERA** en la Facultad de **Ciencias Humanas**:

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 09 de julio de 2018



Marjorie Johana Criollo Arteaga
C.I. 1750397323

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Yo, Dr. Patricio Moncayo Echeverria, director de esta disertación, certifico que la srta. Marjorie Johana Criollo Arteaga ha realizado con mi dirección este trabajo titulado “Análisis comparativo de la calidad en el servicio y atención al cliente en la Pizzería los Tíos para proponer mejoras”, de conformidad con las disposiciones del Reglamento de Grados de la PUCE. Autorizo la presentación del informe debidamente revisado y encuadernado para la calificación respectiva.

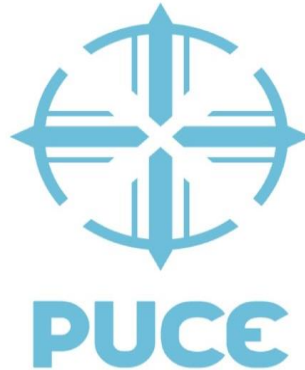

Dr. Patricio Moncayo

Quito, Julio 9 del 2018

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO



**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN GESTIÓN HOTELERA**

**“ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO Y
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA PIZZERÍA LOS TÍOS PARA
PROPONER MEJORAS”**

MARJORIE JOHANA CRIOLLO ARTEAGA

DIRECTOR: DR. PATRICIO MONCAYO

QUITO, 2018

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico principalmente a Dios pues ha sido mi guía e inspiración, seguido por mis Padres y Hermano a quienes amo con todo mi corazón por ser mi más grande fortaleza, son Ellos a quien se los debo todo.

Marjorie Criollo

AGRADECIMIENTO

A Dios por todas las bendiciones que recibo día a día y por nunca abandonarme.

A mis padres por siempre estar a mi lado, por guiarme, por apoyarme siempre y ser mi ejemplo a seguir, gracias por su amor incondicional y por enseñarme que con esfuerzo y constancia se logra grandes cosas. A mi hermano porque con sus ocurrencias me saca sonrisas y por ayudarme siempre que lo necesito.

A Roberto por todos sus consejos, cariño y estar siempre pendiente de mí, por escucharme y sobre todo por enseñarme que rendirse no es una opción.

A mis amigos por todas las risas, enseñanzas, por todos los momentos compartidos, pero sobre todo quiero agradecer a Andrés por siempre estar pendiente de mí, por ayudarme en momentos muy difíciles y nunca dejarme sola.

A mi director de tesis, Dr. Patricio Moncayo, y a mis respectivos lectores por la paciencia y ayuda ante alguna duda.

Y en fin a todas las personas que se han preocupado por mí y me han ayudado con consejos cuando lo he necesitado.

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
RESUMEN.....	XIV
TABLA DE CONTENIDO.....	IV
INDICE DE TABLAS.....	VIII
INDICE DE ILUSTRACIONES.....	VIII
1. CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Justificación	2
1.2. Problema.....	3
1.3. Objetivos	4
1.3.1. Objetivo general.....	4
1.3.2. Objetivos específicos.....	4
2. CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	6
2.1. Importancia de la calidad dentro de los restaurantes.....	5
2.2. Servicio al cliente en la restauración.....	6
2.3. Importancia del servicio.....	9
2.4. Manejo de quejas en los establecimientos.....	11
2.5. Liderazgo dentro del servicio.....	12
2.6. Marco conceptual.....	13
2.6.1. Normas ISO.....	13
2.6.2. Distintivo Q.....	13
2.7. Marco metodológico	14

3.	CAPITULO 3. DIAGNÓSTICO DE SERVICIO	17
3.1.	Planeación empresarial.....	17
3.1.1.	Misión, visión y valores.....	17
3.1.2.	Oferta y demanda.....	18
3.2.	Servicio de alimentos y bebidas.....	18
3.3.	Estructura organizacional.....	19
3.4.	Descripción de los puestos de trabajo	19
3.5.	Políticas de trabajo.....	21
3.6.	Obligaciones de los trabajadores.....	22
3.7.	Capacitación para el personal.....	26
4.	CAPÍTULO 4. Análisis de resultados	27
4.1.	Análisis de los resultados en cuanto a satisfacción al cliente en la Pizzería “Los Tíos” ...	27
4.1.1	Tabulación de la encuesta a los clientes de la Pizzería “Los Tíos” sede Universidad Católica (Veintimilla y Leonidas plaza).....	28
4.1.2	Tabulación de la encuesta a los clientes de la Pizzería “Los Tíos” sede Universidad Central (av. América y Perez Guerrero).....	45
4.1.3	Análisis de la satisfacción laboral del personal de la Pizzería Los Tíos.....	62
4.1.4	Tabulación de la encuesta a los colaboradores de la Pizzería “Los Tíos” sede Universidad Católica (Veintimilla y Leonidas plaza).....	64
4.1.5	Tabulación de la encuesta a los colaboradores de la Pizzería “Los Tíos” sede Universidad Central (av. América y Perez Guerrero).....	71
5.	CAPÍTULO 5. Propuesta de mejora en la calidad de servicio y atención al cliente en la Pizzería Los Tíos.	78

5.1	Propuesta de mejora en la calidad de servicio y atención al cliente.....	78
5.1.1	Servicio al cliente.....	78
5.1.2	Atención al cliente.....	82
5.1.3	Manejo de quejas y sugerencias.....	84
5.1.4	Fidelización del cliente.....	86
5.1.5	Opinión del personal sobre el cliente.....	87
5.1.6	Estrategia de publicidad y promoción.....	88
5.1.7	Reemplazo de utensilios de plástico por vajilla de cerámica.....	90
5.2	Beneficios que dará la implementación de la propuesta de mejora en la calidad y servicio al cliente para la Pizzería Los Tíos.....	90
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	92
	CONCLUSIONES.....	92
	RECOMENDACIONES.....	93
	BIBLIOGRAFÍA.....	94
	ANEXOS.....	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 descripción de los puestos de trabajo	21
Tabla 2 estrategias para evaluar al personal Pizzería Los Tíos.....	81
Tabla 3 hoja para evaluar al personal Pizzería Los Tíos	82
Tabla 4 satisfacción del cliente Pizzería Los Tíos.....	88
Tabla 5 Implementación de redes sociales en la Pizzería Los Tíos	89
Tabla 6 Beneficios de la implementación de la propuesta de mejora en la calidad y servicio al cliente para la Pizzería Los Tíos.....	91

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 estructura organizacional.....	19
Ilustración 2 representación de resultados pregunta 1 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Católica.....	28
Ilustración 3 representación de resultados pregunta 2 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Católica.....	29
Ilustración 4 representación de resultados pregunta 3 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Católica.....	30
Ilustración 5 representación de resultados pregunta 3 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Católica.....	31
Ilustración 6 representación de resultados pregunta 3 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Católica.....	32
Ilustración 7 representación de resultados pregunta 3 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Católica.....	33

Ilustración 8 representación de resultados pregunta 3 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Católica.....	34
Ilustración 9 representación de resultados pregunta 4 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Católica.....	35
Ilustración 10 representación de resultados pregunta 4 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Católica.....	36
Ilustración 11 representación de resultados pregunta 4 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Católica.....	37
Ilustración 12 representación de resultados pregunta 4 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Católica.....	38
Ilustración 13 representación de resultados pregunta 4 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Católica.....	39
Ilustración 14 representación de resultados pregunta 4 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Católica.....	40
Ilustración 15 representación de resultados pregunta 4 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Católica.....	41
Ilustración 16 representación de resultados pregunta 5 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Católica.....	42
Ilustración 17 representación de resultados pregunta 6 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Católica.....	43
Ilustración 18 representación de resultados pregunta 7 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Central.....	44
Ilustración 19 representación de resultados pregunta 1 basado en Encuesta de	

satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Central.....	45
Ilustración 20 representación de resultados pregunta 2 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Central.....	46
Ilustración 21 representación de resultados pregunta 3 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Central.....	47
Ilustración 22 representación de resultados pregunta 3 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Central.....	48
Ilustración 23 representación de resultados pregunta 3 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Central.....	49
Ilustración 24 representación de resultados pregunta 3 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Central.....	50
Ilustración 25 representación de resultados pregunta 3 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Central.....	51
Ilustración 26 representación de resultados pregunta 4 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Central.....	52
Ilustración 27 representación de resultados pregunta 4 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Central.....	53
Ilustración 28 representación de resultados pregunta 4 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Central.....	54
Ilustración 29 representación de resultados pregunta 4 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Central.....	55
Ilustración 30 representación de resultados pregunta 4 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Central.....	56

Ilustración 31 representación de resultados pregunta 4 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Central.....	57
Ilustración 32 representación de resultados pregunta 4 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Central.....	58
Ilustración 33 representación de resultados pregunta 5 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Central.....	59
Ilustración 34 representación de resultados pregunta 6 basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Central.....	60
Ilustración 35 representación de resultados pregunta 7 basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Católica.....	61
Ilustración 36 representación de resultados pregunta 1 basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Católica.....	64
Ilustración 37 representación de resultados pregunta 2 basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Católica.....	65
Ilustración 38 representación de resultados pregunta 3 basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Católica.....	66
Ilustración 39 representación de resultados pregunta 4 basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Católica.....	67
Ilustración 40 representación de resultados pregunta 5 basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Católica.....	68
Ilustración 41 representación de resultados pregunta 6 basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Católica.....	69
Ilustración 42 representación de resultados pregunta 7 basado en Encuesta de	

satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Central.....	70
Ilustración 43 representación de resultados pregunta 1 basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Central.....	71
Ilustración 44 representación de resultados pregunta 2 basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Central.....	72
Ilustración 45 representación de resultados pregunta 3 basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Central.....	73
Ilustración 46 representación de resultados pregunta 4 basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Central.....	74
Ilustración 47 representación de resultados pregunta 5 basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Central.....	75
Ilustración 48 representación de resultados pregunta 6 basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos, sede Universidad Central.....	76
Ilustración 49 representación de resultados pregunta 7 basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos.....	77
Ilustración 50 diagrama de flujo atención al cliente.....	84

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Modelo de encuesta dirigida a los clientes.....	98
Anexo 2 Modelo de encuesta dirigida a los colaboradores.....	101
Anexo 3 Modelo de encuesta de satisfacción Pizzería Los Tíos.....	102

RESUMEN

Hoy en día, la calidad en el servicio dentro de un restaurante se ha convertido en un factor muy importante al momento de conseguir el éxito de cierta empresa, esta se ve reflejada en el grado de satisfacción que se genera en el cliente al momento de consumir algún alimento o bebida en el establecimiento, como también por la atención que recibió y la rapidez del servicio.

En el desarrollo de este trabajo se va a realizar una investigación de tipo descriptiva con el fin de diagnosticar la calidad en la atención y servicio al cliente de la Pizzería Los Tíos sede Universidad Católica y Pizzería Los Tíos sede Universidad Central, ubicadas en la ciudad de Quito. También se evaluará la satisfacción de los colaboradores, para ambos casos se realizará una encuesta con el fin de conocer cuál es la opinión que los clientes tienen con relación al establecimiento.

Una vez ejecutadas las encuestas y las respectivas tabulaciones se obtendrá una información más precisa sobre las experiencias de los clientes y colaboradores. Con la ayuda de estos datos se procederá a realizar una propuesta de mejoras para así lograr un perfeccionamiento en el desempeño de las actividades de esta empresa y conseguir su éxito dentro del mercado.

CAPITULO 1

1. INTRODUCCIÓN

Hoy en día las empresas van dirigidas a lograr la fidelización de los clientes, y para lograr esto se debe brindar un buen servicio, el mismo que debe ser percibido de esta forma por parte del comensal. Una de las prioridades de las empresas es mejorar día a día sus servicios para lograr posicionarse de manera positiva en la mente de las personas.

Los monopolios son efímeros y actualmente muy pocos permanecen en el mercado; en este sentido, la aparición de productos y servicios no cesa y con la ayuda de las nuevas tecnologías gozan de una mayor popularidad. De ahí surge la necesidad de segmentar cada vez más los mercados con el objeto de satisfacer mejor a un cliente informado y exigente. (Vértice, 2004, pág. 28)

Una de las organizaciones donde es fundamental la calidad en el servicio y atención al cliente es en los restaurantes, ya que es aquí donde existe el contacto directo del cliente con los colaboradores de la empresa. Las personas que deciden acudir a un establecimiento de alimentos y bebidas es porque esperan recibir un servicio que represente el valor que se cancela por dicho servicio o producto. La experiencia que se genera en los clientes debe ser única y memorable para así generar buenos comentarios de terceros sobre la empresa.

En este tipo de establecimiento las personas más importantes son los meseros ya que ellos serán quienes transmitan la cultura de servicio que maneje la empresa. Los meseros se encargarán de generar esa satisfacción en los clientes por haber recibido un servicio de excelencia, lo cual generará el visto bueno frente a la competencia.

1.1 Justificación

Esta investigación analizará los procesos de calidad en el servicio y atención al cliente de la pizzería “Los Tíos”, en consideración que, a lo largo de los estudios realizados en la carrera de Gestión Hotelera, se ha podido comprender la verdadera importancia de ofrecer un servicio y atención de calidad para generar satisfacción en los clientes, lo que ayudará a conseguir fidelidad y posteriormente la recomendación con otros consumidores.

A pesar de esto, existen muchas empresas que no tienen claro el significado y la importancia que un servicio de excelencia representa. Es por esto, que todo establecimiento debe poner más énfasis en brindar capacitaciones al personal sobre todo en procesos y políticas a seguir para poder ofrecer un servicio de excelencia, que les permita crecer día a día y les posicione como una empresa líder en el mercado.

Por las razones anteriormente expuestas, nace la necesidad de realizar un análisis de las falencias en atención al cliente en la Pizzería Los Tíos, ubicada en varios sectores del centro norte de la ciudad de Quito.

El proyecto propuesto busca, mediante un estudio y análisis efectivo determinar las falencias y situaciones que afectan en la calidad del servicio que se ofrece a los clientes, así como encontrar las razones por las que contar con personal motivado y capacitado, un buen servicio y atención de calidad, genera ganancias tanto económicas como sociales, y un buen posicionamiento del establecimiento frente a la competencia.

Los dueños de los establecimientos deben entender que lograr la completa satisfacción en los clientes no es algo sencillo y fácil que se pueda lograr de un día para otro, requiere de total compromiso y conciencia de servicio que involucrará por igual a cada uno de los integrantes de una empresa.

En la actualidad, el área más importante dentro de los restaurantes es el servicio y la atención al cliente, ya que esto significa un aumento o disminución del porcentaje de ventas, y por ende de ganancias o pérdidas.

La idea por la que surgió realizar esta investigación se debe a que al asistir en alguna oportunidad a la pizzería “Los Tíos”, evidencié muchas deficiencias en la atención y servicio al cliente, las cuales podrían ser solventadas fácilmente a través de estrategias, normas y procesos simples de calidad que permitan ser más competitivos en el mercado.

1.2 Planteamiento del problema

El servicio y atención al cliente son puntos esenciales que todo establecimiento debería tener en cuenta al momento de buscar la satisfacción de las necesidades de los clientes, es por esto que la investigación se centrará en los aspectos que permitan llegar a satisfacer los requerimientos de los comensales mediante el servicio recibido.

Las características fundamentales que las empresas deben implementar son: atención personalizada y amable, incentivos tanto para el personal como para los clientes, buen aspecto de las instalaciones, calidad, cantidad, variedad del menú, entre otros. Uno de los principales inconvenientes que se encuentra ya sea en el sector hotelero, de alimentos y bebidas y turístico es la existencia de personal que no cuenta con la preparación previa y capacitación necesaria, razón por la cual no brindan un servicio de calidad a los clientes.

El tema de investigación no incluye puntos sobre higiene de alimentos dentro de cocina, procedimiento para los productos y su elaboración, compra y almacenamiento de alimentos, seguridad en la cocina, tampoco se centrará en cotizaciones, presupuesto y financiamiento, debido a los puntos anteriormente mencionados.

Por lo anteriormente expuesto, la pregunta central que servirá de guía para la presente investigación es: ¿Cómo proponer un plan de mejoras para los procesos de gestión del talento humano, servicio y atención al cliente en la Pizzería “Los Tíos”, en base a un análisis comparativo de calidad?

1.3 Objetivos

General

Proponer un plan de mejoras con estrategias, normas y procesos adecuados para el mejoramiento del servicio y atención al cliente en la Pizzería “Los Tíos”

Específicos

- Elaborar un plan de mejoramiento para el área de servicio y atención al cliente mediante un sondeo de opiniones de clientes en la pizzería “Los Tíos” con la finalidad de incrementar la calidad de servicio que se ofrece.
- Identificar las falencias que posee el equipo de trabajo en cuanto a servicio y atención al cliente mediante un análisis interno.
- Determinar las posibles causas que afectan la experiencia de los clientes al momento de recibir un servicio para una mejora de calidad mediante la utilización de encuestas.

2. CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1 Importancia de la calidad dentro de los restaurantes

Calidad significa identificar las necesidades que los clientes pueden tener en un futuro para así, diseñar productos o servicios que logren la satisfacción del cliente y que a su vez estén dispuestos a pagar una cierta cantidad de dinero por el mismo. (Deming, 1989, citado en Duque Oliva Edison, 2005). La calidad en el servicio de los restaurantes es un elemento muy importante a la hora de buscar el éxito de las empresas, ya que se refiere al grado de satisfacción que genera un producto o servicio, dentro de este proceso es importante tomar en cuenta la eficiencia del servicio.

Mientras se entregue una mayor calidad de servicio, aumentará la satisfacción del cliente, lo cual generará que la empresa gane competitividad y eficiencia dentro del entorno empresarial. (Blanco, 2004)

La satisfacción del cliente es uno de los resultados más importantes en la prestación de servicios de calidad. Esta depende no solo de la calidad de los servicios, sino también de las expectativas del consumidor. El consumidor está satisfecho cuando los servicios cubren o exceden sus expectativas. (Jabaloyes, Carot y Carrión, 2010, pág. 7)

Los tres elementos de la satisfacción al cliente son el rendimiento percibido que es la opinión del consumidor sobre el producto o servicio final recibido, las expectativas que representa el resultado final del servicio o producto que esperan recibir por parte del establecimiento, las mismas que deben satisfacer las necesidades de los clientes, y por último los niveles de satisfacción que es el grado de complacencia que produce un producto o servicio después de haberlo adquirido, esto puede generar insatisfacción, satisfacción o complacencia. (Jabaloyes, Carot, Carrión, 2010)

Lo que hará la diferencia frente a la competencia consiste en disponer de un equipo de trabajadores de calidad para que estos puedan ofrecer un servicio de calidad. (Jiménez, 2003). La

calidad no depende solo de una persona o área específica; es el deber de cada uno de sus integrantes llevar una convivencia en equipo para que puedan tomar decisiones en conjunto y así elegir la que más beneficie a la empresa. (Besterfield, 2009) Todos los integrantes de la empresa se deben esforzar por entregar siempre lo mejor de ellos, es decir no interpretarlo como una obligación el trabajo sino tomarlo como una parte inherente a su diario vivir donde es necesario siempre contar con una buena sonrisa y estar predispuestos a ayudar en lo que sea necesario.

Un servicio de calidad es de gran importancia al cual hay que prestar una máxima atención en lo relacionado con: situación, confort, decoración, limpieza, atención al público y calidad de los productos. (Rivera, 1994, pág. 40) Estos elementos mencionados son aspectos que es necesario que los establecimientos de alimentos y bebidas tengan muy en cuenta, porque de estos dependerá la imagen final que se lleven los clientes de dichos negocios.

LA ATENCIÓN AL CLIENTE NO ES UNA CAMPAÑA TEMPORAL. Quienes participan en un programa de capacitación sobre ATENCIÓN AL CLIENTE deben recordar que su reacción positiva frente al cliente no debe ser momentánea sino permanente. La importancia del cliente debe ser una filosofía. (Jiménez, 2003, pág. 51)

2.2 Servicio al cliente en la restauración

El servicio al cliente constituye todas las actividades de la empresa que se relacionan directamente con el cliente. Entre estas se encuentran (Paz, 2005):

- Las actividades necesarias que garanticen que el producto/servicio que ofrece un establecimiento se entregue al cliente en un tiempo adecuado, unidades justas y presentación adecuada.
- Incluye la manera de manejo de reclamos y la información extra que requiera el comensal.

Es importante establecer un contacto directo con el cliente mostrándole el aprecio que la empresa tiene hacia ellos, como por ejemplo que el restaurantero atienda personalmente a los comensales, porque esto los hará sentirse importantes, dando a notar que el personal está pendiente de ellos, brindándole así una atención personalizada y de mayor calidad, lo cual puede generar un vínculo o una fidelización entre empresa y cliente.

Como Albrecht y Zemke en su libro *Service American* 1985, relata la historia de un amigo suyo que viajaba solo por Japón durante las vacaciones. Este tenía poco dominio del idioma japonés, y preguntando sobre cómo llegar a su destino que era Tokio, el hombre que se encontraba en este lugar le supo dar muy amablemente toda la información que él solicitaba (horarios y números de trenes). Gracias a esta acción el amigo se formó una idea clara de cómo eran los trabajadores en aquella empresa ferroviaria. Continuó su camino y mientras esperaba, el hombre que le brindó la información se acercó y le escribió en el papel otras opciones de trenes más rápidos y convenientes.

Esta historia deja como moraleja que cada vez existen más empresas que se preocupan por poner en práctica los siguientes puntos: (Guarneros, 2014, pág. 73)

- Poner interés en el contacto.
- Espontaneidad y capacidad resolutive en el contacto.
- Ir una yarda más allá (flexibilidad).
- Arreglo cuando las cosas salieron mal.

“El cliente es una de las personas más importantes dentro de los establecimientos de restauración, debido a que sin ellos la empresa no podría cumplir con su objetivo que es servir para generar satisfacción” (Dorado, Cerra, 1996, pág. 287)

Las empresas progresan gracias al movimiento comercial, y mientras exista el deseo de las personas por mejorar el estilo de vida, estos van a buscar servicios o productos que logren satisfacer sus necesidades, es por esto que las empresas que progresan son las que tienen claro

que el éxito de sus operaciones en el mercado dependerá de la generación de clientes satisfechos. (Jiménez, 2003)

De la misma manera un aspecto muy importante que todo cliente busca es que los atiendan con amabilidad y que se le entregue fielmente lo que está buscando. Uno de los mandamientos que se maneja en la atención al cliente es: “No hay nada imposible cuando se quiere, muchas veces los clientes solicitan cosas casi imposibles, pero con un poco de esfuerzo, se puede lograr lo que él desea” (Godoy, 2011, pág. 26)

La disposición a solucionar cualquier problema que se presente dará un plus al establecimiento ya que siempre habrá personal amable que dará soluciones inmediatas ante cualquier inconveniente que se pueda presentar. (Albrecht y Zemke, 1985)

Una de las claves del éxito en la restauración es, sin duda, la prestación de un buen servicio al cliente. Cada persona acude a un establecimiento o local, sea restaurante, cafetería, bar, etc., para satisfacer su necesidad de comida y/o bebida, espera, desea y piensa que, además de recibir un plato, una bebida (sea muy sofisticada o sencilla), se encontrará con personas amables, un lugar limpio, gente dispuesta a complacerle y rapidez en el servicio dentro de una determinada lógica. (Gallego, 2002, pág. 215)

Dentro de la industria de la hospitalidad se encuentra la restauración, donde es necesario ofrecer productos y servicios de calidad que sobrepasen las expectativas de los clientes ya que generará una gran ventaja competitiva frente a los establecimientos hoteleros y de restauración. “Hay que recordar que no se trata de un juego, es un giro comercial de lo más remunerable que existe, siempre y cuando se sepa cuidar, administrar y operar adecuadamente”. (Morfín, 2006)

Para brindar una excelente atención al cliente se cuenta con los 10 mandamientos de la atención al comensal (Durón, 2008, pág. 200):

- El comensal por encima de todo.
- No hay nada imposible para la entidad restaurantera cuando se quiere.

