



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TEMA: PLAN ESTRATÉGICO PARA EL PARADOR D' GRECIA EN LA
CIUDAD DE SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS**

AUTORA: RUDI LILIANA ZAMBRANO GAIBOR

TUTOR: Mg. Eduardo Ramiro Pastás Gutiérrez

TUTOR TÉCNICO: Mg. Fausto Orlando Ibarra Zuleta

QUITO-ECUADOR

AÑO: 2019

APROBACIÓN DEL TUTOR METODOLÓGICO

CERTIFICACIÓN:

Quien suscribe, legalmente CERTIFICA QUE: El presente trabajo de titulación realizado por la señora **Rudi Liliana Zambrano Gaibor**, estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Administración, con el tema “**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL PARADOR D’ GRECIA EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS**”, declaro haber revisado, dando cumplimiento a los requisitos establecidos en la normativa pertinente de la Universidad Tecnológica Israel.

Mg. Ramiro Pastás G.

C.I.:

TUTOR METODOLÓGICO

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Mg. Eduardo Ramiro Pastás Gutiérrez, en calidad de DIRECTOR del proyecto: “PLAN ESTRATÉGICO PARA EL PARADOR D’ GRECIA EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS”, presentado por la ciudadana Rudi Liliana Zambrano Gaibor, estudiante del programa de ingeniería en Administración de Empresas de la Universidad Tecnológica Israel considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la revisión y evaluación respectiva por parte del tribunal de grado que se digne para su correspondiente estudio y calificación.

EL TUTOR

Mg. Eduardo Ramiro Pastás Gutiérrez

APROBACIÓN DEL TUTOR TÉCNICO

CERTIFICACIÓN:

Quien suscribe, legalmente CERTIFICA QUE: El presente trabajo de titulación realizado por la señora **Rudi Liliana Zambrano Gaibor**, estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Administración, con el tema “**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL PARADOR D’ GRECIA EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS**”, declaro haber revisado, dando cumplimiento a los requisitos establecidos en la normativa pertinente de la Universidad Tecnológica Israel.

Mg. Fausto Ibarra Zuleta

C.I:

TUTOR TÉCNICO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

La abajo firmante, declara que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del título de ingeniera en Administración de empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales, de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora.

Rudí Liliana Zambrano Gaibor

C.I. N.º 172465679-6

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Proyecto de aprobación de acuerdo con el reglamento de Títulos y grados del Área de Administración de Empresas de la Universidad Tecnológica Israel.

Quito.....

Para constancia firman:

TRIBUNAL DE GRADO:

F.....

PRESIDENTE

F.....

VOCAL

F.....

VOCAL

DEDICATORIA

A Dios sobre todas las cosas, por ser mi creador y estar conmigo en todo momento.

Este trabajo va dedicado con todo mi cariño a mi familia, de manera especial a mi hija Leandra, por comprender mis ausencias y ser el temple de niña que sobrepasó mis expectativas.

Rudi L. Zambrano G.

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por haberme guiado a lo largo de mi vida, por ser mi apoyo, mi luz y mi camino. Por haberme dado la fortaleza para seguir adelante en aquellos momentos de debilidad.

A mis padres quienes son mi motor y mi mayor inspiración, que, a través de su amor, paciencia, buenos valores, ayudan a trazar mi camino.

A mi esposo por ser el apoyo incondicional en mi vida, que, con su amor y respaldo, me ayuda a alcanzar mis objetivos.

A la Universidad Tecnológica Israel por ser la sede de todo el conocimiento adquirido en estos años.

Rudi L. Zambrano G.

RESUMEN

La presente investigación desarrolla un Plan Estratégico para el Parador D' Grecia, ubicado en la Vía Quinindé Santo Domingo km 8, Ciudad de Santo Domingo de los Colorados Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, con la finalidad de ubicar y diagnosticar las áreas a intervenir, para demostrar la viabilidad de los procesos en atención al cliente y operatividad. Se utiliza la metodología mixta ya que representan un conjunto de procesos empíricos y críticos e implican la recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos, con su herramienta la encuesta y entrevista para conocer aspectos importantes en los procesos administrativos de la empresa, como resultado se determinó que la empresa no cuenta con una filosofía empresarial y que la adecuación del lugar no es la más factible. Además, se ha identificado y evaluado la situación actual para establecer algunas tendencias que vayan en la mejora de la empresa. En el aspecto de ingresos económicos, el restaurante tiene un buen desempeño lo que permite la ejecución del Plan Estratégico, con un porcentaje de capital propio. El Parador D' GRECIA, obtendrá una gran ayuda si los propietarios consideran las estrategias y recomendaciones establecidas al final de este Plan Estratégico.

Palabras claves: Procesos, Plan Estratégico, Administración, Funciones, Cliente.

ABSTRACT

The present investigation develops a Strategic Plan for the Parador D 'Grecia, located in the Vía Quinindé Santo Domingo km 8, City of Santo Domingo de los Colorados Province of Santo Domingo de los Tsáchilas, with the purpose of locating and diagnosing the areas to intervene , to demonstrate the feasibility of the processes in customer service and operability. The mixed methodology is used as they represent a set of empirical and critical processes and involve the collection and analysis of quantitative and qualitative data, with its tool the survey and interview to know important aspects in the company's administrative processes, as a result was determined that the company does not have a business philosophy and that the adequacy of the place is not the most feasible. In addition, the current situation has been identified and evaluated to establish some trends that will improve the company. In the aspect of economic income, the restaurant has a good performance which allows the implementation of the Strategic Plan, with a percentage of own capital. The Parador D 'GRECIA will obtain a great help if the owners consider the strategies and recommendations established at the end of this Strategic Plan.

Keywords: Processes, Strategic Plan, Administration, Functions, Client.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR METODOLÓGICO.....	ii
CERTIFICACIÓN:.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	v
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	vi
DEDICATORIA.....	vii
AGRADECIMIENTO	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
ÍNDICE GENERAL	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xv
ÍNDICE DE TABLAS.....	xvi
ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	4
1. MARCO TEÓRICO	4
1.1. Contextualización espacio temporal del Problema.....	4
1.1.1. Macro Entorno	4
1.1.2. Meso Entorno.....	5
1.1.3. Micro Entorno.....	6
1.1.4. Investigaciones Previas.....	7
1.2. Cuerpo Teórico Concepto.....	9
1.2.1. Venta.....	9
1.2.2. Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE).....	9
1.2.3. Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFI)	10
1.2.4. Los procedimientos administrativos	10
1.2.5. Las 5 Fuerzas de Michael Porter	10

