



HOTELERIA

TRABAJO DE TITULACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN HOTELERIA

AUTOR: Luis Santiago Medina Rodriguez

TUTOR: Mgt. Andrea Santander Racines

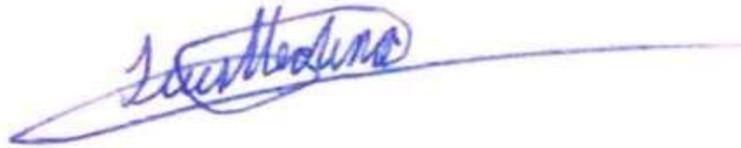
**“PROPUESTA DE UN PLAN DE MEJORAS EN EL SERVICIO AL CLIENTE EN EL
RESTAURANTE ROKTE EN TABABELA PICHINCHA”**

QUITO, 2023

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

Yo Luis Santiago Medina Rodriguez, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la Escuela de Hospitalidad y Turismo de la Universidad Internacional del Ecuador, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.



.....

Luis Santiago Medina Rodriguez

Autor del proyecto de investigación

Yo, Andrea Santander, certifico que conozco al autor del presente trabajo de titulación que lo ha desarrollado bajo los preceptos de originalidad y autenticidad, tomando en consideración los lineamientos para su divulgación pública del contenido sin perjuicio a terceros.



.....
Mgt. Andrea Belén Santander Racines

Tutor del proyecto de investigación

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PROPUESTA DE UN PLAN DE MEJORAS EN EL SERVICIO AL CLIENTE EN EL RESTAURANTE ROKTE EN TABABELA PICHINCHA” presentado por Luis Santiago Medina Rodríguez, para la obtención del Título Licenciado en Turismo.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Ciudad de Quito, 31 de julio de 2023



Mgt. Andrea Belén Santander Racines.

Tutor de Investigación

RESUMEN

El presente trabajo de tesis tiene como objetivo general establecer un plan de mejoras para el restaurante ROKTE, enfocado en optimizar el nivel de servicio que brinda a sus clientes. Actualmente el restaurante enfrentaba deficiencias en la atención al cliente, lo que afectaba la satisfacción y fidelización de los comensales. Para abordar este problema, se utilizó una metodología mixta que combina enfoques cuantitativos y cualitativos, se recolectaron datos mediante encuestas aplicadas tanto a los clientes como al personal operativo del restaurante, de esta manera, se obtuvo una visión integral de la situación y se identificaron las áreas que se necesita establecer mejoras. Como resultado de la investigación, se propone un plan de mejoras que se enfoca en la creación de un manual de procesos para corregir la atención al cliente. Este manual busca establecer pautas claras y procedimientos estandarizados que guíen al personal en el trato y servicio a los clientes, con el objetivo de optimizar su experiencia en el restaurante. La propuesta se fundamenta en la retroalimentación proporcionada por los clientes y el personal operativo del restaurante, lo que garantiza que las soluciones se adapten a las necesidades y expectativas de los comensales. Se espera que la implementación de este plan de mejoras impulse la calidad del servicio, la satisfacción del cliente y contribuya a aumentar la competitividad y el éxito del restaurante ROKTE en Tababela, Pichincha.

Palabras Clave:

Manual de procesos , atención al cliente, Actividades, procedimientos estandarizados

ABSTRACT

The present thesis work has the general objective of establishing an improvement plan for the ROKTE restaurant, focused on optimizing the level of service it provides to its customers. currently the restaurant faced deficiencies in customer service, which affected the satisfaction and loyalty of diners. To address this problem, a mixed methodology was used that combines quantitative and qualitative approaches, data was collected through surveys applied to both customers and restaurant operating personnel, in this way, a comprehensive view of the situation was obtained and the areas that need to be improved were identified. As a result of the investigation, an improvement plan is proposed that focuses on the creation of a process manual to correct customer service. This manual seeks to establish clear guidelines and standardized procedures that guide staff in dealing with and serving customers, with the aim of optimizing their restaurant experience. The proposal is based on the feedback provided by customers and restaurant operating staff, which ensures that the solutions are tailored to the needs and expectations of diners. It is expected that the implementation of this improvement plan will boost the quality of service, customer satisfaction and contribute to increasing the competitiveness and success of the ROKTE restaurant in Tababela, Pichincha.

Keywords:

Process manual, customer service, Activities, standardized procedures

INDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
INTRODUCCIÓN	1
1.1. Justificación.....	1
1.2. Problemática	1
1.3 Hipótesis de investigación.....	2
OBJETIVOS.....	2
1.3. Objetivo General.....	2
1.4. Objetivos Específicos	2
RELACIÓN E INTERPRETAR LA INFORMACIÓN	3
3.1. Activad restaurantera a nivel mundial	3
3.2. Manejo de restaurantes.....	5
3.3. Manejo de personal en restaurante.....	5
3.4. Plan de Mejora	6
3.5. Servíos al cliente no se han hecho los cambios	6
3.6. Atención al cliente unificar con servíos al cliente esto sigue igual	7
3.6.2. <i>Manual de procedimientos</i>	8
3.6.3. <i>Diagrama de flujo</i>	11
3.7. Bases legales	12
3.7.1. <i>Ley de Compañías</i>	13
3.7.2. <i>Ley Orgánica de régimen tributario interno</i>	13
3.7.3. <i>Ley de turismo</i>	14
3.7.4. <i>Reglamento turístico de alimentos y bebidas</i>	14

METODOLOGÍA	15
4.1. Enfoque, alcance y diseño	15
4.1.1. <i>Diseño de la investigación</i>	16
4.2. Población y muestra.....	16
4.3. Segmentación del mercado	16
4.4. Plan de muestreo	18
4.4.1. <i>Muestra</i>	19
4.5. Técnica de recogida de información	19
4.5.1 <i>Encuesta</i>	19
4.6. Análisis de encuestas dirigidas al personal	20
4.7. Análisis de encuestas dirigidas al público	31
PROPUESTA.....	43
DISCUSIÓN DE RESULTADOS	66
CONCLUSIONES	67
RECOMENDACIONES	68
BIBLIOGRAFÍA	69
ANEXOS.....	74

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Dimensión conductal.....	17
Tabla 2 Dimensión geográfica	18
Tabla 3 Tiempo laboral.....	20
Tabla 4 Oportunidad laboral.....	21
Tabla 5 Organización e igualdad laboral	22
Tabla 6 Reconocimiento al personal.....	23
Tabla 7 Capacitación al personal.....	24
Tabla 8 Servicio al cliente	25
Tabla 9 Precios competitivos en el mercado	26
Tabla 10 Seguimiento de protocolos y procedimientos.....	27
Tabla 11 Variedad en el menú	28
Tabla 12 Estándares de seguridad laboral	29
Tabla 13 Actividades amigables con el medio ambiente	30
Tabla 14 Ubicación geográfica del restaurante	31
Tabla 15 Adecuada infraestructura	32
Tabla 16 Variedad en los platillos el menú	33
Tabla 17 Calidad de los productos alimenticios	34
Tabla 18 Precios competitivos	35
Tabla 19 Distinción en servicio y atención al cliente	36
Tabla 20 Reconocimiento de la marca por el público.....	37
Tabla 21 Gestión y entrega de pedidos.....	38
Tabla 22 Tiempo de atención.....	39
Tabla 23 Ambiente seguro	40
Tabla 24 Satisfacción al servicio del restaurante	41

INDICE DE FIGURAS

Figura 1	Tiempo laboral	20
Figura 2	Oportunidad laboral.....	21
Figura 3	Organización e igualdad laboral	22
Figura 4	Reconocimiento al personal	23
Figura 5	Capacitación al personal.....	24
Figura 6	Servicio al cliente	25
Figura 7	Precios competitivos en el mercado.....	26
Figura 8	Seguimiento de procedimientos y protocolos.....	27
Figura 9	Variedad en el menú.....	28
Figura 10	Estándares de seguridad laboral.....	29
Figura 11	Actividades amigables con el medio ambiente	30
Figura 12	Ubicación geográfica del restaurante.....	31
Figura 13	Adecuada infraestructura.....	32
Figura 14	Variedad en los platillos del menú.....	33
Figura 15	Calidad de los productos alimenticios	34
Figura 16	Precios competitivos	35
Figura 17	Distinción en servicio y atención al cliente	36
Figura 18	Reconocimiento de la marca por el público	37
Figura 19	Gestión y entrega de pedidos.....	38
Figura 20	Tiempo de atención	39
Figura 21	Ambiente seguro.....	40
Figura 22	Satisfacción al servicio del restaurante	41

INTRODUCCIÓN

1.1. Justificación

El motivo de la implementación de nuestro proyecto se debe a la búsqueda de mejoras en el establecimiento ROKTE el cual provee servicios de catering y restaurante; esto mediante la identificación de puntos susceptibles a mejoras.

El establecimiento ROKTE posee un segmento de clientes bien definidos desde sus comienzos en el año 2021 partiendo desde la especialidad del establecimiento que son los ahumados. El objetivo de mejoras es debido a que el sector de alimentos y bebidas en la actualidad presenta gran competitividad y demanda haciendo necesario que las empresas que en él operan sean eficientes para satisfacer los requerimientos del cliente y así destacar en su área.

El beneficio que nos dará la implementación de nuestro proyecto será de general cambios positivos sustanciales en cada uno de los niveles operativos del establecimiento; Empezando desde lo principal como lo es la infraestructura, pasando por el personal, el menú y la interacción con el cliente.

1.2. Problemática

Hoy en día en Ecuador el área de servicio de comidas y bebidas presenta un rápido crecimiento, siendo el área con mayor número de emprendimientos; haciendo posible encontrar diferentes lugares y con diversidad de especialidades, categorías y variedad de servicios cada uno aportando un grado de valor a su servicio. Lo que causa a su vez una mayor competencia entre los establecimientos que ofrecen servicios gastronómicos. De tal manera que estos lugares se ven obligados a establecer mejoras continuas y de innovación para poder seguir a la competencia.

La prestación de un buen servicio gastronómico depende de la correcta ejecución de los procesos y actividades que realiza el establecimiento, ya que esto permite establecer

enfoques y objetivos de mejoras. Consiguiendo que el restaurante genere un mayor valor agregado hacia sus clientes permitiendo que este destaque de entre la competencia.

1.3 Hipótesis de investigación

- Un mejor servicio genera mayor cantidad de clientes.
- La innovación y mejoramiento continuo ayuda a la competitividad del establecimiento

OBJETIVOS

1.3. Objetivo General

- Establecer un plan de mejoras para el restaurante ROKTE a nivel de servicio.

1.4. Objetivos Específicos

- Establecer un manual de procesos para las áreas de recursos humanos, estructura general del restaurante, políticas generales del restaurante y el servicio desarrolladas en el establecimiento ROKTE
- Implementar procesos de calidad mediante un manual de procesos para poder dar un servicio estandarizado
- Las Políticas se las van a implementar por medio de una capacitación a todos los empleados en temas como trato al cliente, tiempos de respuestas, conocimiento del menú etc.

RELACIÓN E INTERPRETAR LA INFORMACIÓN

3.1. Actividad restaurantera a nivel mundial

Dentro del sector Turístico la Hostelería es considerada, según Naseri (2021), como un subsector de este, el principal aspecto arraigado a lo que es la actividad restaurantera es la existencia de dos importantes ramas las cuales son el alojamiento y la restauración. Hasta el año 1987 no se tenía registro de la Restauración como empresa, no fue hasta el 1991 que por primera vez se considera las empresas destinadas a atender servicios de restauración como un importante grupo en el sector turístico ya que brinda la oportunidad de generar una gran cantidad de empleos, así como también aporta de manera positiva al fortalecimiento de la economía local.

Existe hoy en día una gran diversidad en cuestión a los tipos de establecimientos dedicados a brindar servicios de restauración, los cuales bajo la consideración de Santos (2019) pueden clasificarse como restaurantes, coffee shops, los bares en conjunto con sus distintas clasificaciones y empresas enfocadas en colectividades y catering. En el presente capítulo se abordará a mayor profundidad las temáticas generales de un restaurante.

Un restaurante es aquel establecimiento cuya función es la de brindar un servicio al público general, este servicio está fundamentado en la atención de las necesidades alimenticias de los clientes, un restaurante clásico está constituido generalmente por un equipo de camareros y mozos que prestan sus conocimientos, culinarios y de atención al cliente respectivamente, a los comensales considerados también jefes (Medrano et al., 2019).

Según el criterio de Masaquiza (2017), los restaurantes son los encargados de surtir comidas y bebidas al público dentro de las instalaciones del mismo local, además de esta definición el autor expone que los restaurantes pueden ser clasificados desde los

más básicos y sencillos con “Un tenedor” hasta los más completos y de alta calidad con el grado de “Cinco tenedores” estos rangos van a depender de varios factores como: su características y proceso laboral, instalaciones, mobiliario, equipo, pero principalmente la calidad de aquellos gastronómicos así como también de los servicios que ofrecen a los comensales.

Existen una gran variedad de restaurantes que tienen un alto rango culinario y una sofisticada atención al cliente, pero según lo expuesto por Vivanco (2019), estos factores no aseguran la fiel permanencia del público. Hoy en día no basta con gozar de unas modernas instalaciones o un producto bien elaborado, los comensales por la búsqueda de nuevos sabores y diferentes sensaciones optan por visitar nuevos restaurantes, es por tan motivo que una empresa debe contar con una buena organización y adecuada información para otorgar al cliente siempre la atención necesaria y cumplir con las altas expectativas del público.

Es por este motivo que antes de inmergiré en esta actividad los emprendedores deben conocer todo sobre la gastronomía, sus características y peculiaridades, requiere de la planificación y la realización de estudios que permitan comprender todas las fortalezas y debilidades que tiene el sector gastronómico.

Un restaurante que busque crecer y permanecer dentro del mercado actual debe estar consciente de cada uno de los procesos que se realizaran dentro de un negocio, el resultado de esta investigación genera pautas para que el gerente o propietarios puedan optimizar tiempo y recursos sin dejar insatisfecho al cliente, esto a largo plazo va impactar de manera positiva al crecimiento del establecimiento ya que brinda un ahorro económico y consigue la fidelidad del público que lo visite.

3.2. Manejo de restaurantes

El manejo de restaurante conlleva de la gestión diaria del negocio dentro de la industria del restaurante, lo cual incluye el control y la inspección de aquellas actividades laborales ejecutadas diariamente por el personal, desde la fuerza mano de obra, hasta las actividades del área administrativa, contable y financiera. Esta constante fiscalización otorga a los propietarios la oportunidad de generar planificaciones estratégicas, la garantía de los esfuerzos de mercadeo y sobre todo aporta positivamente al alcance de los objetivos la gestión en la entidad (Masaquiza, 2017).

Por lo anterior se comprende que los propietarios y dueños de negocios de restauración deben poseer una alta comprensión de cada una de las áreas que conforman a la entidad, las responsabilidades del personal y como se trabaja por medio de un seguimiento de las operaciones, prestando especial importancia a la manera en la que el personal se dirige y presta el servicio de atención a los clientes dentro del establecimiento.

3.3. Manejo de personal en restaurante

El manejo del personal es uno de los procesos más importantes de la entidad, puesto que el mismo dará las pautas para alcanzar el éxito, o por el contrario, será el detonante para el fracaso del negocio, por lo tanto, es esencial que los propietarios de los restaurantes cuenten con normas y políticas definidas para la motivación del personal, así como también para el manejo adecuado de los colaboradores (Pimentel & Ochoa, 2021).

Es posible ratificar que el entendimiento claro y conciso de todas las funciones que se ejecutan dentro de un establecimiento otorga a los propietarios la oportunidad de controlar con mayor facilidad el desempeño operativo de los trabajadores, esto apoya

de manera positiva a que los objetivos institucionales se cumplan, para así, poder posicionarse dentro del mercado y alcanzar el éxito comercial que se espera en el público general.

Proporcionar una buena experiencia al cliente requiere que el trabajador tenga la habilidad de escuchar al cliente, entiendan los que quieren y cumpla o superen sus expectativas, siendo las habilidades de comunicación las más relevante en el manejo del personal de un restaurante.

3.4. Plan de Mejora

Por lo expuesto en el apartado anterior se requiere un estudio bien enfocado para aumentar las posibilidades de éxito de un emprendimiento, sobre este tema Bohórquez (2020), expone que una organización cuenta con un servicio de excelencia cuando su estructura laboral está ligada con su capacidad de realizar continuas mejoras a todas y cada una de las etapas que intervienen en su actividad culinaria. El progreso se ocasiona cuando se es capaz de aprender constante mente de sus propias vivencias y del entorno contemporáneo, analizando las fortalezas de su organización de las debilidades de esta con respecto a su competencia directa.

El plan de mejoras se instaura como las principales fases para el próspero desarrollo de una organización, este es propio y único para cada tipo de institución, pero siempre busquen lo mismo que es la prosperidad y crecimiento de cada uno de los miembros que la integran. Consiste en dar las pautas para generar una idea de negociación orgánica y sostenible para generar una clientela feliz y leal.

3.5. Servíos al cliente no se han hecho los cambios

Al referirse sobre el tema es primordial entender que, el trato y la atención es proporcionada por todos los miembros que conforman a una entidad, por lo que puede definirse a este término como la agrupación de estrategias que toda la compañía debe

diseñar con el fin de brindar plena satisfacción, por medio del acatamiento de las necesidades y requerimientos de los clientes. Al poseer un servicio de buena calidad con el público, es posible la generación de distinciones favorables entre los competidores directos por medio de las valoraciones positivas del propio público (Velázquez, 2019).

Frente a esta definición se comprende que la atención al cliente es parte esencial de las labores de una empresa, pero a su vez, al ejecutarla de manera adecuada permite a los propietarios impulsar su negocio por medio de una positiva valoración del público, sea cual sea su operación dentro del mercado.

3.6. Atención al cliente unificar con servíos al cliente esto sigue igual

La conceptualización de la atención de los clientes se relación con las estrategias que una entidad emplea para brindar soporte a aquellos requerimientos y necesidades de los clientes en mayor grado de la competencia (González & Reyes, 2019). También se puede definir de la siguiente manera:

La atención al cliente es el proceso de gestión como un conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con alineación al mercado, orientadas a satisfacer las necesidades de los clientes, atender y comunicar las posibles sugerencias y reclamaciones efectuadas por los clientes en el ámbito de su responsabilidad (Salvador, 2021, pág. 1).