- Cumple como empresario todo lo que prometas.
- Solo hay una forma de satisfacer al comensal, ofrece más de lo que espera.
- Para el comensal, tú marcas la diferencia.
- Fallar en un punto, significa fallar en todo.
- Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos.
- El juicio sobre la calidad del servicio lo hace el cliente, no tú.
- Por muy bueno que sea un servicio, siempre puede mejorarse.
- Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos tenemos responsabilidad de ello.

Un servicio llega a ser de calidad cuando satisface las necesidades del público objetivo. El nivel de calidad de los servicios va de la mano con el valor que los comensales están dispuestos a pagar por un servicio. Es importante mencionar que los clientes esperan recibir un trato que vaya de acuerdo con la imagen que el establecimiento proyecte. (Ortiz, Ortiz, Muela, 2009)

2.3 Importancia del servicio

Es indispensable tener claro la importancia que tiene el servicio, ya que este es un punto de alta influencia, más que el precio, debido, que las personas estarían dispuestas a pagar más dinero siempre y cuando reciban una mejor atención, es por esto que la pérdida de clientes es consecuencia directa de la mala calidad o mal trato, más no por el precio.

El servicio en el contexto de las empresas de restauración se puede conceptuar como la puesta a disposición del cliente de una competencia humana, representando un hecho de marcado carácter relacional y, por lo tanto, intangible y de carácter variable. (García, García, Gil, 2009, pág. 132)

Por lo cual, se debe analizar si los procesos que se llevan a cabo dentro del área de atención al cliente son los más propicios para su correcto desarrollo y cumplimiento de los objetivos trazados por la organización, otro factor fundamental es si el personal tiene la correcta capacitación para desempeñar su labor.

Un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional para las ventas, tan poderoso como lo pueden ser los descuentos, la publicidad o la venta personal. Atraer un

nuevo cliente es aproximadamente seis veces más caro que mantener uno. Por ello las compañías se han visto en la necesidad de optar por asentar por escrito, como actuará en los servicios que ofrecerá.

Se han observado e identificado que los clientes en la actualidad son más sensibles al servicio que reciben de sus suministradores, debido a la mayor competencia que existen en los mercados y la diversidad de estrategias que utilizan para satisfacer a sus clientes, sensibilizándose por ello de buscar la mejor opción en tiempo, dinero y servicio. (Mejía, 2009, pág. 13).

Existen tres grupos que influyen en la atención y servicio al cliente; el primer grupo lo forma las actitudes sociales, en donde se incluye los preceptos racistas o sexistas, ya que estas condicionan la relación entre el cliente y el personal; el segundo grupo lo conforma la inadecuada aplicación de las políticas de gestión y calidad, ya que estas deberían ser informadas previa a la asignación de tareas; el tercero viene a ser la falta de vocación por parte del personal que trabaja en los establecimientos. La formación resulta ser muy necesaria, así como la vocación a satisfacer los deseos y la superación de las expectativas de los consumidores (García, García y Gil, 2009). Si todo el personal es formado en base a los valores de la empresa, entregarán un servicio que logre satisfacer las necesidades de los clientes y posterior a esto que los recomienden a otras personas, para así llegar a la mente de todos los clientes de una manera positiva.

Montes (1995) cita a Berry, Zeithaml y Parasuraman (1985, 1988) quienes identifican diez determinantes de la calidad del servicio y estos son:

- Elementos tangibles: incluye la presentación de las instalaciones, apariencia del personal y equipos.
- Fiabilidad: es la capacidad del personal para ofrecer el servicio prometido.
- Capacidad de respuesta: capacidad para resolver cualquier inconveniente que se produzca dentro del establecimiento en el menor tiempo posible.
- Profesionalidad: conocimiento de todas las funciones que implica su trabajo.
- Cortesía: actuar con respeto y amabilidad.

- Credibilidad: ofrecer un servicio de manera honesta.
- Seguridad: ofrecer a los clientes tranquilidad en cuanto a riesgos y dudas.
- Accesibilidad: facilidad para acudir al establecimiento.
- Comunicación: escuchar de manera atenta a los clientes, así como utilizar un lenguaje que sea sencillo de entender.
- Comprensión del cliente: tratar de entender todos los requerimientos que puedan tener los clientes.

Como se aprecia para ofrecer un servicio de calidad que sobrepase las expectativas de los clientes es necesario tomar en cuenta diferentes variables que son muy necesarias para los dueños de los establecimientos para así lograr distribuir y asignar los recursos de una manera efectiva.

2.4 Manejo de quejas en los establecimientos

Según la norma ISO 10002:2004, p.4 la queja “es la expresión de insatisfacción hecha a una organización, con respecto a sus productos o al propio proceso de tratamiento de las quejas, donde se espera una respuesta o resolución explícita o implícita”.

Cuando el servicio entregado no es el esperado por el cliente se generan quejas, pero estas son de mucha ayuda para la empresa, ya que da una guía sobre los puntos débiles de la empresa en cuanto a la calidad de sus productos y la entrega del servicio. Una queja significa oportunidad de mejora para generar un plus dentro de la competencia y así llegar a ser los preferidos por los consumidores.

Tanto las quejas como los reclamos de los comensales son una fuente que provee información muy importante para el establecimiento, pero existen clientes que no expresan su inconformidad o descontento, por lo que es necesario crear canales cómodos y que sean comprensibles para que estos se animen a dar sus opiniones sobre el servicio o producto recibido. (Prieto, 2004)

Aquella gran mayoría de clientes que prefieren no presentar sus quejas o reclamaciones dentro de la empresa suelen ser normalmente. (Blanco, 2004, pág. 154)

- Clientes que creen que no merece la pena molestar ni perder el tiempo porque no van a conseguir nada a cambio.
- Clientes que no saben cómo presentar una queja o reclamación ni dónde acudir para hacerlo.
- Clientes de compras con bajo grado de implicación, principalmente debido al bajo precio.
- Clientes esporádicos o poco fieles que se ven sin confianza o no se atreven a presentar una queja.

Un procedimiento eficiente para responder a las quejas es (Dahmer, 2007, pág. 72):

- Escuche todos los detalles de la queja.
- Confirme brevemente el motivo explicado para mostrar que ha comprendido.
- Exprese su conformidad respecto a su queja con una afirmación que lo ponga de su lado, como “tiene usted razón”, para hacerle sentir que atenderá efectivamente su queja.
- Atiéndala lo más pronto posible. Realice los ajustes o enmiendas inmediatamente.

Algunas quejas se pueden evitar. Por ejemplo, si un cliente acude a un restaurante y su orden tomará tiempo entregarla, infórmeselo con anticipación para evitar posibles inconvenientes. Se debe tratar a los clientes tal como a usted le gustaría ser tratado. Es de suma importancia no culpar a otras personas o departamentos de lo sucedido, siempre se debe mostrar una actitud positiva (Hernández, 2009).

2.5 Liderazgo dentro del servicio

Las palabras liderazgo y servicio tienen una gran relación ya que un buen líder es aquella persona que se esfuerza por mantener satisfechos a los clientes, mantiene motivado a su personal y lo provee de herramientas para el cumplimiento exitoso de sus funciones y la presentación de un servicio de calidad.

Las personas que prestan servicios necesitan una visión de su trabajo en la cual valga la pena creer, una visión desafiante que proporcione energía emocional y genere compromiso. Esas personas necesitan sentir que forman parte de un equipo y pertenecen a una organización que los respalda en los momentos difíciles. (Berry, 1996, pág. 8)

Existen cuatro maneras de cultivar el liderazgo en servicio (Berry, 1996):

- Promover a las personas indicadas: ascender a los empleados que demuestren cualidades de liderazgo, ya que esto ayudará a la empresa a mejorar sus servicios.
- Poner énfasis en la participación personal: es importante que las personas se esfuercen por mejorar el servicio para fomentar el compromiso y estimular el liderazgo.
- Poner énfasis en el factor de la confianza: la confianza crea la sensación de pertenencia hacia la empresa.
- Fomentar el aprendizaje para el liderazgo: las empresas que desean llegar al éxito deben invertir en un constante aprendizaje de sus colaboradores.

2.6 Marco conceptual

2.6.1 Normas ISO

Las normas ISO 9001:2000 es un sistema que permite gestionar la calidad mediante métodos para la correcta administración dentro de los procesos operativos, para así generar la capacidad de producir y entregar bienes y servicios que logren satisfacer los requerimientos de los clientes. (Montaño, 2003).

Esta norma de calidad es aplicable a todos los departamentos de organizaciones que busquen aumentar el grado de calidad y por ende de satisfacción de sus clientes, ya que esto garantizara la permanencia y fidelización de los comensales.

Entre los beneficios que ofrece esta norma están (ISO9001, 2014, párr. 7):

- Sistematización de operaciones.
- Aumento de la competitividad.
- Generación de un nivel mayor de confianza a nivel interno y externo.
- Mejora de las estructuras de una forma sostenible.
- Reducción de costes productivos.
- Adecuación correcta a la legislación y normativa relacionada a productos y servicios.

2.6.2 Distintivo Q

El distintivo Q es otorgado por el Municipio a través de la Empresa Publica

Metropolitana de Gestión de Destino Turístico Quito Turismo a todos aquellos establecimientos que cumplen con un sistema de gestión de turismo sostenible y calidad, que permita ofrecer al cliente un servicio de excelencia a través de un equipo de trabajo preparado, pero sobre todo con valores humanos. (QuitoTurismo, 2014)

Los requisitos que se debe cumplir para participar en la obtención de este distintivo son (QuitoTurismo, 2014, párr. 4):

- Cumplir con la normativa nacional y local vigentes de acuerdo con el tipo de actividad turística.
- Contar con el registro turístico y constar como activo dentro del Catastro de Establecimientos Turísticos de Quito.
- Contar con la LUAE (Licencia Única de Actividades Económicas) vigente o demostrar estar en proceso efectivo de licenciamiento.
- Llenar formulario de aplicación y remitir al correo electrónico distintivoq@quitoturismo.gob.ec

2.7 Marco metodológico

Para la ejecución de esta disertación se llevará a cabo un análisis y apreciación del servicio y atención al cliente que se ofrece en la pizzería seleccionada (Los Tíos), que se medirá mediante el grado de satisfacción que obtenga el consumidor al momento de recibir el servicio, para poder identificar los diferentes factores que permiten o no superar las expectativas de los clientes, por lo cual es importante recolectar datos mediante la estadística descriptiva, la cual reúne información cuantitativa y luego la clasifica en cuadros y gráficos resumiendo los datos obtenidos (Ruiz, 2014), y deducir de estos resultados las diferentes fortalezas y debilidades que posee el servicio ofrecido en los restaurantes.

En el proceso de desarrollo de la presente disertación se utilizarán métodos teóricos y empíricos.

Métodos Teóricos

Método Analítico-Sintético

El método se aplicará para la extracción de información de libros, revistas, internet, relacionado con el tema de la investigación

Método Inductivo-Deductivo

Se utilizará este método para definir el plan de mejoras en la calidad del servicio y atención al cliente

Métodos Empíricos

También se realizará una investigación bibliográfica.

El centro de la investigación será el análisis del recurso humano, por lo que se realizarán encuestas con el objetivo de conocer las expectativas tanto de los clientes internos como externos.

Con el cliente externo se medirá el grado de satisfacción y comodidad en el instante que reciben el servicio, mientras que para el cliente interno se utilizarán entrevistas y encuestas para medir la satisfacción con relación al clima laboral e identificar las falencias que posee el equipo de trabajo en cuanto a servicio y atención al cliente.

Las encuestas serán realizadas en base a las dimensiones del modelo SERVQUAL, ya que ésta permite medir la calidad del servicio.

Según información dada por los administradores de los establecimientos se conoció que reciben cerca de 12000 clientes al mes, por lo que se aplicará la siguiente fórmula para descubrir el número de personas a encuestar.

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

N= tamaño de la población

Z= nivel de confianza. (elevado al cuadrado)

P= probabilidad de éxito.

Q= proporción no esperada.

D= precisión. (Elevado al cuadrado). (tamaño de una muestra para una investigación de mercado de s/f, página 11.)

N: 12000

Z: 1,96

P: 0,05

Q: 0.95

D: 0.03

n: 199

Del total obtenido se dividió para los 2 establecimientos con un resultado de 99 encuestas para cada uno.

Adicionalmente, se realizará una investigación bibliográfica como es el caso de tesis, monografías que estén dirigidos al tema de calidad en atención y servicio al cliente, estrategias de mejoramiento. Para la organización de la información obtenida se utilizará el programa Microsoft Excel, finalmente se propondrá sugerencias y estrategias para llegar a superar las expectativas que tienen los consumidores acerca del servicio recibido.

3. CAPITULO 3. DIAGNÓSTICO DE SERVICIO

3.1. Planeación empresarial

3.1.1. Misión, visión y valores

Misión

“Sobrepasar las expectativas de nuestros clientes ofreciendo un producto de calidad y a la medida de todos los gustos. Siempre comprometidos a brindar un servicio rápido y eficiente que se complemente con la calidez de nuestro personal y un excelente precio, siendo también socialmente responsables y cumpliendo con nuestras exigencias de rentabilidad”

Visión

“Ser un negocio líder en el área de alimentos haciendo la diferencia en cuanto a la calidad y valor agregado en nuestros productos. Posicionar cada vez más la marca permitiendo un crecimiento sostenido dentro del mercado”

Valores

- Amabilidad con nuestros clientes
- Respeto
- Compromiso
- Honestidad

Es importante mencionar que la empresa tiene tres objetivos, los cuales son de suma importancia para el desarrollo de sus actividades dentro del mercado y estos son:

- Satisfacción total de nuestros clientes
- Cumplir constantemente con nuestra promesa de calidad
- Fomentar el desarrollo profesional

3.1.2. Oferta y demanda

En todo sistema de economía de las empresas debe existir clara la importancia que significa la oferta y la demanda ya que estos van a especificar el precio al que se debe vender los bienes y servicios dentro del mercado.

La cantidad demandada significa lo que los consumidores están dispuestos a adquirir a un determinado precio, sean estos un bien o servicio. Existen varios factores que tienen influencia directa en la demanda, pero el más importante es el precio del bien o servicio ya que si este es muy elevado los consumidores optaran por dejar de adquirirlo y cambiarlo por uno más económico (Mankiw, 2014).

Existen varias marcas que representan la competencia de la Pizzería los Tíos (locales de la Universidad Católica y Universidad Central) en donde el cliente decide a que establecimiento acudir para satisfacer sus necesidades.

La cantidad ofrecida representa la cantidad de un bien o servicio que los vendedores deciden vender a un determinado precio dentro del mercado (Mankiw, 2014).

La oferta del establecimiento Pizzería Los Tíos son variedad de pizzas, Cordon Bleu, Lasagna, pasta, jugos naturales, café y postres.

Pasta

3.2. Servicio de alimentos y bebidas

La organización en ambos locales estudiados es: Gerente, el jefe de cocina, el cocinero encargado de preparar las masas con salsa y queso, el hornero encargado de hornear las pizzas, un jefe de salón, un mesero encargado de servir la pizza en la mesa del cliente, un armador de pizza, encargado de montar las pizzas según lo pida el cliente y por último una cajera encargada de cobrar en caja.

3.3. Estructura organizacional

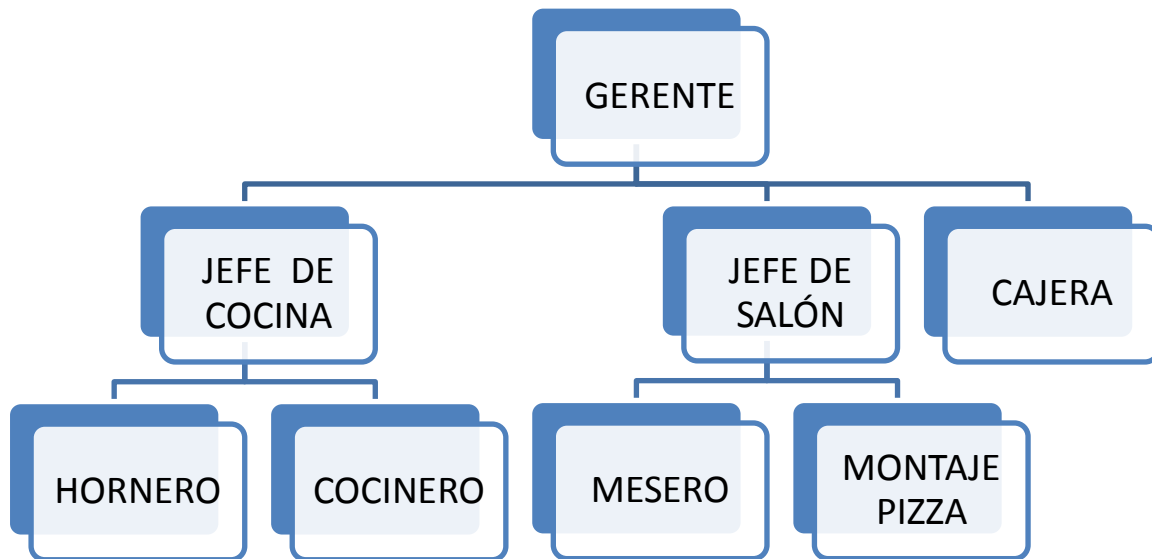


Ilustración 1 estructura organizacional

Elaborado por Pizzería Los Tíos

3.4. Descripción de los puestos de trabajo

CARGO	FUNCIONES
Gerente	Realizar un control diario de caja y de inventario Realizar los pagos periódicos a proveedores. Organizar las tareas correspondientes del personal como pago de seguro, salarios, décimos, vacaciones, etc. Realizar mensualmente un análisis financiero de los índices económicos del negocio. Tener pendiente la realización de cursos y talleres que ayuden al desarrollo personal y profesional del personal.

<p>Jefe de cocina</p>	<p>Organizar al personal y las actividades del área. Planificar la limpieza del área. Realizar el pedido del área correspondiente para el día siguiente. Descargar el pedido diario del camión y revisar que el pedido esté completo. Organizar el material para utilizar primero el más antiguo.</p>
<p>Cocinero</p>	<p>Picar y preparar ingredientes en bandejas Montar la mesa de servicio Preparar las masas con salsa y queso (utilizando la balanza) Lavar los tanques de salsa una vez terminados</p>
<p>Hornero</p>	<p>Hornear pizzas y despachar pedidos al mostrador Limpiar diariamente el horno Armar las cajas de cartón de todos los tamaños Mantener limpia el área del horno y masas Llenar los vasitos de orégano y ají</p>
<p>Jefe de salón</p>	<p>Organizar al personal y las actividades del área. Planificar la limpieza del área. Realizar el pedido de ingredientes correspondiente y organizar la nevera por producto cuando llegue el pedido.</p>
<p>Mesero</p>	<p>Servir las pizzas al cliente en su mesa y atender cualquier necesidad del mismo. Mantener el salón con las mesas y el piso limpios Chequear que haya en el mesón: platos, vasos, servilletas, cubiertos, orégano, etc. Lavar las bandejas de servicio de pizzas medianas y familiares. Mantener los basureros limpios y sacar diariamente la basura.</p>

<p>Armador de pizza</p>	<p>Mantener las bandejas llenas y bien presentadas Armar las pizzas correctamente y dejarlas en el horno con su respectivo número de orden Rotar los ingredientes en las neveras usando primero los más antiguos. Mantener el área de mesón y neveras limpias Colaborar con la limpieza profunda Colaborar en lo posible con las demás áreas</p>
<p>Cajera</p>	<p>Atender la caja y cuadrar al final del día Revisar todos los billetes y monedas recibidos Entregar al final del día los reportes de ventas Entregar al final del día los reportes de ventas Entregar las facturas y recibos de forma organizada Mandar a depositar el dinero o esconderlo periódicamente Realizar el pedido a Coca Cola en función de los mínimos Organizar el pedido de Coca Cola bajo el mesón y dentro de la nevera Realizar el pedido de facturas y otros artículos de oficina Mantener limpia el área de caja Contabilizar a diario el número de quesos consumidos y obtener % de rendimiento Apuntar todas las novedades del día Ayudar con la limpieza después de terminar caja Colaborar en lo posible con las demás áreas</p>

Tabla 1 descripción de los puestos de trabajo

Elaboración propia basado en Manual de calidad Pizzería Los Tíos

3.5. Políticas de trabajo

1. Mantener nuestra imagen
2. El cliente siempre tiene la razón
3. Atender al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la pizzería siempre manteniendo un comportamiento ético.

4. Los puestos de trabajo son de carácter polifuncional, ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado.
5. Reconocimiento al personal por ideas de mejora y/o ahorro de la empresa
6. Llevar acabo un cuidadoso proceso de higiene en todas las áreas del local
7. Usar materia prima de calidad para darle un buen producto al cliente
8. Impulsar el desarrollo de la capacidad y personalidad de los empleados mediante acciones sistemáticas de formación. (Reglamento interno de trabajo, TT LOS TIOS PIZZERÍA)

3.6. Obligaciones de los trabajadores

Es obligación de todos los trabajadores el acatamiento y cumplimiento de todas las instrucciones, órdenes o prohibiciones impartidas por el empleador directamente o por medio de sus representantes (Reglamento interno de trabajo, TT LOS TIOS PIZZERÍA)

- Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado, precaución y esmero apropiados, en la forma, horario y condiciones convenidas;
- Cumplir estrictamente con las disposiciones de este reglamento interno, y todas las órdenes e instrucciones dadas por superiores;
- Restituir al empleador los materiales no usados; y conservar en buen estado todos los equipos, escritorios, materiales, maquinarias, herramientas y más útiles de trabajo;
- Los trabajadores no serán responsables de las pérdidas o los daños ocasionados por caso fortuito o fuerza mayor, ni los provenientes de la mala calidad de la maquinaria y sus accesorios o herramientas. Pero en caso de comprobarse legalmente que las pérdidas o los daños y deterioros en los bienes, accesorios, materiales, insumos y maquinaria, han sido causados por negligencia, descuido o defectuoso uso de ellos, el trabajador estará obligado a

PAGAR tales daños o efectuar las reparaciones necesarias, incluso en horas fuera del horario normal, estos montos no excederán el 10% de la remuneración mensual.

- Abstenerse de comunicar a terceros (salvo autorización expresa), las informaciones que tenga sobre datos técnicos o la forma de su trabajo, especialmente aquellas que sean de naturaleza reservada, o cuya divulgación pueda ocasionar perjuicios al establecimiento.
- Suministrar inmediatamente y ajustándose a la verdad, las informaciones y datos que tengan relación con el trabajo o los informes que sobre el mismo se le soliciten.
- Guardar completa reserva sobre las operaciones, negocios y procedimientos o de cualquier clase de datos que conozca sobre el empleador, por razón de sus funciones o sus relaciones con ella.
- Someterse a todas las medidas de control que establezca el empleador, para la puntualidad y asistencia, y aquellas encaminadas a evitar o descubrir maniobras indebidas que puedan afectar a algunos trabajadores en perjuicio del establecimiento.
- Observar estrictamente lo establecido por el empleador, para solicitar permisos y para la comprobación de enfermedades, ausencias y novedades semejantes.
- Asistir con puntualidad y buscando provecho a los cursos especiales de capacitación, entrenamiento, perfeccionamiento, organizados o contratados por el empleador, dentro o fuera de su recinto, y que sea en la jornada laboral.
- El trabajador está obligado a timbrar o registrar personalmente su tarjeta de asistencia al trabajo.
- Es obligación del trabajador, laborar en períodos suplementarios y extraordinarios, en casos de peligro o siniestros inminentes.
- Observar buena conducta durante el trabajo; guardar respeto y cortesía a los superiores,

clientes y buena camaradería y respeto a los demás compañeros del establecimiento, ayudándoles en lo que sea necesario, sobre todo apoyando o instruyendo correctamente a los empleados nuevos.