1.2.6. Matriz del Perfil Competitivo.....	11
1.2.7. Atención al cliente	11
1.2.8. Análisis FODA	12
1.2.9. Análisis CAME.....	12
1.2.10. Flujograma de procesos	13
CAPÍTULO II.....	14
2. ENFOQUE METODOLÓGICO.....	14
2.1. Enfoque Metodológico de la investigación	14
2.2. Tipo de investigación.....	14
2.2.1. Investigación Descriptiva	14
2.2.2. De campo.....	15
2.2.3. Fuentes de recopilación de información	15
2.2.4. Segmentación del mercado	15
2.3. Población, unidades de estudio y muestra	16
2.3.1. Población	16
2.3.2. Unidades de Estudios.....	16
2.3.3. Cálculo de la Población Finita.....	16
2.3.4. Muestra	16
2.4. Métodos empíricos y técnicas empleadas para la recolección de la información. ..	17
2.5. Resultados y análisis estadísticos de las encuestas aplicadas a los clientes del Parador D' Grecia de la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados	18
2.6. Resultados de la entrevista aplicada a la propietaria del Parador D' Grecia de la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados	24
CAPÍTULO III	30
3. PLAN ESTRATÉGICO PARA EL PARADOR D' GRECIA EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS	30
3.1. Introducción.....	30
3.1.1. Visión.....	31
3.1.2. Misión	31
3.1.3. Políticas.....	31
3.1.4. Estrategias.....	31
3.1.5. Valores.....	32

3.1.6. Objetivos Organizacionales	33
3.2. Análisis Macro y Micro entorno	34
3.2.1. Macro entorno.....	34
3.2.2. Análisis Pest	35
3.2.3. Entorno Político	35
3.2.4. Entorno Económico	36
3.2.5. Entorno Social Cultural	36
3.2.6. Entorno Tecnológico	37
3.2.7. Micro Entorno.....	37
3.2.8. Análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter.....	39
3.2.9. Rivalidad entre competidores	40
3.2.10. Diagnóstico de las fuerzas de Porter.....	40
3.2.11. Matriz del perfil competitivo	42
3.3. Análisis de las capacidades.....	43
3.3.1. Capacidad Directiva.....	43
3.3.2. Capacidad de ventas	43
3.3.3. Capacidad de Talento Humano.....	43
3.3.4. Capacidad Financiera.....	44
3.3.5. Procesos y procedimientos	44
3.4. Definición de Oportunidades y Amenazas	44
3.4.1. Definición de Fortalezas y Debilidades.....	45
3.4.2. Elaboración de la Matriz E.F.E.....	46
Sector agrícola, turístico y productivo.....	46
3.4.3. Elaboración de la Matriz E.F.I.....	47
3.4.4. Matriz FODA.....	48
3.4.5. Matriz DOFA.....	48
3.5. Estrategia Corporativa.	50
3.5.1. Estrategia Competitiva.....	52
3.5.2. Plan de Capacitación.....	52
3.5.3. Cronograma de Capacitación.....	55
3.5.4. Diseño de la Organización.....	56
3.5.5. Estrategias Funcionales	60
3.5.6. Estrategia y ciclo de vida del sector	69

3.5.7. Mejoramiento de Infraestructura	72
3.5.8. Plan de Acción.....	75
4. CONCLUSIONES	78
5. RECOMENDACIONES.....	79
6. BIBLIOGRAFÍA	80
7. ANEXOS	82

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Macro Entorno	34
Figura 2: Ubicación de la empresa	38
Figura 3: Micro entorno	38
Figura 4: 5 fuerzas de Porter	39
Figura 5: Matriz Dofa	49
Figura 6: Flujograma de procesos	51
Figura 7: Organigrama Estructural	57
Figura 8: Estado actual de la Infraestructura del Parador D' Grecia	72
Figura 9: Propuesta de remodelación de la Infraestructura del Parador D' Grecia	73
Figura 10: Presupuesto	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Calificación del servicio al cliente	18
Tabla 2. Calificación de la presentación del personal	19
Tabla 3. Calificación de la ambientación del lugar	19
Tabla 4. Calificación del cobro del servicio	20
Tabla 5. Calificación de presentación de especialidades del parador	20
Tabla 6. Apreciación del tiempo de espera de un servicio	21
Tabla 7. Consideración de aspectos a mejorar en el Parador D' Grecia	21
Tabla 8. Consideran necesario mejorar la atención al cliente	22
Tabla 9. Considera prudente el tiempo de realizar el cobro de su servicio	22
Tabla 10. Consideran que el personal requiere capacitación	23

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1 Parador D´ Grecia.....	89
Ilustración 2 Entrevista realizada	89
Ilustración 3 Lugar del servicio de alimentación.....	90
Ilustración 4 Patio de comidas.....	90
Ilustración 5 Propietaria del Parador de D´Grecia.....	91
Ilustración 6 Área de caja.....	91

INTRODUCCIÓN

Situación Problemática

En la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados, existe un Parador llamado D' GRECIA, mismo que acoge a un sin número de clientes por su agradable sazón de propietarios Manabitas radicados en mencionada Ciudad.

El parador es una empresa familiar, los empleados son parte del grupo de la familia y se tiende a confundir los roles laborales, esta situación ha limitado el resultado del trabajo y desarrollo de las actividades dentro del lugar, por ende, se ve afectado no solo la atención también en los procesos administrativos, además se puede indicar que funcionan de forma intuitiva sin ninguna aplicación de procesos y funciones. En la actualidad existe carencia en la atención al cliente, presentación de los meseros e infraestructura del parador D' Grecia.

Para el Parador D' GRECIA, la aplicación de un Plan Estratégico mejorará los procesos tanto internos como externos, permitirá una mayor organización entre los propietarios y por ende una mejora de la atención al cliente y logrará que el parador sea más competitivo y rentable, sobre la base del mejoramiento de los procesos operativos y de atención al cliente. La propietaria está interesada en mejorar y ampliar su parador, con el pleno conocimiento de que las áreas no están funcionando adecuadamente.

Problema Científico

¿Cuáles serían las estrategias y procedimientos de mejora en la atención al cliente y la operatividad en el Parador D' Grecia?

Objetivo General

Desarrollar un Plan Estratégico para el Parador D' Grecia en la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados, con la finalidad de mejorar la atención al cliente.

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente el Plan Estratégico para el Parador D' Grecia en la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados.
- Realizar un diagnóstico sobre la situación en la que se encuentra la empresa utilizando los métodos investigativos más adecuados.
- Implementar de nuevas estrategias para el Parador "D GRECIA.
- Desarrollar plan de acción, mediante las estrategias seleccionadas, para lograr el mejoramiento del Parador D' Grecia en la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados.

Idea a defender

El Plan Estratégico permitirá la mejora en los procesos administrativos y atención al cliente en el Parador D' GRECIA.

Variable Dependiente

Mejora el proceso operativo y de atención al cliente en el Parador "D' GRECIA en la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados.

Variable Independiente

Plan Estratégico para el Parador D' Grecia en la Ciudad de Santo Domingo de los

Justificación

En Parador D' GRECIA, los procesos se implementan sin ninguna planificación y evaluación técnica, además que no se han desarrollado líneas de acción para el mejoramiento de la atención al cliente y mejora de los procesos organizacionales y administrativos.