Considerando las definiciones propuestas es posible detallar que la atención al cliente forma parte importante en el proceso de crecimiento y desarrollo de la empresa, es necesaria para alcanzar el éxito esperado dentro de la organización, puesto que, una buena atención al cliente aumenta el agrado del público y de manera indirecta es posible que la entidad pueda darse a conocer en el mercado.

El servicio de atención al cliente es el encargado de la optimización de la atención de aquellas personas que frecuentan un determinado establecimiento, por lo que los elementos encargados de proporcionar asesoría a los clientes deben ser conscientes de su relevancia, puesto que son los responsables de estar en contacto directo con los usuarios y los mismos representan a la organización ante los consumidores.

La satisfacción del cliente está directamente relacionada con la calidad de estos, este concepto es definido por Velázquez (2019), considerado como el factor que relaciona a la calidad con la competitividad, de manera tal que percibe la calidad esperada, se sentirá satisfecho y generará mayores adquisiciones. En cambio, de acuerdo con Silvia et al. (2021), se tiene que la satisfacción es la respuesta que genera el cliente de acuerdo con el rendimiento real del servicio recibido, ya se dé un bien o servicios.

En la actualidad el sector empresarial tiene como objetivo principal la satisfacción de los clientes mientras se generan nuevas ventas, no obstante, es un factor muy difícil de lograr, ya que la satisfacción es algo que se mide en base a la percepción de los clientes, el cual en ciertas ocasiones puede llegar a influenciarse por otras cuestiones, así como también la satisfacción puede llegar a depender hasta del estado de ánimo de los usuarios (Pino, 2020).

Cómo lo vamos a conseguir

3.6.2. Manual de procedimientos

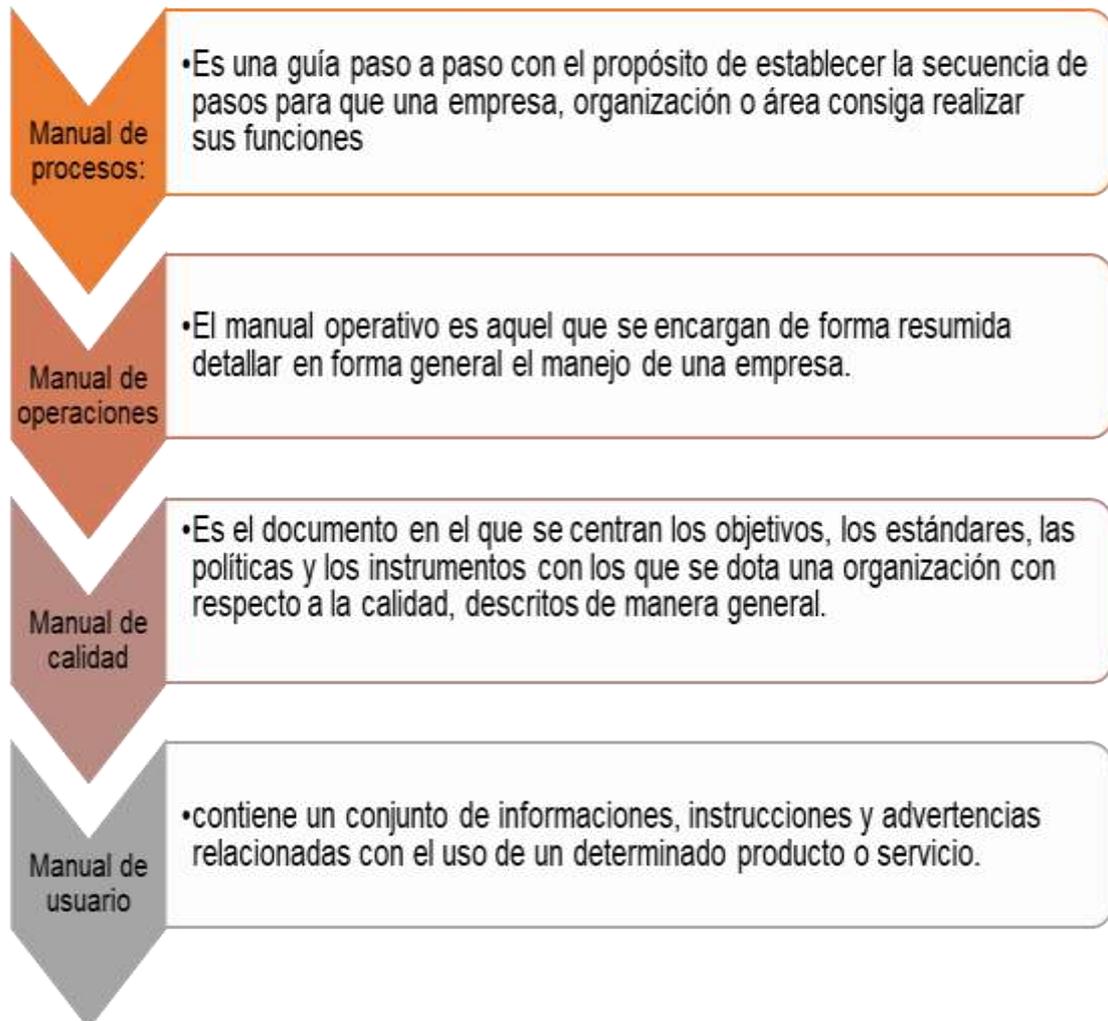
El manual de procedimientos puede ser definido como aquella herramienta que permite a las empresas guiar sus actividades. Por tanto, es utilizada para representar la secuencia y la interacción de las actividades del proceso mediante símbolos gráficos, los cuales permiten visualizar de mejor manera cómo funcionan y lograr una mayor comprensión. (Villafán, 2019).

Para Ramos (2018), los manuales de procedimientos son herramientas efectivas del control interno las cuales son guías prácticas de políticas, procedimientos, controles de segmentos específicos dentro de la organización; estos ayudan a minimizar los errores operativos financieros, lo cual da como resultado la toma de decisiones óptima dentro de la institución.

Con relación a lo anteriormente mencionado, el manual de procedimientos es un documento donde se compilan un conjunto de procesos necesario para la realización de una actividad operativo o administrativa dentro de una empresa, esto se lo realiza con la finalidad de lograr establecer una adecuada comunicación efectiva y una línea única de acción entre todos los actores involucrados, de tal manera que los trabajadores puedan realizar un trabajo organizado y sistematizado.

Existen diversos tipos de manuales de procedimientos lo cuales se detallan a continuación.

Gráfico 1.
Tipos de Manual de Procedimientos



Nota. En el grafico se visualiza los 4 principales manuales de proceso, extraído de (Cifuentes & Endara, 2018)

3.6.3. Diagrama de flujo

Es una herramienta que permite representar la interacción, secuencia de las actividades de los procesos, por medio de gráficas y símbolos, proporcionando una mejor visualización del funcionamiento de procedimiento que se vaya a ejecutar en cada una de las actividades (Cifuentes y Endara, 2018)

Los diagramas de flujo tienen un rol muy importante en varios campos técnicos y contables de las empresas, donde una cierta secuencia de operaciones deben definirse de una manera fácil de entender.

Los diagramas de flujo son importantes porque facilitan la manera de representar visualmente el flujo de datos por medio de un sistema de tratamiento de información, en este realizamos un análisis de los procesos o procedimientos que requerimos para realizar un programa o un objetivo (Diagrama de Flujo, pág. 1)

Los diagramas de flujo tienen las ventajas de: ayuda a la lógica de la programación, facilita la identificación y solución de problemas, efectiviza la comunicación, ayuda a la supresión de errores, incentiva una lógica correcta, aumenta la efectividad en el trabajo y ayuda a mejorar los procesos de resolución.

Dentro de las desventajas de los diagramas de flujo tenemos: no son muy útiles en caso de lógica compleja, pueden retrasar el desarrollo del software y son complicados de cambiar.

A continuación, se presentan los símbolos más utilizados en el diagrama de flujo

Gráfico 2.
Simbología de Flujograma

	Indica el inicio o fin de un proceso
	Indica cada actividad que necesita ser ejecutada
	Indica un punto de toma de decisión
	Indica la dirección de flujo
	Indica los documentos utilizados en el proceso
	Indica una espera
	Indica que el flujograma continua a partir de ese punto en otro círculo, con la misma letra o número, que aparece en su interior

Nota. En la figura se presenta la simbología empleada en el desarrollo del flujograma, extraído de (Flores y otros, 2019)

En el diseño del diagrama la utilización de los símbolos está a criterio del investigador, considerando las necesidades del proceso que desee representar.

Cuál de estos va a usar y cómo?

3.7. Bases legales

La presente investigación estará bajo las siguientes normativas legales: Ley de Compañías del Ecuador (2017), Ley Orgánica de Empresas Públicas del Ecuador (2009), Normas de Información Financiera (2017), Ley de Turismo (2014) y el Reglamento turístico de alimentos y bebidas (2018).

- **Constitución de la República del Ecuador**

Art. 35. El trabajo es un derecho y un deber social. Gozará de la protección del Estado, el que asegurará al trabajador el respeto a su dignidad, una existencia decorosa y una remuneración justa que cubra sus necesidades y las de su familia.

- **Leyes/normativas**

Dentro de las leyes se habla del Código Tributario

3.7.1. Ley de Compañías

Art. 4.- El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma (Ecuador. Ley de compañías, 2017, pág. 3).

Art. 16.- La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía (Ecuador. Ley de compañías, 2017, pág. 7).

3.7.2. Ley Orgánica de régimen tributario interno

Art. 1. Objeto de impuestos, constituye el impuesto a la renta total que alcancen las personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras, de acuerdo con las disposiciones de la presente Ley (Ecuador. Ley de Regimen Tributario Interno , 2018).

Art. 4.- Sujetos pasivos. - Son sujetos pasivos del impuesto a la renta las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, que alcancen ganancias gravados de acuerdo con las disposiciones de esta Ley. Los sujetos pasivos obligados a llevar contabilidad, cancelaran el impuesto a la renta en base de los resultados que arroje la misma. (Ley orgánica de régimen tributario interno, 2019).

3.7.3. Ley de turismo

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte de la agencia;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

3.7.4. Reglamento turístico de alimentos y bebidas

Art.1.- Objeto. - El objeto del presente reglamento es regular, clasificar, categorizar, controlar y establecer los requisitos para el ejercicio de la actividad turística de alimentos y bebidas a nivel nacional.

Art. 5.- Derechos del usuario o consumidor. - Los usuarios del establecimiento turístico de alimentos y bebidas tendrán los siguientes derechos:

- a) Recibir los servicios acordes en naturaleza y calidad a la clasificación y categoría otorgada.
- b) Ser informados de forma clara y precisa sobre la oferta de alimentos y bebidas y los precios de acuerdo a lo determinado en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor;
- c) Recibir el servicio conforme lo ofertado por el establecimiento;
- d) Recibir la factura correspondiente por el servicio de alimentos y bebidas:
- e) Tener a su disposición instalaciones y equipamiento en buen estado, con una correcta higiene, sin signos de deterioro, accesibles para todas las personas y en correcto funcionamiento; y,
- f) Comunicar las quejas al establecimiento de alimentos y bebidas, a través del libro de reclamos.

METODOLOGÍA

4.1. Enfoque, alcance y diseño

El enfoque que direcciona este trabajo es un enfoque funcional de la empresa ROKTE S.A. El alcance de este trabajo se limitará al restaurante ROKTE ubicado dirección: 6 de abril y calle condamine sector tababela .

Ilustración 3

Ubicación del restaurante ROKTE



Nota. En la ilustración presentada se aprecia la ubicación del Restaurante ROKTE, extraído de (Google Maps, 2023)

4.1.1. Diseño de la investigación

El diseño de investigación para este trabajo será un método cuantitativo, basados en el objetivo es un método aplicativo, según el nivel de profundidad en el objetivo el estudio es exploratorio, según el tipo de inferencia es deductivo y según el periodo temporal será transversal.

4.2. Población y muestra

- Clientes ROKTE tababela
- Posibles clientes

4.3. Segmentación del mercado

La focalización del mercado se orienta en promocionar el servicio de catering y atención al cliente, el público objetivo está compuesto por individuos de edades

comprendidas entre los 20 y los 45 años, residentes en la parroquia Tababela en el cantón Quito.



Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial de la parroquia Tababela

A continuación, se procederá a segmentar el mercado según las dimensiones de comportamiento, geográficas y demográficas, las cuales se detallan a continuación

Tabla 1.

Dimensión condutal

Variable	Descripción
Tipo de necesidad	Alimenticia
Tipo de transacción	Directa
Actitud frente al producto	Positiva

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por el autor

Tabla 2
Dimensión geográfica

Variable	Descripción	Población 2022
País	Ecuador	18.000.000 habitantes
Región	Sierra	7'847.136 habitantes
Provincia	Pichincha	3'290.363 habitantes
Cantón	Quito	2'832.896 habitantes
Parroquia	Tababela	2.823 habitantes

Fuente: INEC, 2010
Elaborado por el autor

4.4. Plan de muestreo

En el proceso de la selección de la muestra de la actual investigación, se tomaron en consideración diversos factores para garantizar la validez de los resultados. En primer lugar, se definió como universo de estudio a la población económicamente activa del Distrito Metropolitano de Quito, partiendo de ese universo, se utilizó un muestreo probabilístico el cual expone que todos y cada uno de los miembros tienen la misma posibilidad de ser seleccionados (Hernández, Fernández, & Baptista, 2016).
Corregir descripción tababela

Para el cálculo muestral se aplicará la siguiente fórmula:

$$N = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2(N-1) + Z^2 * P * Q} \quad (1)$$

Donde:

N= Tamaño de la población	2.823
Z= Nivel de confianza	1,96
P= Proporción real estimada de éxito	95%
Q= Proporción estimada de fracaso	5%
e = Error	5%

Desarrollo

$$n = \frac{1,96^2 * (0,95 * 0,05 * 2823)}{0,05^2(2823 - 1) + 1,96^2 * 0,95 * 0,05}$$

$$n = \frac{515,1297}{7,2374}$$

$$n = 71,18$$

4.4.1. Muestra

La muestra poblacional del presente estudio dio como resultado un total de 71 personas, tanto hombres como mujeres y son residen en la parroquia de Tababela. Para seleccionar la unidad principal de la muestra, se utilizará un método de selección a conveniencia, en el que se priorizará a personas que sean económicamente activas y se encuentren en un rango de edades entre los 18 a los 65 años de edad.

4.5. Técnica de recogida de información

4.5.1 Encuesta

La encuesta es una indispensable herramienta de recolección de datos en distintos ámbitos de investigación gracias a su valor y versatilidad. Mediante este elemento, se puede recopilar información de forma organizada y uniforme, lo que simplifica el análisis y la comparación de los resultados obtenidos.

En el presente proyecto se han elaborado dos diferentes encuestas, la primera está dirigida al personal que labura dentro del establecimiento (Ver Anexo A), su propósito es dar a conocer información relacionada con la actividad del restaurante y la segunda encuesta está enfocada a los comensales que visitan el establecimiento (Ver Anexo B), la intención es conocer las opiniones y preferencias personales del público, esto permite obtener una visión más exhaustiva y detallada del fenómeno o problema de estudio.

Una vez obtenidos los datos estos serán analizando mediante una comparación estadística.

4.6. Análisis de encuestas dirigidas al personal

1. ¿Cuánto tiempo lleva desempeñando esta actividad en su vida laboral?

Tabla 3

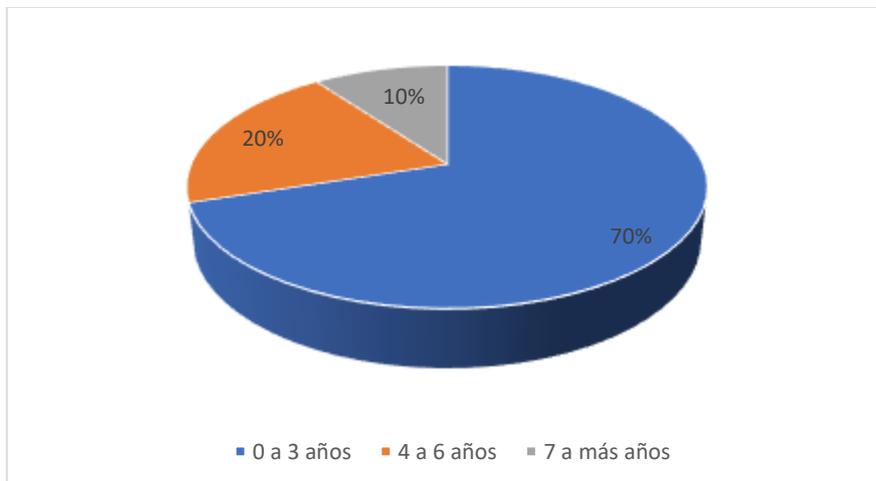
Tiempo laboral

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0 a 3 años	7	70%
4 a 6 años	2	20%
7 a más años	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 1

Tiempo laboral



Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados:

Analizando los resultados de la primera pregunta del test, es posible comprender que la mayoría de los encuestados son relativamente nuevos en esta actividad y pueden estar en las etapas iniciales de sus carreras, ya que el 70% tiene un rango de experiencia de 0 a 3 años, hay un grupo más pequeño de profesionales con experiencia moderada en la actividad que conforman el 20% de la muestra y solo el 10% de las personas encuestadas ha estado desempeñando esta actividad durante 7 años o más. Esto da a entender que la mayoría de las personas encuestadas son relativamente nuevas en esta actividad comercial.

2. ¿Cree usted que el restaurante otorga oportunidades laborales sin distinción de género?