- Prestar la debida cooperación al empleador y a los compañeros de labor, para que las obras y tareas encomendadas sean adecuados y bien efectuados;
- Dar aviso oportuno y anticipar al empleador, por lo menos con un día de anticipación cuando por causa justa se ausentare del trabajo;
- Comunicar a la Gerencia y/o sus representantes, en forma oportuna, los peligros de daños materiales que amenacen a las maquinarias, mercaderías, materiales, insumos y equipos, o a la vida de los empleados y a los bienes del establecimiento, de no hacerlo serán sancionados conforme las estipulaciones de este Reglamento Interno de Trabajo.
- Realizar el trabajo portando la ropa de trabajo adecuada, con los uniformes e implementos de seguridad que sean indispensables para el desempeño de sus labores. Los trabajadores serán responsables económicamente o descontados de su sueldo; por las pérdidas o deterioros de estos bienes, causados por el mal uso de los mismos, negligencia o salida del establecimiento.
- Cualquier refrigerio o alimento podrán servirse los trabajadores únicamente en el momento señalado y en los sitios permitidos por el empleador;
- Las dudas sobre la ejecución de los trabajos, sobre su forma, cantidad y más situaciones, debe hacerlo el trabajador consultando cortésmente a sus superiores; al igual que las quejas que tenga por asuntos de trabajo, deberán ser manifestadas por escrito y/o mail;
- Mantener limpio y aseado su puesto de trabajo, y al terminar la jornada deberá entregar los valores y dejar limpio y ordenado su lugar de labores;

- Asumir la responsabilidad a que hubiere lugar, por los accidentes o daños que causare por su culpa a bienes y pertenencias del empleador y de clientes o de sus compañeros de labor;
- Las demás obligaciones establecidas por la Ley, en este reglamento y las que dicte el empleador en apego a la ley; además deberá cumplir todas aquellas actividades propias del trabajo específico que desempeña en el establecimiento;
- Desarrollar su trabajo dentro de los estándares de calidad e higiene establecidos por el establecimiento, utilizando para el efecto los medios puestos a su disposición por el empleador, con el debido cuidado, profesionalismo, honestidad, discreción, responsabilidad y confidencialidad;
- Permanecer en su trabajo hasta que llegue su relevo, si es que lo tuviese;
- Trabajar con el cabello recogido, no portar joyas, relojes, pulseras, anillos o cualquier objeto en sus manos y brazos, especialmente el personal de los establecimientos y aquellos que manipulen alimentos;
- Mantener sus uñas limpias, cortas y sin esmalte;
- Preparar la comida inmediatamente se haga la orden y servirla lo más pronto posible;
- Portar el uniforme en buenas condiciones de uso y limpio;
- No portar ningún artefacto electrónico ni atender al celular en horas de trabajo;
- Mantener una buena relación entre compañeros evitando los malos entendidos;
- Los administradores serán responsables del local asignado a sus labores, deben precautelar por el buen funcionamiento del mismo; es decir velarán por el beneficio del empleador y asumirán todos los valores que se generen por pérdidas o negligencia de los trabajadores a su cargo.

3.7. Capacitación para el personal

Todo el personal es capacitado durante la jornada de trabajo y el administrador del local siempre está pendiente de como realiza las tareas los empleados nuevos. Se realiza 3 reuniones mensualmente para conversar sobre dudas o inconvenientes que tenga el personal en cuanto a las funciones que desempeñan y así lograr tener un equipo de trabajo productivo. En cuanto a capacitaciones se realiza una vez al año.

4. CAPÍTULO 4. Análisis de resultados

Toda la información recolectada para esta investigación se la obtuvo de la encuesta (anexo 1), ya que con la realización de esta se conoció de manera específica las diferentes opiniones que tienen los clientes con respecto al establecimiento.

4.1 Análisis de los resultados en cuanto a satisfacción del cliente en la Pizzería “Los Tíos”

A continuación, se detalla los resultados obtenidos de las encuestas dirigidas a los clientes de Pizzería Los Tíos sede Universidad Católica y sede Universidad Central.

Las encuestas realizadas se basaron en el modelo SERVQUAL ya que es una herramienta que permite medir la calidad de servicio mediante la realización de preguntas estandarizadas. (Wigodski, 2003)

Se tomo en cuenta los siguientes criterios: Fiabilidad o presentación del servicio, seguridad, empatía, elementos tangibles y capacidad de respuesta. (Castillo, 2005)

4.1.1 Análisis e interpretación de la encuesta a los clientes de la Pizzería “Los Tíos” sede Universidad Católica (Veintimilla y Leonidas plaza)

Pregunta 1. Género

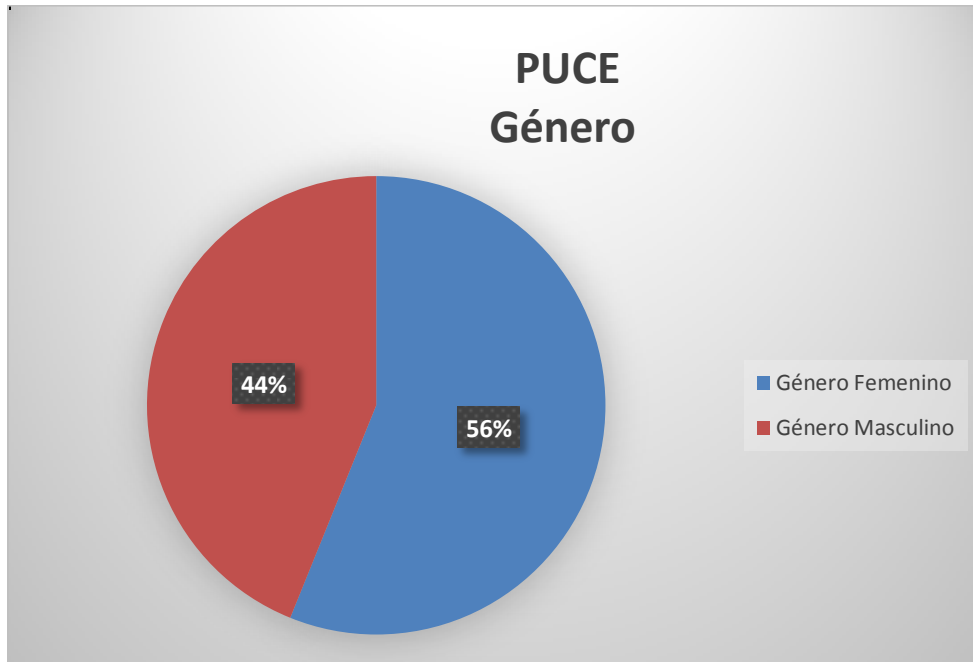


Ilustración 2 representación de resultados pregunta 1

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

El 56% de los encuestados pertenece al género femenino, mientras que el 44% son del género masculino.

Pregunta 2. Edad

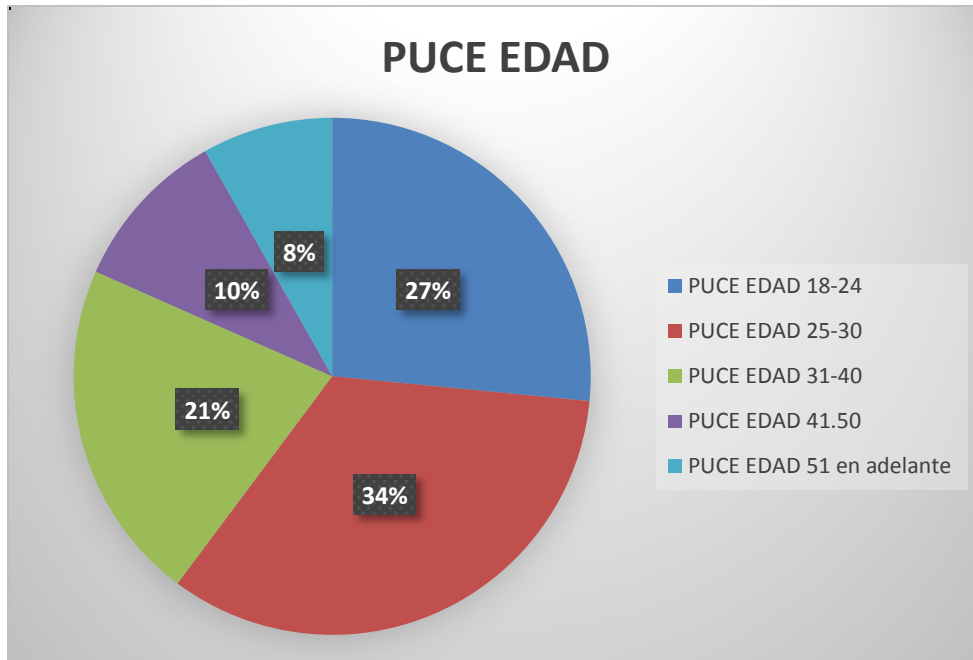


Ilustración 3 representación de resultados pregunta 2

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

Los clientes encuestados que visitan el establecimiento están mayormente entre los 25 y 30 años con un porcentaje del 34%, seguido por un 27% entre los 18 y 24 años de edad, a continuación, un 21% entre los 31 y 40 años, luego un 10% entre los 41 y 50 años, y finalmente un 8% de personas con más de 51 años.

Pregunta 3. ¿De los siguientes puntos a mencionar como los calificaría según su importancia?

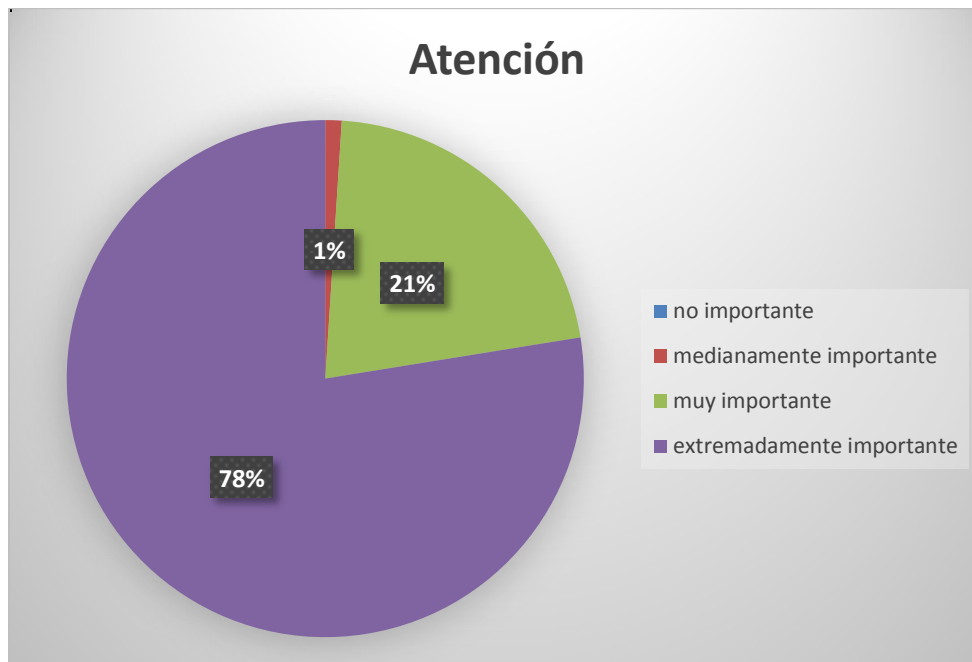


Ilustración 4 representación de resultados pregunta 3

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

Los resultados que arroja la gráfica son: El 78% de las personas encuestadas consideran que la atención es extremadamente importante mientras que el 21% piensa que es muy importante la atención al momento de acudir a un establecimiento de alimentos y finalmente el 1% dice que es medianamente importante.

Interpretación: ofrecer una atención de calidad genera una gran ventaja del establecimiento frente a la competencia ya que esto causa clientes satisfechos y estos clientes siempre volverán y les recomendarán. Es por esto que las personas encuestadas coinciden en que la atención al cliente es extremadamente importante.

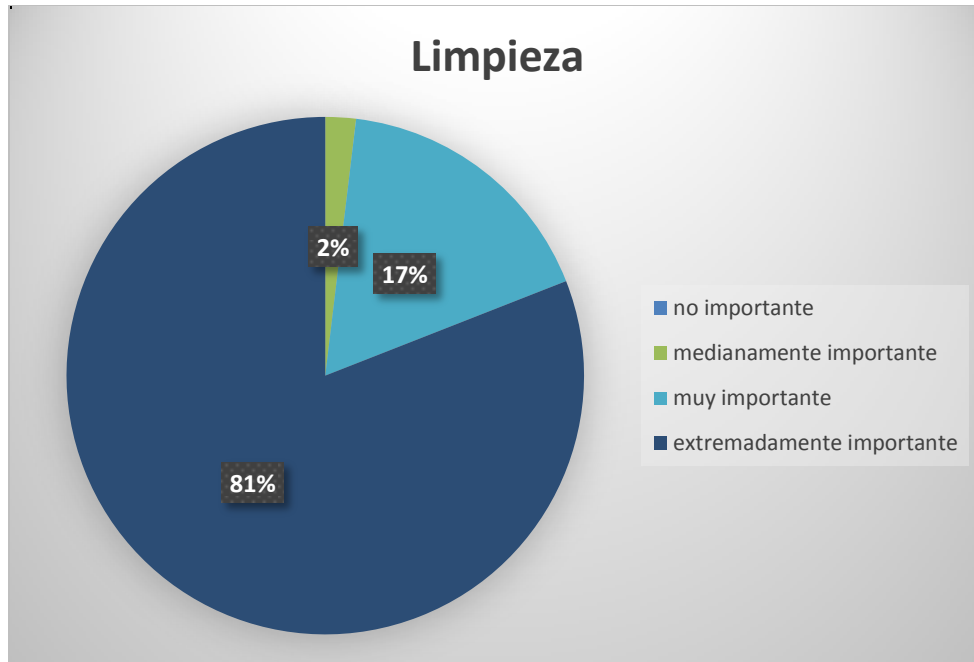


Ilustración 5 representación de resultados pregunta 3

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

En cuanto a la limpieza, el 81% de las personas encuestadas dijeron que es algo extremadamente importante, un 17% considera que es muy importante y únicamente el 2% dijo que era medianamente importante.

Interpretación: estos datos indican que la limpieza es un punto que las personas piensan que es muy importante al momento de acudir a un restaurante, ya que solo un 2% consideran que es medianamente importante el tema de la higiene. La limpieza es algo que los establecimientos deben manejarla muy cuidadosamente debido a que esta dará una buena imagen del establecimiento y por consiguiente de la calidad de los alimentos que se sirven.

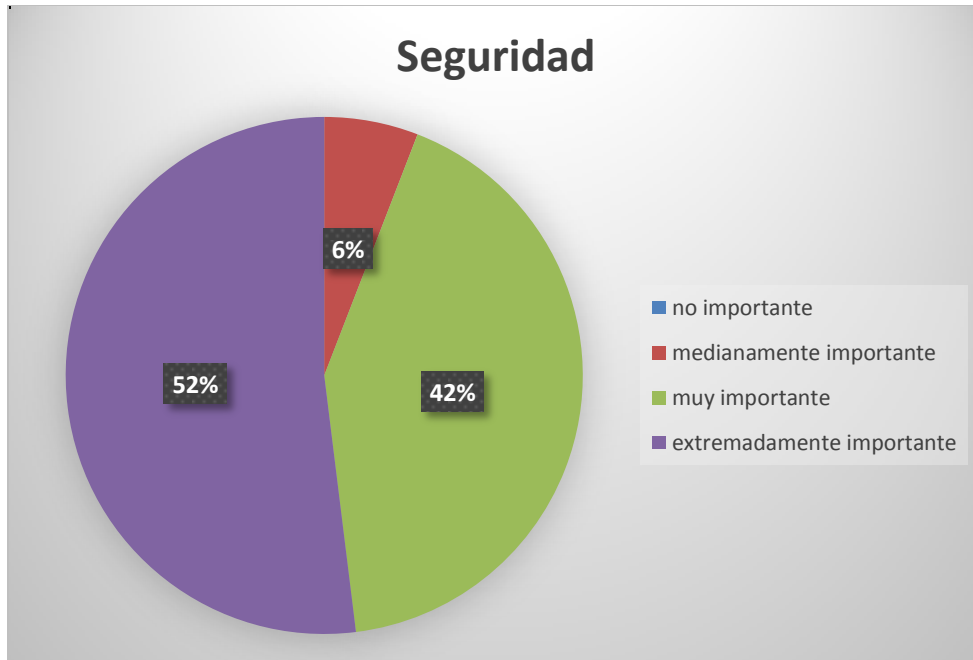


Ilustración 6 representación de resultados pregunta 3

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

Mediante el gráfico se puede apreciar que del total de clientes que fueron encuestados, el 52% considera a la seguridad como un punto extremadamente importante, un 42% dijeron que es muy importante y por último un 6% con medianamente importante.

Interpretación: la seguridad es importante ya que da tranquilidad a los clientes al momento de acudir a las instalaciones y esto ayudará a hacer de la visita de los clientes una experiencia satisfactoria. Brindar un servicio de calidad consiste también en ofrecerles seguridad de que al acudir a estos establecimientos están protegidos y pueden sentirse relajados.

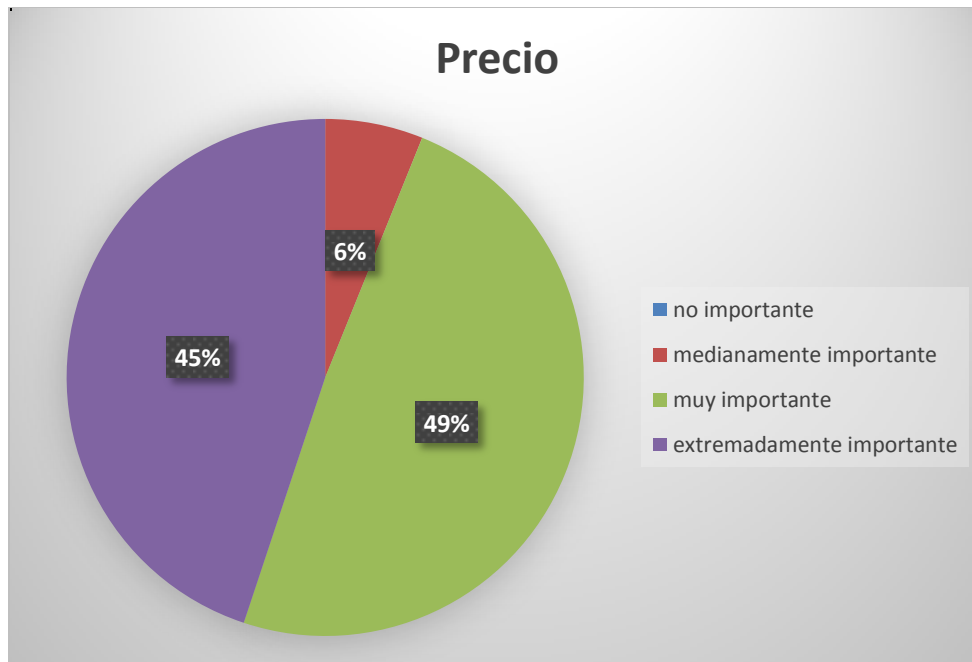


Ilustración 7 representación de resultados pregunta 3

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

El 49% de los encuestados piensan que el precio es un factor muy importante al momento de consumir cierto producto, mientras que el 45% considera que es extremadamente importante y por último un 6% dice que es medianamente importante.

Interpretación: para los clientes de este establecimiento consideran que es importante el precio y esto va relacionado al tipo de servicio que ofrecen, es decir que el precio si responde al producto final que se entrega a los clientes.

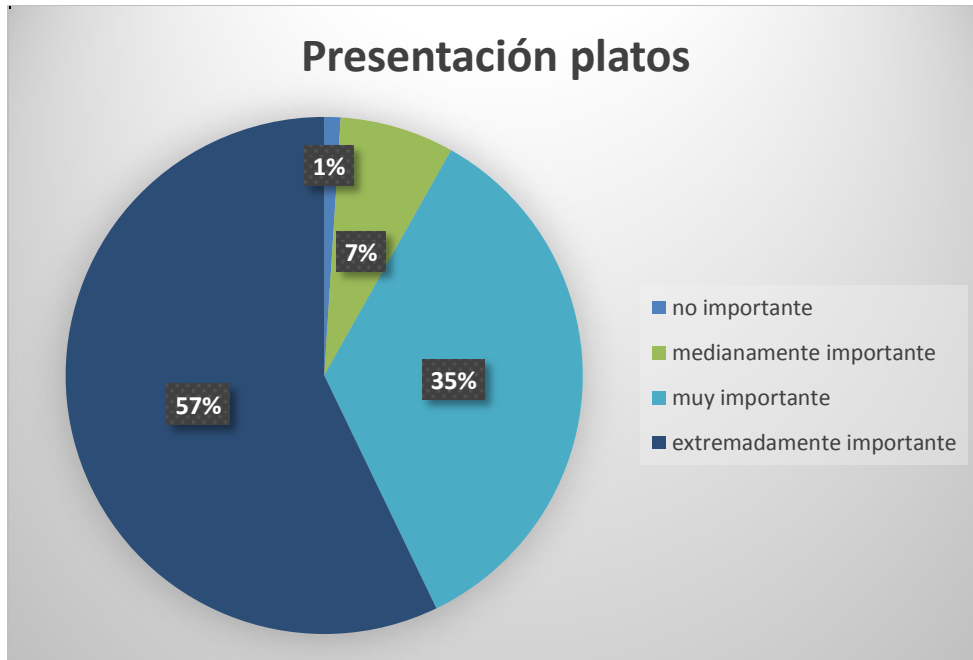


Ilustración 8 representación de resultados pregunta 3

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

Los resultados que arroja este grafico son que el 57% de las personas consideran que la presentación de los platos es un punto extremadamente importante, un 35 % dice que es muy importante, el 7% piensa que es medianamente importante y apenas el 1% expresa que no es importante al momento de consumir alimentos.

Interpretación: la presentación del plato es algo que las personas creen que es de mucha importancia, es por esto que este punto se tomará muy en cuenta para analizar el servicio que se ofrece en los establecimientos. Es importante descubrir si este punto ayuda o no a generar buena imagen del establecimiento.

Pregunta 4. Califique las siguientes variables de acuerdo a su criterio, donde 5 es totalmente satisfecho, 4 satisfecho, 3 medianamente satisfecho, 2 poco satisfecho y 1 nada satisfecho.

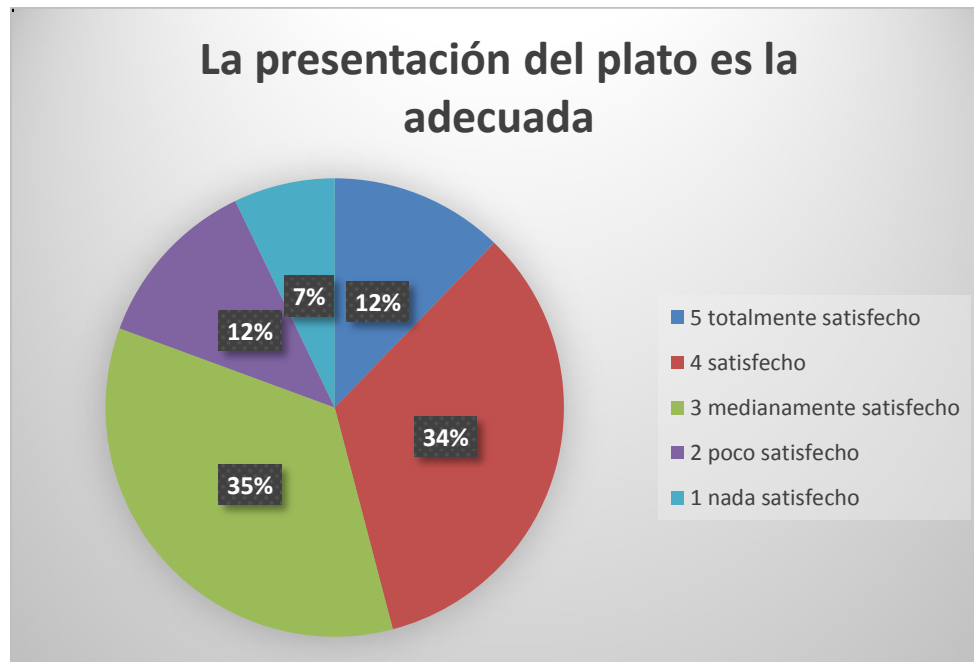


Ilustración 9 representación de resultados pregunta 4

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

El 35% esta medianamente satisfecho en cuanto a la presentación del plato, el 34% está satisfecho, el 12% se encuentra poco satisfecho y totalmente satisfecho, y finalmente el 7% nada satisfecho.