El Parador D' GRECIA, es un restaurante que se caracteriza por brindar al cliente una variedad de platos, su principal comida es el caldo de gallina criolla, y al estar ubicado en un lugar estratégico, sus ventas crecen a diario, por ende, el desarrollo de un Plan Estratégico, permitirá solidificar los procesos de manera eficiente y técnica, además de poder tomar decisiones que no incidan negativamente en torno a los problemas que se dan en el paradero.

El administrador es un eje importante en la empresa, debido a que es el que organiza y lidera los procedimientos en el paradero, además es el que toma las decisiones, por ello, es necesario que sea capacitado constantemente con el fin de mejorar los procesos de compra – venta de la empresa. La necesidad de hacer al restaurante más competitivo y rentable, sobre la base de mejora de los procesos operativos y de atención al cliente.

Mediante la investigación y desarrollo de este Plan Estratégico, se busca aplicar todos los conocimientos adquiridos en el transcurso del ciclo estudiantil, posterior a esto que sirva como guía de investigación y sea tomado como referente en estudios futuros.

Mediante el uso de herramientas estadísticas tales como la guía de entrevista y el cuestionario de encuesta se justifican técnicamente el Plan Estratégico, ya que se podrá evidenciar el problema y por ende se lo solucionará.

CAPITULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Contextualización espacio temporal del Problema

1.1.1. Macro Entorno

Como menciona (Lessard). “La industria de los restaurantes en el mundo ha progresado hasta convertirse en una parte fundamental de la vida cotidiana y de la economía de los países. Para ilustrar lo anterior, se estima que los norteamericanos gastan aproximadamente el 46 por ciento del presupuesto familiar en restaurantes, comiendo fuera de su hogar al menos 6 veces por semana, comparado con el 9.8 por ciento del presupuesto familiar destinado a la restauración, en una familia. El alojamiento y el servicio de comida son uno de los pocos sectores productivos que mantienen un decrecimiento económico, en el primer trimestre de este año, según el Banco Central del Ecuador (BCE). De hecho, la caída se ha mantenido por 11 trimestres consecutivos, desde el tercer trimestre de 2014, y no hay otra actividad con una contracción por tantos meses. La situación mantiene a los empresarios de la industria del turismo buscando maneras de atraer el dinero que requiere sus negocios para no quebrar. (Lessard G, 2014, pág. 78)

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, de enero a marzo de este año el sector tuvo un valor agregado bruto de 514 millones de dólares, mientras que el año pasado fue de 524 millones de dólares y en el 2015 fue de 540 millones de dólares. En cifras absolutas se ve cómo ha ido disminuyendo los ingresos a nivel mundial.

En el mundo y en la historia han surgido según (Zambrano L.), afirma:
Que a los distintos tipos de gastronomías, que se diferencian entre sí, por su origen étnico, estilos de preparación, ingredientes, historia, forma de servicio, entre otras características que hacen de cada gastronomía, una distinta a las demás la situación preocupa a los hoteleros y dueños de los restaurantes, sobre todo porque la ocupación en los hoteles en promedio está en un 30 %, cuando antes de la

contracción económica era de un 60 %, según la Federación Nacional de las Cámaras de Turismo del Ecuador. (pág. B18)

En base a lo estipulado anteriormente, esto en los últimos años, el realizar alguna comida en un restaurante se ha convertido en algo cada vez más común. Es importante mencionar que el hecho de que se haya convertido más común el salir a comer, ha hecho que la industria restaurantera crezca de manera significativa. Esto a la vez, ha causado que haya más competencia entre los negocios de alimentos y bebidas, y esto a su vez, hace que sea más difícil mantenerse en el mercado. Hay muchos factores que deben tomarse en cuenta para que un restaurante pueda prolongar su ciclo de vida.

La implementación de varios factores no garantiza el éxito de un restaurante, pero es de suma importancia tomarlos en cuenta, así como también es importante llevar a cabo una investigación de mercado que dé a conocer la situación actual del negocio, la percepción del cliente, que tiene y que le hace falta para mantenerse en el mercado y crear ventajas competitivas.

En los últimos años, el realizar alguna comida en un restaurante se ha convertido en algo cada vez más común. Es importante mencionar que el hecho de que se haya convertido más común el salir a comer, ha hecho que la industria restaurantera crezca de manera significativa. Esto a la vez, ha causado que haya más competencia entre los negocios de alimentos y bebidas, y esto a su vez, hace que sea más difícil mantenerse en el mercado.

1.1.2. Meso Entorno

La Provincia Santo Domingo de los Colorados está catalogada como una región altamente comercial y competitiva porque se encuentra en un sector muy privilegiado ya que une las regiones costa y sierra, por lo que se convierte en un puerto terrestre muy cómodo y de rápido acceso a las dos regiones ya mencionadas, además por el crecimiento del comercio en la zona. (Jorge, 2018) Refiere:

Un factor muy importante ha sido el desarrollo turístico que ha fluido considerablemente y al momento de satisfacer su necesidad alimenticia esperan consumir productos que sean de agrado a las exigencias de los paladares de quienes la visitan, teniendo una gran acogida los mariscos que se han destacado por su sabor y beneficios.

Debido a todos estos atributos el turismo ha ido de menos a más y queriendo aprovechar esta afluencia se ha tomado la iniciativa para crear un restaurante dedicado a la preparación de comida típica costeña apeándonos a las expectativas del cliente, que al momento de acudir a consumir los diferentes platos puedan degustar sus alimentos con excelente servicio e higiene.

1.1.3. Micro Entorno

Grecia Rendón Contreras, madre de familia y propietaria del restaurante, nos dio un preámbulo de su vida y de la creación del Parador D’Grecia.

Oriunda del Cantón El Carmen, Provincia de Manabí, orgullosa de sus raíces, nos cuenta que hace años atrás dejó su terruño debido a la falta de trabajo, trasladándose a la Ciudad de Santo Domingo, donde conoció a Luis Cevallos, con quien contrajo matrimonio formando una familia de 3 hijos, además de ser su compañero es su apoyo incondicional.

El Parador D’ Grecia nace hace 7 años, con la finalidad de obtener ingresos familiares.

Ubicado en aquel entonces en el km 14 de la Vía Santo Domingo – Quinindé, donde empezó a operar cancelando arriendo de un espacio amplio y de manera improvisada conjuntamente con su familia, pero gracias a la sazón y el lugar acogedor del sitio, el negocio fue creciendo obteniendo buenos ingresos económicos, motivo por el cual la familia decide adquirir un espacio propio para el parador, instalándose en el km 8 de la misma vía, más cerca de la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados.

Nos menciona que no solamente hizo un restaurante de material rústico, sino también su vivienda para su familia, pero debido a los parámetros que establece el Municipio de la Localidad, tuvo que derrocar el parador para instalarse más atrás del construido, esto fue la causa de desmotivación, frustración y pérdida económica.

Pero gracias al apoyo de su familia, logra construir el Parador actual, un tanto acogedor, con tradición y sazón manabita, lo cual hace que sea muy visitado.