Tabla 4

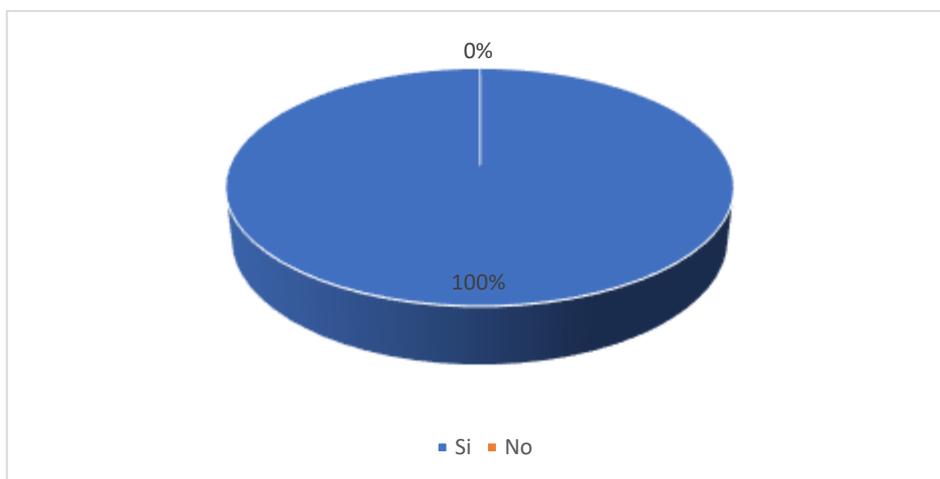
Oportunidad laboral

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 2

Oportunidad laboral



Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados:

Según los resultados de la segunda interrogante de la encuesta, existe un consenso unánime entre los encuestados, ya que el 100% de los trabajadores afirman que el restaurante otorga oportunidades laborales sin distinción. Esto sugiere que el restaurante es percibido como un lugar que valora la igualdad y la no discriminación en sus prácticas de contratación. Estos resultados son positivos, ya que indican una actitud inclusiva y equitativa por parte del restaurante "ROKTE".

3. ¿En la organización del restaurante respeta el principio de igualdad laboral?

Tabla 5

Organización e igualdad laboral

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	10	100%
Casi siempre	0	0%
Usualmente	0	0%
Pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 3

Organización e igualdad laboral



Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados:

En la actual pregunta del test, es posible inferir que todos los encuestados creen que la organización del restaurante respeta siempre el principio de igualdad laboral ya que el 100% de los trabajadores está de acuerdo con esta premisa. Esto sugiere que el restaurante es percibido como un lugar donde se valoran y se aplican políticas y prácticas laborales justas, en las que se trata a todos los empleados de manera igualitaria.

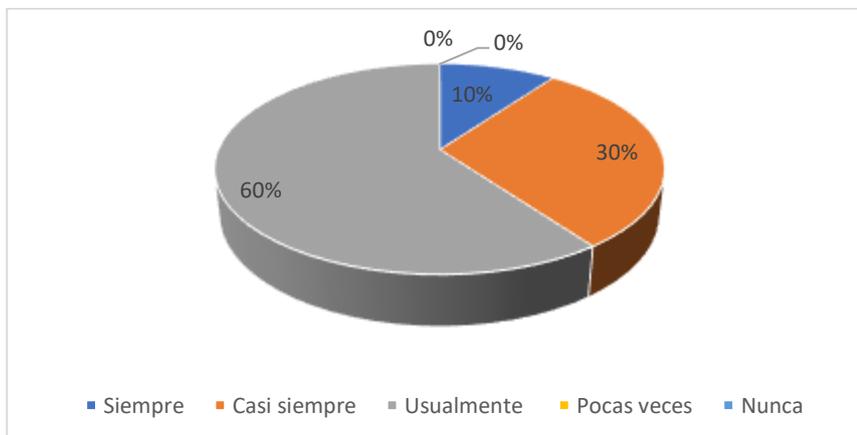
4. ¿El restaurante otorga reconocimientos al personal por desempeñar un buen trabajo?

Tabla 6
Reconocimiento al personal

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	1	10%
Casi siempre	3	30%
Usualmente	6	60%
Pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 4
Reconocimiento al personal



Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados:

Al analizar los resultados proporcionados para la pregunta sobre si el restaurante “ROKTE” otorga reconocimientos al personal por desempeñar un buen trabajo, podemos observar que la mayoría de los encuestados, el 60% de los mismos, perciben que el restaurante otorga reconocimientos al personal por desempeñar un buen trabajo en diferentes grados, un 30% señala que esto sucede casi siempre y apenas un 10% sugiere que lo mencionado ocurre siempre. De manera general, se puede asimilar que existe una percepción positiva de que el restaurante tiene una práctica de reconocimiento hacia sus empleados.

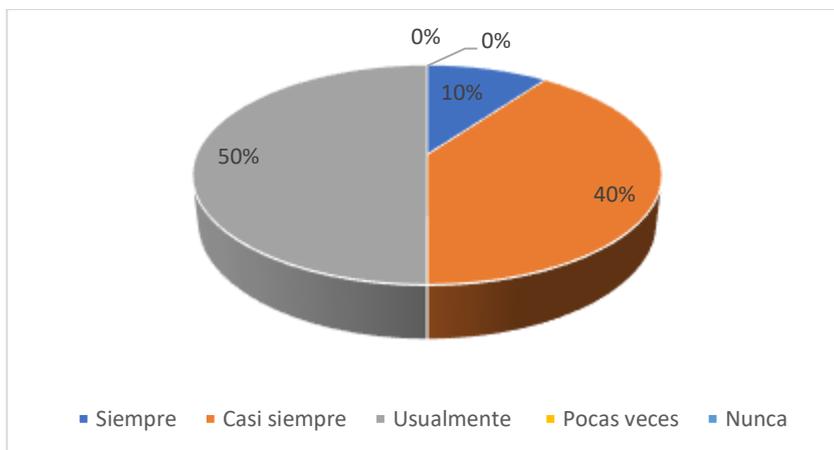
5. ¿Recibe una adecuada capacitación para brindar una mejor atención al cliente?

Tabla 7
Capacitación al personal

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	1	10%
Casi siempre	4	40%
Usualmente	5	50%
Pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 5
Capacitación al personal



Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados:

En la quinta pregunta del test, los resultados sugieren que el 50% o la mitad del personal percibe que usualmente reciben capacitaciones para brindar una mejor atención al cliente, un importante grupo, el cual equivale al 40% señala que esto sucede casi siempre, y un último grupo, equivalente al 10% sostiene que siempre reciben capacitaciones.

De forma general se discierne que existe una percepción positiva de que el restaurante proporciona capacitación adecuada para mejorar la atención al cliente, sin embargo, es importante tener en cuenta que existe un porcentaje considerable de trabajadores que no defiende esta premisa y creen que no siempre reciben una capacitación adecuada, lo que indica que puede haber áreas de mejora en este aspecto.

6. ¿Cree usted que su labor se centra en brindar satisfacción al cliente?

Tabla 8

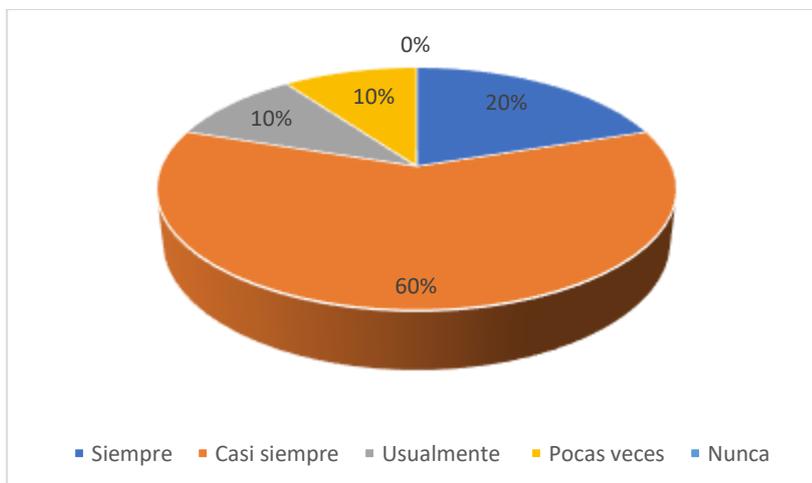
Servicio al cliente

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	2	20%
Casi siempre	6	60%
Usualmente	1	10%
Pocas veces	1	10%
Nunca	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 6

Servicio al cliente



Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados:

Al analizar los resultados proporcionados para la sexta pregunta se pudo conocer que el 60% de los encuestados cree que su labor dentro del restaurante se centra en brindar satisfacción al cliente, un 20% cree que su labor está destinada netamente a lograr este propósito, sin embargo, también hay dos grupos minoritario representado por el 10% cada uno, en donde los laboradores consideran que esto ocurre usualmente o pocas veces. Estos resultados indican que, en general, hay una conciencia de la importancia de la satisfacción del cliente en el trabajo del personal del restaurante “ROKTE”, aunque puede haber variaciones en la percepción de cómo se logra este enfoque en la práctica.

7. ¿Considera que la empresa oferta platillos con precios competitivos para el mercado?

Tabla 9

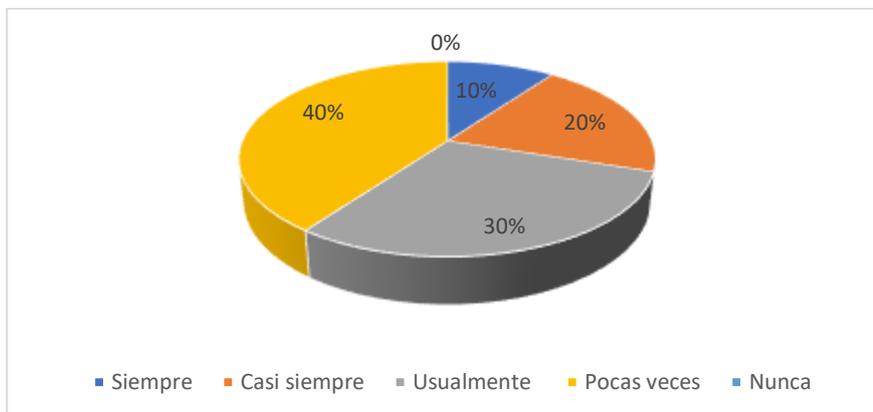
Precios competitivos en el mercado

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	1	10%
Casi siempre	2	20%
Usualmente	3	30%
Pocas veces	4	40%
Nunca	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 7

Precios competitivos en el mercado



Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados:

Los resultados de la séptima pregunta sugieren que el 40% de los laboradores creen que el restaurante no siempre establece precios acordes con lo que se considera apropiado en el mercado, el 30% sugiere que en "ROKTE" que por lo general se establecen precios apropiados pero puede haber algunas excepciones, un 20% está convencido de que el restaurante establece precios adecuados en la mayoría de los casos y finalmente un 10% tiene la percepción de que el restaurante establece precios apropiados según los servicios y la calidad de los productos que presentan al mercado. Los datos dan a entender la existencia de una percepción mixta sobre la adecuación de los precios de los platillos en relación con el mercado, y puede ser un aspecto a considerar por parte del restaurante para evaluar y ajustar su estrategia de precios.

8. ¿Su equipo de trabajo sigue el procedimiento adecuado para brindar una buena atención a los clientes?

Tabla 10

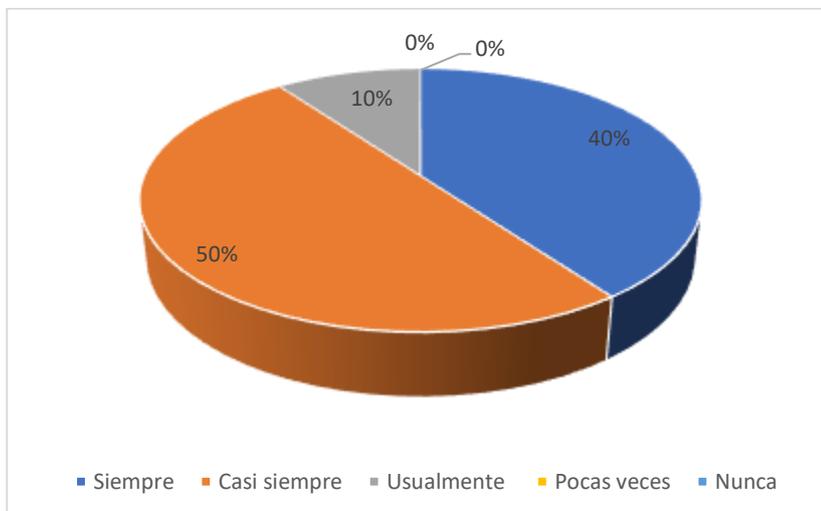
Seguimiento de protocolos y procedimientos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	4	40%
Casi siempre	5	50%
Usualmente	1	10%
Pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 8

Seguimiento de procedimientos y protocolos



Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados:

La actual interrogante busca conocer el criterio del personal sobre el seguimiento de procedimientos para brindar servicios de atención al cliente, los datos recabados exponen que el 50% de las personas encuestadas aseveran que casi siempre su equipo de trabajo sigue el procedimiento adecuado para brindar una buena atención, el 40% indica que siempre se sigue el procedimiento adecuado para brindar un buen servicio y el último 10% creen que usualmente su equipo de trabajo sigue un procedimiento.

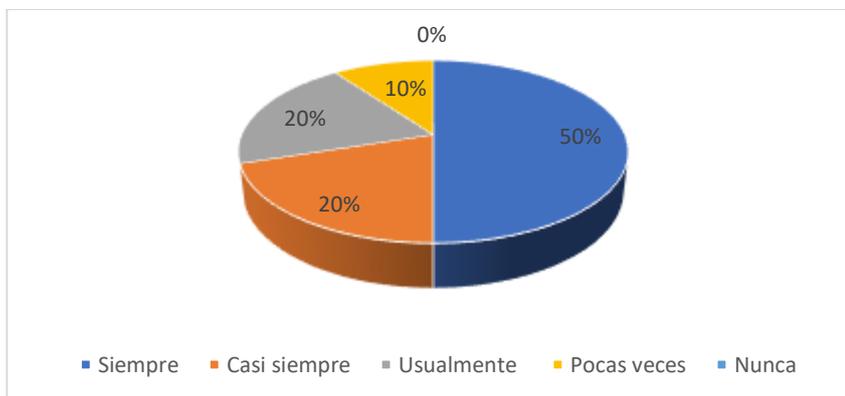
9. ¿El establecimiento presenta una amplia variedad de platillos al público?

Tabla 11
Variedad en el menú

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	5	50%
Casi siempre	2	20%
Usualmente	2	20%
Pocas veces	1	10%
Nunca	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 9
Variedad en el menú



Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados:

En búsqueda de conocer la opinión de los trabajadores sobre la variedad de los platillos expuestos por el restaurante “ROKTE” se ha planteado la novena pregunta, la cual arroja que el 50% del personal defiende que siempre el restaurante presenta una amplia variedad de platillos al público, dos grupos consideran que casi siempre y usualmente el establecimiento ofrece una variedad aceptable de platillos, y por ultimo un 10% está de acuerdo a que pocas veces el restaurante presenta un variado menú a los comensales.

Se entiende que la mayoría de los trabajadores del restaurante “ROKTE” están al tanto de la diversidad de platillos que se elabora, pero aún existen algunas percepciones divergentes en cuanto a la frecuencia con la que esto ocurre.

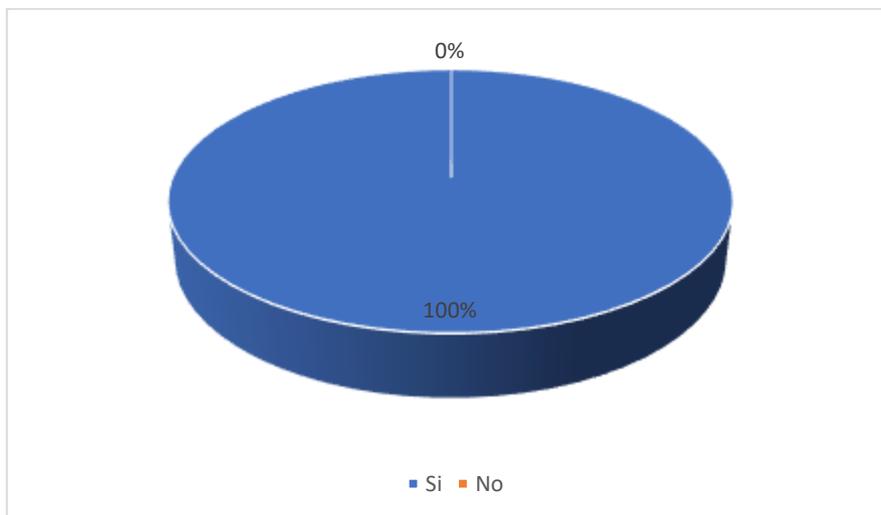
10. ¿Cree usted que el restaurante cumple con los reglamentos estatales de seguridad laboral?

Tabla 12
Estándares de seguridad laboral

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 10
Estándares de seguridad laboral



Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados:

Los resultados de la décima pregunta son contundentes, ya que todo el personal del restaurante “ROKTE” afirma que en el establecimiento se cumple con los estándares de seguridad laboral. Esto implica que todos los encuestados tienen la percepción de que el restaurante cumple con los requisitos y medidas necesarias para garantizar la seguridad en el entorno laboral

11. ¿Cree usted que el restaurante emplea prácticas amigables con el medio ambiente?

Tabla 13

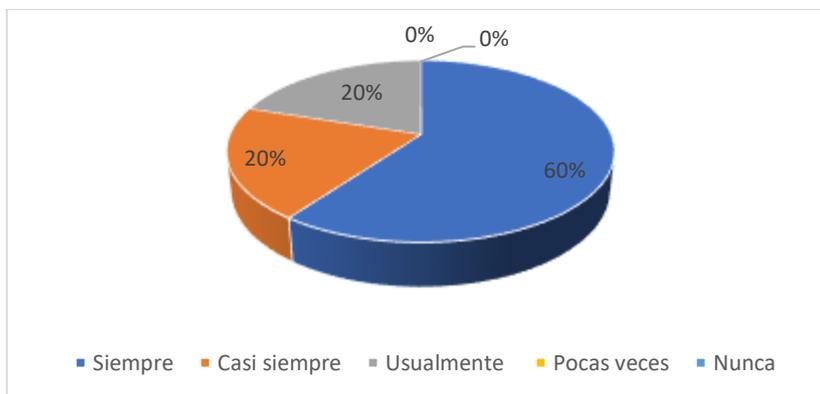
Actividades amigables con el medio ambiente

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	6	60%
Casi siempre	2	20%
Usualmente	2	20%
Pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 11

Actividades amigables con el medio ambiente



Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados:

En la última pregunta del cuestionario dirigido al personal se buscó conocer su criterio sobre las acciones ecológicas que tiene el restaurante “ROKTE” con el medio ambiente, el 60% indica que el comedor siempre emplea prácticas ecológicas, un 20% difiere al afirmar que estas acciones las realizan casi siempre y el último 20% considera que estas acciones se ejecutan usualmente en el establecimiento. Estos resultados pueden ser un indicativo positivo de que “ROKTE” está tomando medidas para ser más sostenible y respetuoso con el ecosistema, aunque también da la oportunidad de mejorar en la consistencia de estas prácticas.