Interpretación: con estos resultados se conoce que la mayoría de las personas no se encuentran satisfechas con la presentación del plato y esto se debe a que el menaje de este establecimiento es desechable y a muchas personas les incomoda este punto. Sin embargo, se observa que hay otro grupo de clientes que piensan que no es un inconveniente que sirvan en estos platos desechables ya que garantizan que cada persona tendrá un plato nuevo.

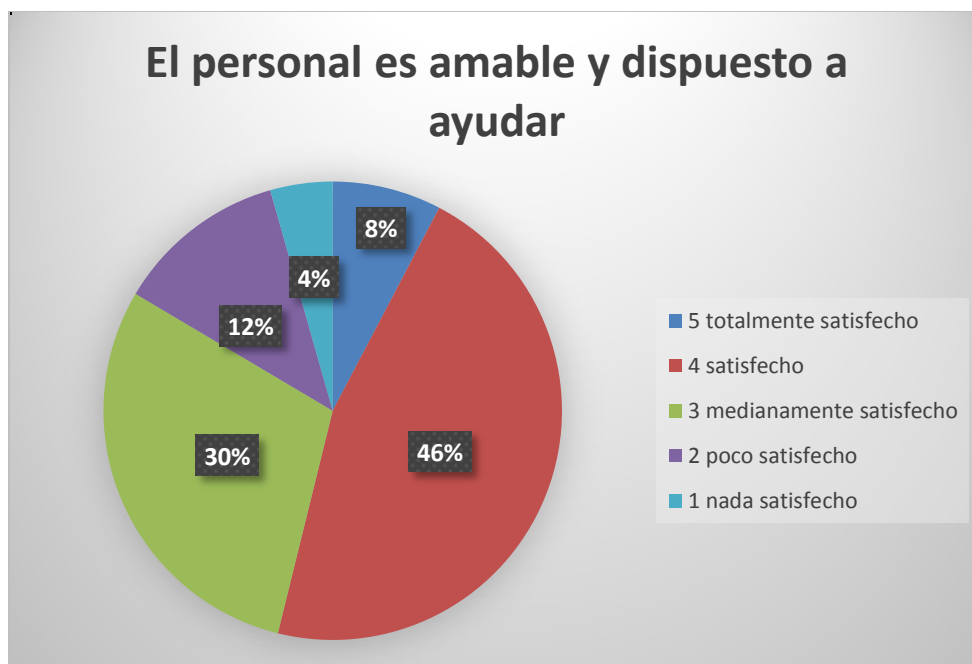


Ilustración 10 representación de resultados pregunta 4

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

El 46% está satisfecho con respecto a que el personal es amable y dispuesto a ayudar, el 30% está medianamente satisfecho, el 12% se encuentra poco satisfecho, el 8% totalmente satisfecho, y por último el 4% está nada satisfecho.

Interpretación: es importante tener en cuenta que el servicio al cliente empieza por el servicio que brinda todo el personal, empezando por la cajera que atiende el pedido hasta el mesero que pasa la orden al comensal, por lo que va a depender de la actitud que estos tengan al momento de realizar sus actividades dentro del trabajo para lograr la satisfacción del cliente. Estos resultados reflejan que la mayoría de los clientes se encuentran satisfechos con relación a la predisposición del personal.

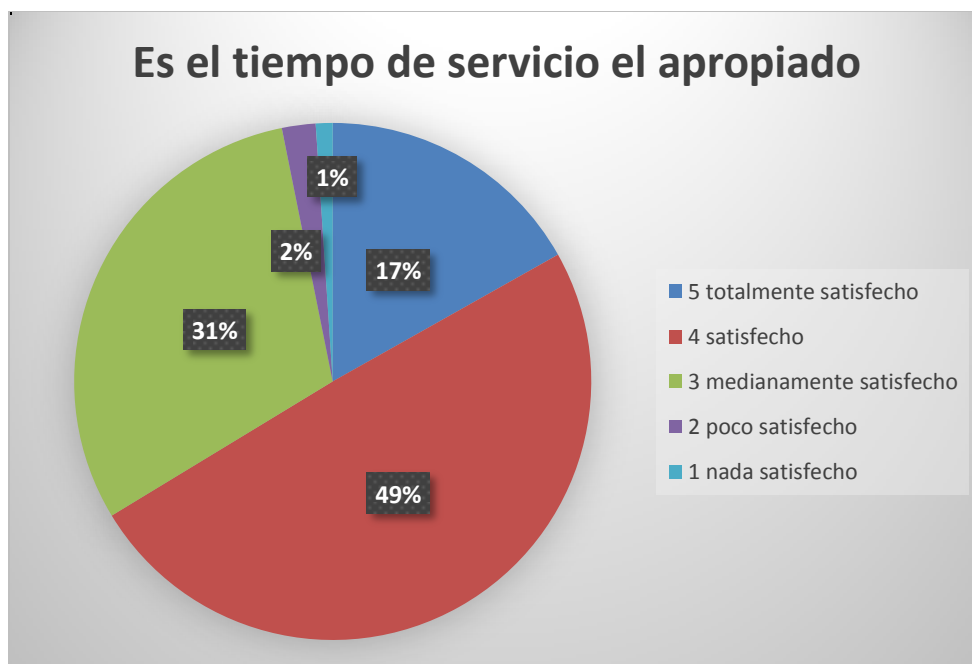


Ilustración 11 representación de resultados pregunta 4

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

El 49% de las personas encuestadas, están satisfechas con el tiempo de servicio, el 31% esta medianamente satisfechos con este aspecto, el 17% se encuentra totalmente satisfechos, el 2% poco satisfechos y finalmente el 1% nada satisfecho.

Interpretación: un buen servicio no es solo brindar amabilidad a los clientes, sino que también es muy importante que la atención sea rápida, ya que es incómodo para los comensales esperar mucho tiempo para recibir el servicio.

Un servicio rápido es un punto muy importante para el establecimiento, ya que la mayoría de los clientes consideran que el tiempo de servicio que maneja el establecimiento es el apropiado.

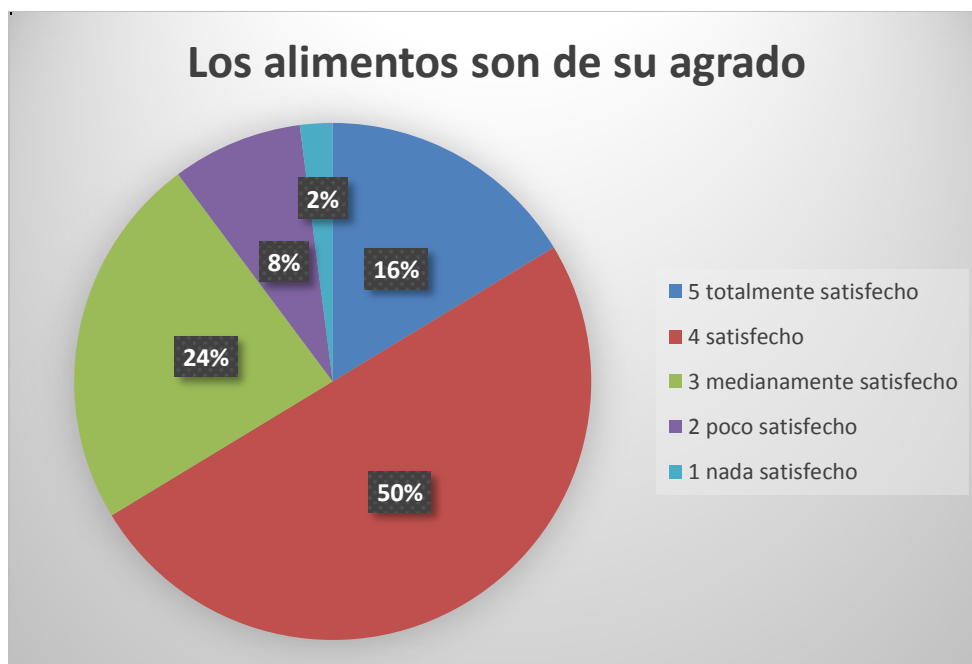


Ilustración 12 representación de resultados pregunta 4

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

El 50% de las personas encuestadas dicen estar satisfechas con los alimentos, para el 24% esta variable se encuentra en el rango de medianamente satisfecho, por otra parte, el 16% está totalmente satisfecho, para el 8% están poco satisfechos y por último el 2% se encuentra nada satisfecho.

Interpretación: es importante que en los restaurantes brinden alimentos frescos y en las cantidades adecuadas que garanticen que los clientes van a quedar satisfechos, y según los resultados arrojados las personas piensan que los productos que se ofrece en este establecimiento son buenos y cumplen con sus expectativas, por lo que esto es un punto a favor para el local. Sin embargo, es necesario mencionar que un porcentaje de las personas encuestadas no se encuentran totalmente satisfechas, ya que no es de su agrado la presentación o porciones del producto, según comentarios obtenidos en las encuestas.

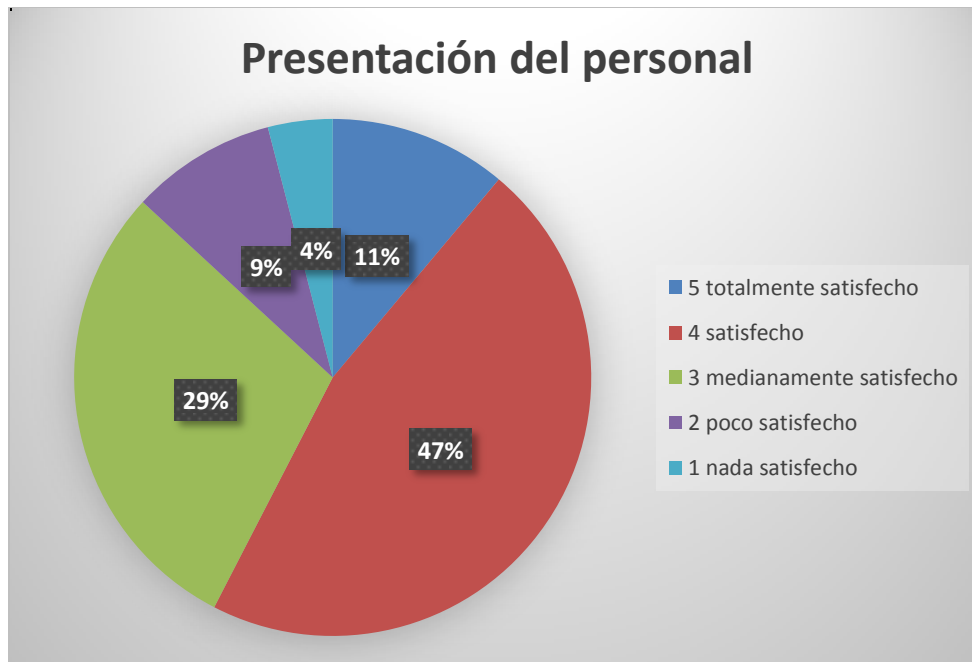


Ilustración 13 representación de resultados pregunta 4

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

Con respecto a la presentación del personal, el 47% de los encuestados se encuentran satisfechos, el 29% medianamente satisfecho, mientras que el 11% está totalmente satisfecho, el 9% poco satisfecho y el 4% se encuentra nada satisfechos.

Interpretación: con respecto a la presentación de los colaboradores encontramos que los clientes no tienen queja alguna sobre el personal ya que cada uno cuenta con su respectivo uniforme y lo llevan impecable. Esto es una ventaja para el local ya que la higiene del personal habla muy bien de la manera en cómo manejan la limpieza dentro del establecimiento.



Ilustración 14 representación de resultados pregunta 4

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

El 49% de las personas dicen estar satisfechas con la relación precio/calidad, el 31% se encuentra medianamente satisfecha, mientras que el 16% están totalmente satisfechas, y por último el 4% están poco satisfechas.

Interpretación: la relación precio/calidad demuestra que los comensales están de acuerdo en pagar cierta cantidad de dinero por la calidad de los productos, las personas buscan lugares que ofrezcan buenos productos y a un precio razonable. En este caso la mitad de los encuestados consideran que los precios son muy convenientes para el servicio y producto que reciben.

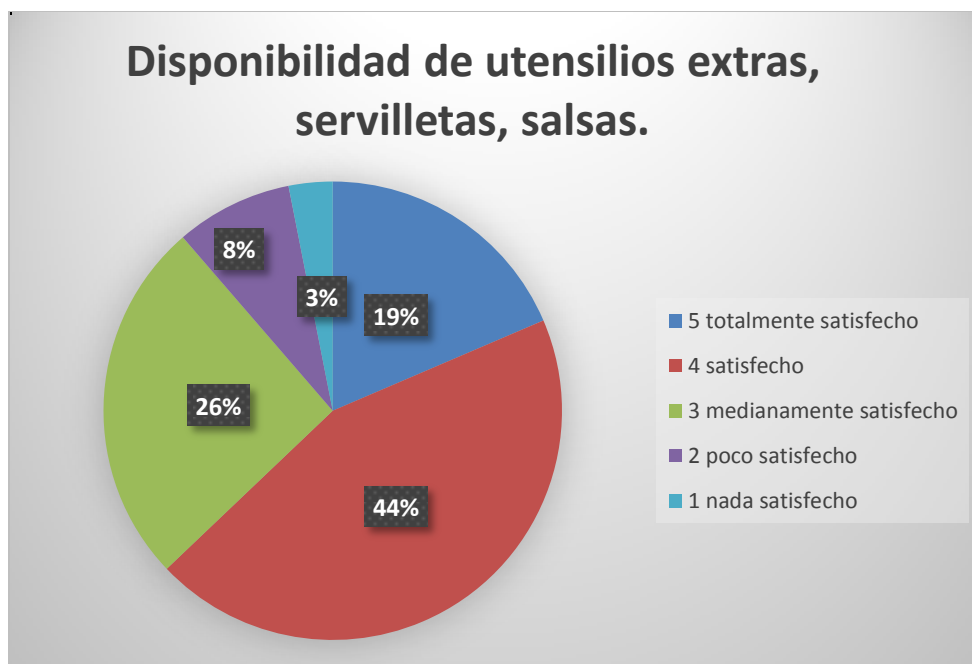


Ilustración 15 representación de resultados pregunta 4

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

Mediante el gráfico se puede observar que el 44% de los clientes están satisfechos con relación a la disponibilidad de extras, el 26% se encuentra medianamente satisfecho, el 19% totalmente satisfechos, mientras que el 8% está poco satisfechos, y el 3% nada satisfechos.

Interpretación: es importante que la zona de utensilios extras como los tenedores y cuchillos esté siempre disponible ya que en estos establecimientos se caracterizan por tener una zona donde los clientes tienen a su disposición los platos, saleros, fundas, vasos, utensilios. Con este porcentaje se puede decir que no siempre los extras van a estar disponibles, ya que en ocasiones se acaban y no los reponen de manera inmediata y es algo que incomoda a la clientela.

Pregunta 5. ¿Con quién suele acudir a Pizzería Los Tíos?

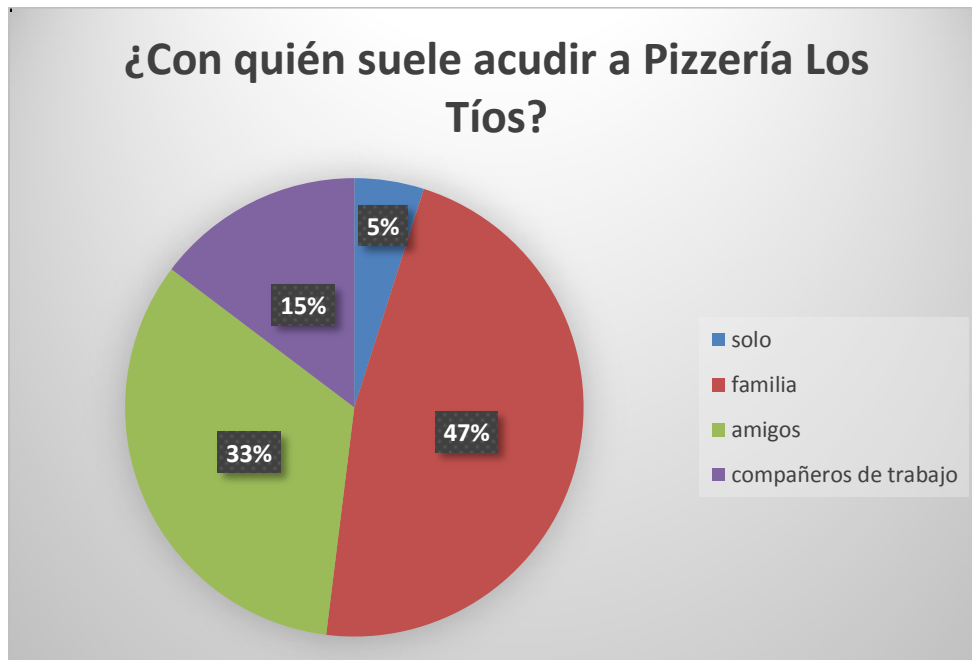


Ilustración 16 representación de resultados pregunta 5

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

Los resultados que arroja este gráfico es que el 47% de los encuestados acuden a este establecimiento en compañía de su familia, el 33% van con sus amigos, el 15% con compañeros de trabajo y el 5% acuden solos a la Pizzería Los Tíos.

Interpretación: existe un gran porcentaje de personas que acuden con sus familias y amigos a este establecimiento. Son pocas las personas que van acompañados por compañeros de trabajo y solos.

Pregunta 6. ¿El tiempo de su permanencia en el establecimiento es de?



Ilustración 17 representación de resultados pregunta 6

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

Del total de encuestados el 54% permanecen en el establecimiento una hora, el 29% solo 30 minutos y el 17% se quedan dos horas.

Interpretación: una hora consideran el tiempo necesario para consumir sus alimentos y retirarse del establecimiento, son pocas las personas que se toman más de una hora en abandonar el local.

Pregunta 7. ¿Recomendaría este establecimiento?



Ilustración 18 representación de resultados pregunta 7

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

Del total de encuestados el 69% si recomendarían este establecimiento mientras que el 31% no lo haría.

Interpretación: en cuanto a la recomendación del establecimiento la mayoría de las personas si lo hicieran ya que destacan que es un lugar con ambiente relajado, con sus instalaciones limpias y la razón más importante es la calidad de sus productos. El otro porcentaje de personas que no lo harían es porque consideran que se puede pagar más para recibir una mejor atención en cuanto a la presentación de los platos.

4.1.2 Análisis e interpretación de la encuesta a los clientes de la Pizzería “Los Tíos” sede Universidad Central (av. América y Perez Guerrero)

Pregunta 1. Género

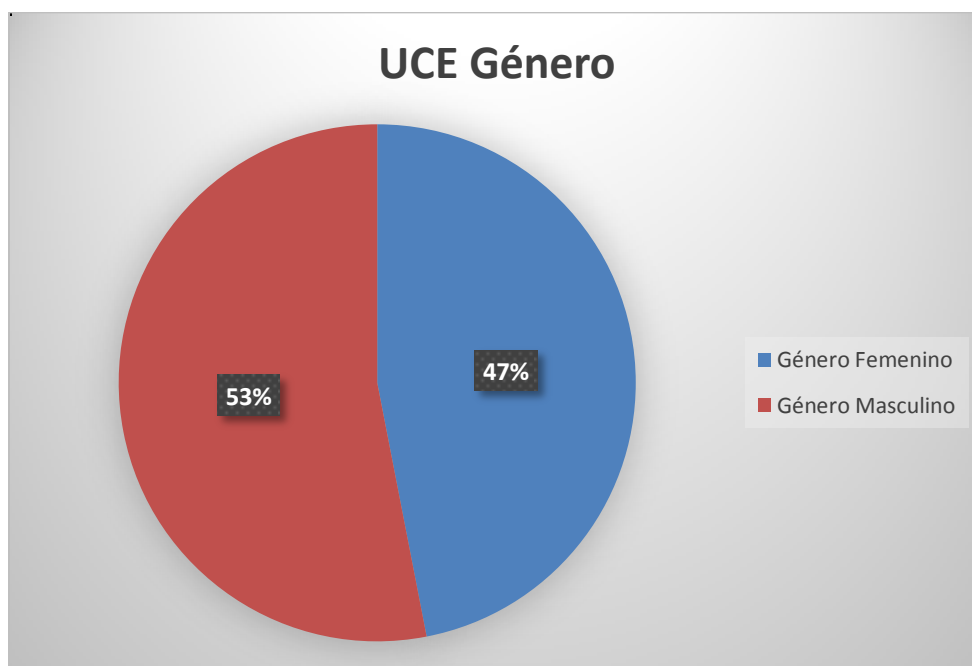


Ilustración 19 representación de resultados pregunta 1

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

El gráfico indica que la mayoría de los encuestados son del género masculino con un 53% y un 47% para el género femenino.

Pregunta 2. Edad

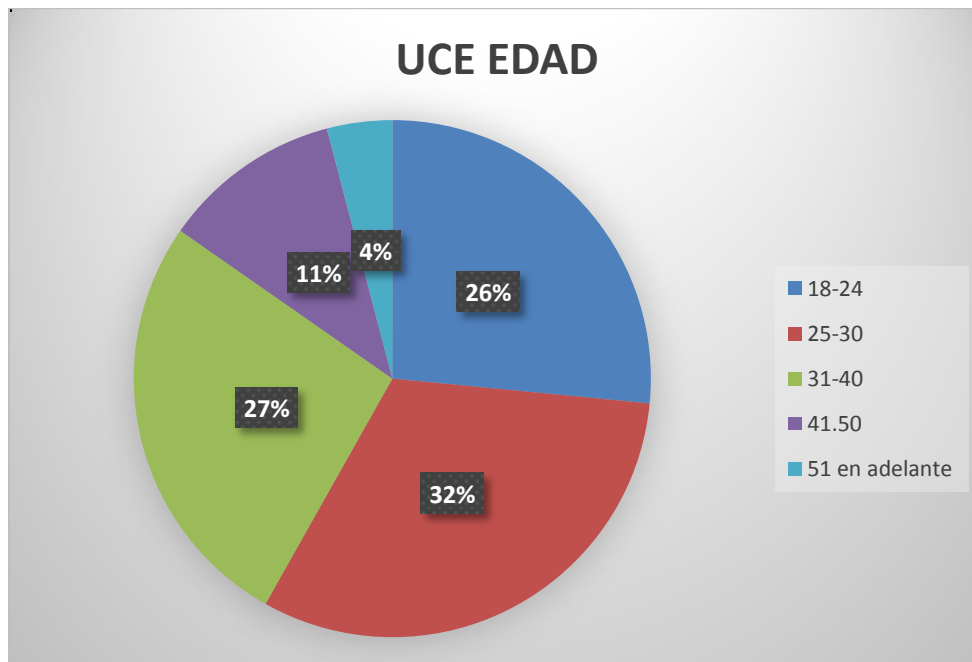


Ilustración 20 representación de resultados pregunta 2

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

La gran mayoría de personas que frecuentan el establecimiento se encuentra entre los 25 y 30 años con un 32%, siguiendo los de 31 a 40 años con un 27%, a continuación, con un 26% están las personas de 18 a 24 años. Mientras que entre los 41 y 50 años el 11% y finalmente con un 4% las personas de 51 en adelante.

Pregunta 3. ¿De los siguientes puntos a mencionar como los calificaría según su importancia?