1.1.4. Investigaciones Previas

1.1.4.1. En la Tesis de Guadalupe Simisterra, en *El Plan de Inversión para la creación del restaurante “Sal y Pimienta y Comercialización de comida Típica de la Costa en Santo Domingo, de la Universidad Uniandes de Santo Domingo de los Colorados*, desarrollada en el año 2016, menciona que:

El presente proyecto de inversión consiste en comercializar el servicio de comida típica costeña a la ciudadanía de Santo Domingo de los Colorados, cuyo problema se basa en la insatisfacción en cuanto a la calidad y el servicio que actualmente se da por parte de los Restaurantes; por tanto, este proyecto se basa en mejorar estos parámetros para lograr que los clientes estén satisfechos.” (2016, págs. C-76).

Existe un mercado potencial para mencionado restaurante, ya que, a través de las encuestas realizadas en la investigación de mercado, se manifestó que este proyecto tendría una gran aceptación con un 95% de los encuestados que estarían dispuestos a consumir la comida y las bebidas en este negocio. La rentabilidad que proyecta la (TIR) es mayor a la rentabilidad mínima exigida por los inversionistas y el VAN es mayor a 0; por lo tanto, el proyecto es económicamente factible de llevarse a cabo, ya que muestra valores positivos en los flujos, visualizados en cada uno de los escenarios.

1.1.4.2. En la Tesis de Maritza Grana titulada *Plan de Mejoramiento para implementarlo en el Restaurant Delicias del Mar ubicado, de la Universidad Técnica de Ambato, de la Ciudad de Ambato, Ecuador*, desarrollada en el año 2013, concluye que:

Se efectuará por medio de la realización de una propuesta para la elaboración de un Plan de Mejoramiento para implementarlo en el Restaurant Delicias del Mar, como una herramienta que será utilizada con la finalidad de alcanzar un mejor posicionamiento competitivo dentro del mercado. Por medio de esta propuesta se determinará la metodología y procedimientos que se requieren para lograr la calidad y eficiencia de los servicios del restaurante a fin de lograr un incremento en la rentabilidad, a través de la oferta de productos y servicios que satisfagan los gustos y preferencias de los clientes. (2013, págs. 5-7).

1.1.4.3. La Tesis de Julio Olivo titulada *Plan de Mejora para la empresa Restaurante Costumbres Argentinas, de la universidad de las Américas (UDLA), de la Ciudad de Quito, Ecuador, del año 2016, menciona que:*

Con el fin de identificar las áreas críticas y demostrar la viabilidad de la propuesta y mejorar su valoración económica, financiera y de mercado. En el aspecto de investigación y desarrollo de la empresa no se realiza los procesos de investigación de mercado o medir las tendencias del consumidor, en vista de que no existe esta información se planteó una encuesta a 50 clientes que visitan el restaurante. La actual desaceleración económica, la cambiante política en impuestos, así como la inflación afectan directamente el mercado de los restaurantes ya que restringe el consumo de la población. Así como también se ha podido identificar y aprovechar las latentes oportunidades del mercado. (2016, pág. 73).

En base a esto no existe alineación estratégica e el restaurante, analizado porque carece de un vínculo entre el direccionamiento estratégico y las acciones operativas del restaurante. La planificación estratégica está a cargo de los propietarios quienes ejercen acciones operativas y no existe una desagregación de funciones, compartiendo procesos de planificación y operación, donde existe confusión en la responsabilidad de cada propietario.

1.1.4.4. En la Tesis de Juan Mateo Amores titulada *Propuesta de mejora de calidad en el área de comercialización y ventas del restaurante Relicarios Lomos y Brasa, de la Universidad de las Américas (UDLA) de la Ciudad de Quito.* En el año 2017, donde enfatiza que:

El autor del presente proyecto busca desarrollar estándares de calidad para la mejora de la marca, es decir dar impacto positivo en el consumidor, seguridad, confianza, fidelización de la imagen que proyecta la empresa y así procurar obtener resultados anuales para el mismo, el presente proyecto se articula de acuerdo a los lineamientos del Plan Nacional del Buen Vivir. La filosofía empresarial no está formulada de acorde a los preceptos teóricos del direccionamiento estratégico, ante esta situación, se recomienda formular una nueva visión para el restaurante. (2017, págs. 78,79).

Los problemas que se identificaron fueron: el organigrama empresarial, los procesos operativos, la promoción del local y la venta al servicio al cliente, según el estudio realizados a través de las encuestas que se aplicaron a los comensales y las entrevistas con los propietarios, así mismo se usó análisis FODA con la Matriz CAME (corregir, afrontar, mantener y explotar), como una herramienta adicional para completar el estudio establecido.

1.2. Cuerpo Teórico Concepto

1.2.1. Venta

La acción que se produce al transferir de dominio un bien o un servicio a cambio de una remuneración, previamente fijada entre las dos partes se denomina venta, la cual puede ser realizada por medio físico como por medio de internet, correo, llamada telefónica etc. Como manifiesta Philip en su libro de marketing.

El concepto de venta establece que los consumidores y las empresas, si se les deja solos, no comprarán suficientes productos de la organización. Se practica de manera más agresiva con los bienes no buscados aquellos que los compradores no piensan comprar en circunstancias normales, como seguros o nichos en un cementerio (Kotler & Lane Keller, 2012, pág. 23)

1.2.2. Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)

La matriz permite a los estrategas “resumir y evaluar la información: política, económica, social, tecnológica, y ecológica como resultado del análisis PESTE; para luego cuantificar 27 los resultados en las oportunidades y amenazas identificadas que ofrece el entorno” (D'Alessio, 2008, p.125).

Esta matriz de acuerdo con el autor nos permitirá conocer los factores internos y externos que posee la empresa, para lo cual nos servirá como herramienta de apoyo para diseñar estrategias de manera óptima y eficaz.

1.2.3. Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFI)

La matriz de evaluación de factores internos EFI aporta las bases necesarias para un estudio detallado de las diferentes áreas empresariales constituyéndose en una base analítica de estrategias capaz de resumir debilidades y fortalezas de la gerencia, producción, recursos humanos y desarrollo (Czikota & Ronkainen, 2011, pág. 267)

La matriz de evaluación de factores internos se enfoca en el análisis de las diferentes áreas que conforman a la empresa con el objetivo de lograr una evaluación exacta de las mismas y elaborar estrategias de coordinación y apoyo que potencialicen su funcionamiento individual.

1.2.4. Los procedimientos administrativos

La administración es un proceso complejo que une los conocimientos y habilidades de cada persona para generar capacidades colectivas que se alinean a las estrategias de la organización. Entre todos buscan el crecimiento de los empleados y el cumplimiento de objetivos de la empresa.

Este término ha evolucionado con el tiempo y las consideraciones actuales tienen este enfoque, dejando de lado las concepciones en las cuales los empleados solo se limitaban a cumplir su tarea específica.