4.7. Análisis de encuestas dirigidas al público

1. ¿Considera usted que el restaurante se encuentra en una buena ubicación?

Tabla 14

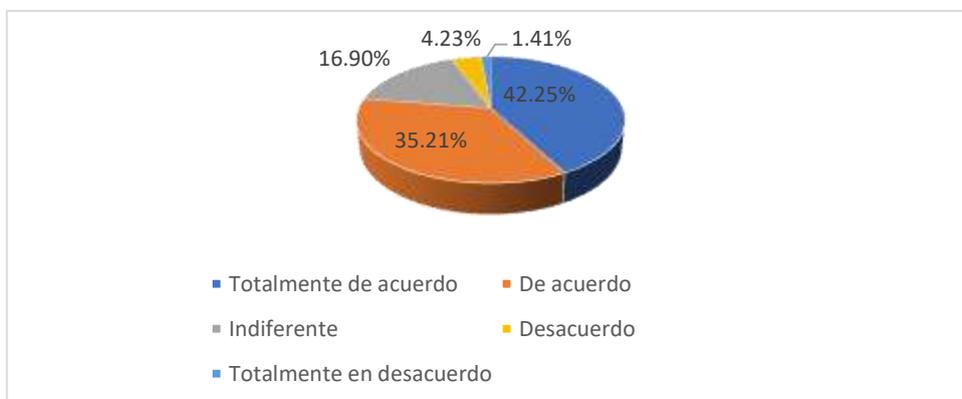
Ubicación geográfica del restaurante

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	30	42,25%
De acuerdo	25	35,21%
Indiferente	12	16,90%
Desacuerdo	3	4,23%
Totalmente en desacuerdo	1	1,41%
Total	71	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 12

Ubicación geográfica del restaurante



Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados:

En el actual test, se buscó conocer la opinión del público con respecto a la ubicación del restaurante “ROKTE”, los resultados indican que el 42,25% del público está totalmente de acuerdo, lo que sugiere, que una parte significativa de los encuestados está satisfecha con la ubicación actual del restaurante, el 35,21% está de acuerdo, se infiere que una gran parte de los encuestados también considera que la ubicación es adecuada, aunque no están tan convencidos, para el 16,90% esta pregunta les resulta indiferente, esto podría sugerir que no tienen una opinión fuerte sobre el tema o que la ubicación no es un factor importante para ellos al momento de elegir un restaurante, el 4,23% está en desacuerdo y una sola persona considera que la “ROKTE” está mal ubicado.

2. ¿Cree usted que el establecimiento cuenta con una infraestructura adecuada?

Tabla 15

Adecuada infraestructura

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	40	56,34%
De acuerdo	15	21,13%
Indiferente	10	14,08%
Desacuerdo	4	5,63%
Totalmente en desacuerdo	2	2,82%
Total	71	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 13

Adecuada infraestructura



Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados:

La segunda interrogante al público está enfocada en conocer el agrado de aceptación que tienen con respecto a la infraestructura del restaurante "ROKTE". El 56,34% está totalmente de acuerdo, se infiere que gran parte de los encuestados están satisfechos con la calidad y el estado general de la infraestructura del lugar, el 21,13% está de acuerdo, aunque quizás con algunas reservas o aspectos mejorables, el 14,08% es indiferente puesto que no tienen una opinión clara o no consideran relevante la infraestructura del establecimiento, el 5,63% no está de acuerdo y el último 2,82% está en total desacuerdo. En general, los resultados muestran que la mayoría de los encuestados tienen una opinión positiva sobre la infraestructura del establecimiento.

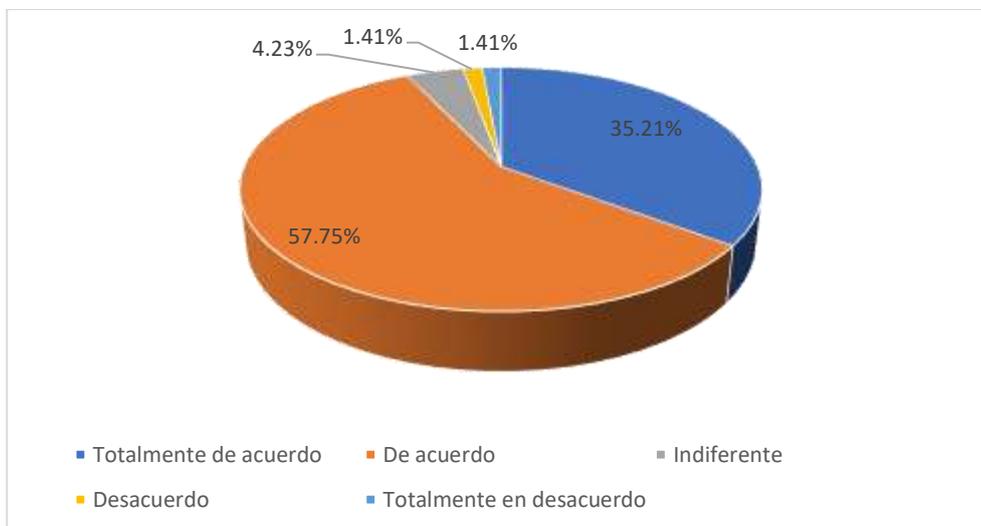
3. ¿Los platillos más populares por el público se encuentran en las cartas del menú?

Tabla 16
Variedad en los platillos el menú

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	25	35,21%
De acuerdo	41	57,75%
Indiferente	3	4,23%
Desacuerdo	1	1,41%
Totalmente en desacuerdo	1	1,41%
Total	71	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 14
Variedad en los platillos del menú



Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados:

Con respecto a la exposición de los platillos más populares por el público en el menú, la mayoría de los encuestados, con un 57,75%, están de acuerdo en que la mayoría se encuentran en las cartas del menú, un 37,21% están totalmente de acuerdo con esta afirmación, un 4,23% se mostró indiferente y un 1,43% se encuentra en desacuerdo como totalmente en desacuerdo. En general, los resultados sugieren que la mayoría de los encuestados percibe que los platillos populares están disponibles en las cartas del menú, lo que puede ser un indicativo positivo de la oferta culinaria para el restaurante “ROKTE”.

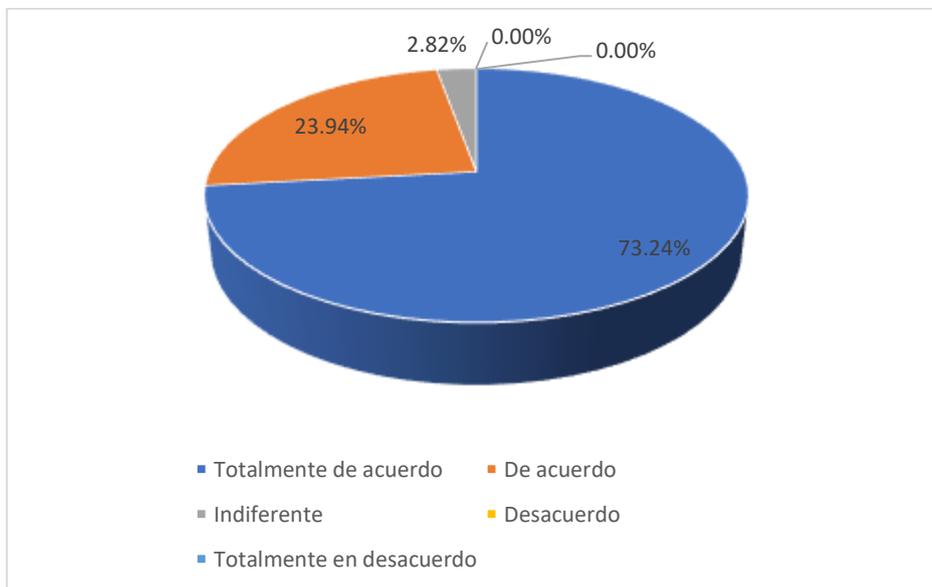
4. ¿Confía usted en la calidad de los productos o materia prima que brinda el restaurante?

Tabla 17
Calidad de los productos alimenticios

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	52	73,24%
De acuerdo	17	23,94%
Indiferente	2	2,82%
Desacuerdo	0	0,00%
Totalmente en desacuerdo	0	0,00%
Total	71	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 15
Calidad de los productos alimenticios



Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados:

La actual interrogante trata sobre la confianza del público en la calidad de los platillos que brinda el restaurante “ROKTE”, la gran mayoría de los encuestados, un 73,24%, están totalmente de acuerdo en confiar en la calidad de la comida, un 23,94% están de acuerdo, apenas un 2,82%, se mostró indiferente y no se registró ningún porcentaje en desacuerdo o totalmente en desacuerdo. Estos valores sugieren que existe una

confianza generalizada en la calidad del menú ofrecido por el restaurante, lo que es un factor positivo para la reputación y satisfacción de los comensales.

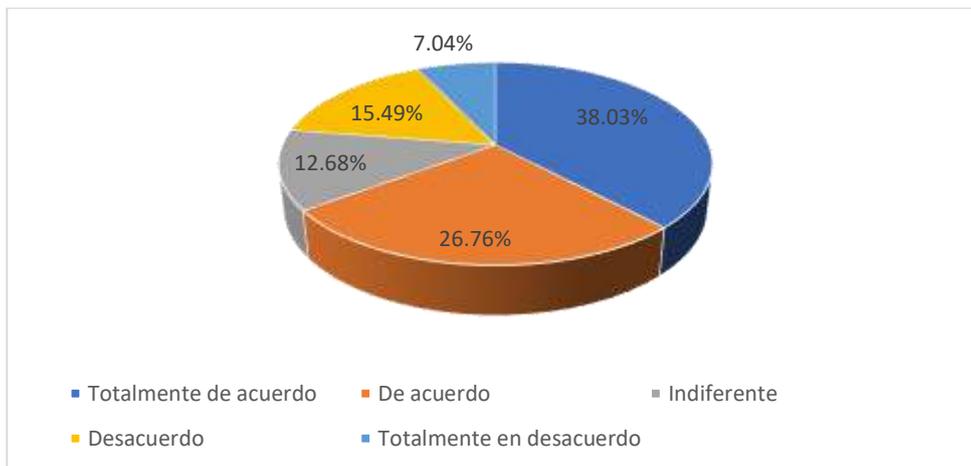
5. ¿Cree usted que los precios del restaurante son competitivos frente a la competencia?

Tabla 18
Precios competitivos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	27	38,03%
De acuerdo	19	26,76%
Indiferente	9	12,68%
Desacuerdo	11	15,49%
Totalmente en desacuerdo	5	7,04%
Total	71	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 16
Precios competitivos



Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados:

Los resultados de la quinta pregunta revelan que un importante porcentaje de los encuestados, el 38,03%, están totalmente de acuerdo en que los precios de “ROKTE” son mejores con respecto a la competencia, un 26,76% están conforme con esta afirmación, sin embargo, un considerable porcentaje, el 15,49%, expresó desacuerdo en cuanto a que los precios sean mejores, el 12,68% de los encuestados se mostró indiferente y un 7,04% mostró un total desacuerdo. Estos resultados sugieren que los

precios establecidos son favorables, pero existe la necesidad de establecer una estrategia que permita reducir los montos del restaurante para captar la atención de los clientes insatisfechos.

6. ¿Cree usted que el restaurante brinda un mejor servicio que la competencia?

Tabla 19

Distinción en servicio y atención al cliente

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	48	67,61%
De acuerdo	16	22,54%
Indiferente	6	8,45%
Desacuerdo	1	1,41%
Totalmente en desacuerdo	0	0,00%
Total	71	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 17

Distinción en servicio y atención al cliente



Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados:

Para saber si el restaurante brinda un mejor servicio que la competencia, se planteó la sexta en la cual el 67,61%, están totalmente de acuerdo con lo indicado, un 22,54% están de acuerdo con esta afirmación, un 8,45% de los encuestados se mostró indiferente y un pequeño porcentaje, el 1,41%, expresó desacuerdo en cuanto a que el restaurante se destaque frente a la competencia en este aspecto. Estos resultados

indican que existe una percepción positiva generalizada entre el público de que el restaurante supera a su competencia en términos de servicio, esta es una señal positiva que destaca la calidad y el enfoque orientado al cliente del restaurante “ROKTE” en comparación con sus competidores.

7. Según su criterio ¿Considera que la marca del restaurante es reconocida por el público?

Tabla 20

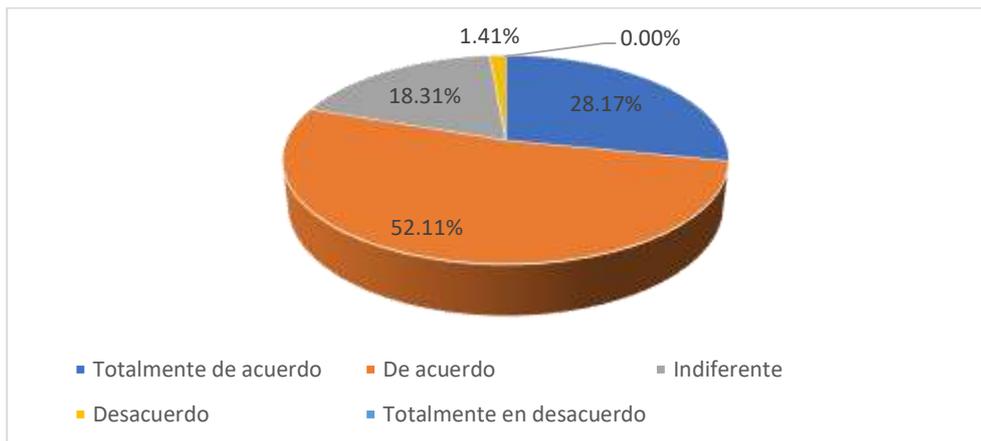
Reconocimiento de la marca por el público

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	20	28,17%
De acuerdo	37	52,11%
Indiferente	13	18,31%
Desacuerdo	1	1,41%
Totalmente en desacuerdo	0	0,00%
Total	71	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 18

Reconocimiento de la marca por el público



Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados:

La séptima pregunta busca conocer el reconocimiento de la marca del restaurante “ROKTE” por el público, el 52,11%, están de acuerdo en que la marca del restaurante es llamativa, un 28,17% están totalmente de acuerdo, sin embargo, un 18,31% de los encuestados se mostró indiferente ante esta cuestión, lo que sugiere que no tienen una opinión clara, un pequeño porcentaje, el 1,41%, expresó desacuerdo en cuanto a que

la marca sea reconocida. Estos resultados señalan que la mayoría de los comensales perciben que la marca del restaurante tiene cierto nivel de reconocimiento por parte del público, lo cual es una señal positiva, pero aún se necesita realizar esfuerzos para fortalecer la notoriedad de la marca y aumentar su reconocimiento en el mercado.

8. ¿Considera buena la gestión y entrega de los pedidos en el restaurante?

Tabla 21

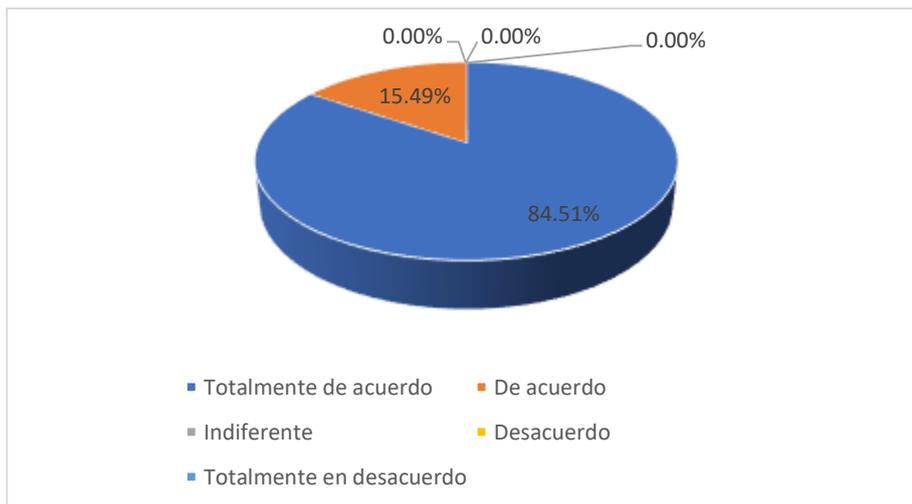
Gestión y entrega de pedidos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	60	84,51%
De acuerdo	11	15,49%
Indiferente	0	0,00%
Desacuerdo	0	0,00%
Totalmente en desacuerdo	0	0,00%
Total	71	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 19

Gestión y entrega de pedidos



Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados:

Los resultados de la octava pregunta muestran que la gran mayoría de los encuestados, un 84,51%, están totalmente de acuerdo en que la gestión y entrega de los pedidos es buena, un 15,49% están de acuerdo con esta afirmación y no se registró ningún porcentaje de indiferencia, desacuerdo o total desacuerdo. Estos resultados reflejan una percepción muy positiva de los encuestados en cuanto a la eficacia y calidad en la

gestión y entrega de los pedidos en el restaurante “ROKTE” por lo que se destaca la satisfacción de los clientes con el servicio proporcionado, esto sugiere que el restaurante tiene un buen desempeño en esta área y cumple con las expectativas de los comensales en cuanto a la entrega de sus pedidos de manera eficiente y oportuna.