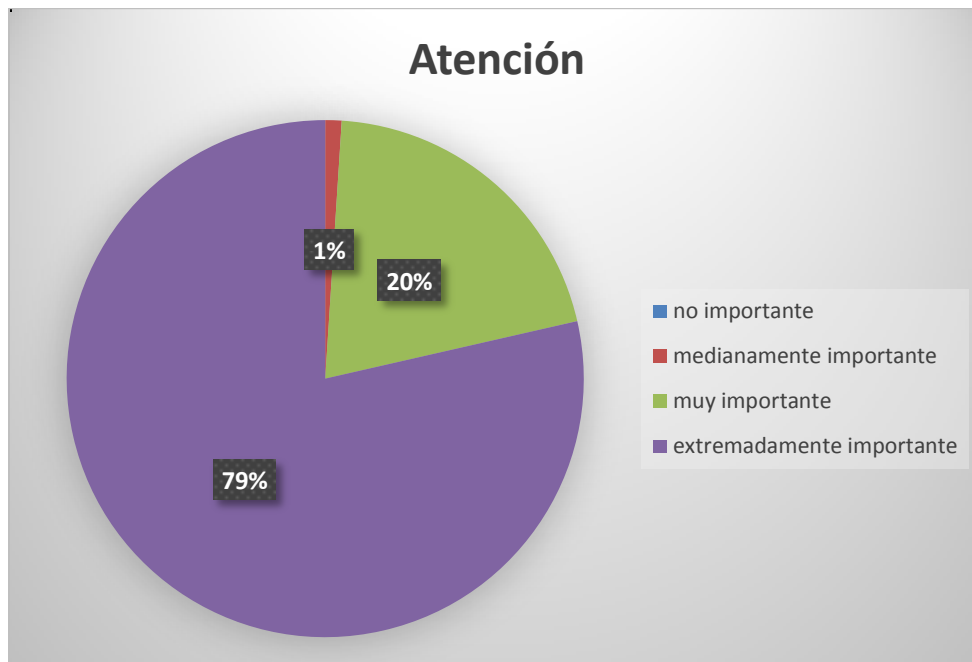


Ilustración 21 representación de resultados pregunta 3

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

Los resultados del gráfico muestran que el 79% de las personas encuestadas dicen que es extremadamente importante la atención en los restaurantes, mientras que el 20% consideran que es muy importante y el 1% piensan que es medianamente importante.

Interpretación: la atención es uno de los puntos más importantes en los establecimientos de alimentos y bebidas ya que esto habla de la formación que el personal recibe antes de desarrollar sus actividades. Conseguir una buena atención debe ser el principal objetivo al que debe orientarse estos establecimientos. Esto permitirá que los clientes sientan deseo de volver

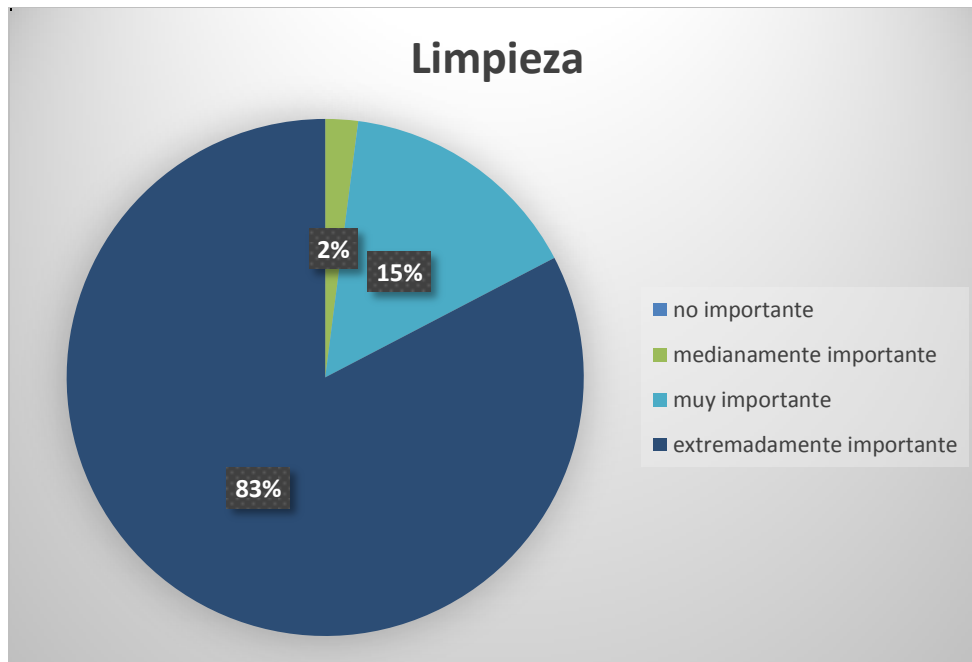


Ilustración 22 representación de resultados pregunta 3

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

El 83% de las personas encuestadas indican que la limpieza es algo extremadamente importante, mientras que el 15% piensan que es muy importante y el 2% dice que es medianamente importante.

Interpretación: la limpieza incluye varios puntos como la limpieza de los utensilios, la limpieza al momento de presentar los platos, limpieza de cucharas, mesas y pisos, todo esto se debe manejar muy bien. La limpieza viene a significar un estándar de calidad que toda persona se fija y busca al momento de entrar y consumir alimentos o bebidas, por lo que siempre se debe tener limpio tanto el área de trabajo como el área donde se sirve los alimentos los clientes.

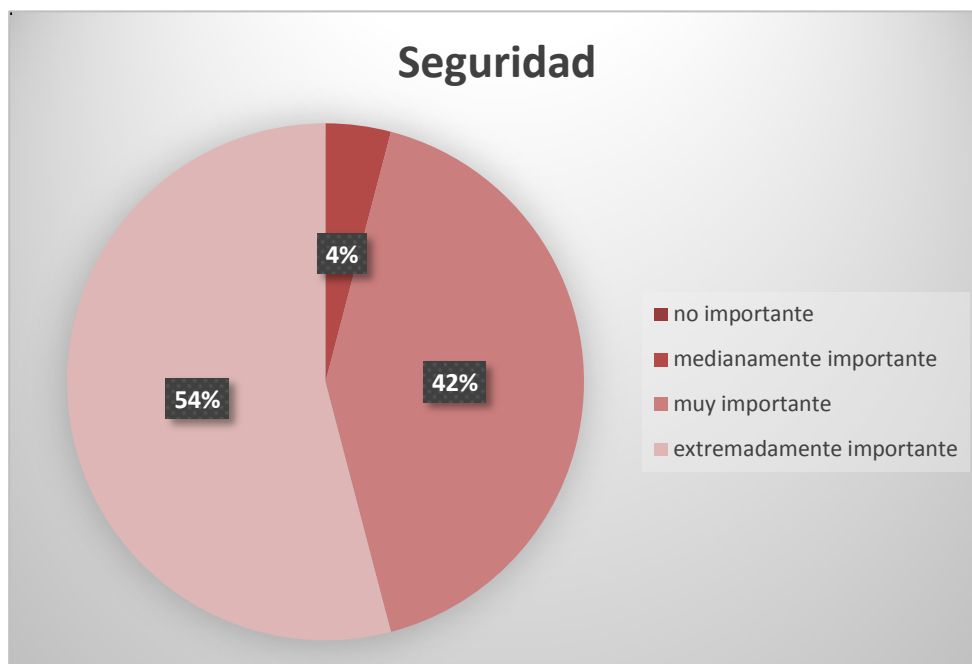


Ilustración 23 representación de resultados pregunta 3

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

Como muestra la gráfica, con respecto a la seguridad, el 54% está de acuerdo que es extremadamente importante, el 42% muy importante y por último el 4% medianamente importante.

Interpretación: tener un local que brinde seguridad a su clientes y colaboradores da un valor agregado a los establecimientos que hará la diferencia frente a la competencia. Es necesario que todos los locales aseguren a sus clientes que el lugar en el que están es tranquilo y que pueden sentirse relajados y disfrutar de sus alimentos.

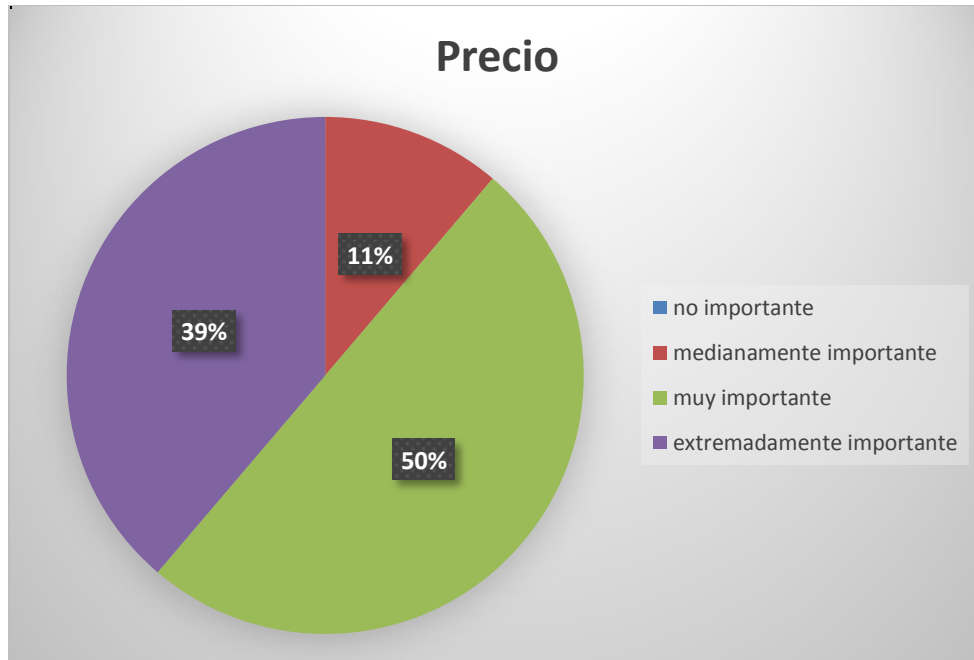


Ilustración 24 representación de resultados pregunta 3

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

El 50% de las personas encuestadas piensa que el precio es muy importante, mientras que el 39% expresan que es extremadamente importante, finalmente el 11% es medianamente importante.

Interpretación: las personas buscan siempre un lugar que represente la calidad de los productos en cuanto al precio que pagan. Se debe manejar precios justos y razonables para que los clientes se sientan conformes al momento de pagar cierta cantidad de dinero por el servicio que recibió.

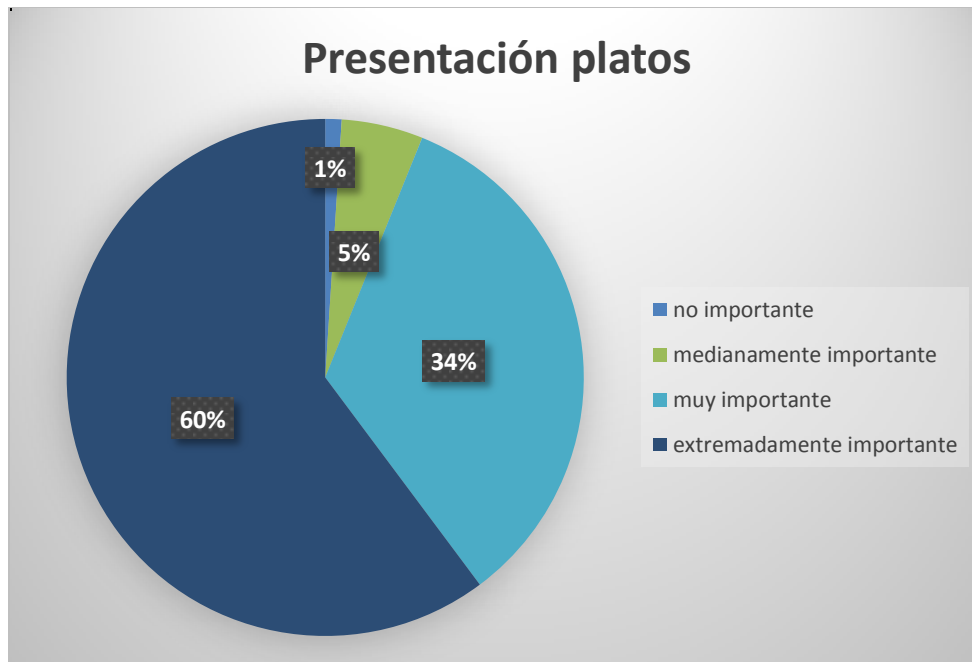


Ilustración 25 representación de resultados pregunta 3

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

La ilustración refleja que el 60% piensa que la presentación de los platos es extremadamente importante. El 34% aseguran que es muy importante, el 5% corresponde a medianamente importante y únicamente el 1% dice que es no importante.

Interpretación: la presentación del plato forma parte de la imagen que desean dar a su establecimiento y si se lo hace de manera correcta se puede mejorar el grado de satisfacción del cliente. Este es un punto que se tomará en cuenta para ver la calidad de servicio que se ofrece en el establecimiento ya que los clientes consideran que es extremadamente importante.

Pregunta 4. Califique las siguientes variables de acuerdo con su criterio, donde 5 es totalmente satisfecho, 4 satisfecho, 3 medianamente satisfecho, 2 poco satisfecho y 1 nada satisfecho.

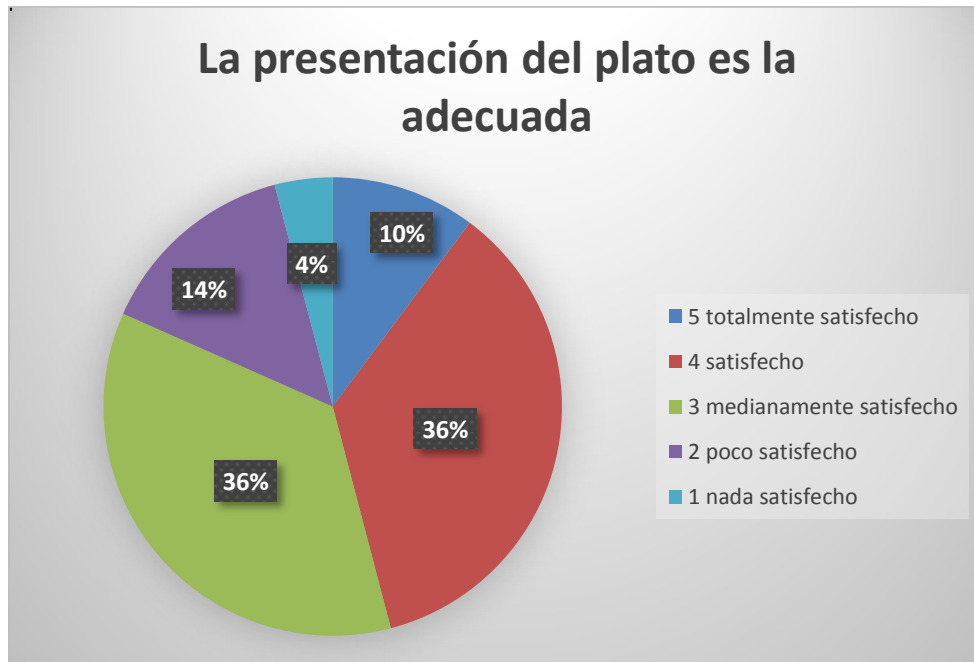


Ilustración 26 representación de resultados pregunta 4

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

Según el gráfico se observa un empate entre el porcentaje de gente que se encuentra satisfecha y los clientes que están medianamente satisfechos, estos dos poseen un 36%, a continuación, se observa un 14% con poco satisfecho, un 10% totalmente satisfecho y por último un 4% con nada satisfecho.

Interpretación: cómo se puede observar no existe un gran porcentaje de personas que están de acuerdo con la presentación de los platos que en este caso es en platos desechables, esta es la razón por la que la gente no está contenta con este punto con relación al servicio, ya que da una imagen de mucha informalidad en el servicio que ofrecen a los comensales.

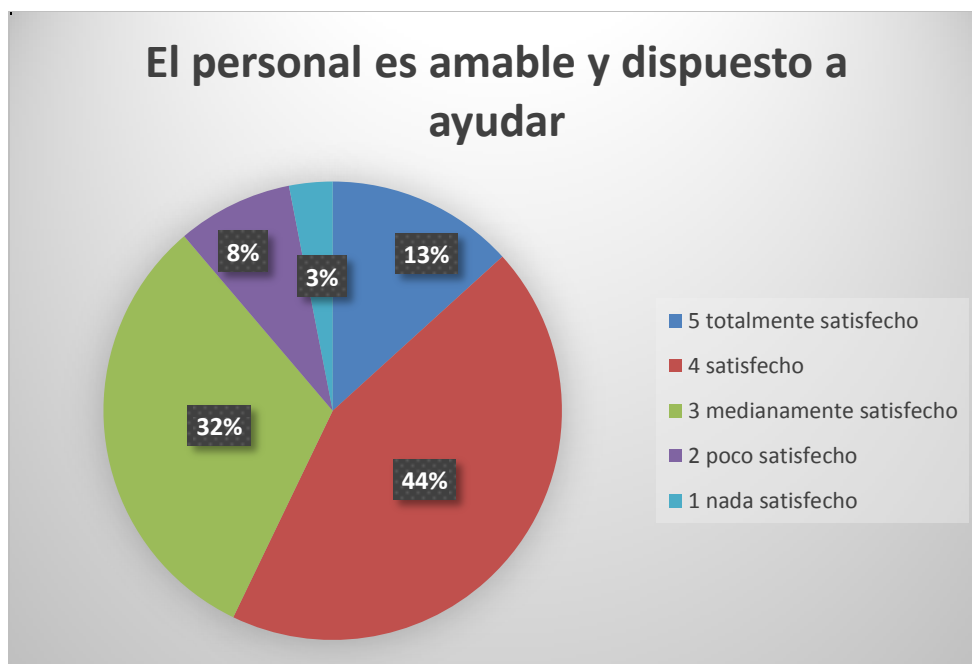


Ilustración 27 representación de resultados pregunta 4

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

Se tiene como resultado que un 44% de las personas encuestadas están satisfechas con relación a la amabilidad del personal, mientras que un 32% esta medianamente satisfecho, el 13% totalmente satisfecho, el 8% poco satisfecho y por último un 3% está totalmente satisfecho.

Interpretación: el grado de satisfacción en cuanto al personal llega a superar el 50% que representa más de la mitad, es decir que los clientes se sienten conformes con la predisposición al momento de atender, sin embargo, también existen algunas falencias al momento de brindar atención a los clientes y que genera descontento en los mismos; esto puede perjudicar al establecimiento ya que las personas buscan ser bien atendidas, con amabilidad, respeto y agilidad.

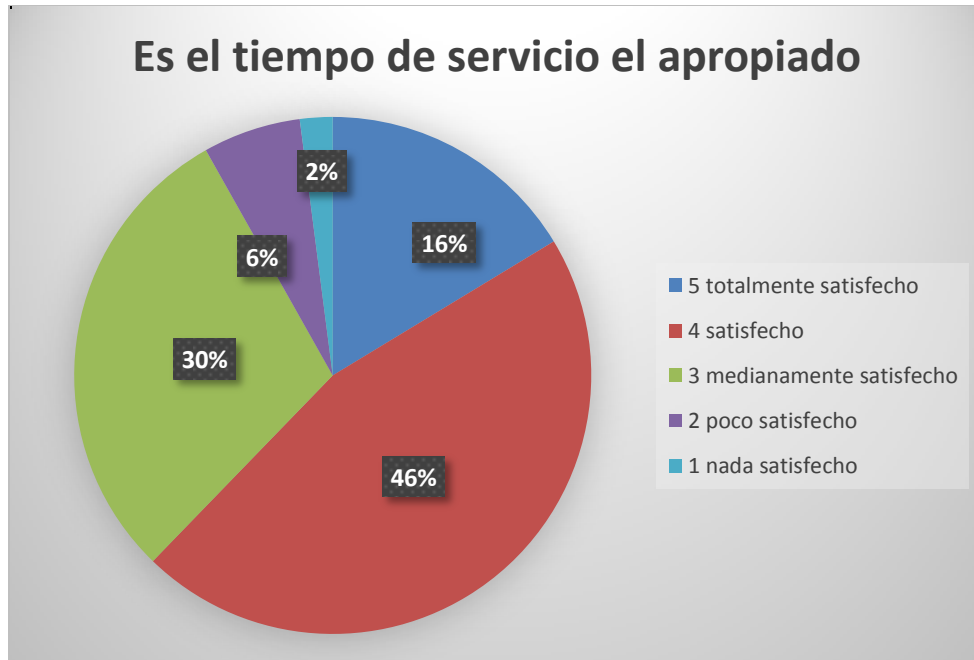


Ilustración 28 representación de resultados pregunta 4

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

La grafica arroja un 46% de las personas que se encuentran satisfechas, un 30% medianamente satisfechas, luego se obtiene un 16% con totalmente satisfecho, un 6% poco satisfecho, y un 2% nada satisfecho.

Interpretación: el tiempo del servicio es un factor importante ya que, si no entregan el pedido en un tiempo racional, los comensales se cansarán de esperar y eso produce una mala imagen para la empresa. Debido a los resultados obtenidos se aprecia que el establecimiento maneja un tiempo adecuado de entrega del producto ya que los clientes se encuentran satisfechos.

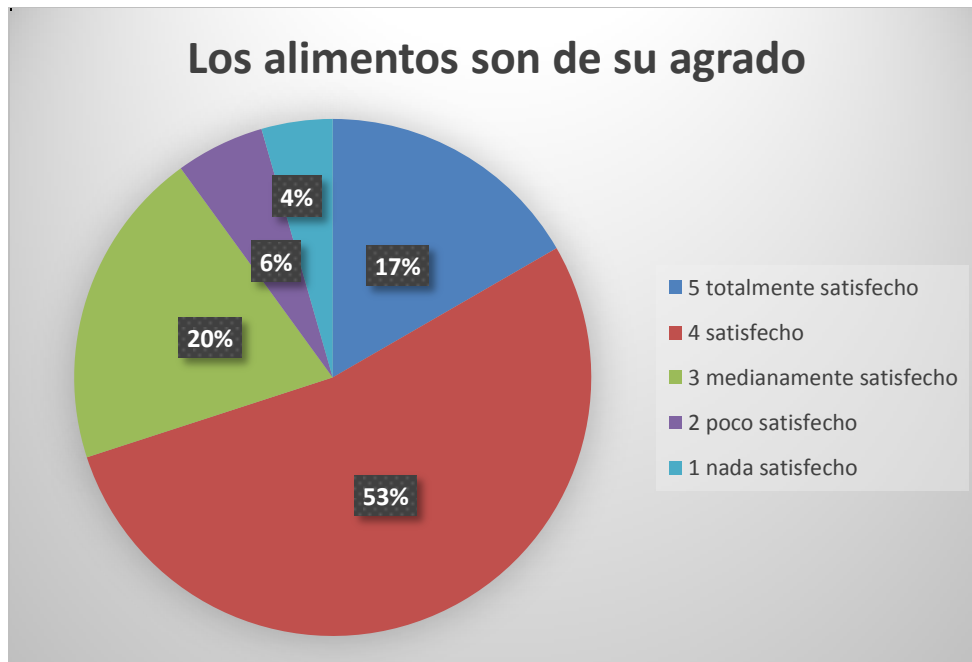


Ilustración 29 representación de resultados pregunta 4

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

La percepción de los clientes con respecto a los alimentos es la siguiente: el 53% están satisfechos con esta variable, el 20% se encuentra medianamente satisfecho, el 17% totalmente satisfecho, el 6% poco satisfecho y el 4% nada satisfecho.

Interpretación: es un punto muy favorecedor que este indicador sea alto. Este porcentaje nos muestra que todos los alimentos que se ofrecen son buenos y agrada a la gente por lo que logran conseguir la satisfacción del cliente y llegar a la mente del consumidor de una manera positiva para que los recomienden con otras personas y obtenga clientes nuevos.