1.2.5. Las 5 Fuerzas de Michael Porter

Las cinco fuerzas de Porter se materializan como un concepto de negocios a través del cual se logra maximizar la utilización de los recursos empresariales e incentivar a la conformación de planes que permitan a la empresa incrementar su presencia en el mercado sobrepasando a la competencia (Fischer & Espejo, 2010, pág. 276)

Toda competencia depende de las cinco fuerzas competitivas que se interaccionan en el mundo empresarial. La acción conjunta de estas cinco fuerzas competitivas es la que va a determinar la rivalidad existente en el sector.

1.2.6. Matriz del Perfil Competitivo

Según D'Alessio (2008) los pesos y ponderaciones en la matriz PC tienen el mismo significado que en la matriz EFE; sin embargo, debido a los factores en una matriz PC incluyen temas internos y externos, las calificaciones (valores) se refieren a fortalezas y 28 debilidades de la organización, los pesos de los factores clave de éxito deben sumar 1,00 y deben ser entre 6 y 12.

La matriz de perfil competitivo identifica a los principales competidores de la organización, sus fortalezas y debilidades con relación a la posición estratégica de una organización modelo, y a una organización determinada como muestra. El propósito es señalar cómo está una organización respecto del resto de competidores asociados al mismo sector, para que a partir de esa información la organización pueda inferir sus posibles estrategias basadas en el posicionamiento de los competidores en el sector industrial.

1.2.7. Atención al cliente

La gestión de la atención al cliente consiste simplemente en eso: gestionar la forma de atender al cliente. Desde siempre, el negocio se ha identificado con la competición. Se trata de competir por los mercados, por los territorios, por los lugares donde se desarrolla la venta al por menor y, sobre todo, por los clientes. [...] La atención al cliente es una modalidad de gestión que empieza desde lo más alto de la organización. Se trata de la filosofía y la cultura de la empresa. (Brown, 1992).

Es parte de la identidad organizacional y es un determinante que puede marcar la diferencia y ofrecer una nueva posibilidad para competir. Esta área forma parte de la cultura

de la empresa y debe ser filosofía en todas las áreas de la organización. La empresa depende directamente de los clientes que consumen sus productos, bienes o servicios.

1.2.8. Análisis FODA

El análisis FODA es un instrumento de planificación estratégica que puede utilizarse para identificar y evaluar las fortalezas y debilidades de la organización (factores internos), así como las oportunidades y amenazas (factores externos). Es una técnica sencilla, que puede emplearse como instrumento del libre intercambio de ideas para ayudar a presentar un panorama de la situación actual (Food & Agriculture Org , 2007).

Este instrumento, necesario para cualquier organización, es eficaz para tener un panorama claro de la situación de la empresa y sus perspectivas para el futuro. Con esta investigación, se podrá plantear estrategias.

1.2.9. Análisis CAME

CAME son las siglas de las palabras Corregir, Mantener, Afrontar y Explotar. Este análisis simplemente sugiere qué debemos hacer con los ítems de cada apartado del DAFO, correlacionando una a una las cuatro secciones principales con las cuatro acciones que propone. (Asociación de Emprendedores y Empresarios Autónomos - AEA).

Este análisis va de la mano con el anterior porque se plantean las estrategias y actividades que se tomarán para corregir las debilidades, mantener o mejorar las amenazas y explotar las oportunidades. La investigación del entorno y de las áreas internas de la empresa no se queda como un diagnóstico, sino que se convierte en una herramienta para mejorar.

1.2.10. Flujograma de procesos

Los diagramas de flujo (DF) son, con toda seguridad, el método más extendido y popular para realizar el diseño Figura de procesos. Su simplicidad y versatilidad han contribuido notablemente en su difusión. [...] La conclusión que sacamos es que la utilidad fundamental de los DF es la representación gráfica de los procesos operativos de trabajo de un recurso (persona o máquina), monotarea.

Los DF permiten responder a las preguntas operativas: ¿cómo?, ¿quién?, ¿cuándo? (antes o después de...). No son adecuados para responder a las preguntas estratégicas ¿por qué?, ¿para qué? (Ramonet, 2013)

La elaboración de diagramas es necesaria para plasmar de manera gráfica los procesos y transmitirlos al personal. Sin embargo, se debe considerar que esta herramienta no es definitiva ni completa, sino que tiene un uso específico y restringido. Este no puede abarcar la totalidad de un proceso o incluir las tareas para cada persona. Estos detalles deben especificarse para evitar malos entendidos.

CAPÍTULO II

2. ENFOQUE METODOLÓGICO

2.1. Enfoque Metodológico de la investigación

La presente investigación se trabajará con la metodología mixta, ya que representan un conjunto de procesos empíricos y críticos e implican la recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos, se recolectará y analizará información respecto a las variables objeto de estudio, con la finalidad de contrastar las hipótesis planteadas. (Bonilla & Rodríguez, 2005) menciona: “El enfoque cuantitativo parte de los cuerpos teóricos aceptados por la comunidad científica, que permiten formular hipótesis sobre relaciones esperadas entre las variables que hacen parte del problema que se estudia. (...) Durante este paso se busca contrastar los resultados empíricos con el marco conceptual que fundamenta el proceso deductivo, con miras de aceptar o rechazar las hipótesis”. (pág. 84).

A continuación, se indica el tipo de estudio a realizar, la muestra con la que se trabajó, los instrumentos utilizados y el procedimiento para diseñar un Plan Estratégico para el Parador D’ Grecia en la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados.

2.2. Tipo de investigación

Éste trabajo es investigativo, en el que aplicará dos tipos de investigación para el diagnóstico del problema, mismas que se detallan a continuación:

2.2.1. Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva permite conocer el objeto de estudio, su función y forma administrativa y de organización. El presente estudio está dirigido al Parador D’ Grecia, ubicado en la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados, el cual nos permitirá conocer las causas y efectos de la inadecuada prestación del servicio y la mala atención a los clientes, mismas que se recolectarán mediante encuestas y entrevistas para luego desarrollar estrategias que permitan mejorar

2.2.2. De campo

En esta investigación de campo en la indagación se utilizará para obtener datos de forma cuantitativa y cualitativa aplicando técnicas de recolección que sean dirigidas a los turistas y clientes que visiten el Parador D' Grecia en la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados.

2.2.3. Fuentes de recopilación de información

Fuentes primarias: La investigación será aplicada mediante encuestas a los turistas y clientes del Parador D' Grecia en la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados y entrevista la propietaria del negocio.

Fuentes secundarias: La información es obtenida mediante diferentes páginas web como: el INEC, archivos manuales, tesis de distintos repositorios de universidades, libros de autores especializados en la investigación de Planes Estratégicos.

2.2.4. Segmentación del mercado

a) Variables Geográficas

- Provincia: Santo Domingo de los Tsáchilas
- Cantón: Santo Domingo de los Colorados
- Área Urbana consolidada
- Dimensiones aproximadas: 8 km vía Santo Domingo Quinindé.

b) Variables Demográficas

- A nivel general La Ciudad de Santo Domingo de los Colorados, cuenta con 365.013 habitantes, según Censo 2010.
- Sexo: Hombres y mujeres
- Edad: de 10 a 74 años

2.3. Población, unidades de estudio y muestra

2.3.1. Población

Se tomó en consideración a hombres y mujeres de 5 a 65 años, ya que son quienes acceden al servicio de alimentación, de la población total se tomará un porcentaje del 30%, son 109.504, habitantes.