9. Según su experiencia, ¿Cree usted que el tiempo de atención es el adecuado?

Tabla 22

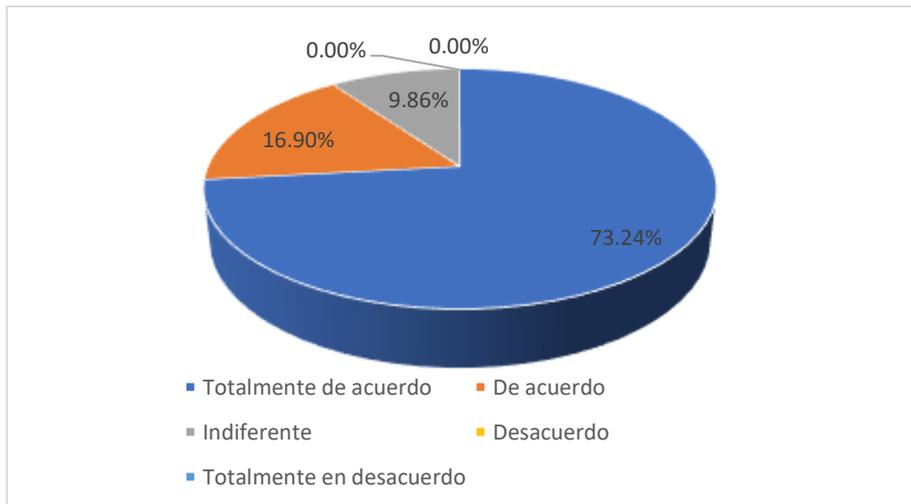
Tiempo de atención

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	52	73,24%
De acuerdo	12	16,90%
Indiferente	7	9,86%
Desacuerdo	0	0,00%
Totalmente en desacuerdo	0	0,00%
Total	71	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 20

Tiempo de atención



Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados:

En la actual pregunta se busca conocer si el tiempo de atención es el adecuado, el 73,24%, están totalmente de acuerdo en que el tiempo de espera es oportuno, un 16,90% están de acuerdo, un 9,86% de los encuestados se mostró indiferente y no se registró ningún porcentaje de desacuerdo o total desacuerdo. Estos datos incitan a pensar que el tiempo de atención en el restaurante “ROKTE” es satisfactorio, sin

embargo, el porcentaje de encuestados indiferentes sugiere que existe una oportunidad para mejorar y agilizar aún más el tiempo de atención para satisfacer las expectativas de todo el público.

10. ¿Usted se siente en un ambiente seguro dentro y fuera del restaurante?

Tabla 23

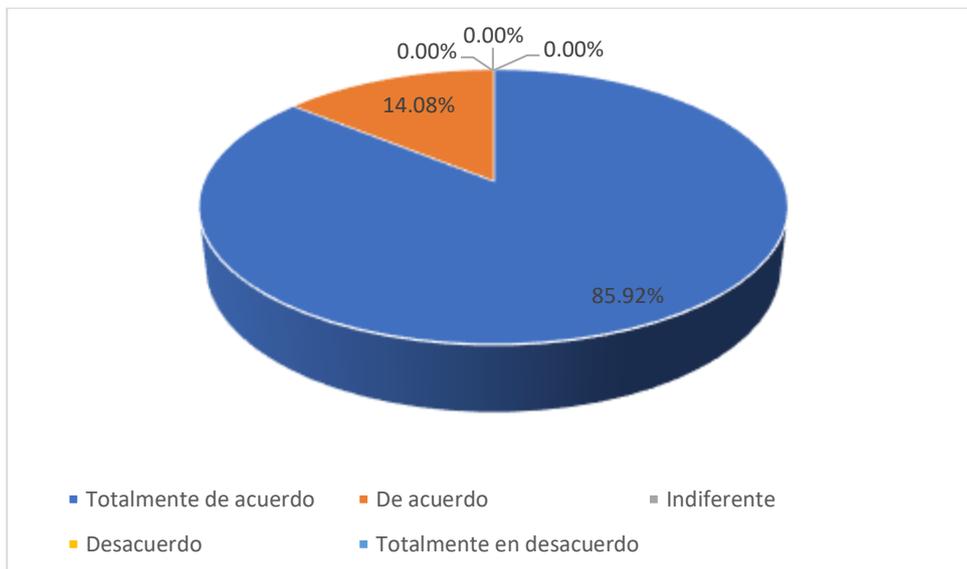
Ambiente seguro

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	61	85,92%
De acuerdo	10	14,08%
Indiferente	0	0,00%
Desacuerdo	0	0,00%
Totalmente en desacuerdo	0	0,00%
Total	71	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 21

Ambiente seguro



Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados:

Para conocer si los encuestados se sienten en un ambiente seguro dentro y fuera del restaurante "ROKTE" se presentó la novena pregunta dentro de la encuesta, un 85,92%, están totalmente de acuerdo, un 14,08% están de acuerdo y no hay ningún porcentaje de indiferencia, desacuerdo o total desacuerdo. Estos valores reflejan la confianza y

tranquilidad que los clientes experimentan al visitar “ROKTE” lo que es un factor crucial para la satisfacción y fidelidad de los clientes lo que sugiere que el restaurante ha implementado medidas efectivas para garantizar un ambiente seguro.

11. ¿Se siente usted satisfecho con el servicio que presta el restaurante?

Tabla 24

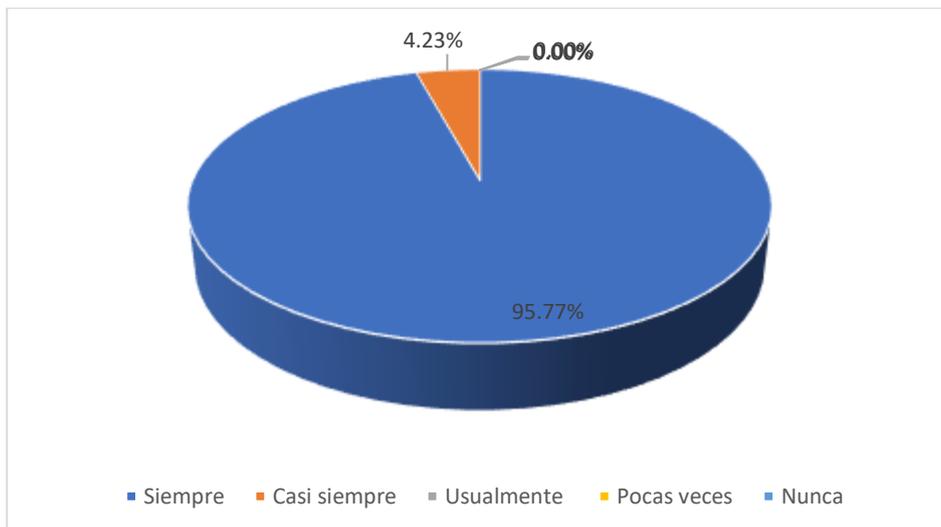
Satisfacción al servicio del restaurante

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	68	95,77%
Casi siempre	3	4,23%
Usualmente	0	0,00%
Pocas veces	0	0,00%
Nunca	0	0,00%
Total	71	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 22

Satisfacción al servicio del restaurante



Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados:

La última pregunta del test está enfocada en conocer el grado de satisfacción que perciben los comensales con respecto a la experiencia recibida al visitar el restaurante “ROKTE”, el 97,77% del público están totalmente de acuerdo con la excelencia del servicio, un 4,23% están de acuerdo y no existe indiferencia, desacuerdo o total desacuerdo en la muestra encuestada. Esto refleja un alto nivel de satisfacción entre los

comensales al visitar “ROKTE” ya que una abrumadora mayoría del público se sienten satisfechos con la atención recibida, lo que indica un buen desempeño y caracteriza de manera positiva al establecimiento

Resultado De Investigación

De la aplicación de los instrumentos de investigación se pudo constatar que el restaurante goza de un gran reconocimiento en el sector, esto considerando que los clientes que visitan el restaurante se sienten satisfechos en los servicios y productos que les ofrecen, así también cuenta con una ubicación estratégica, lo que ha generado un entorno seguro para los consumidores, además de contar con una adecuada infraestructura, considerándose estos aspectos como una fortaleza competitiva.

Sin embargo, en cuestión de precios, se pudo verificar que la mayor parte de clientes aseguran que no son los más competitivos, esto debido a que en el sector se ofrece productos de similares características a precios más bajos, por lo que se considera una debilidad de alto riesgo que se deberá considerar para su potencial crecimiento.

En relación al entorno laboral existente dentro del restaurante se constató que se considera la igualdad laboral, se motiva a los trabajadores a desempeñar de forma adecuada las tareas y labores diarias mediante el reconocimiento, lo que los motiva a seguir creciendo y mejorando sus habilidades.

Sin embargo, no se ha empleado incentivos económicos para motivar a los trabajadores a desarrollar al máximo sus capacidades y ofrecer servicios y productos de alta calidad, esto afecta también a la capacidad competitiva del restaurante frente a su competencia directa, restándole participación en el mercado.



PROPUESTA

MANUAL DE PROCESOS PARA EL RESTAURANTE ROCKTE

EL MANUAL DE PROCEOS PARA LA GESTIÓN DE TALENTO HUMANO

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de la presente propuesta se centra en la elaboración de un manual de procesos direccionado a la optimización de recursos humanos, está relacionado a las personas que trabajan dentro del restaurante orientado a las relaciones entre colaboradores y la empresa, visualizando causas y efectos de la interacción y sus relaciones con las demás áreas del restaurante

En el manual de procesos se determina cada uno de los elementos técnicos que se debe considerar para alcanzar un mayor fortalecimiento de las relaciones laborales d la empresa, de tal manera que se pueda evidencias las funciones y tareas de los trabajadores responsables de direccionamiento del personal operativo

De igual manera se determina un comedio de políticas que se instituye para cumplimiento los trabajadores, direccionadas para encauzar el rumbo de la empresa, dado que las mismas inciden directamente el desempeño de las personas en el grupo de trabajo, así como prevenir y minimizar los conflictos dentro del restaurante.

Objetivos del manual de procesos

General

El objetivo del presente manual de procesos es colaborar con las directrices, normas y actividades que la empresa deberá cumplir para garantizar el empleo, retención y desarrollo de los colaboradores necesario para el crecimiento de la entidad

Específicos

- Establecer actividades determinadas para la gestión de talento humano en procesos de reclutamiento selección e inducción del nuevo personal
- Designar las responsabilidades de los colaboradores que integran el área de recursos humanos
- Establecer una herramienta que ayude a solucionar el problema que presenta la empresa en el área de recurso humanos
- Establecer las bases para la contante evaluación y revisión del control interno
- Coordinar el trabajo y evitar la duplicidad de funciones
- Establecer el mejoramiento de sistemas, métodos y procedimiento que se presentan dentro del restaurante

Alcance del manual de procesos

La información que se presenta en el manual está constituida por las acciones que ayuden a fortalecer la gestión del talento humano dentro del restaurante, el cual se constituye como una guía para optimizar la integración y maximizar la productividad de los trabajadores

Así también el establecimiento de políticas y procedimientos permitirán establecer un adecuado entorno laboral dentro del restaurante; por lo tanto, dentro de este apartado se desarrollará normas y procedimientos que ayude a la gerencia a administrar de forma adecuada el recurso humano, la socialización de las líneas de mando y cada una de las responsabilidades que conlleva el desempeño de cada puesto de trabajo.

Estructura de la propuesta

El diseño del manual de procesos cumplirá los siguientes pasos

Figura 1. Estructura de la propuesta



Fuente: Elaboración propia

A continuación, se describe cada uno de los procesos que contiene el manual de procedimientos

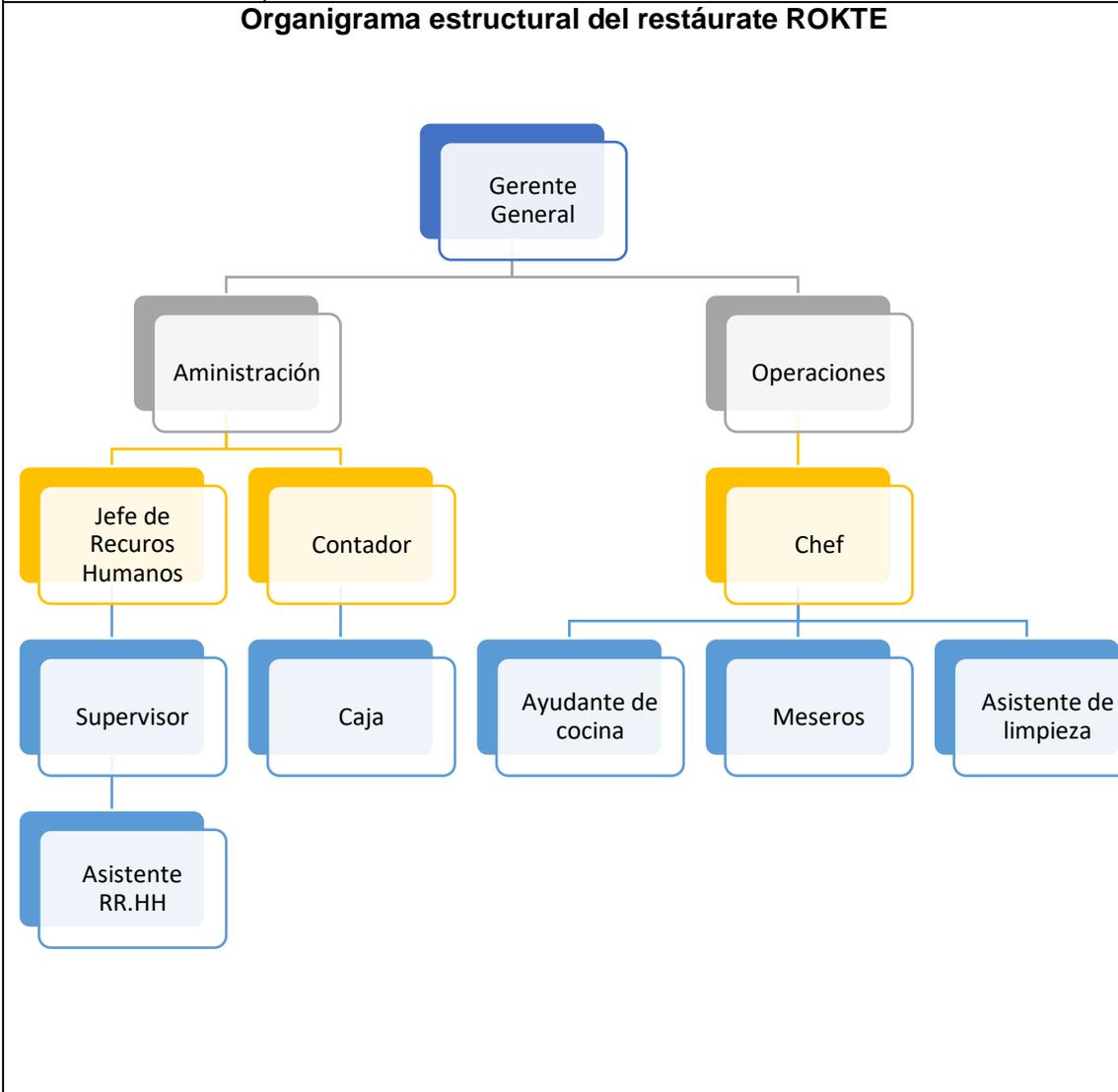
Sigue incompleto

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> <p>RESTAURANTE ROKTE</p> <p>DESCRIPCIÓN DEL MANUAL DE</p> <p>PROCESOS</p> </div>  </div>		
Procesos	Administración de recurso humano	Numero de hoja 01
Área	Administración	Código
Actividad	Estructura general del restaurante	
<p>Índice de contenido del manual de procesos</p> <p>1. Organización del RRHH</p> <p>1.1 Estructura general del restaurante</p> <p>1.1.1 Organigrama del área de recursos humanos del restaurante</p> <p>1.1.2 Descripción de los puestos</p> <p>1.1.3 Filosofía organizacional</p> <p>1.1.4 Políticas generales para el área de recursos humanos</p> <p>2 Integración</p> <p>2.1 Reclutamiento de persona</p> <p>2.2 Selección del personal</p> <p>2.3. Contratación</p> <p>2.4 Inducción</p> <p>2.5 Integración</p> <p>2.6 Procesos generales para la gestión de RR.HH</p>		
Elaborado por	Revisado por:	Aprobado

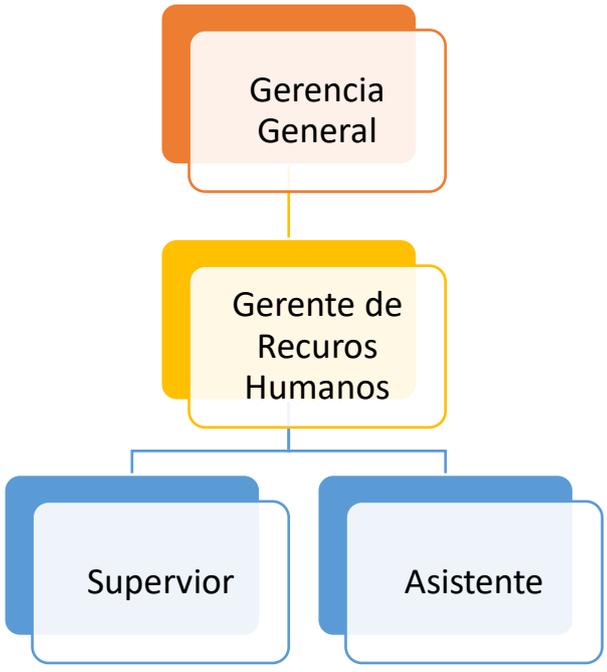
	<p>RESTAURANTE ROKTE</p> <p>DESCRIPCIÓN DEL</p> <p>MANUAL DE PROCESOS</p>	
---	--	---

Procesos	Administración de recurso humano	Numero de hoja 02
Área	Administración	Código
Actividad	Estructura general del restaurante	