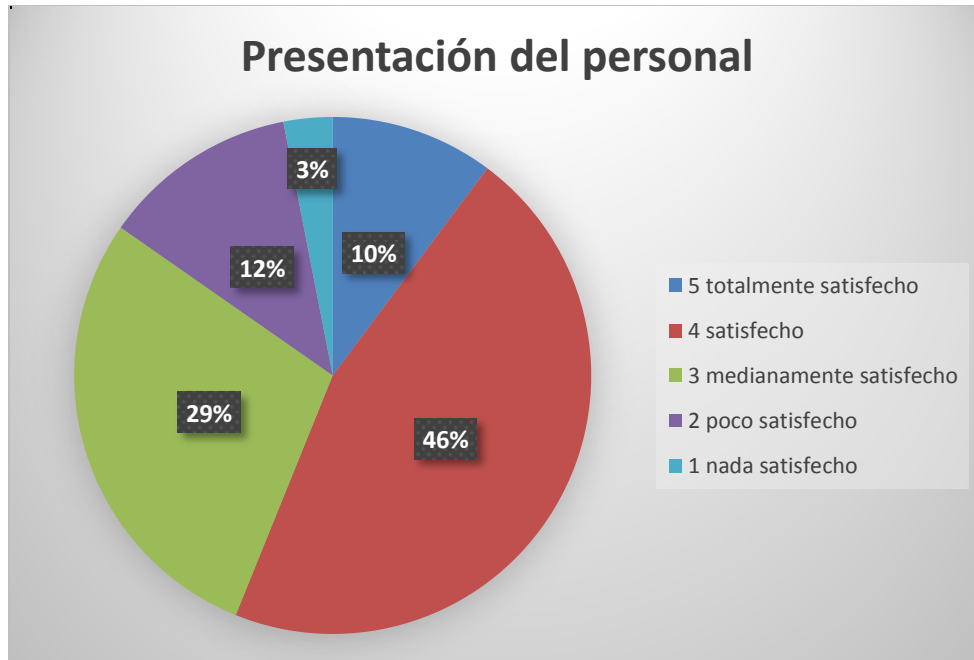


Ilustración 30 representación de resultados pregunta 4

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

En cuanto a la presentación del personal se muestra que el 46% se encuentra satisfecho, el 29% medianamente satisfecho, el 12% poco satisfecho, el 10% totalmente satisfecho y el 3% nada satisfecho.

Interpretación: es importante que el personal maneje una buena presentación frente al cliente ya que esto muestra que el establecimiento toma muy en serio los temas de higiene del personal y eso es un factor que ayuda al restaurante para ganar clientela. Y según los datos obtenidos se puede decir que el establecimiento presenta algunas fallas en la forma de presentar a sus colaboradores frente a los clientes.

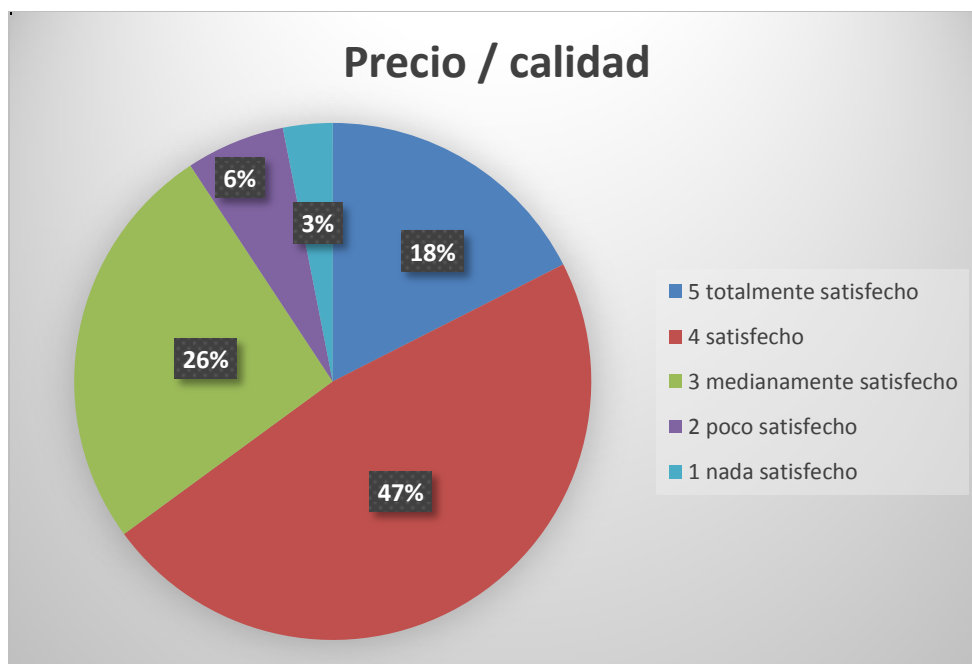


Ilustración 31 representación de resultados pregunta 4

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

Con respecto a la relación precio calidad, los resultados fueron los siguientes: el 47% se encuentra satisfecho, el 26% medianamente satisfecho, el 18% totalmente satisfecho, el 6% poco satisfecho y el 3% nada satisfecho.

Interpretación: la mayoría de las personas encuestadas coinciden en que están satisfechas con la relación del precio que terminan pagando y la calidad que reciben. Sin embargo, es importante mencionar que hay un porcentaje de personas que no se encuentran totalmente satisfechas con el precio y la calidad ya que en los comentarios expresados por los comensales dice que la calidad de sus productos no es buena.

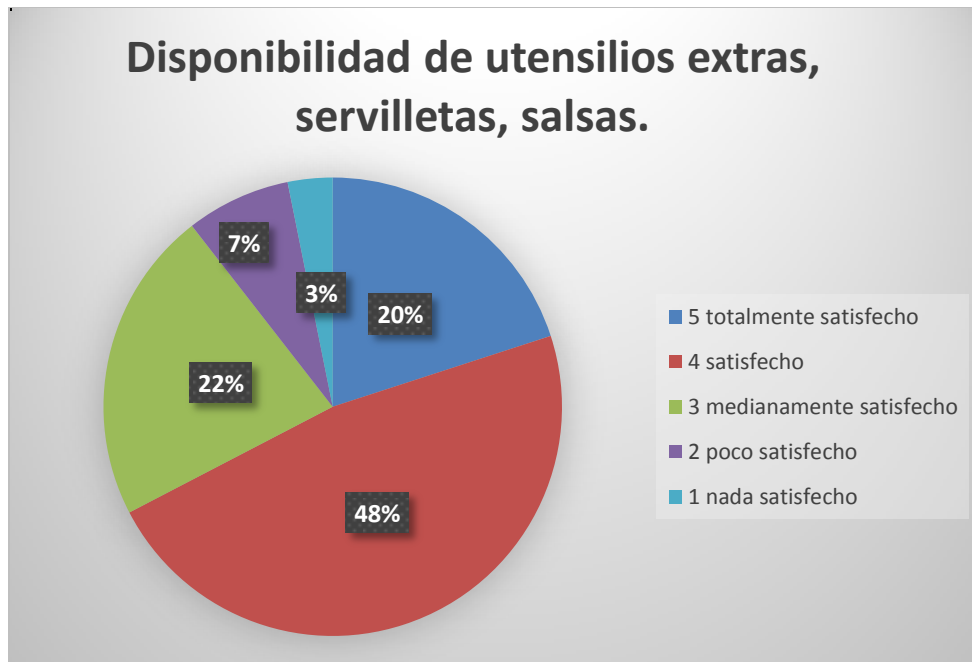


Ilustración 32 representación de resultados pregunta 4

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

La opinión de los clientes en cuanto a la disponibilidad de utensilios extras, servilletas, salsas fue la siguiente: el 48% está satisfecha, el 22% medianamente satisfecho, el 20% totalmente satisfecho, el 7% poco satisfecho y el 3% nada satisfecho.

Interpretación: en este establecimiento se puede observar que no hay problema en cuanto a la disponibilidad de utensilios extras y es un indicador que dice que todos los utensilios, cajas, vasos, fundas se pueden encontrar siempre disponibles para la clientela y es un punto a favor ya que las personas no tienen que esperar a que los meseros lo ayuden con algún requerimiento extra.

Pregunta 5. ¿Con quién suele acudir a Pizzería Los Tíos?

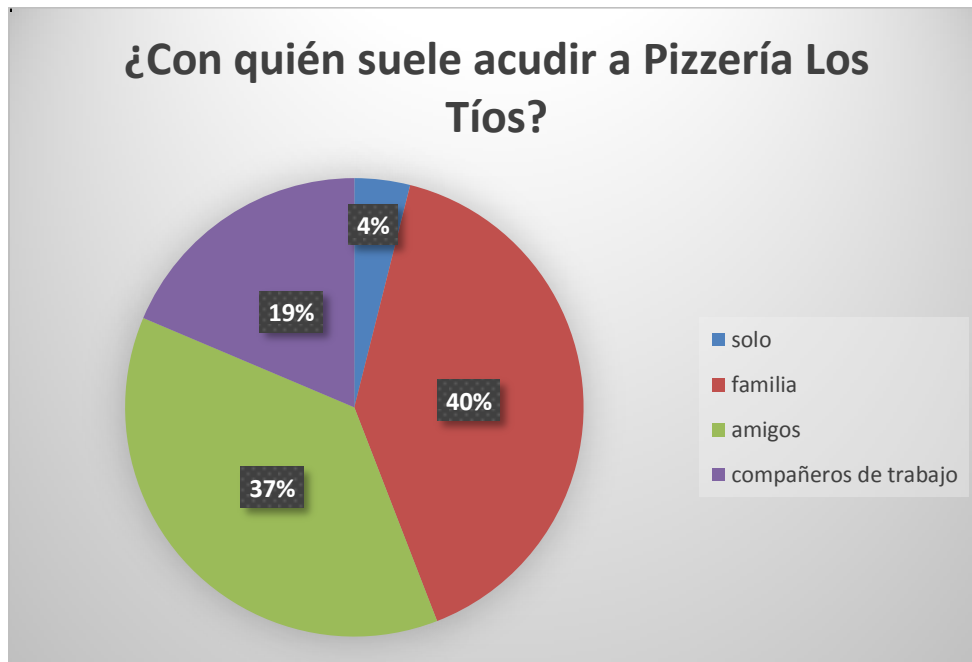


Ilustración 33 representación de resultados pregunta 5

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

Con respecto a con quien suelen acudir al establecimiento, los resultados fueron los siguientes: el 40% de las personas encuestadas acuden con familia a la Pizzería Los Tíos, el 37% con amigos, el 19% con compañeros del trabajo y el 4% solos.

Interpretación: la gran mayoría de las personas acuden al establecimiento en compañía de su familia y amigos ya que este es un local que ofrece un ambiente acogedor y tranquilo que agrada a la clientela.

Pregunta 6. ¿El tiempo de su permanencia en el establecimiento es de?



Ilustración 34 representación de resultados pregunta 6

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

La grafica arroja los siguientes resultados: el 54% de los clientes encuestados permanece en el establecimiento 1 hora, a continuación, se tiene un 35% de las personas que solo permanecen 30 minutos y por último un 11% de los clientes que se quedan dos horas en la pizzería.

Interpretación: la mayoría de las personas permanecen una hora en el establecimiento y esto se debe a que gran parte de los comensales que comen en este lugar son estudiantes y su horario de almuerzo no es muy amplio por lo que una hora es apropiada.

Pregunta 7. ¿Recomendaría este establecimiento?



Ilustración 35 representación de resultados pregunta 7

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción del cliente en Pizzería Los Tíos.

En cuanto a si recomendarían el restaurante, los datos son los siguientes: el 71% si recomendarían este sitio, mientras que el 29% no lo haría.

Interpretación: con relación a la recomendación del establecimiento se observa que este local tiene buena acogida por parte de los clientes ya que en un gran porcentaje las personas si recomendarían este establecimiento, debido a que se ofrece buenos precios y a la vez buenos productos en un ambiente relajado y tranquilo.

Luego de haber analizado los resultados en cuanto a la satisfacción de los clientes, se procede a mencionar los comentarios extras que los clientes decidieron dar a los establecimientos para lograr mejorar el servicio y los mismos que serán utilizados para elaborar las propuestas de mejoras, y son los siguientes:

Pizzería “Los Tíos” sede Universidad Católica (Veintimilla y Leonidas plaza): los comentarios para este establecimiento son mejorar la calidad humana, mejorar más en la atención que brindan a los clientes, cambiar la presentación de los platos.

Pizzería “Los Tíos” sede Universidad Central (av. América y Perez Guerrero): las sugerencias y comentarios para este establecimiento son que se debe mejorar la predisposición del personal para atender, aumentar personal, mejorar la presentación de los platos, mejorar el manejo de quejas.

4.1.3 Análisis de la satisfacción laboral del personal de la Pizzería Los Tíos

La satisfacción en el trabajo es el resultado de varios factores como lo son el salario, estabilidad laboral, las oportunidades que les brindan para ascender, el reconocimiento, las buenas relaciones con sus jefes y compañeros de trabajo. Este es un factor muy importante, ya que se relaciona con el éxito de la empresa, calidad de trabajo que se entrega a los clientes y sobre todo el grado de rentabilidad que se generará.

Cuando un trabajador está motivado este siente con mayor compromiso y motivación con relación a sus tareas, muy por el contrario, si los colaboradores tienen poca satisfacción laboral su trabajo no lo van a realizar con eficiencia, ya que no sienten el peso de la responsabilidad. Es por esto que siempre se debe mantener un personal motivado mediante el ofrecimiento de incentivos y un clima laboral de respeto y confianza.

Para determinar el grado de satisfacción que posee el personal dentro del establecimiento Pizzería Los Tíos, se ha realizado una encuesta dirigida a los empleados (anexo 2). Para realizar la encuesta se aplicó al total de colaboradores de los dos establecimientos.

4.1.4 Análisis e interpretación de la encuesta a los colaboradores de la Pizzería “Los Tíos” sede Universidad Católica (Veintimilla y Leonidas plaza)

Pregunta 1. ¿Cuánto tiempo lleva laborando en este establecimiento?

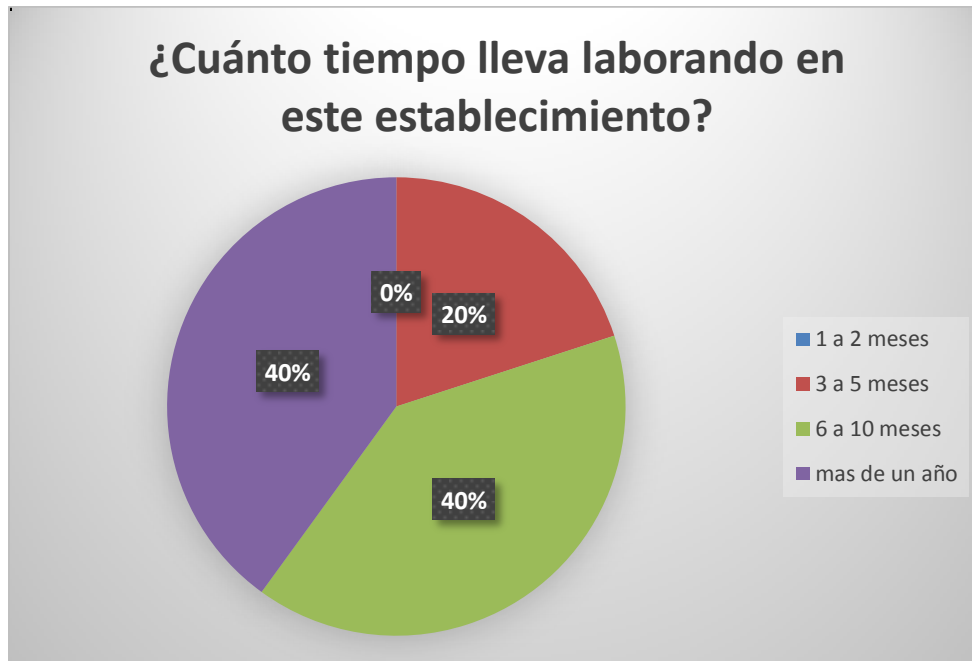


Ilustración 36 representación de resultados pregunta 1

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos.

Los resultados que arroja el gráfico son los siguientes: el 40% lleva entre 6 a 10 meses, el 40% más de un año, el 20% de 3 a 5 meses laborando en este establecimiento.

Interpretación: cómo se puede apreciar en el gráfico existe un número mayor de colaboradores que se encuentran laborando de seis meses en adelante, es decir no es un personal que lleve trabajando mucho tiempo en el establecimiento.

Pregunta 2. ¿Ha recibido capacitación previa para su puesto?

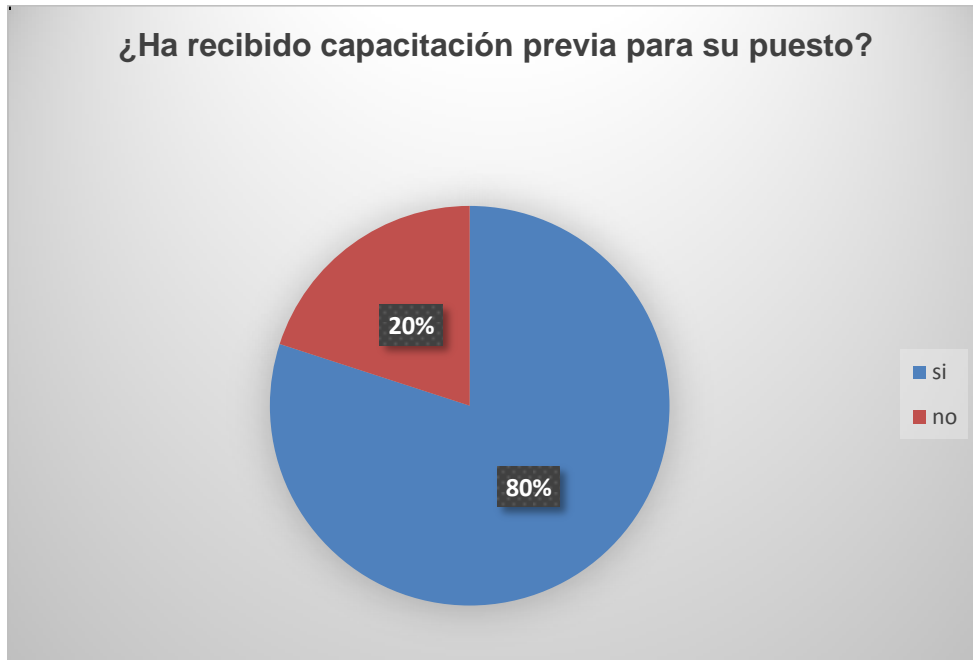


Ilustración 37 representación de resultados pregunta 2

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos.

Con respecto a si han recibido capacitación previa a su puesto los resultados fueron los siguientes: el 80% dijo que si, mientras que el 20% respondió que no.

Interpretación: es importante que los colaboradores reciban una formación previa a cumplir todas sus tareas para que así tengan un mejor conocimiento sobre los procesos de inducción que maneja la empresa y así lograr el éxito dentro del mercado. En este caso los colaboradores concuerdan con que si recibieron una capacitación previa para realizar sus actividades dentro del establecimiento.

Pregunta 3. ¿Se ha realizado capacitaciones con relación a servicio al cliente?



Ilustración 38 representación de resultados pregunta 3

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos.

En cuanto a capacitaciones relacionadas con servicio al cliente el 80% lo afirmó, y un 20% dijo que no se realizan capacitaciones con relación a servicio al cliente, ya que personal contaban con conocimientos previos sobre el tema.

Interpretación: siempre existe algo nuevo que se puede aprender para mejorar el desenvolvimiento de las funciones dentro de una empresa es por eso que se debe realizar capacitaciones constantes tanto para aprender como para evaluar los conocimientos de los colaboradores.

Pregunta 4. ¿Se ha capacitado por cuenta propia sobre temas de servicio y atención al cliente?



Ilustración 39 representación de resultados pregunta 4

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos.

A continuación, se detallará el porcentaje de trabajadores que se han capacitado por cuenta propia sobre temas de servicio y atención al cliente, el 60% indicó que no se ha capacitado, mientras que el 40% dijo que sí.

Interpretación: al ver este porcentaje se puede apreciar que es indispensable que todo el personal debe ser capacitado antes de ingresar a sus puestos de trabajo para así lograr un mejor desempeño de sus funciones.

Pregunta 5. ¿Existe una buena relación con sus jefes?

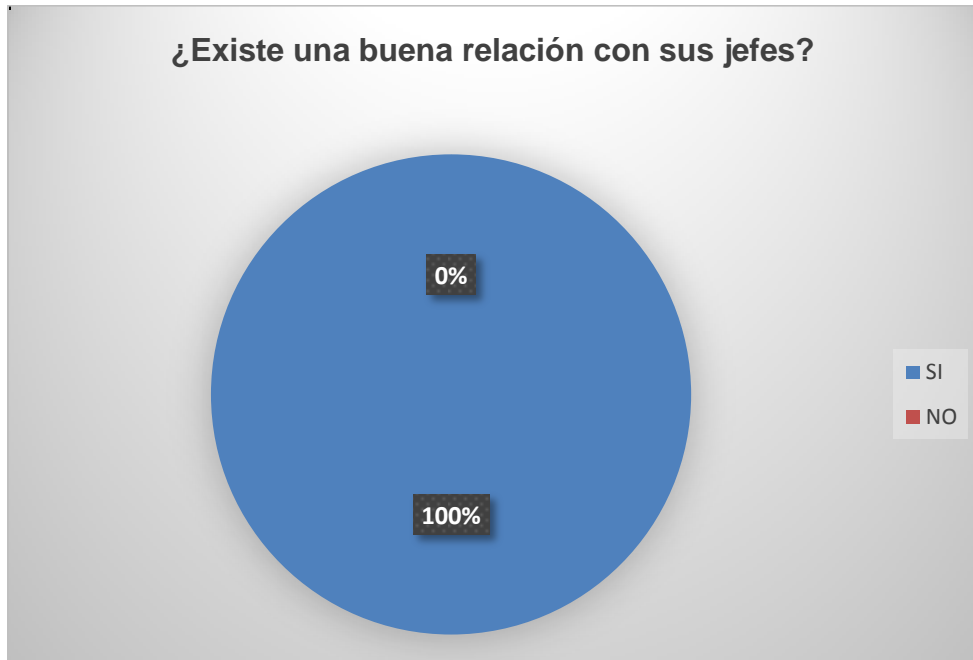


Ilustración 40 representación de resultados pregunta 5

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos.

En cuanto a la relación con sus jefes, el 100% de los colaboradores dicen sentirse tranquilos y conformes con sus jefes ya que son personas muy comprensivas.

Interpretación: esta relación entre colaboradores y jefes es una señal de que existe una buena relación laboral y esto genera un buen ambiente que permitirá que todos los colaboradores se desempeñen satisfactoriamente.

Pregunta 6. ¿Tiene conocimiento sobre todas las funciones ligadas a su puesto?

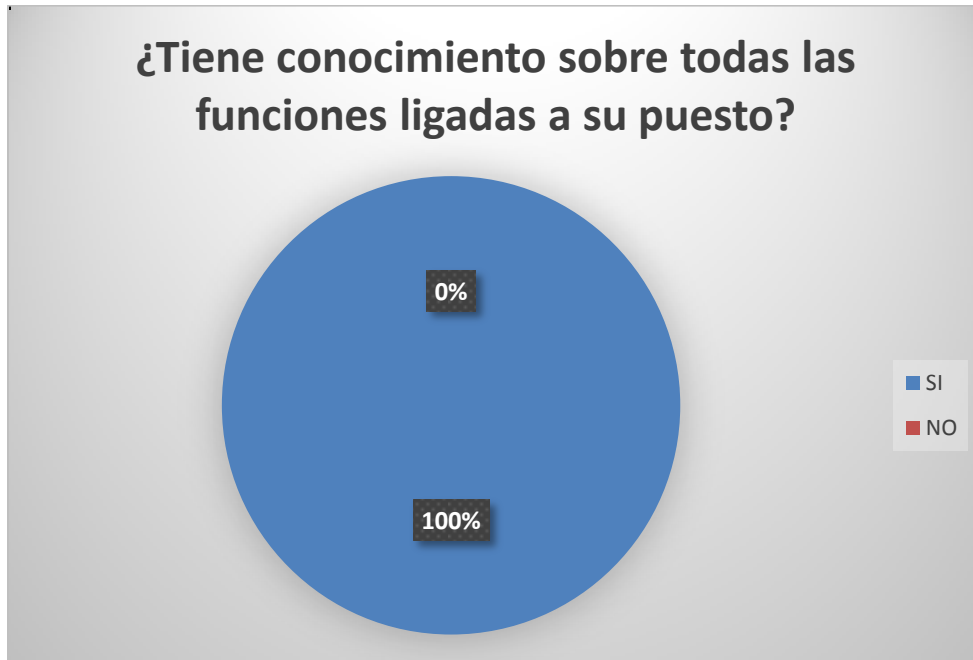


Ilustración 41 representación de resultados pregunta 6

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos.