Es así que nuestra población ya segmentada es de 109.504, habitantes que visitan el restaurante D' Grecia.

2.3.2. Unidades de Estudios

El análisis del presente proyecto de investigación es in situ o de campo, según (Mantilla, 2014) “es la unidad que deseamos obtener información estadística” (pág. 83). El levantamiento de información se lo realizará en la zona urbana, ubicada en el cantón Santo Domingo

2.3.3. Cálculo de la Población Finita

Para obtener la muestra realizaremos con la siguiente fórmula.

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

2.3.4. Muestra

De toda la población hemos determinado tomar una muestra porcentual del 30% de la población reducido, en la cual nos enfocamos a los clientes, para quienes serán la representación específica, la cual nos arrojará resultados aproximados a la realidad de la demanda requerida, de esta manera poder lograr los resultados propuestos.

Procedimiento

$$n = \frac{(1,96)^2 109.504 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 (109.504 - 1) + (1,96)^2 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{105.167.64}{274.72}$$

$$n = \boxed{383}$$

Posterior a obtener el resultado vamos a encuestar a 383 personas exactamente.

2.4. Métodos empíricos y técnicas empleadas para la recolección de la información.

Analítico - Sintético

A través de este método se prevé realizar un análisis minucioso de la situación actual de cada uno de los componentes que intervienen dentro del mercado y de ser necesario fuera de él, para que mediante el método sintético se pueda compactar situaciones en común para buscar una solución al problema de satisfacción a los clientes al momento de acudir a un restaurante de comida típica de la zona, así mismo el método cualitativo para realizar de mejor manera la entrevista abierta.

La Encuesta

Se aplicará esta técnica mediante un sistema de preguntas claras y sencillas que nos permitirá conocer la opinión de nuestros clientes y a través de ella poder determinar cuáles son las expectativas y que es lo que los consumidores esperan al momento de acudir a un restaurante con estas características, esto nos lleva a conocer con precisión las innovaciones que debemos implantar para arrancar con este nuevo proyecto y erradicar las falsas expectativas.

Entrevista

Estará direccionada a la propietaria o gerente del Parador D' Grecia, mediante una conversación formal, se direccionará preguntas elaboradas técnicamente, donde nos dará a conocer cómo se encuentra la empresa hasta el momento y de esta forma tener un mejor panorama de la misma.

2.5. Resultados y análisis estadísticos de las encuestas aplicadas a los clientes del Parador D' Grecia de la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados

Los resultados tabulados y porcentajes estadísticos son presentados mediante tablas, donde se expondrá el análisis.

Pregunta 1. ¿Cómo califica el servicio de atención al cliente que presta el Parador D' Grecia en la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados?

Tabla 1. Calificación del servicio al cliente

Alternativa	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
Pésimo	0	0%
Malo	59	15%
Regular	125	33%
Bueno	112	29%
Excelente	87	23%
Total	383	100%

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada en el Parador D' Grecia

Análisis.

La mitad de los encuestados califican como regular y malo el servicio de atención al cliente.

Pregunta 2. ¿Cómo califica la presentación del personal que se encuentra atendiendo?

Tabla 2. Calificación de la presentación del personal

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Pésimo	0	0%
Malo	65	17%
Regular	130	34%
Bueno	108	28%
Excelente	80	21%
Total	383	100%

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada en el Parador D' Grecia

Análisis

La mitad de encuestados visualiza una presentación regular y mala.

Pregunta 3. ¿Qué calificación daría usted a la ambientación del lugar?

Tabla 3. Calificación de la ambientación del lugar

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Pésimo	0	0%
Malo	0	0%
Regular	135	35%
Bueno	178	46%
Excelente	70	18%
Total	383	100%

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada en el Parador D' Grecia

Análisis

La mayor parte de los encuestados dan una calificación de buena y regular a la ambientación del lugar.

Pregunta 4. ¿El cobro de su servicio fue?

Tabla 4. Calificación del cobro del servicio

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Pésimo	0	0%
Malo	8	2%
Regular	145	38%
Bueno	100	26%
Excelente	130	34%
Total	383	100%

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada en el Parador D' Grecia

Análisis

Más de la mitad de los encuestados de los encuestados califican bueno y excelente el cobro del servicio.

Pregunta 5. El mesero que le atendió ¿Le otorgó las especialidades que ofrece el parador?

Tabla 5. Calificación de presentación de especialidades del parador

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	343	90%
No	40	10%
Total	383	100%

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada en el Parador D' Grecia

Análisis

A la mayor parte de los encuestados les otorgaron las especialidades que ofrece parador.

Pregunta 6. De los siguientes ítems ¿Cuál considera que sería el tiempo de espera de su servicio?

Tabla 6. Apreciación del tiempo de espera de un servicio

Alternativa	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
3-5 minutos	35	9%
5-7 minutos	219	57%
7-9 minutos	73	19%
9-11 minutos	56	15%
Total	383	100%

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada en el Parador D' Grecia

Análisis

La mayor parte de los encuestados aprecian que el tiempo de espera de su servicio debe ser de 5-7 minutos y de 7-9, minutos

Pregunta 7. A continuación, se presenta un listado de aspectos a mejorar en el parador D' Grecia, los cuales debe ordenar del 1 al 6 (Siendo 1, la opción que usted considera más importante, 2 considerablemente importante, 3 medianamente importante, 4 regular, 5 menos importante, 6 no importante. Favor responder todas las opciones ubicando los números del 1 al 6).

Tabla 7. Consideración de aspectos a mejorar en el Parador D' Grecia

Alternativa	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
1. Baño	156	41%
2. Servilletas a la mano	113	30%
3. Limpieza	56	15%
4. Decoración	50	13%
5. Música	8	2%
6. Iluminación	0	0%
Total	383	100%

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada en el Parador D' Grecia

Análisis

La mayoría de encuestados consideran que los aspectos a mejorar son; el baño y servilletas a la mano.

Pregunta 8. ¿Cree necesario usted que la atención al cliente en este parador debe mejorar?

Si respondió no, expliquen él porque

Tabla 8. *Consideran necesario mejorar la atención al cliente*

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	244	64%
No	139	36%
Total	383	100%

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada en el Parador D' Grecia

Análisis.

La mayoría de los encuestados consideran necesario mejorar la atención al cliente.

Pregunta 9. ¿Considera usted que la manera de realizar el cobro por su servicio es la adecuada? Si respondió no, expliquen él porque

Tabla 9. *Considera prudente el tiempo de realizar el cobro de su servicio*

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	180	47%
No	203	53%
Total	383	100%

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada en el Parador D' Grecia

Análisis.

La mayoría de los encuestados creen que el tiempo de realizar el cobro no es el correcto.