Organigrama estructural del restáurate ROKTE



Elaborado por	Revisado por:	Aprobado
---------------	---------------	----------

 <p>RESTAURANTE ROKTE</p> <p>DESCRIPCIÓN DEL</p> <p>MANUAL DE PROCESOS</p> 		
Procesos	Administración de recurso humano	Numero de hoja 03
Área	Administración	Código
Actividad	Estructura del área de RR HH	
<p>Organigrama del área de RR. HH del restáurate ROKTE</p>  <pre> graph TD A[Gerencia General] --> B[Gerente de Recursos Humanos] B --> C[Supervisor] B --> D[Asistente] </pre>		
Elaborado por	Revisado por:	Aprobado

 <p style="text-align: center;">RESTAURANTE ROKTE DESCRIPCIÓN DEL MANUAL DE PROCESOS</p> 		
Procesos	Administración de recurso humano	Numero de hoja 04
Área	Administración	Código
Actividad	Descripción de los puestos	
Cargo	Gerente de recursos humanos	
Reporta a	Gerente general	
Propósitos	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar el estricto cumplimiento de las normas y reglamentos establecidos para lograr una estructura eficiente dentro del restaurante. • Generar un trato imparcial generando oportunidades para todos los trabajadores por igual, de tal manera que se sientan satisfechos con sus pestos de trabajo • Cuidar de la salud y seguridad laboral de cada trabajador 	
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Programar capacitaciones para el desarrollo personal y laboral de los elaboradores • Mantener líneas de trabajo efectivos • Promover un clima de trabajo adecuado • Establecer sistemas para compensar a los trabajadores de manera equitativa • Establecer condiciones idóneas en el puesto de trabajo • Asegurar la salud y desempeño aboral de los trabajadores en cada puesto de trabajo • Determinar vías de comunicación eficientes entre los colaboradores y los administradores • Establecer programas de evaluación, capacitación desarrollo integración y esparcimiento 	
Elaborado por	Revisado por:	Aprobado

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> RESTAURANTE RØKTE MANUAL DE PROCESOS </div>  </div>		
Procesos	Administración de recurso humano	Numero de hoja 05
Área	Administración	Código
Actividad	Descripción de los puestos	
Cargo	Supervisor de recursos humanos	
Reporta a	Gerente de recursos humanos	
Propósitos	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar el estricto cumplimiento de las normas y reglamentos establecidos para lograr una estructura eficiente dentro del restaurante. • Generar un trato imparcial generando oportunidades para todos los trabajadores por igual, de tal manera que se sientan satisfechos con sus pestos de trabajo • Cuidar de la salud y seguridad laboral de cada trabajador 	
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Validad los resultados generado en cada área del restáurate • Informar al gerente general los resultados del área • Ser portavoz de las quejas y solicitudes del personal • Coordinar el reclutamiento selección y contratación de personal • Coordinar la aplicación de exámenes psicosomáticos • Seleccionar candidatos más idóneos al cargo • Presentar al jefe inmediato los candidatos • Impartir cursos de capacitación e inducción del nuevo personal 	
Elaborado por	Revisado por:	Aprobado

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> RESTAURANTE RØKTE MANUAL DE PROCESOS </div>  </div>		
Procesos	Administración de recurso humano	Numero de hoja 06
Área	Administración	Código
Actividad	Descripción de los puestos	
Cargo	Asistente de recursos humanos	
Reporta a	Supervisor de recursos humanos	
Propósitos	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar el estricto cumplimiento de las normas y reglamentos establecidos para lograr una estructura eficiente dentro del restaurante. • Generar un trato imparcial generando oportunidades para todos lo trabajadores por igual, de tal manera que se sientan satisfechos con sus pestos de trabajo • Cuidar de la salud y seguridad laboral de cada trabajador 	
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Validad los resultados generado en cada área del restáurate • Informar al gerente general los resultados del área • Ser portavoz de las quejas y solicitudes del personal • Administrar el control de pago de nómina de los trabajadores • Establecer mecanismo para satisfacer las necesidades de los colaboradores de la entidad 	
Elaborado por	Revisado por:	Aprobado

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> RESTAURANTE RØKTE MANUAL DE PROCESOS </div>  </div>		
Procesos	Administración de recurso humano	Numero de hoja 07
Área	Administración	Código
Actividad	Filosofía organizacional del restaurante	
Misión	El restaurante se dedica a satisfacer las necesidades gastronómicas de los visitantes nacionales y extranjeros por medio de la preparación de alimentos de calidad con atención personalizada asegurado la complacencia de cada consumidor	
Visión	Lograr un alto desarrollo y reconocimiento a nivel local y nacional, conservando siempre nuestra calidad y una excelencia en recetas únicas y una distinción en la atención que se brinda al cliente, a fin de captar nuevos clientes cada día por medio de la oferta de platillos innovadores a precios accesibles	
Valores	<ul style="list-style-type: none"> • Confianza y cordialidad para los visitantes • Honestidad • Empatía • Responsabilidad • Honradez • Eficiencia • Eficacia • Seguridad • Calidad de los productos 	
Elaborado por	Revisado por:	Aprobado

 <p style="text-align: center;">RESTAURANTE ROKTE</p> <p style="text-align: center;">MANUAL DE PROCESOS</p> 		
Procesos	Administración de recurso humano	Numero de hoja 08
Área	Administración	Código
Actividad	Políticas generales	
<ul style="list-style-type: none"> • Todos los jefes y supervisores deberán tener contacto directo y frecuente con el personal • Establecer una cercanía en la inducción del personal en el departamento de trabajo • Realizar juntas de trabajo en equipo y asegurarse de la participación de cada miembro • Establecer evaluaciones permanentes del desempeño operativo personal • Establecer mecanismos de motivación para impulsar el crecimiento del colaborador dentro de la institución • Orientar y canalizar las inquietudes que se presente en los colaboradores • Realizar eventos socioculturales con todos los miembros de la empresa • Establecer reconocimientos de los colaboradores orientándoles a cumplir la misión y visión del restaurante. 		
Elaborado por	Revisado por:	Aprobado

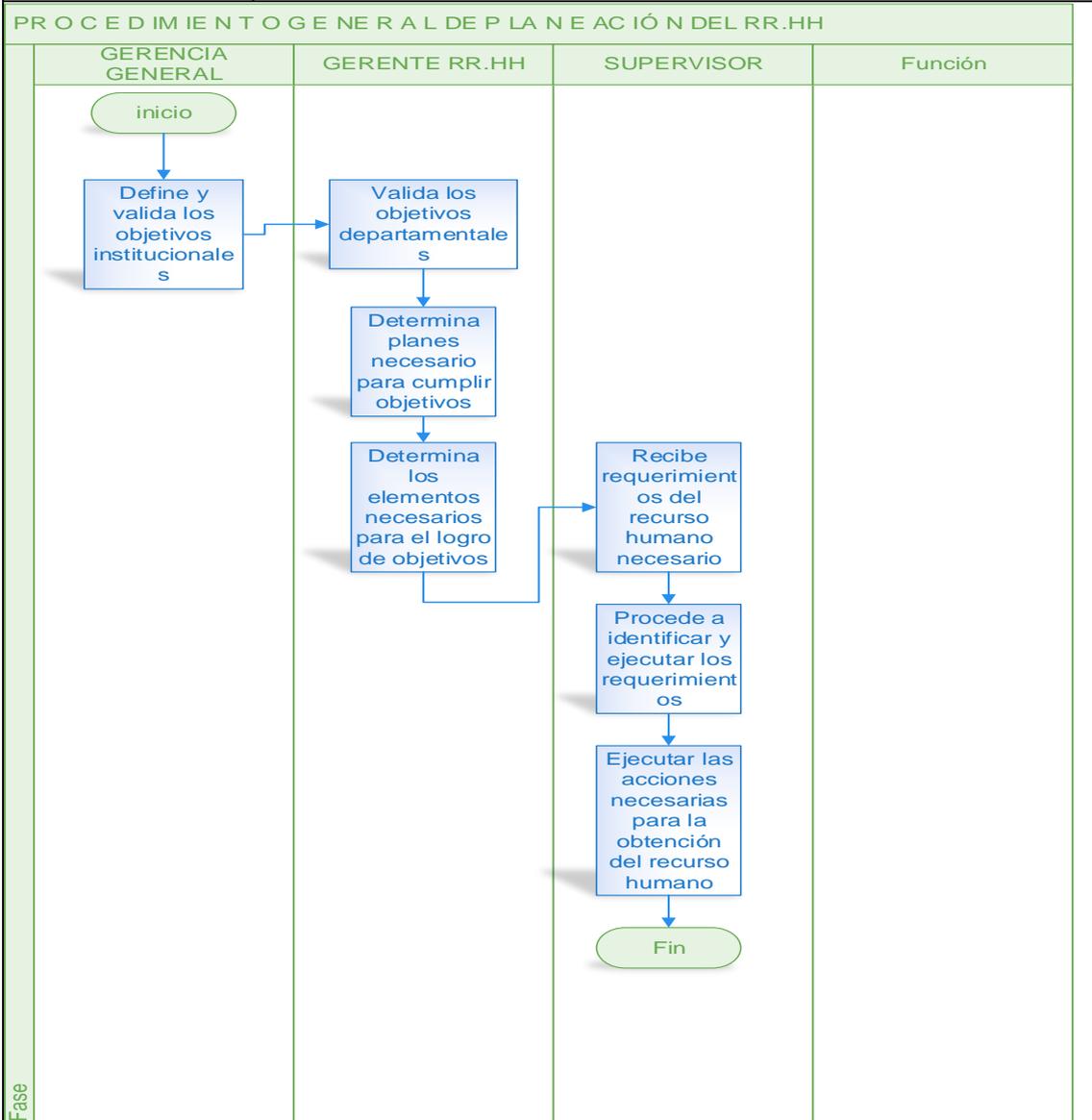
 RESTAURANTE ROKTE MANUAL DE PROCESOS 		
Procesos	Administración de recurso humano	Numero de hoja 09
Área	Administración	Código
Actividad	Integración de un nuevo personal	
Actividades de reclutamiento y selección		
<p>Es la primera fase de la integración se lo realizara medite la ejecución de las siguientes actividades.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Comunicar y buscar dentro del restaurante los posibles aspirantes al cargo 2. Comunicar en medios externos las vacantes al cargo 3. Reclutar las solicitudes de los aspirantes internos y externos 4. Seleccionar los candidatos que cumplan con el perfil del cargo 5. Comprobar la información que es proporcionada por los aspirantes que aplican para la vacante disponible 6. Realizar entrevistas con los aspirantes al cargo seleccionados según la hoja de vida 7. Definir los términos del contrato, tiempo, salario, perfil del puesto, habilidades y conocimientos requeridos 8. Aplicar las pruebas técnicas y psicosomáticas 9. Calificar y seleccionar los aspirantes que cubran con todos los requisitos antes misionados 10. Solicitar la documentación personal de candidato seleccionado 11. Verificar las referencias personales prestadas por el aspirante seleccionado 		
Elaborado por	Revisado por:	Aprobado

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> RESTAURANTE RØKTE MANUAL DE PROCESOS </div>  </div>		
Procesos	Administración de recurso humano	Numero de hoja 010
Área	Administración	Código
Actividad	Integración de un nuevo personal	
Actividades de contratación <ol style="list-style-type: none"> 1. Establecer el tipo de contrato para vincular al personal 2. Entregar las copias de los contratos legalizados al trabajador 3. Dar aviso de entrada del nuevo trabajador al IESS 4. Realizar el periodo de inducción del nuevo personal 5. Socializar las responsabilidades y tareas asignadas a desempeñar en el puesto de trabajo 6. Socializar las metas objetivos y valores en los cuales se rige la empresa 7. Determinará el horario de trabajo que deberá cumplir el nuevo trabajador 8. Dar a conocer las líneas de mando a las que debe informar el trabajador 9. Verificar y archivar los documentos persónale solicitados del trabajador 10. Ingresar a la nómina los datos del nuevo personal seleccionado para el desempeño del puesto 		
Elaborado por	Revisado por:	Aprobado

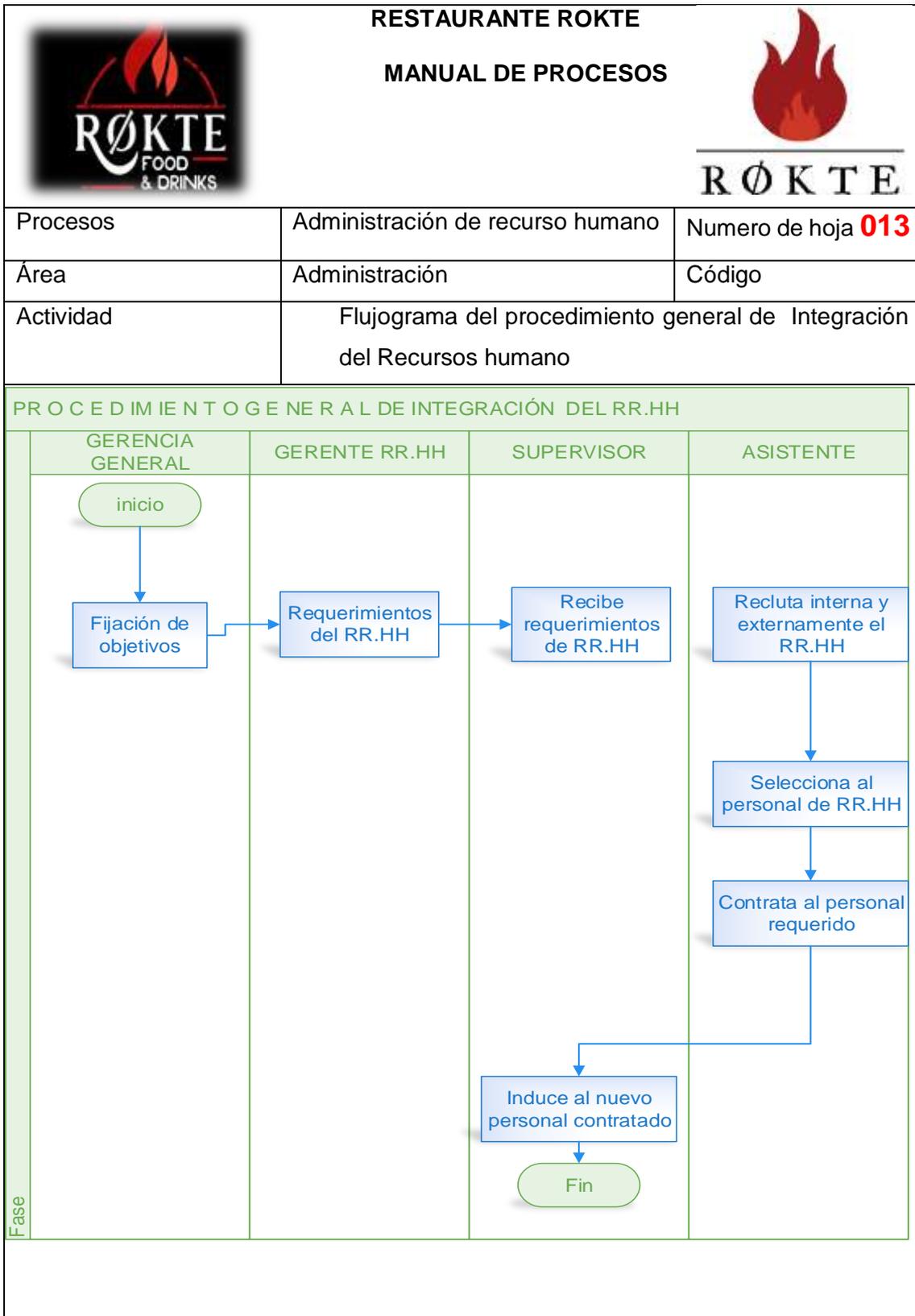
 RESTAURANTE ROKTE MANUAL DE PROCESOS 		
Procesos	Administración de recurso humano	Numero de hoja 011
Área	Administración	Código
Objetivo: Interiorizar al nuevo trabajador a las normas y políticas que tiene el restaurantes		
Actividad	Integración de un nuevo personal	
Actividades de inducción e integración <ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar la información necesaria que requiere conocer el nuevo trabajador para desempeñar las actividades • Todo trabajador deberá recibir la inducción el primer día trabajo • Asegurar el manejo de administración e los medios de comunicación, material impreso y audiovisual que le sirva de apoyo para el desempeño de las actividades • Asignar a una persona responsable para que le acompañe en el proceso de inducción quien responderá las dudas del nuevo trabajador • Realizar una entrevista de ajuste del nuevo trabajador para corregir a tiempo errores que se estén cometiendo. 		
Elaborado por	Revisado por:	Aprobado

	<h2 style="margin: 0;">RESTAURANTE ROKTE</h2> <h3 style="margin: 0;">MANUAL DE PROCESOS</h3>	
---	--	---