Con relación al conocimiento sobre las funciones ligadas a su puesto todos los colaboradores respondieron que si tienen conocimiento total.

Interpretación: es un punto muy bueno que todos los colaboradores conozcan todas las funciones que deben desempeñar en su entorno laboral.

Pregunta 7. ¿Se siente motivado con relación a su trabajo?



Ilustración 42 representación de resultados pregunta 7

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos.

Con relación a si el personal se siente motivado con relación al trabajo y todos respondieron que si ya que se puede observar un 100%.

Interpretación: el personal se encuentra motivado con relación a su trabajo ya que supieron expresar que el pago es a tiempo y que se sienten conforme con las actividades que realizan y sobre todo que el ambiente de trabajo es muy bueno.

4.1.5 Análisis e interpretación de la encuesta a los colaboradores de la Pizzería “Los Tíos” sede Universidad Central (av. América y Perez Guerrero)

Pregunta 1. ¿Cuánto tiempo lleva laborando en este establecimiento?

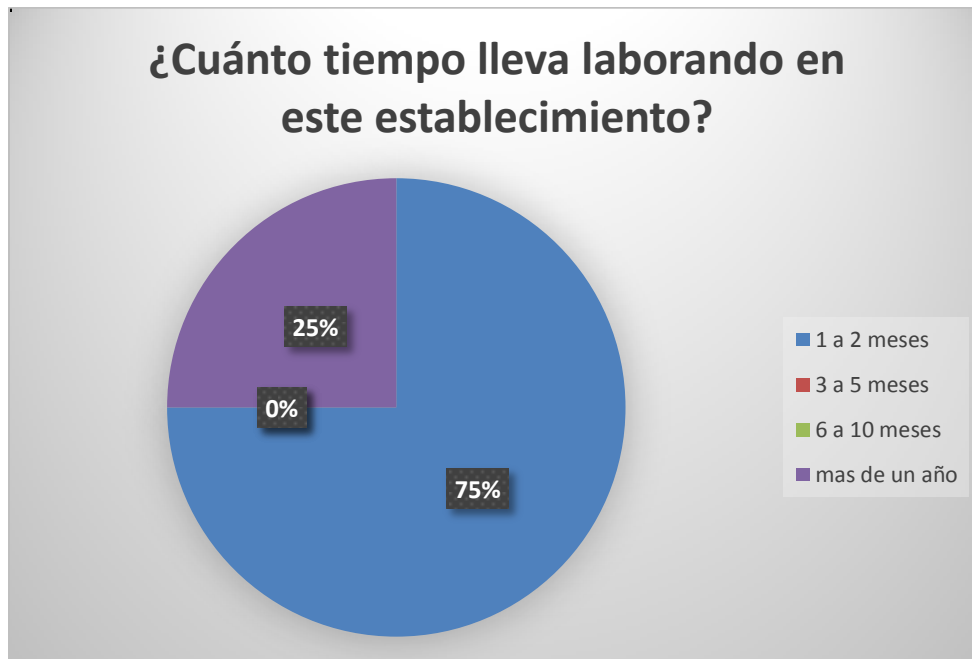


Ilustración 43 representación de resultados pregunta 1

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos.

Los resultados de la gráfica son los siguientes: el 75% lleva laborando de 1 a 2 meses, y el 25% llevan ya más de un año.

Interpretación: se puede apreciar que las personas se encuentran recién ingresadas a la empresa y solo un pequeño porcentaje lleva laborando más de un año.

Pregunta 2. ¿Ha recibido capacitación previa para su puesto?



Ilustración 44 representación de resultados pregunta 2

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos.

En cuanto a capacitaciones previas a ingresar a la empresa se puede observar que un 75% respondió que sí ha recibido capacitación, mientras que un 25% respondió que no.

Interpretación: en este establecimiento también se maneja las capacitaciones previas a ocupar el puesto de cada colaborador lo cual es bueno ya que de esta forma conocen cuales son los objetivos que tiene la empresa y a los cuales los colaboradores deben ir dirigidos.

Pregunta 3. ¿Se ha realizado capacitaciones con relación a servicio al cliente?



Ilustración 45 representación de resultados pregunta 3

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos.

En cuanto a capacitaciones con relación a servicio al cliente se aprecia que un 75% respondió que sí y un 25% dijo que no.

Interpretación: con respecto a esta variable, algunos colaboradores dijeron que sí se ha realizado capacitaciones sobre servicio al cliente. Los conocimientos que van adquiriendo a lo largo de la vida laboral son importantes ya que se convierte en experiencia.

Pregunta 4. ¿Se ha capacitado por cuenta propia sobre temas de servicio y atención al cliente?

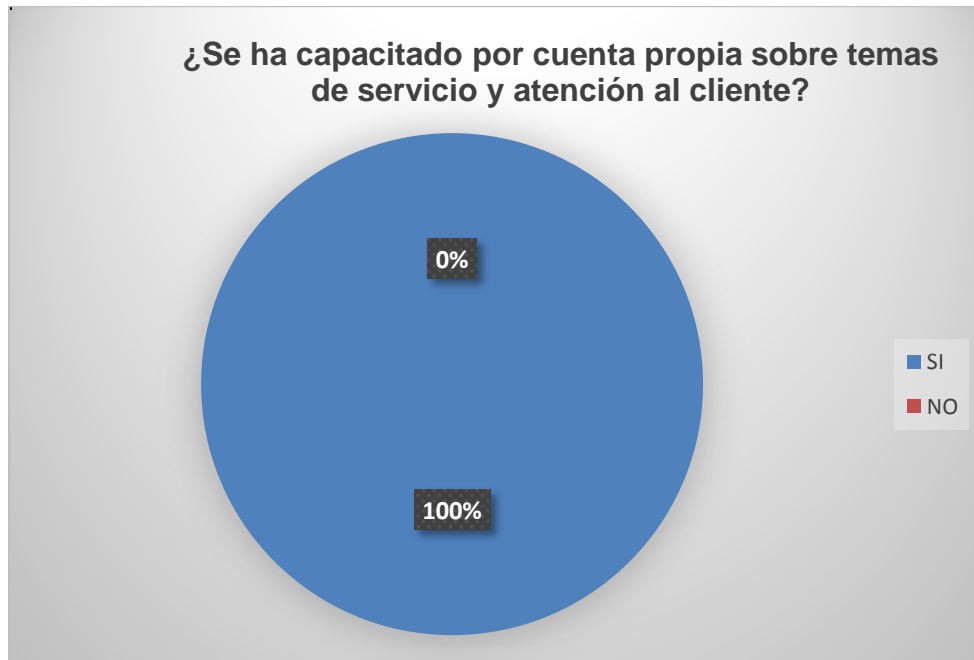


Ilustración 46 representación de resultados pregunta 4

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos.

En cuanto a quienes se han capacitado por cuenta propia sobre temas de servicio y atención al cliente el 100% sí han realizado cursos.

Interpretación: los colaboradores consideran que es importante tener conocimientos previos para así conocer sobre las funciones que van a desempeñar y poder convertirse en buenos trabajadores.

Pregunta 5. ¿Existe una buena relación con sus jefes?

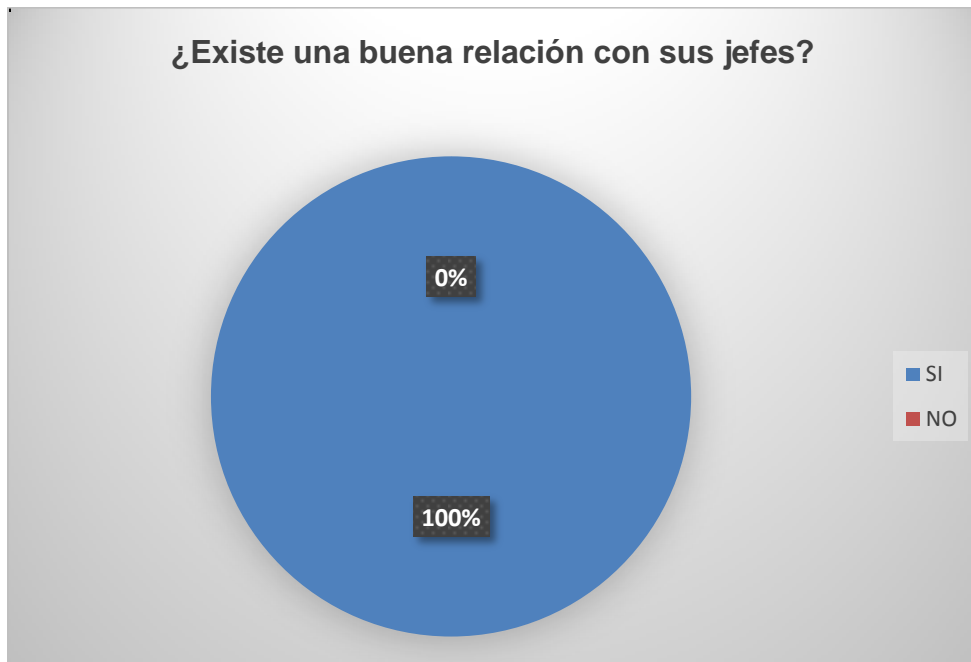


Ilustración 47 representación de resultados pregunta 5

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos.

Con respecto a la relación que tienen con sus jefes, todo el personal respondió que si existe una buena relación.

Interpretación: con estos resultados se puede apreciar que existe un buen ambiente laboral dentro de la empresa y esto genera que los colaboradores se puedan desempeñar de mejor manera. La relación con sus jefes debe ser de confianza como también de respeto.

Pregunta 6. ¿Tiene conocimiento sobre todas las funciones ligadas a su puesto?

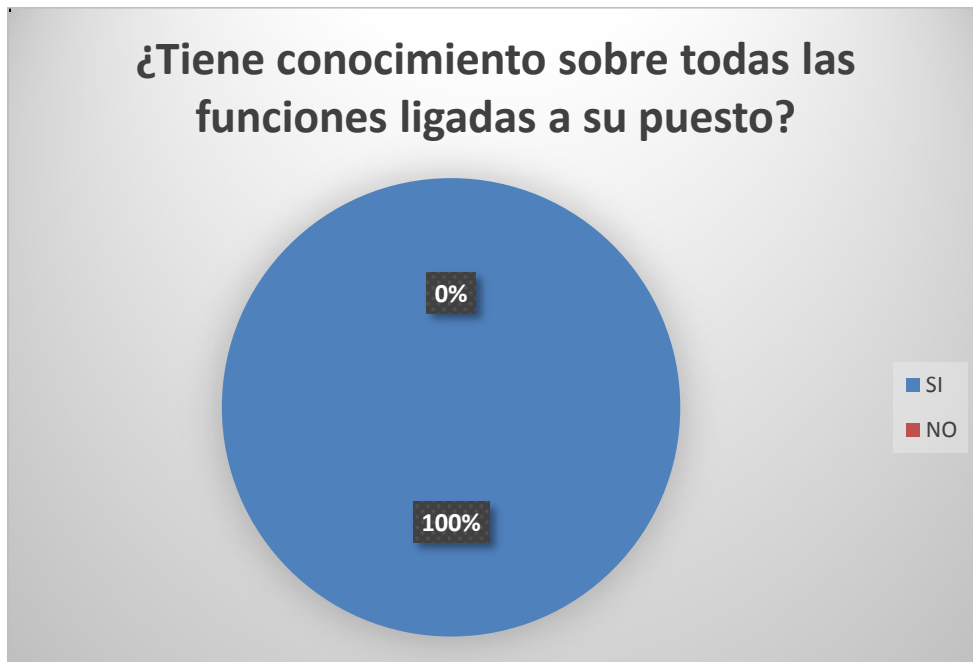


Ilustración 48 representación de resultados pregunta 6

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos.

En cuanto al conocimiento de las funciones que desempeñan los colaboradores se observa que todo el personal tiene muy claro todas funciones que debe desarrollar dentro del trabajo.

Interpretación: es importante que todos los colaboradores tengan claro que es lo que van a realizar en alguna empresa, deben conocer sus funciones para que de esta forma logren desempeñarse muy bien en el ámbito laboral.

Pregunta 7. ¿Se siente motivado con relación a su trabajo?



Ilustración 49 representación de resultados pregunta 7

Elaboración propia, basado en Encuesta de satisfacción de los colaboradores en Pizzería Los Tíos.

Los resultados son que todo el personal se siente cómodo en el lugar que labora ya que se obtuvo un 100%.

Interpretación: al sentirse motivados en su lugar de trabajo ayuda a que los colaboradores entreguen lo mejor de ellos y así lograr desempeñarse de una buena manera. Lograr que las personas se sientan bien en su lugar de trabajo es importante para que siempre muestren una buena predisposición con los clientes.

5. CAPÍTULO 5. Propuesta de mejora en la calidad de servicio y atención al cliente en la Pizzería Los Tíos.

5.1 Propuesta de mejora en la calidad de servicio y atención al cliente

En el presente capítulo se detallará todas las sugerencias que permitan mejorar la manera en cómo atienden a los clientes y el servicio que ofrecen dentro del establecimiento Pizzería Los Tíos. La misma que servirá como guía para los administradores del local para que las apliquen y así logren alcanzar un gran porcentaje de competitividad dentro del área de alimentos y bebidas. Esta propuesta tiene por objetivo ayudar tanto al personal como a los directivos a conocer que es lo que los clientes buscan para llegar a satisfacer sus necesidades y superar las expectativas y de esta manera mejorar la calidad del servicio y atención al cliente que se brinda en la Pizzería Los Tíos.

Después de realizar el análisis respectivo de la situación actual de los dos establecimientos, se ha llegado a la conclusión que los requerimientos que ayudan a satisfacer las expectativas de los clientes tales como la presentación del servicio, seguridad, empatía, elementos tangibles y capacidad de respuesta no superan el 50% que representa un porcentaje satisfactorio. Por lo cual se procede a realizar varias propuestas que permitan a los establecimientos elevar estos porcentajes, las mismas que son aplicadas para ambos locales ya que se manejan de igual manera.

5.1.1 Servicio al cliente

El servicio trata de llevar de la mejor manera las relaciones que se tiene hacia los clientes, para así generar una comunicación efectiva es por esto que las empresas deben tomar muy en cuenta este punto y entender la verdadera importancia que este representa.

Situación actual de los establecimientos: más del 50% de los consumidores aseguran que si recomendarían este establecimiento a personas externas, esto quiere decir que están conformes con el servicio que se brinda en este local, sin embargo, si existen algunos puntos que son necesarios reforzarlos para generar un mayor grado de satisfacción en los clientes.

Propuesta: El servicio al cliente es importante ya que este puede ser la característica diferenciadora de un negocio con otro. Este permite que un cliente prefiera más un establecimiento que otro ya que muchas personas prefieren recibir un buen servicio que un precio cómodo. Es por esto que no solo se debe ofrecer un servicio al cliente sino un excelente servicio.

Es necesario que todo el personal reciba capacitaciones tanto al momento de entrada como durante la vida laboral, ya que estos serán quienes den una buena o mala imagen del establecimiento. Los temas que se propone son los siguientes:

- **Higiene personal**

La higiene es un punto de suma importancia ya que este será la primera impresión que se dé a los clientes sobre el establecimiento.

- **Personalidad**

Es indispensable que el personal siempre cuente con una actitud positiva, deben ser atentos ya que de esta forma generara confianza con el cliente. La sonrisa es importante ya que permite que el cliente se relaje.

- **Actitud hacia los clientes**

Implica como atender a los clientes, saber escuchar sus necesidades y ofrecer productos que satisfagan las mismas. Estar atentos del cliente durante todo el servicio. Saber cómo actuar frente a un cliente difícil.

- **Postura al momento de servir**

Debe optar una postura de servicio la misma que indique que se encuentra con energía, con buena actitud para trabajar, dispuesto a ayudar en lo que sea al cliente.

- **Conocimiento de alimentos y bebidas**

Poseer los conocimientos necesarios para producir productos que sean del agrado de los clientes, presentarlos de una manera correcta a una temperatura adecuada.

Luego de cada capacitación se propone evaluar al personal sobre temas de servicio al cliente mediante las siguientes estrategias:

Objetivo	Puntos a evaluar	Resultados	Medida correctiva	Tiempo	Responsable
Ver los resultados positivos que dejen las capacitaciones en el personal en cuanto a un servicio de calidad y lograr alcanzar la satisfacción del cliente.	Calidad en el servicio y atención al cliente	Servicio y atención de calidad	Continuar de la misma manera	Cada mes	Administrador del local
		Servicio y atención deficiente	Detectar las posibles falencias y aclarar dudas de los colaboradores en caso de que las tengan.		
	Comunicación efectiva con el cliente	Comunicación efectiva	Continuar de la misma manera		

		Comunicación deficiente	Desarrollar la capacidad de escuchar atentamente al cliente y transmitirla de manera correcta.	

Tabla 2 estrategias para evaluar al personal Pizzería Los Tíos

Elaboración propia

Los administradores de cada local serán los encargados de implementar y evaluar a los colaboradores después de cada capacitación para asegurarse de que los empleados estén aplicando lo aprendido. Por lo que a continuación se presenta una hoja de evaluación para el personal.

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO	
Apellido y Nombre:	
Puesto:	
Fecha:	
Evalué cada punto sobre 5 puntos, teniendo en cuenta que 5 es lo más alto	
Fomenta el trabajo en equipo	
Cuida su imagen personal	
Se siente identificado con la empresa	
Mantiene limpia el área de trabajo	
Siempre está atento al cliente	

Da una cordial bienvenida y despedida al cliente	
Sabe resolver problemas o quejas de los clientes	
Trabaja bien bajo presión	
TOTAL	/40
Comentario:	

Tabla 3 hoja para evaluar al personal Pizzería Los Tíos

Elaboración propia

5.1.2 Atención al cliente

Es necesario que los establecimientos conozcan cuales son las necesidades y las expectativas que el cliente tiene para así brindarles productos y servicios que ayuden a generar la satisfacción del mismo. La calidad en atención al cliente empieza desde la bienvenida del cliente hasta su despedida.

Situación actual de los establecimientos: este es uno de los puntos en donde el establecimiento presenta fallas ya que en los comentarios de las personas se dice que el personal no está atento a las mesas de los clientes en caso de que se tenga algún requerimiento extra.

Propuesta: dar la verdadera importancia que merece la atención al cliente. Se propone los siguientes consejos:

Adecuada atención

Todo establecimiento que tiene contacto directo con el cliente debe saber que lo más importante para tener clientes felices es dar un buen trato es decir con amabilidad y respeto, como también estar siempre pendientes de los requerimientos que el comensal pueda tener. A continuación, se mencionará puntos clave dentro de la atención al cliente:

- **Bienvenida al cliente**

Se debe dar una cálida y buena bienvenida a los clientes desde que entran al establecimiento. Al momento de atenderlos y si el personal se encuentra ocupado y no es posible que se le atienda rápido se debe saludar e informarle que lo más pronto posible se les atenderá.

- **Sugerir al cliente**

Informar al cliente sobre el menú y sugerir las diferentes bebidas que se ofrece.

- **Pasar la orden**

Se debe llevar a la mesa las bebidas, comida y los extras necesarios como son las salsas, condimentos, etc.

- **Encuesta de satisfacción**

Es importante que el establecimiento realice encuestas de satisfacción dirigidas a los clientes para así poder identificar las falencias o puntos fuertes con relación al servicio, alimentos, personal.

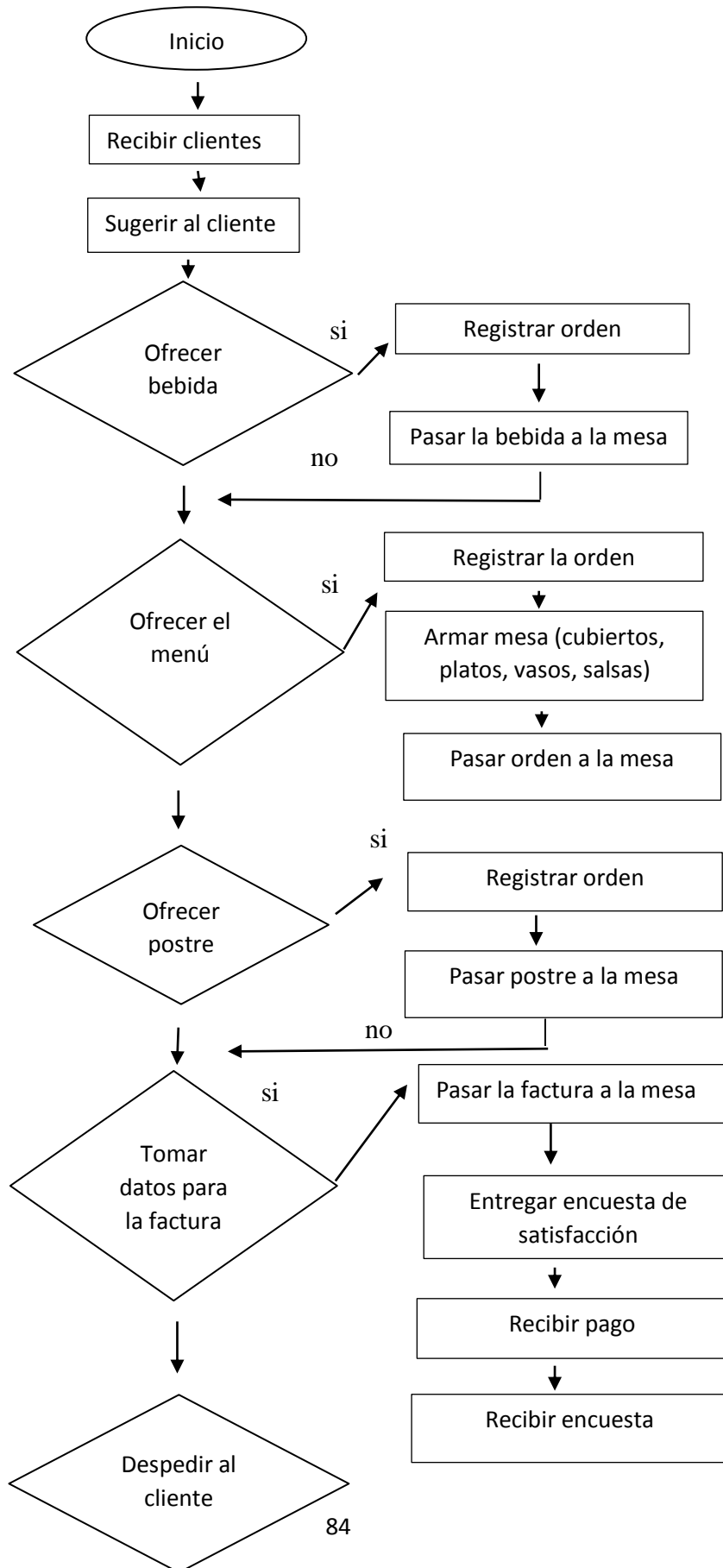
- **Estar pendiente de las mesas constantemente**

En caso de que el cliente necesite algo adicional, se debe llevar inmediatamente.

- **Despedida del cliente**

Agradecer por la visita del cliente.

Es necesario que todo el personal tenga una actitud de amabilidad, paciencia y sobre todo una actitud servicial para así lograr ganarnos la confianza de los clientes.



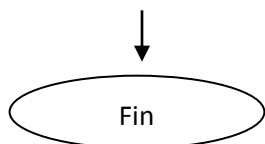


Ilustración 50 diagrama de flujo atención al cliente

Elaboración propia

5.1.3 Manejo de quejas y sugerencias

El correcto manejo de quejas y sugerencias dentro de las organizaciones se debe realizar de una manera muy cuidadosa ya que estas ayudarán a captar nuevas oportunidades para lograr agradar y complacer a los clientes más exigentes.