Pregunta 10. ¿Cree usted que el personal interno de la empresa requiere capacitación para mejorar su atención? Si contesto si, explique el porqué

Tabla 10. *Consideran que el personal requiere capacitación*

Alternativa	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
Si	299	78%
No	84	22%
Total	383	100%

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada en el Parador D' Grecia

Análisis.

La mayor parte de los encuestados dice que el personal interno del parador si requiere capacitación.

Análisis general de la encuesta

- Carencia de conocimiento en atención al cliente, a pesar de tener la predisposición para hacerlo.
- Al momento de llegar al parador, los clientes se sientan y en las mesas aún permanecen los platos y utensilios que se sirvieron los clientes anteriores.
- La presentación del mesero no es la adecuada.
- El panorama que se aprecia hacia la cocina, no es del agrado de los clientes, ya que la misma no presenta todas las condiciones necesarias, para algunos se encuentra en condiciones precarias.
- La mayoría de los encuestados consideran que no se realiza debidamente el cobro debido a:
 - No entregan la factura, solo en caso de solicitarla.
 - Existe filas para realizar los pagos, en algunos casos dura hasta 10 minutos para realizarlo.
 - Consideran que primero deben obtener el servicio y luego cancelarlo.

- Para quienes ya han sido clientes, consideran que el cobro anticipado garantiza que el propietario o dueño del restaurante mantenga un mejor control.
- Además, conocen de la exquisita sazón, motivo por el cual confían en el servicio y el cancelar con antelación se ha convertido en algo confiable.
- No está por demás recalcar que, los clientes que visitan el Parador D' Grecia en la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados, son de toda índole, haciéndoles placentero la sazón de la comida criolla manabita, lo rústico del lugar; como por ejemplo el olor a leña, el cocolón, el verde asado, y la amplitud del lugar alejado de la ciudad. Sin embargo, existen detalles que a la larga pueden hacer que los clientes desistan de visitar mencionado parador, debido a las falencias en atención a los clientes, falta de mejoramiento del lugar entre otros.
- Por ende, la capacitación y mejoramiento del lugar son importantes.
- Ciertos clientes indicaron también que existe un lugar cerca al sitio de comida criolla, el cual también es visitado, pero por su pequeño espacio no logra acoger a muchos visitantes.

2.6. Resultados de la entrevista aplicada a la propietaria del Parador D' Grecia de la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados.

Se direccionaron 20 preguntas, para conocer más a fondo el ámbito de competencia, capacitación al personal, personal administrativo y la situación actual de la empresa, de todo esto se obtuvo el siguiente análisis.

Esta entrevista va direccionada al cliente interno del Parador D' Grecia en la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados, con la finalidad de calificar la organización actual y buscar mejoras para el futuro.

Pregunta 1.- ¿Tiene clara sus tareas y responsabilidades asignadas?

Las tareas y responsabilidades todos las tiene claras.

2.- ¿Recibió información clara y oportuna sobre sus condiciones salariales?

Toda persona antes de ser contratada, recibe las políticas del parador, por ende, de estar de acuerdo se queda laborando.

3.- ¿Las condiciones de ruido, temperatura e iluminación le permiten desempeñar un trabajo con normalidad?

A excepción del ruido de los carros que pasan a cada momento, lo demás no hay inconveniente.

4.- ¿Dispone de materiales y equipos necesarios para realizar su trabajo?

Cuentan con lo que aparentemente consideran necesario

5.- ¿Su espacio de trabajo es limpio, ordenado y seguro?

Si

6.- ¿Mantiene una buena relación con sus compañeros?

La mayoría son familia, por lo que el ambiente es dinámico.

7.- ¿Cuántos trabajadores laboran en la actualidad?

Se cuenta con nueve personas trabajando entre meseros y cocineros, pero los fines de semana y feriado trabaja con 13 personas.

8.- ¿Los trabajadores reciben los beneficios de ley?

Perciben el salario básico unificado con todos los beneficios de ley y quienes laboran los fines de semana perciben 23 dólares americanos diarios, con la extensión de tiempo de 16h00 a 18h00, sin beneficios de ley.

9.- ¿Recibe formación o capacitación para mejorar sus capacidades y habilidades?

Durante 8 años, nunca se han capacitado

10.- ¿Considera que el personal llega puntual a sus labores?

No siempre, debido a las distancias de sus domicilios, ya que algunos trabajadores viajan desde la Parroquia Valle Hermoso, Centro de Santo domingo y del Cantón El Carmen.

11.- ¿Su formación y conocimiento son necesarios para desempeñarse en su puesto de trabajo?

Han sido sin duda la base fundamental para que el Parador se mantenga hasta la actualidad.

12.- ¿El horario de trabajo se cumple a cabalidad?

La puntualidad y la responsabilidad han sido dos valores más importantes para que el negocio surja, ciertas veces por cuestiones de distancia últimamente los empleados están llegando un poco tarde.

El horario de atención es de 08h00 hasta las 16h00.

13.- ¿Cuáles son las principales falencias que tiene la empresa en este momento?

Últimamente existen clientes muy difíciles, que se quejan de la atención, además no existe un proceso adecuado para cada área.

14.- ¿El trabajo lo realizan mediante alguna planificación o de manera improvisada?

La planificación la tienen en sus mentes, porque nada se mantiene por escrito.

15.- ¿En el área de cocina, existe personal profesional en la rama o solo personal con experiencia basado en la tradición costeña?

No existe profesional alguno, la sazón es de los ancestros familiares.

16.- ¿Cuáles son las especialidades del parador?

Cuenta con solo tres especialidades fijas, que son; Seco de gallina Criolla, Seco de Gallina Criolla y Palizada, además de la infaltable chicha de maíz.

17.- Existe competencia fuerte de restaurantes en el sector, ¿cuál cree sería la fortaleza de aquellos?

La mayoría de restaurantes aledaños ofrecen variedades de carnes y mariscos, al momento existe uno, pero no se ha sentido falencias económicas hasta el momento.

18.- ¿Cuentan con todos los permisos habilitantes para el funcionamiento legal del parador?

Absolutamente con todos

19.-La participación familiar es importante en el funcionamiento del parador ¿en qué aspectos influye y cuáles serían los negativos del mismo?

Si, por el nivel de confianza que se mantiene, sin embargo, no se descarta que existen quienes hay que insistir sus responsabilidades para que la cumplan a cabalidad.

20.- La persona que permanece en caja ¿Está capacitada para cierta función?

Considera que si, primero por ser su hija mantiene confianza y seguridad y segundo porque se encuentra cursando estudios superiores.

21.- ¿Se encuentran al día con las obligaciones en el servicio de rentas internas (SRI)?

En todas, gracias a la profesional particular que le lleva la contabilidad del negocio, además es quién le asesora financieramente.

22.- ¿Cree que implementar un Plan Estratégico, ayudará a la mejora de este negocio?

Todo lo que se implemente para mejorar, será bienvenido, además es importante porque ayudará a visualizar las falencias que se tiene en la empresa.

Análisis de la entrevista

Luego obtener una entrevista enriquecedora de la buena predisposición de la señora Grecia Rendón en compañía de su esposo, salió las siguientes conclusiones.