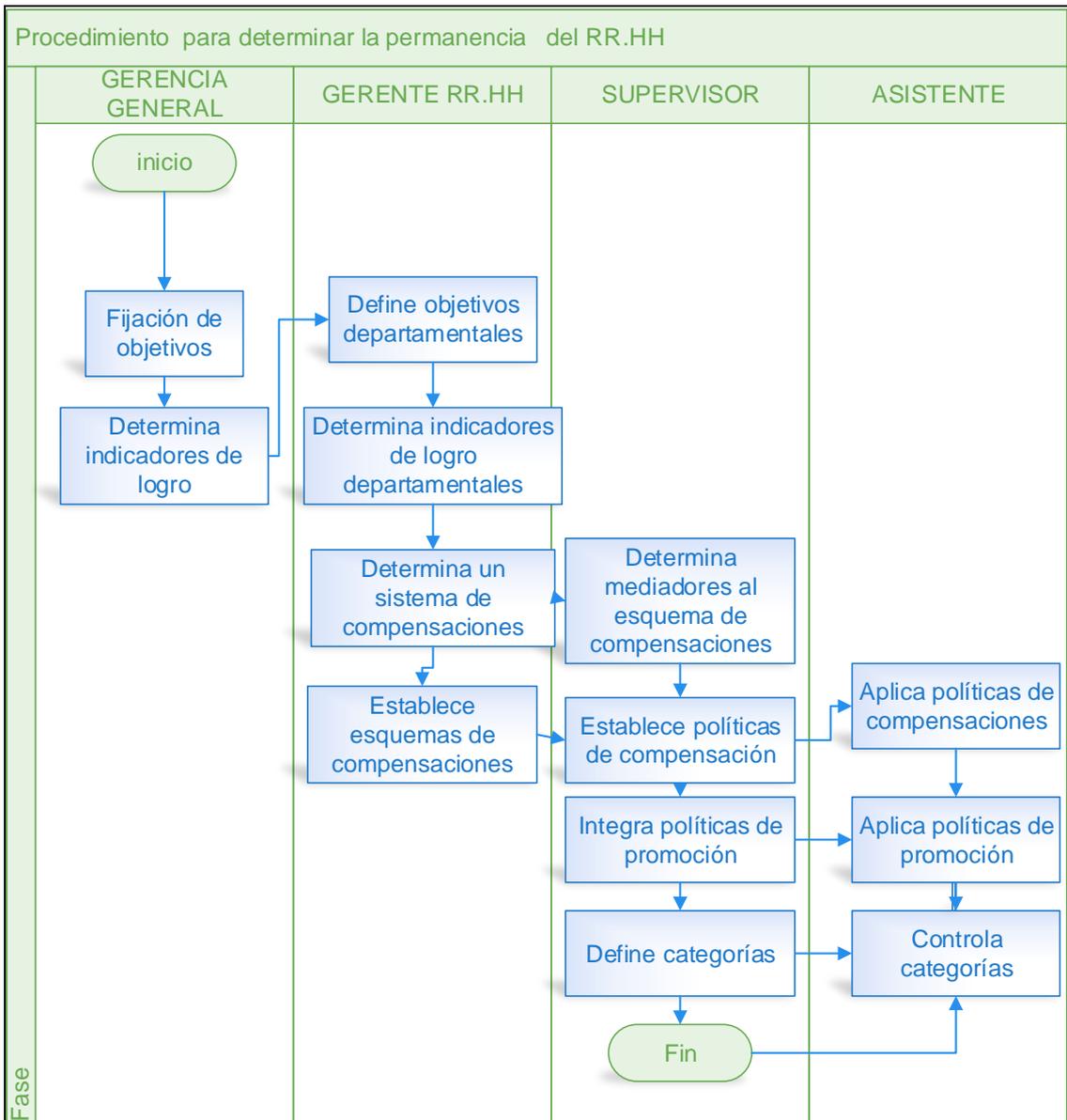
Procesos	Administración de recurso humano	Numero de hoja 012
Área	Administración	Código
Actividad	Flujograma del procedimiento general de planeación del Recursos humano	



Elaborado por	Revisado por:	Aprobado
---------------	---------------	----------



Elaborado por	Revisado por:	Aprobado
 RESTAURANTE ROKTE MANUAL DE PROCESOS 		
Procesos	Administración de recurso humano	Numero de hoja 014
Área	Administración	Código
Actividad	Flujograma del procedimiento de retención del Recursos humano	



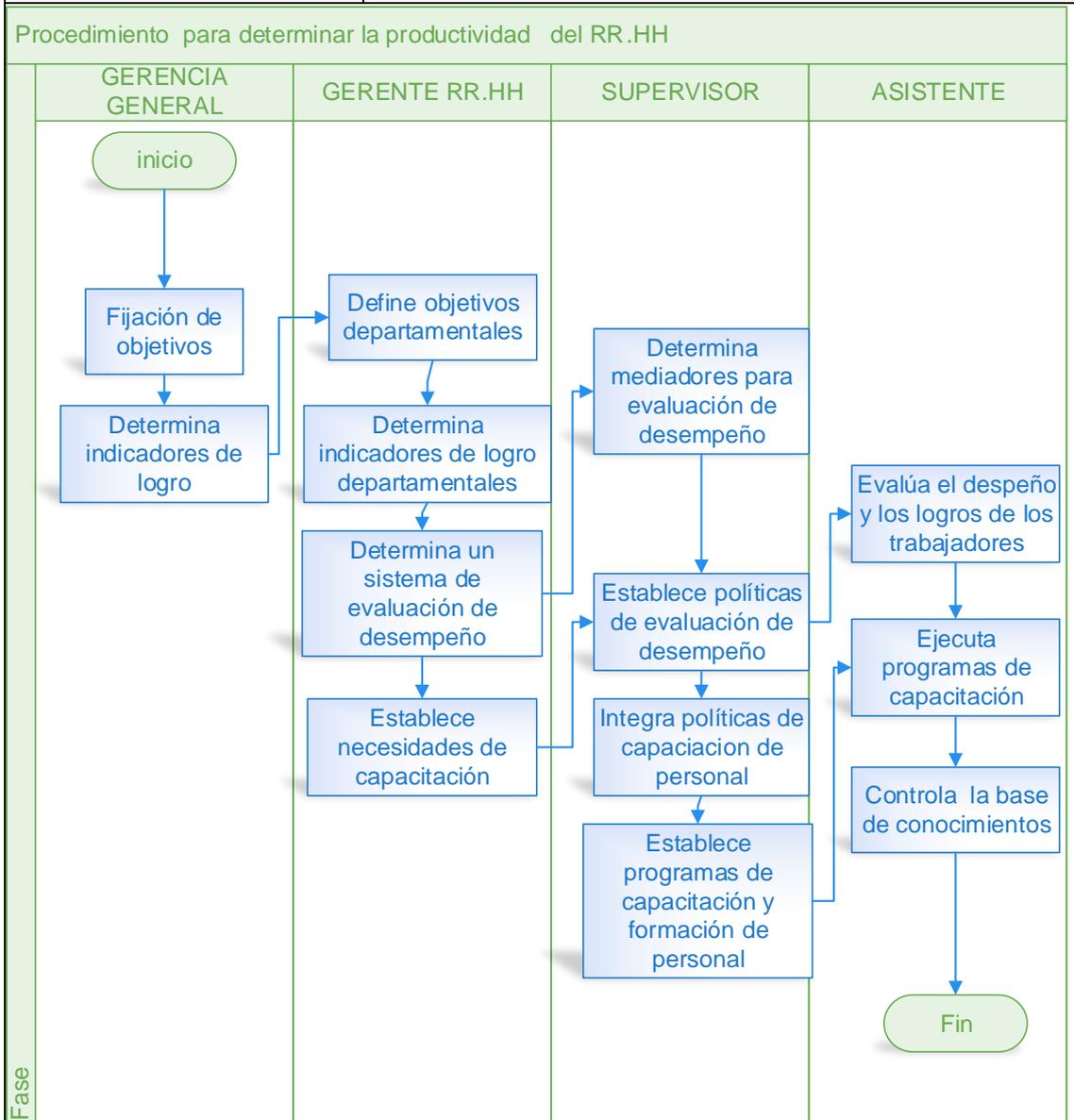
Elaborado por	Revisado por:	Aprobado
---------------	---------------	----------

RESTAURANTE ROKTE
MANUAL DE PROCESOS




Procesos	Administración de recurso humano	Numero de hoja 015
Área	Administración	Código

Actividad	Flujograma del procedimiento de productividad del Recursos humano
-----------	---

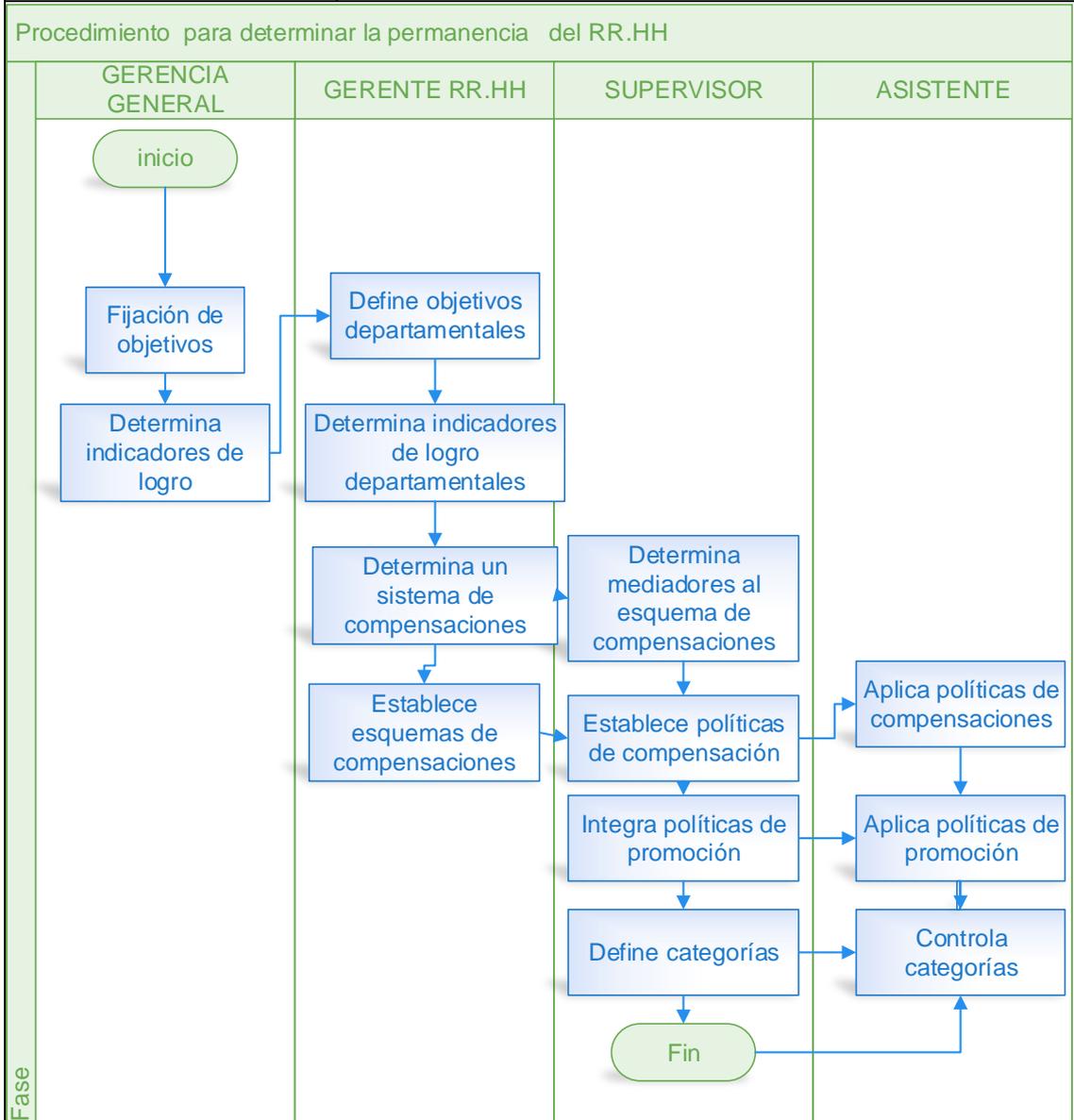


Elaborado por	Revisado por:	Aprobado
---------------	---------------	----------

	RESTAURANTE RØKTE MANUAL DE PROCESOS	
---	---	---

Procesos	Administración de recurso humano	Numero de hoja 016
Área	Administración	Código

Actividad	Flujograma del procedimiento de retención del Recursos humano
-----------	---

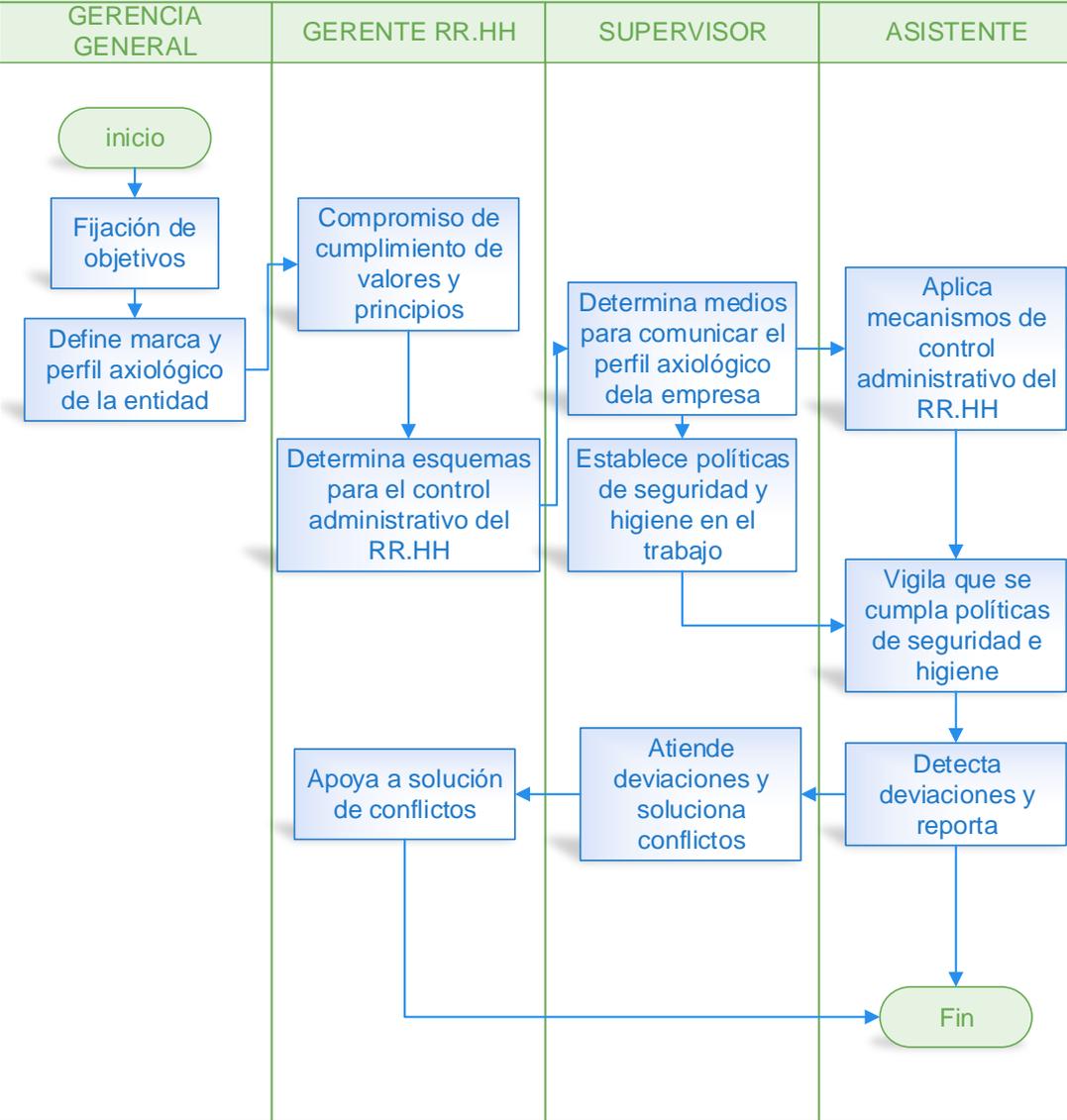


Elaborado por	Revisado por:	Aprobado
---------------	---------------	----------

RESTAURANTE ROKTE MANUAL DE PROCESOS		
---	--	--

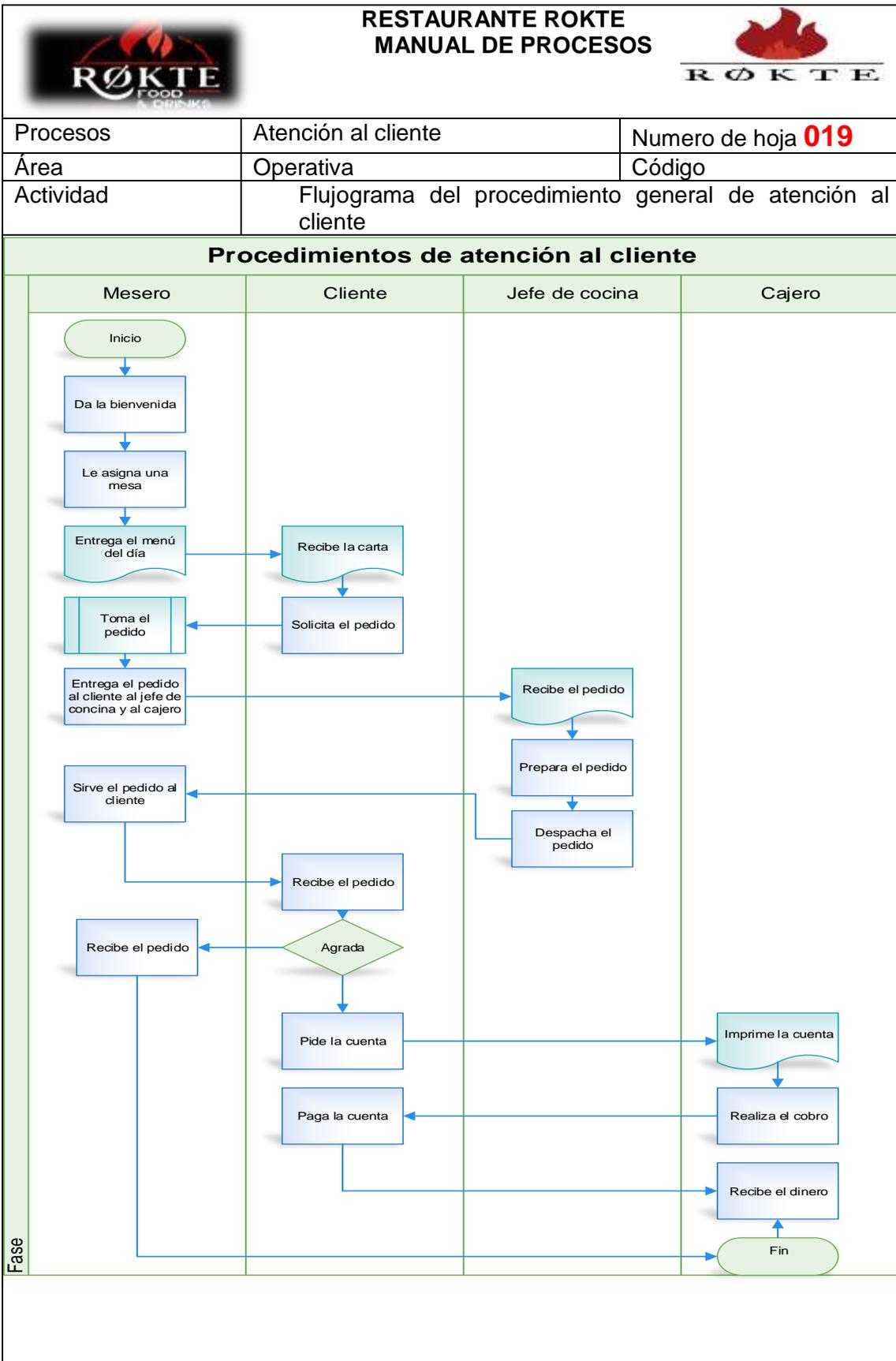


Procesos	Administración de recurso humano	Numero de hoja 017
----------	----------------------------------	------------------------------