Situación actual de los establecimientos: actualmente los establecimientos no cuentan con un buzón de sugerencias que permita a los clientes expresar aquellos aspectos que no fueron de su total agrado o a su vez comentarios de felicitación sobre el servicio, y es un punto que no favorece a los establecimientos ya que no pueden saber en qué puntos fallan, para cambiar y mejorar, y en los aspectos positivos seguir manteniéndolos para tener satisfechos a los clientes.

Propuesta: implementar un sistema de buzón de comentarios y sugerencias el mismo que ayudará a llevar un control adecuado de las quejas o sugerencias que puedan tener los clientes para la mejora del servicio. Es importante seguir los siguientes pasos en caso de presentarse quejas en el momento del servicio:

- **Atender la queja lo más rápido posible**

Si un cliente desea realizar una queja con respecto al servicio o la atención, la persona que está atendiendo debe abandonar las actividades que se encuentre haciendo para dedicar toda la atención en la queja, si se lo hace así el cliente sentirá que el personal se encuentra interesado en brindar ayuda para evitar malas experiencias que puedan perjudicar al establecimiento.

- **Poner toda la atención necesaria**

Es necesario que, al momento de recibir una queja, se escuche atentamente sin interrupciones, para así identificar en qué está fallando el establecimiento y tomar las medidas correctivas. Esto también ayudará a calmar la situación y brindar tranquilidad al cliente.

- **Mostrar que la queja fue entendida y aceptada**

Cuando se escuche la queja no se debe realizar ningún gesto que signifique rechazo o fastidio aun cuando considere que esta no tiene fundamentos, esto ayudará a que el cliente no se altere más. Se debe tener presente que no siempre todos los reclamos son válidos y será necesario hacerle entender de una manera amable al cliente que no tiene razón al realizar alguna queja.

- **Disculparse por lo sucedido**

Luego de haber aprobado la queja, es necesario ofrecer las disculpas necesarias y agradecerle por informarles sobre los aspectos negativos que percibieron para poder corregirlas. Si fuera el caso de un malentendido solo se necesita las explicaciones pertinentes.

- **Pensar en las alternativas para solucionar el problema**

Se debe comunicar las medidas correctivas que se van a tomar

- **Resolver el problema**

Proceder a poner en práctica las medidas correctivas ofrecidas.

5.1.4 Fidelización del cliente

El motor de toda empresa son los clientes, y conseguir la fidelidad de los mismos es muy importante para el establecimiento, ya que significa que los comensales les van a preferir con relación a la competencia y eso genera ingresos económicos constantes. Para que los clientes prefieran dicho establecimiento deben entregar el servicio que ellos esperan recibir, estar atentos

a lo que el cliente busca, innovar siempre, ofrecer un buen ambiente y ofrecer espacios de parqueo.

Situación actual de los establecimientos: es necesario implementar ciertas acciones para lograr la fidelización de los comensales.

Propuesta: los puntos que los establecimientos pueden mejorar son: entregar el servicio esperado, estar en constante innovación, ofrecer un buen ambiente, contar con espacios de parqueo, es así como los establecimientos generarán fidelidad por parte de los clientes y su recomendación con gente externa.

- **Ambiente agradable**

Ofrecer un ambiente donde el cliente se sienta a gusto, cómodo, tranquilo y esto se puede lograr con una buena decoración, correcta iluminación, limpieza del local, uniforme de los empleados, menaje, buena distribución de los elementos del local como son mesas, sillas entre otros.

- **Innovación**

Estar en constante innovación, crear nuevas promociones, nuevos platos con diferentes recetas, ya que esto generará una amplia gama de productos que se oferten. También se puede innovar la forma en cómo se presenta los platos, la decoración del local que llame la atención de los clientes, ofrecer una música adecuada que sea del agrado de los comensales.

5.1.5 Opinión del personal sobre el cliente

Las personas que tienen contacto directo con los clientes son los colaboradores y estos son los que dan la primera imagen del establecimiento. Los colaboradores son quienes entregan el servicio y los clientes les agradecerán o se quejarán dependiendo de la percepción final que tengan del servicio. De los comentarios positivos o negativos los colaboradores deberán llenar un

documento donde se detalle los comentarios para ver las posibles falencias o los puntos fuertes que el establecimiento tenga. Estos documentos deberán ser revisados en cada reunión que realice por parte de los administradores, para tomar medidas correctivas si fuera necesario.



Satisfacción del cliente Pizzería Los Tíos		
Fecha:		
		
Instalaciones		
Ambiente comfortable		
Higiene de las instalaciones		
Seguridad		
Prestación de servicio		
Tiempo del servicio		
Presentación de los platos		
Sabor de los alimentos		
Variedad de menú		
Comentario:		

Tabla 4 satisfacción del cliente Pizzería Los Tíos

Elaboración propia

5.1.6 Estrategia de publicidad y promoción

Las estrategias de publicidad y promoción es una manera de transmitir información sobre los productos que se ofrece en Pizzería Los Tíos, con el objetivo de atraer a nuevos clientes, fidelizar a los existentes y darse a conocer dentro del mercado.

Actualmente el establecimiento posee redes sociales, pero no son manejadas de una manera óptima ya que no se encuentran con información actualizada, por lo que se propone lo siguiente:

Redes sociales

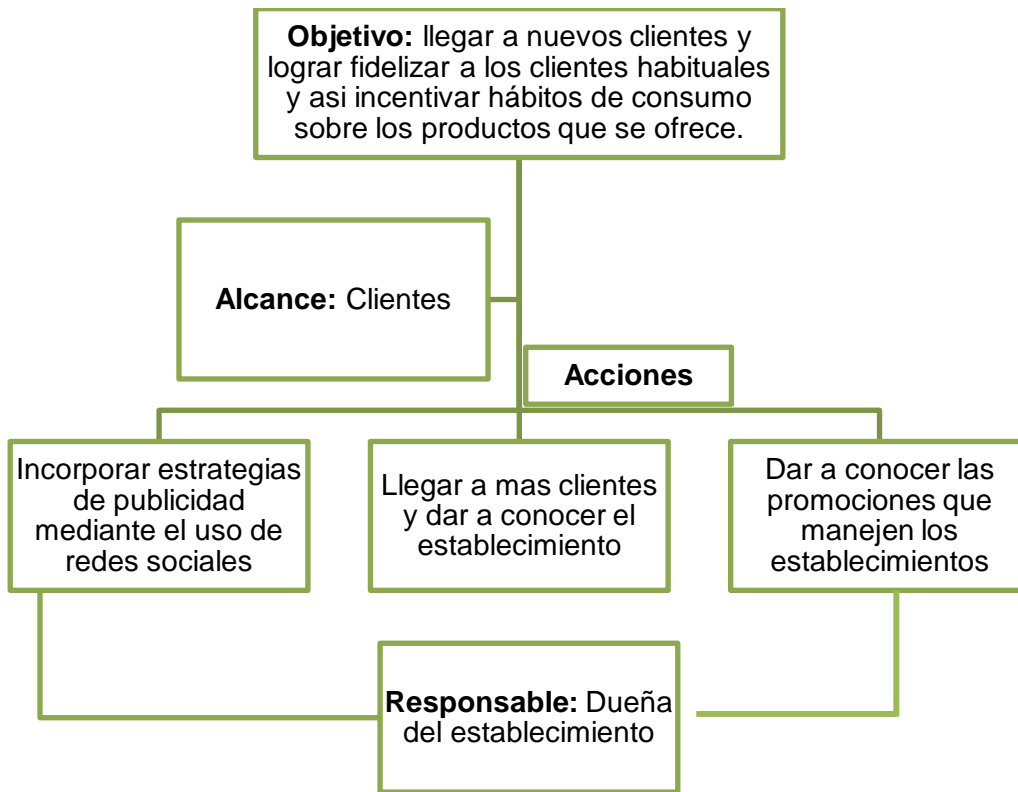


Tabla 5 Implementación de redes sociales en la Pizzería Los Tíos

Elaboración propia

Las redes sociales hoy en día es un medio de publicidad que se ha hecho muy famoso ya que es un método muy fácil, económico y sencillo de manejar. A través de estas herramientas se puede llegar a los clientes mediante publicaciones sobre promociones y la variedad del menú. Entre las herramientas más usadas están Facebook e Instagram. El uso de redes sociales también ayudará a conocer las opiniones que tengan los clientes sobre el servicio final recibido, para así tomar medidas correctivas.

Promociones en fechas especiales

Es importante utilizar estrategias que ayuden a hacer sentir a los clientes especiales y que la empresa se preocupe por ellos, por lo que se sugiere realizar promociones especiales en el día de cumpleaños, es decir crear una estrategia donde el cumpleaños no paga su consumo. Se lo realiza de la siguiente manera:

- El consumo del cumpleaños será totalmente gratuito en las instalaciones del establecimiento.
- Para aplicar la promoción se debe consumir un plato de igual o mayor valor del valor del plato del homenajeado.
- Se le hará la entrega de una torta para que sople las velas.
- Es necesario que la persona que cumple años presente su cédula de identidad para verificar que la fecha sea correcta.
- Aplica las promociones también para días festivos como día de la madre, día del padre donde únicamente los festejados recibirán una copa de cortesía.

5.1.7 Reemplazo de utensilios de plástico por vajilla de cerámica

Es importante incorporar medidas que ayuden al medio ambiente para evitar la contaminación de este. Tal es el caso del uso de material desechable ya que tarda mucho tiempo en degradarse, como también se genera la acumulación de basura. Entre las prácticas más amigables con el ambiente están:

- Usar vasos de vidrio
- Utilizar platos de cerámica.
- Usar cubertería de acero inoxidable.

5.2 Beneficios que dará la implementación de la propuesta de mejora en la calidad y servicio al cliente para la Pizzería Los Tíos



Tabla 6 Beneficios de la implementación de la propuesta de mejora en la calidad y servicio al cliente para la Pizzería Los Tíos
Elaboración propia

- **Brindar un servicio de excelencia:** cuando se entrega un servicio de excelencia es porque el establecimiento sigue todos los procedimientos necesarios para conseguir la calidad del servicio. Una vez identificadas las necesidades de los clientes, e implementado las medidas correctivas se dará una mejora de la calidad del servicio, como también se producirá la mejora en la economía de la empresa.
- **Cumplir y superar expectativas:** dar mucho más de lo que el cliente esperaba recibir.
- **Cliente satisfecho:** si se alcanza la satisfacción del cliente, el mismo responderá con buenos gestos, con buenos comentarios sobre el servicio recibido en los establecimientos y esto es un indicador de que se está cumpliendo con el objetivo de la empresa.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Con la realización de esta investigación, se ha llegado a la conclusión que el servicio y atención al cliente son puntos muy importantes para las empresas ya que les genera varios beneficios tanto dentro como fuera de la empresa. Estos beneficios pueden ser tanto sociales como económicos, ya que si se llega de manera positiva a los clientes estos van a acudir al establecimiento y lo van a recomendar con terceros y esto al final generará buena imagen de la empresa y por ende mayores ingresos económicos al negocio.
- Los puntos mas fuertes de Pizzería Los Tíos (PUCE) son el tiempo de servicio, la relación entre el precio y la calidad, mientras que para Pizzería Los Tíos (UCE) son el sabor de los alimentos, disponibilidad de utensilios extras como tenedores y cuchillos; la relación precio/calidad.
- Mediante las encuestas realizadas se logró identificar que la mayoría de las personas que recomendarían el establecimiento se encuentran en la Pizzería Los Tíos (UCE), ya que el mayor número de clientes que se encuentran totalmente satisfechos se encuentran en el establecimiento del sector de la Universidad Central.
- En cuanto a la relación precio/calidad, se pudo constatar que los comensales tienen gran acogida a los precios que se maneja en los dos establecimientos, y esto se debe a que la calidad de los productos que se ofrecen es satisfactoria.
- Se pudo identificar por medio de las encuestas que la mayoría de las personas que frecuentan las pizzerías son jóvenes universitarios y familias, esto se debe a la cercanía de los locales a universidades de la ciudad.

- Los puntos débiles de ambos establecimientos son: la mala predisposición del personal para atender, la presentación de los platos, calidad humana, adicionalmente para la Pizzería Los Tíos (UCE) es la presentación del personal.
- Con respecto al ambiente dentro de la empresa con sus colaboradores, se llegó a la conclusión que manejan un ambiente de trabajo relajado, de confianza que ayuda a sus empleados a desenvolverse de mejor manera. Así como también se pudo observar que todos los colaboradores conocen sus respectivas funciones dentro del establecimiento.
- Se elaboró varias propuestas que pretenden mejorar el servicio y atención al cliente que ofrece la empresa y al mismo tiempo ayudar a mejorar el grado de satisfacción que tienen los clientes. También se ayudará a implementar estrategias que ayuden al bienestar del medio ambiente con la no utilización de material desechable.

RECOMENDACIONES

- Implementar encuestas de satisfacción del cliente, ya que las opiniones de los clientes forman parte fundamental de los negocios para así identificar los puntos positivos o negativos que tienen con respecto al servicio final recibido.
- Implementar acciones que sean amigables con el medio ambiente como es el uso de vajilla de cerámica en lugar de utensilios plásticos
- Implementar el uso de las estrategias de publicidad y promoción para de esta manera hacer conocer la Pizzería Los Tíos y llegar a más clientes.
- Es importante que se realice evaluaciones al personal, por lo que se sugiere tomar el modelo de evaluación de desempeño, mismas que tienen como finalidad saber que tan comprometidos se encuentran con la empresa y si cuentan o no con el don de servicio.

- Establecer un adecuado manejo de la información obtenida en redes sociales, que permita mejorar el servicio en base a las opiniones que los clientes expresan sobre los establecimientos.

Bibliografía

Fuentes impresas

- Albrecht K y Zemke R. (1985). *Service American*. Homewood: Ed. Irwin.
- Berry, L. (1996). *Un buen servicio ya no basta*. Colombia: Norma S.A.
- Besterfield, D. (2009). *Control de calidad*. México: Pearson Educación.
- Blanco, A. (2004). *Atención al cliente*. Madrid: Pirámide.
- Dahmer, J. (2007). *Manual para meseros*. México: Trillas.
- Dorado J y Cerra J. (1996). *Manual de recepción y atención al cliente*. España: Síntesis.
- Durón, C. (2008). *El restaurante como empresa*. México: Trillas.
- Gallego, J. (2002). *Gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y restaurantes*. Madrid: Thomson.
- García F, García P, Gil M. (2009). *Técnicas de servicio y atención al cliente*. España: Paraninfo.
- Hernández, C. (2009). *Calidad en el servicio*. México: Trillas.
- Jabaloynes, J. (2010). *Introducción a la gestión de la calidad*. Valencia: UPV.
- Jiménez, F. (2003). *El camaleón maestro*. Ecuador: Impreseñal.
- Martínez, C. (2006). *Estadística básica aplicada*. Bogotá: Ecoe ediciones.
- Montaño, J. (2003). *ISO 9001.2000 Guía práctica de normas para implantarlas en la empresa*. México: Trillas.
- Morfín, M. d. (2006). *Administración de Comedor y Bar*. México: Trillas.
- Ortiz F, Ortiz P, Muela M. (2009). *Técnicas de servicio y atención al cliente*. España: Paraninfo.
- Rivera, J. (1994). *Organización hotelera*. España: Daly.
- Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa.

Villalba, S. (2016). Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q Restaurante, y sugerencias de mejora. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Fuentes virtuales

Blog calidad ISO. (10 de noviembre de 2014). *Objetivos y beneficios del sistema de gestión de calidad ISO 9001*. Disponible en <http://blogdecalidadiso.es/objetivos-y-beneficios-del-sistema-de-gestion-de-calidad-iso-9001/>

Boletín electrónico. (s/f). *Tamaño de una muestra para una investigación de mercado*. Disponible en http://www.fgsalazar.net/LANDIVAR/ING-PRIMERO/boletin02/URL_02_BAS02.pdf

Castillo, E. (2005). *Escala multidimensional SERVQUAL*. Disponible en <https://www.gestiopolis.com/escala-servqual-para-medir-la-calidad-en-el-servicio/>

Chipana, M., y Cayo, A. (2013). *Repositorio Universidad Nacional De San Agustín*. Recuperado el 27 de noviembre de 2016, de <https://es.scribd.com>

Codó, L. (2009). *Gestión Restaurantes.com-La medición de la satisfacción del cliente en restauración*. Disponible en <http://www.gestionrestaurantes.com/la-medicion-de-la-satisfaccion-del-cliente-enrestauracion/>

Coronel, V. (2011). *Repositorio Escuela Superior Politécnica de Chimborazo*. Recuperado el 27 de noviembre de 2016, de <file:///C:/Users/estudiantes/Downloads/84T00077.pdf>

Guarneros, I. (2014). *Mas competitivas que pequeñas*. Disponible en <https://books.google.com.ec/books>

Lira Mejía, MC (2009). *¿Cómo puedo mejorar el servicio a cliente? El servicio* (pág. 13). Disponible en <http://s3.amazonaws.com>

- Mankiw, G. (2014). *Economía*. Disponible en <https://books.google.es/books>
- Mejía, M. C. (2009). *¿Cómo puedo mejorar el servicio al cliente?* Disponible en Edumet:
<http://www.eumed.net/librosgratis/2009c/600/Importancia%20del%20servicio%20al%20cliente.htm>
- Montes, J. (1995). *Un análisis de la importancia relativa que tienen las dimensiones de la calidad de servicio en la percepción del cliente*. Disponible en
<http://cuadernos.uma.es/pdfs/pdf374.pdf>
- Muñoz, D. (2004). Manual de estadística. *División de la estadística*. (pag.6). Disponible en
<http://www.eumed.net>
- Najul Godoy, J. (2011). *El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio*.
Disponible en <http://www.redalyc.org/html/2190/219022148002/>
- QuitoTurismo. (2014). *Quito Turismo*. Recuperado el 22 de 01 de 2018, de <https://www.quito-turismo.gob.ec/destacados/3-distintivo-q>
- Vértice. (2004). *La calidad en el servicio al cliente*. Disponible en <https://books.google.es/books>
- Wigodski, J. (2003). *Que es Servqual*. Disponible en
<https://www.medwave.cl/link.cgi/Medwave/Enfermeria/Nov2003/2763>

ANEXOS

Anexo 1 Modelo de encuesta dirigida a los clientes

Marque con una X

1. **Género:** femenino () masculino ()
2. **Edad:** _____
3. **¿De los siguientes puntos a mencionar como los calificaría según su importancia?**

	No importante	Medianamente importante	Muy importante	Extremadamente importante
Atención				
Limpieza				
Seguridad				
Precio				
Presentación platos				

4. **Califique las siguientes variables de acuerdo a su criterio, donde 5 es totalmente satisfecho, 4 satisfecho, 3 medianamente satisfecho, 2 poco satisfecho y 1 nada satisfecho.**

	5	4	3	2	1
La presentación del					

plato es la adecuada					
El personal es amable y dispuesto a ayudar					
Es el tiempo de servicio el apropiado					
Los alimentos son de su agrado					
Presentación del personal					
Precio / calidad					
Disponibilidad de utensilios extras, servilletas, salsas.					

5. ¿Con quién suele acudir a Pizzería Los Tíos?

Solo ()

Familia ()

Amigos ()

Compañeros de trabajo ()

6. ¿El tiempo de su permanencia en el establecimiento es de?

30 min ()

1 hora ()

2 horas ()

7. ¿Recomendaría este establecimiento?

Si () No ()

¿Por qué?

8. Comentarios:

Muchas gracias

Anexo 2 Modelo de encuesta dirigida a los colaboradores

Marque con una X por favor

1. ¿Cuánto tiempo lleva laborando en este establecimiento?

1 a 2 meses ()

3 a 5 meses ()

6 a 10 meses ()

Mas tiempo. Especifique _____

2. ¿Ha recibido capacitación previa para su puesto?

Si () No ()

3. ¿Se ha realizado capacitaciones con relación a servicio al cliente?

Si () No ()

4. ¿Se ha capacitado por cuenta propia sobre temas de servicio y atención al cliente?

Si () No ()

5. ¿Existe una buena relación con sus jefes?

Si () No ()

6. ¿Tiene conocimiento sobre todas las funciones ligadas a su puesto?

Si () No ()

7. ¿Se siente motivado con relación a su trabajo?

Si () No ()

¿POR QUÉ?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 3 Modelo de encuesta de satisfacción Pizzería Los Tíos

Ayúdanos a mejorar

Sus respuestas serán utilizadas con el fin de mejorar el servicio que le brindamos.

Sexo

Hombre

Mujer

Edad

¿Cuándo suele acudir a Pizzería Los Tíos?

Fin de semana

Entre semana

Responda según su criterio

Calidad	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Ofrece una gran variedad en el menú				
Los alimentos son servidos calientes				
Los alimentos son frescos				
La presentación de los platos es la adecuada				
La oferta de bebidas es amplia				
los alimentos son de su agrado				
El precio responde a la calidad de los alimentos				
Las porciones de comida son suficiente				

Atención	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
El personal es paciente y cortés				
El tiempo de servicio es el adecuado				
Habla claramente el personal				

El personal demuestra educación				
---------------------------------	--	--	--	--

¿Hemos cumplido con sus expectativas después de su visita en el establecimiento?

Si No Ha sido mucho mejor de los que pensaba

Tu opinión nos importa:

Dinos qué harías en el establecimiento Pizzería los Tíos para mejorar:

Fotografías de los establecimientos

Pizzería “Los Tíos” sede Universidad Católica (Veintimilla y Leonidas plaza)



Ilustración 50 parte interna

Autora: Marjorie Criollo



Ilustración 51 exteriores

Autora: Marjorie Criollo



Ilustración 52 parte interna del establecimiento

Autora: Marjorie Criollo



Ilustración 53 clientes del establecimiento

Autora: Marjorie Criollo



Ilustración 54 comida del establecimiento

Autora: Marjorie Criollo



Ilustración 55 parte interna del establecimiento

Autora: Marjorie Criollo

Pizzería “Los Tíos” sede Universidad Central (av. América y Perez Guerrero)



Ilustración 56 parte interna del establecimiento

Autora: Marjorie Criollo



Ilustración 57 parte interna

Autora: Marjorie Criollo



Ilustración 58 parte interna

Autora: Marjorie Criollo

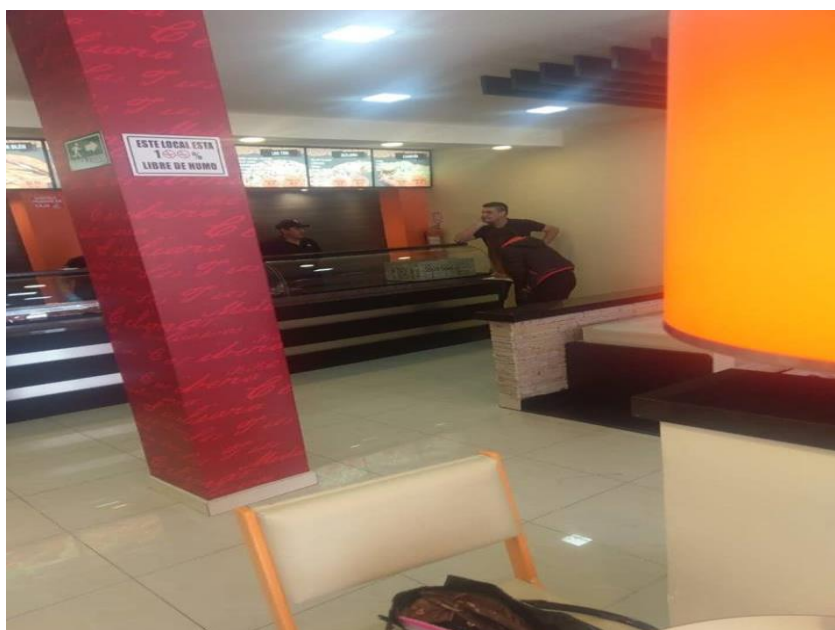


Ilustración 59 parte interna del establecimiento

Autora: Marjorie Criollo



Ilustración 60 clientes del establecimiento

Autora: Marjorie Criollo