Área	Administración	Código		
Actividad	Flujograma del procedimiento de mejoramiento de clima laboral			
Procedimiento para determinar el mejoramiento del clima laboral				
Fase	GERENCIA GENERAL	GERENTE RR.HH	SUPERVISOR	ASISTENTE
	 <pre> graph TD subgraph GERENCIA_GENERAL [GERENCIA GENERAL] Inicio([inicio]) --> Fijacion[Fijación de objetivos] Fijacion --> Marca[Define marca y perfil axiológico de la entidad] end subgraph GERENTE_RRHH [GERENTE RR.HH] Compromiso[Compromiso de cumplimiento de valores y principios] Esquemas[Determina esquemas para el control administrativo del RR.HH] Conflicto[Apoya a solución de conflictos] end subgraph SUPERVISOR [SUPERVISOR] Medios[Determina medios para comunicar el perfil axiológico de la empresa] Politicas[Establece políticas de seguridad y higiene en el trabajo] Conflicto2[Atiende desviaciones y soluciona conflictos] end subgraph ASISTENTE [ASISTENTE] Mecanismos[Aplica mecanismos de control administrativo del RR.HH] Vigila[Vigila que se cumpla políticas de seguridad e higiene] Detecta[Detecta desviaciones y reporta] end Inicio --> Fijacion Fijacion --> Marca Marca --> Compromiso Compromiso --> Esquemas Esquemas --> Medios Medios --> Politicas Politicas --> Vigila Vigila --> Detecta Detecta --> Conflicto2 Conflicto2 --> Conflicto Conflicto --> Fin([Fin]) </pre>			
Elaborado por	Revisado por:	Aprobado		

Proceso de atención al cliente

 <p style="text-align: center;">RESTAURANTE ROKTE</p> <p style="text-align: center;">MANUAL DE PROCESOS</p> 		
Procesos	Atención al cliente	Numero de hoja 018
Área	Operativa	Código
Objetivo: Mejorar la atención al cliente que se da a los clientes		
Actividad	Toma de pedido y despacho	
<p>Actividades del servicio al cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> • El mesero da la bienvenida a los clientes • Se le acompaña al lugar donde se servirá los alimentos • Se le entrega la carta de menú del día • Se toma el pedido del cliente • Se le entrega al jefe de cocina el pedido del cliente y al cajero para que prepare la cuenta • El jefe de cocina elabora el pedido y entrega al mesero • El mesero recibe el pedido y sirve los alimentos al cliente • El cliente recibe el pedido y aprueba • El cliente solicita la cuenta al mesero • El mesero pide la cuenta al cajero • Cajero imprime la cuenta • El recibe la cliente y cancela • El cajero realiza el cobro y recibe el dinero 		
Elaborado por	Revisado por:	Aprobado



Elaborado por	Revisado por:	Aprobado
---------------	---------------	----------

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Actualmente las empresas por el dinamismo del entorno social deben buscar el mejoramiento permanente de los servicios y productos que proporciona en el mercado, esto con la finalidad de que puedan alcanzar altos niveles de rendimiento y calidad, siendo este el requisito más importante que debe tener un bien o servicio para poder captar la cuota de mercado, competir y desarrollarse favorablemente dentro de un sector.

En este aspecto el restáurate requiere establecer un plan estratégico centrado en determinar acciones que le permita mejorar los procesos operativos y administrativos, a fin de lograr fortalecer la capacidad competitiva, posesionarse y mantenerse en el mercado, esto se ratifica por lo considerado por con Ferraz, Kupfer y Haguenuer (1996), quienes define a la competitividad como la capacidad que tuene una organización de crear e implementar estrategias competitivas y mantener o aumentar su cuota de participación en el mercado de manera sostenible

El manual de procedimientos que se establece en el restaurante se constituye en es un sistema de control de calidad enfocado en proporcionar el marco referencial que requiere para mantener la mejora continua e incrementar la satisfacción de los clientes, la calidad de los servicios en el sector gastronómico implica satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes a un precio aceptable en un marco de excelencia y sustentabilidad.

Para Salvador (2021), la satisfacción del cliente es la medición de la respuesta que los consumidores tienen con respecto a un servicio o producto específico, las calificaciones son referentes para mejorar el servicio que se les ofrece y también para conocer sus necesidades.

CONCLUSIONES

- Con la implementación de un manual de procesos para las áreas de recursos humanos, le permitirá al restáurate mejorar de forma significativa las actividades y tareas que se requiere para proporcionar un servicio de calidad con mayor rapidez y facilidad.
- Para iniciar con la ejecución del manual de procesos operativos y administrativos en necesario que se efectúa un diagnostico interno de la entidad, considerando que al ser una entidad de elaboración de alimentos se debe tomar en cuenta las normas de buenas prácticas de manufactura que garanticen la inocuidad alimentaria.
- Es importante que el gerente administrativo establezca capacitaciones al personal operativo en temas de seguridad alimentaria, para garantizar la inocuidad de los alimentos y el correcto desempeño de sus actividades diarias dentro del restaurante.
- Finalmente se concluye que la propuesta diseñada para el restaurante permitirá el mejoramiento la calidad de los servicios y productos que proporciona, así como también se optimizará la atención que se brinda a los clientes, asegurando su factibilidad tanto en términos cuantitativos y cualitativos, demostrando que la implementación es de gran importancia para el mejoramiento de la competitividad del restaurante en el sector.

RECOMENDACIONES

- Utilizar el manual de procedimientos como una guía práctica para que el personal pueda llevar acabo las diferentes actividades dentro del restaurante.
- Socializar el manual de procedimiento entre todo el personal operativo y administrativo, con el fin de que sea analizado por todo el personal involucrado y puedan dar cumplimiento efectivo dentro del restáurate
- Se recomienda al personal operativo informa cualquier falencia encontrada en el manual de procedimientos, así como dentro del restaurante a los responsables de su direccionamiento, para que puedan encontrar una solución inmediata acorde al problema.
- Tener un cuidado especial en el manejo y manipulación de los alimentos, siguiendo las normas y políticas establecidas para el almacenamiento y preparación de los productos, evitando que se pierda la calidad de los mismo.
- Realizar una inspección permanente del buen esto de los equipos y utensilillos de cocina a fin de garantizar la seguridad del personal operativos en el desempeño diario de sus labores
- Realizar una limpieza y desinfección adecuada de forma regular tanto de los equipos de trabajo como de las instalaciones del restaurante para garantizar la buena imagen del mismo frente a los clientes
- Dar capacitaciones permanentes al personal para que estén al tanto de temas como seguridad, salud e higiene alimentaria, asi como en normas y procedimientos para optimizar la atención al cliente

BIBLIOGRAFÍA

Bohórquez, W. (09 de 06 de 2020). Plan de mejora basado en la 5´s para el restaurante El bandido. *Ingeniero en sistemas de calidad y emprendimiento*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad de Guayaquil. Retrieved 15 de 01 de 2023, from <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/50009/1/BINGQ-ISCE-20P09.pdf>

Cifuentes, L., & Endara, I. (2018). Manejo contable de la empresa. *Dialnet*, 1-5. Retrieved Agosto 17 , 2022, from file:///C:/Users/USUARIO1/Downloads/Dialnet-ManejoContableEnLaEmpresa-6255081.pdf

Congreso Nacional. (2014). *Ley de Turismo*. Quito: Lexis. Retrieved 15 de 01 de 2023, from <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Diagrama de Flujo. (s.f.). <https://www.uv.mx/personal/aherrera/files/2020/05/DIAGRAMAS-DE-FLUJO.pdf>

Ecuador. Ley de compañías. (2017). *Registro Oficial 312 de 05-nov.-1999*. LEXISFINDER. Retrieved 15 de 01 de 2023, from https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf

Ecuador. Ley de Regimen Tributario Interno . (15 de 9 de 2018). *Registro Oficial Suplemento 463 de 17-nov.-2004*. Registro Oficial Suplemento 463 de 17-nov.-2004: <https://www.ces.gob.ec/lotaip/2018/Agosto/Anexos-literal-a2/LEY%20DE%20REGIMEN%20TRIBUTARIO%20INTERNO,%20LRTI.pdf>

- Flores, J., Campaña, M., Melendres, E., & Acosta, R. (2019). Proceso administrativo, contable en los negocios y la competitividad para la gestión económica local. *mktDESCUBRE Comercialización, Investigación y Negocios*.
- González, M., & Reyes, N. (2019). Herramientas de gestión al alcance: caso red de hostales de la ciudad de Medellín. *Revista CEA*, 5(9), 113-129.
- Masaquiza, M. (3 de 10 de 2017). Plan de mejora continua de procesos operativos para el restaurante "Anita" de la parroquia Picaihua del cantón Ambato, Ecuador. *Ingeniero en Gestión de Alimentos y Bebidas*. Ambato, Tungurahua, Ecuador: Universidad Regional Autónoma de los Andes. Retrieved 22 de 12 de 2022, from <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/7356/1/PIUAESC037-2017.pdf>
- Medrano, D., Narváez, F., & Jiménez, M. (09 de 03 de 2019). Propuesta de un Diseño de Manual de Funciones y Procedimientos en el Restaurante Desayunos y Almuerzos Caseros. *Ingeniería Industrial*. Managua, Nicaragua: Universidad Nacional de Ingeniería. Retrieved 15 de 01 de 2023, from <https://core.ac.uk/download/pdf/336876805.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2018). *Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas*. Quito: Lexis Finder. Retrieved 15 de 01 de 2023, from https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf
- Naseri, S. (11 de 11 de 2021). Efecto del Covid en la Hostelería Aragonesa. *Administración y Dirección de Empresas*. Zaragoza, Aragon, España: Universidad de Zaragoza. Retrieved 15 de 01 de 2023, from <https://zagan.unizar.es/record/107088/files/TAZ-TFG-2021-1111.pdf>

Nic Niif. (1 de 01 de 2017). *Norma NIIF*. Retrieved 15 de 01 de 2023, from Español 2015:

https://www.nicniif.org/home/descargar-documento/2426-norma-internacional-de-informacion-financiera-para-pymes_2016.html

Pimentel, J., & Ochoa, M. (21 de 07 de 2021). Los factores psicológicos de la salud

ocupacional y desempeño laboral del personal de los restaurantes de pizzas en Miraflores, en el contexto del covid-19. *Ciencias Administrativas*. Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marco. Retrieved 15 de 01 de 2023, from http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/16728/Damian_pj.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Pino, F. (30 de 10 de 2020). La satisfacción laboral y la satisfacción del cliente en la

atención brindada en el Club Departamental Arequipa. *Revistas Ulcb*, 7(2), 29-41. <https://doi.org/10.36955/RIULCB.2020v7n2.003>

Ramos, W. (19 de 12 de 2018). La importancia del manual de funciones y

procedimientos en la estructura de las empresas. *Contaduría Pública*. La Paz, Bolivia: Universidad Mayor de San Andrés. Retrieved 15 de 01 de 2023, from <https://repositorio.umsa.bo/xmlui/bitstream/handle/123456789/24281/PT-259.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Registro Oficial Suplemento 48 de 16-oct.-2009. (2009). *Ley Organica de Empresas*

Publicas, LOEP. LEXISFINDER. Retrieved 15 de 01 de 2023, from https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf

Salvador, S. (04 de 08 de 2021). Propuesta de mejora de atención al cliente como factor

relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los Arovig del distrito de Pillco Marca Huánuco, 2021. *Licenciatura en Administración*. Lima, Perú: Universidad

Catolica de los Angeles Chimbote. Retrieved 15 de 01 de 2023, from http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/22910/ATENCION_CLIENTE_SALVADOR_BOZA_SORAIDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Santos Ruibérriz de Torres, Á. (20 de 07 de 2019). Evaluación de la información proporcionada al consumidor del contenido de alérgenos en alimentos no envasados en establecimientos de restauración. *Departamento de Nutrición*. Sevilla, Andalucía, España: Universidad de Sevilla. Retrieved 15 de 01 de 2023, from <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/91605/SANTOS%20RUIBERRIZ%20DE%20TORRES%2c%20%c3%81LVARO%20DE%20LOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Servicio de Rentas Internas. (17 de 05 de 2019). *Ley orgánica de régimen tributario interno*. Retrieved 15 de 01 de 2023, from Impuesto a la Renta: <https://www.sri.gob.ec/DocumentosAlfrescoPortlet/descargar/ddff2b03-84eb-4e4c-8859-f0fcdf333e31/Art.+4+Sujetos+pasivos.pdf>

Silva, J., Macías, B., Tello, E., & Delgado, J. (06 de 2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 15(2), 85-101. Retrieved 15 de 01 de 2023, from <https://www.scielo.org.mx/pdf/cuat/v15n2/2007-7858-cuat-15-02-85.pdf>

Velázquez, J. (2019). Gestión de la innovación para la sustentabilidad de las empresas de hospedaje. *Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*, 11(4), 819-831. <https://doi.org/doi.org/10.18226/21789061.v11i4p819>

Villafán, G. (29 de 06 de 2019). Principios y normas de contabilidad en la elaboración de un manual de procedimientos contables para la empresa de restaurantes

“Franquicias Nitos SAC”. *Contador Público*. Lima, Perú: Universidad Nacional de Trujillo. Retrieved 15 de 01 de 2023, from https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/13385/villafanolortegui_gabriela.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vivanco, R. (08 de 08 de 2019). Marketing relacional enfocado a la fidelización de los clientes del restaurante Mar Criollo, Lima, 2019. *Facultad de ingeniería y negocios*. Lima, Perú: La Universidad Norbert Wiener. Retrieved 15 de 01 de 2023, from <https://repositorio.uwiener.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.13053/3252/TESIS%20Vivanco%20Rosa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

ANEXO A

ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL

1. ¿Cuánto tiempo lleva desempeñando esta actividad en su vida laboral?
 - 0 a 3 años
 - 4 a 6 años
 - 7 a más años
2. ¿Cree usted que el restaurante otorga oportunidades laborales sin distinción?
 - Si
 - No
3. ¿En la organización del restaurante respeta el principio de igualdad laboral?
 - Siempre
 - Casi siempre
 - Usualmente
 - Pocas veces
 - Nunca
4. ¿El restaurante otorga reconocimientos al personal por desempeñar un buen trabajo?
 - Siempre
 - Casi siempre
 - Usualmente
 - Pocas veces
 - Nunca
5. ¿Recibe una adecuada capacitación para brindar una mejor atención al cliente?
 - Siempre
 - Casi siempre
 - Usualmente
 - Pocas veces
 - Nunca
6. ¿Cree usted que su labor se centra en brindar satisfacción al cliente?
 - Siempre
 - Casi siempre

- Usualmente
 - Pocas veces
 - Nunca
7. ¿Considera que la empresa oferta platillos con precios adecuados al mercado?
- Siempre
 - Casi siempre
 - Usualmente
 - Pocas veces
 - Nunca
8. ¿Su equipo de trabajo sigue el procedimiento adecuado para brindar una buena atención a los clientes?
- Siempre
 - Casi siempre
 - Usualmente
 - Pocas veces
 - Nunca
9. ¿El establecimiento presenta con una amplia variedad de platillos al público?
- Siempre
 - Casi siempre
 - Usualmente
 - Pocas veces
 - Nunca
10. ¿Cree usted que el restaurante cumple con los estandares de seguridad laboral?
- Si
 - No
11. ¿Cree usted que el restaurante emplea practicas amigables con el medio ambiente?
- Siempre
 - Casi siempre
 - Usualmente
 - Pocas veces
 - Nunca

ANEXO B

ENCUESTA DIRIGIDA AL PÚBLICO

1. ¿Considera usted que el restaurante se encuentra en una ubicación ideal?
 - Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Indiferente
 - Desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo
2. ¿Cree usted que el establecimiento cuenta con una infraestructura adecuada?
 - Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Indiferente
 - Desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo
3. ¿Los platillos más populares por el público se encuentran en las cartas del menú?
 - Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Indiferente
 - Desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo
4. ¿Confía usted en la calidad de los platillos que brinda el restaurante?
 - Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Indiferente
 - Desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo
5. ¿Cree usted que los precios del restaurante son mejores con respecto a su competencia?
 - Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Indiferente
 - Desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo

6. ¿Cree usted que el restaurante brinda un mejor servicio que la competencia?
 - Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Indiferente
 - Desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo
7. Según su criterio ¿Considera que la marca del restaurante es reconocida por el público?
 - Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Indiferente
 - Desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo
8. ¿Considera buena la gestión y entrega de los pedidos en el restaurante?
 - Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Indiferente
 - Desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo
9. Según su experiencia, ¿Cree usted que el tiempo de atención es el adecuado?
 - Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Indiferente
 - Desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo
10. ¿Usted se siente en un ambiente seguro dentro y fuera del restaurante?
 - Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Indiferente
 - Desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo
11. ¿Se siente usted satisfecho con el servicio que presta el restaurante?
 - Siempre
 - Casi siempre

- Usualmente
- Pocas veces
- Nunca

ANEXO C

Figura 1

Cocina



Fuente :Elaboracion Propia

Figura 2



Fuente Elaboracion propia

Figura 3



Fuente:Elaboracion Propia

Figura 4



Fuente: Elaboracion Propia

Figura 5



Fuente:Elaboracion Propia

Figura 6



Fuente:Elaboracion Propia

Figura 7

Espacio para el parqueadero



Fuente: Elaboracion Propia

Figura 8



Fuente : Elaboracion Propia

Figura 9



Fuente: Elaboracion Propia

Figura 10



Fuente :Elaboracion Propia