El negocio familiar puede ser un arma de doble filo, puede existir confianza, pero se confunde el trabajo con el exceso de amistad, lo que hace que no se cumpla con el 100% del trabajo previsto.

Cuando se tiene un negocio muchas veces pensamos que la propia apreciación es suficiente para seguir encaminando el mismo, sin embargo, las encuestas realizada a los clientes arrojan otros resultados veraces.

Con nueve empleados y con la gran demanda de clientes, existen momentos en que se descuida el orden de los baños, la limpieza de las mesas y la atención de algunos clientes que esperan ser atendidos en varios aspectos luego de haber servido los platos.

Muchas veces confundimos la apreciación que tenemos de nuestras cosas, porque no existe alguien que nos corrijan, en el restaurante se apreció la necesidad de contar con un guardia de seguridad, además de tener un lugar adecuado para ubicar la basura hasta que pase el recolector. Se debe añadir que, quienes laboran en la cocina no son profesionales de la rama, son cocineros de experiencia, quienes ayudan a la preparación de los alimentos, ya que la que da la sazón es la propietaria.

Con respecto a la capacitación a sus empleados, considera que su esposo ha sido el de la idea de implementarla, pero que no han llegado a un acuerdo. La mayoría de sus empleados llegan desde lugares distantes como; El Centro de Santo Domingo de los Colorados, Valle Hermoso, El Carmen, e incluso sus sobrinos en vacaciones de la Universidad, llegan desde Manta y Calceta Provincia de Manabí.

Trabajan el día a día con la confianza y experiencia en sus cabezas, mas no programada. Existen restaurantes cercanos al mismo, unos con la misma especialidad y otros ofrecen

variedades en carnes, sin embargo, dice que no ha sentido desbalance en el aspecto económico al momento, pero hay que mantenerse a la expectativa.

Cuentan con todos los permisos habilitantes en las instituciones competentes y sus obligaciones con el Servicio de Rentas Internas (SRI), lo lleva a cabo una contadora privada.

La caja está a cargo de ella y su hija, estudiante de Derecho en la Universidad de las Américas (UNIANDES). Para finalizar menciona que todo proyecto que sea para beneficio de su negocio será bienvenido, por lo que se trabajará de acuerdo a su necesidad.

CAPÍTULO III

3. PLAN ESTRATÉGICO PARA EL PARADOR D' GRECIA EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS

3.1. Introducción

En el mundo desarrollado actual, es importante que las empresas definan con claridad que buscan conseguir y hacia dónde van, con la finalidad de lograr ser competitivos en el mercado; por lo que surge la necesidad de establecer un buen direccionamiento estratégico, que permitirá buscar un horizonte ya sea a mediano o largo plazo; direccionamiento que está conformado por la misión, visión y valores empresariales.

La gran población que tiene hoy la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados, llegados de diferentes ciudades del Ecuador y últimamente del extranjero, hace de esta Provincia Tsáchilas un puerto de oportunidades para muchas familias, ya que se convierte en un lugar de emprendimiento para infinidad de negocios fijos y ambulantes.

El Parador D' Grecia no es la excepción, ya que sus propietarios se han radicado y han emprendido un negocio de comida criolla, obteniendo plaza en el mercado local debido a la buena acogida, debido a esto, se realizó un estudio a fondo para determinar las falencias del Parador y poner en práctica las mejores estrategias y así mejorar la operatividad y la administración del negocio; para ello se determina la necesidad de implementar un Plan de Estratégico, utilizando el macro y microentorno, matrices de diagnóstico y evaluación. Además, se obtuvo resultados de la encuesta y de una fructífera entrevista donde se tuvo la participación activa de la gerente propietaria donde se tomó la información más relevante.

Mediante el Plan de Acción a desarrollarse, se plantearán estrategias claves para saber en qué aspectos se debe mejorar.

3.1.1. Visión

Ser la primera opción de comida criolla costeña manabita en la Región, con predominio en calidad y servicio, logrando captar el mayor número de clientes y su fidelidad, esto en un plazo de tres años, además de seguir brindando más fuentes de trabajo.

3.1.2. Misión

El Parador D' Grecia prepara y sirve alimentos de la mejor calidad, tomando como prioridad la sazón costeña Manabita, seleccionando los mejores proveedores para después de un proceso adecuado de preparación ofrecer al cliente una comida criolla de excelente sabor, con precios al alcance de todos y con la predisposición de mejorar cada día.

3.1.3. Políticas

- ✓ Ofrecer un servicio bien seleccionado, preparado, procesado, presentado y servido a un cliente cada vez más específico.
- ✓ Ofrecer una carta variada en opciones, proporcionando al cliente un producto sano de excelente sabor y calidad.
- ✓ Definir por escrito, el tiempo máximo de respuesta de todo requerimiento interno o externo, es responsabilidad de cada una de las áreas.
- ✓ Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos, acatando los procedimientos establecidos.
- ✓ Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético e íntegro.

3.1.4. Estrategias

Al recibir a clientes nuevos, es importante detectar quién es el líder, el que toma las decisiones, y centrar en éste la atención y el efecto de empatía, siempre de modo natural y cordial y sin descuidar al resto de comensales que le acompañan.

Cuando un cliente habitual visite el restaurante con invitados nuevos, es fundamental reforzar la atención para aprovechar la oportunidad de hacer esta doble fidelización.

Todo el equipo debería conocer cuáles son los objetivos del negocio en líneas generales y de forma específica cada semana. Realizar reuniones periódicas para informar qué platos deberán venderse especialmente, las promociones que se ofrecerán y todas las opciones con las que contarán.

Un personal que conoce perfectamente el producto que ofrece, estará preparado para seducir acertadamente a los clientes. De hecho, mientras más experto sea el camarero sobre lo que ofrece, más probabilidades habrá que los clientes sigan sus propuestas de consumo.

3.1.5. Valores

A continuación, se describen los valores bajo los cuales se dirigirán las acciones y actividades diarias del personal del Parador D' Grecia ubicado en la vía Santo Domingo Quinindé km 8, junto al Rancho San Miguel – Ciudad de Santo Domingo de los Colorados, mismos que serán difundidos a todos los colaboradores del restaurante para el mejoramiento continuo del negocio.

- ✓ **Honradez:** Desempeñar sus actividades respetando a las personas que lo rodean, compañeros, jefe, clientes y proveedores, es decir ser escrupuloso en sus obligaciones.

- ✓ **Trabajo en equipo:** Es importante contar con un equipo humano y comprometido con los objetivos que persigue el negocio, en donde todos participen con ideas que aporten a la toma de decisiones; además de tener un ambiente laboral sano y construir un grupo de trabajo armonioso en donde se apoyen y colaboren mutuamente.

- ✓ **Calidad:** Los insumos adquiridos para la preparación de alimentos deben estar frescos y en buenas condiciones, almacenados en lugares adecuados para conservar el buen estado de los mismos; así mismo la persona encargada de la manipulación de alimentos deberá hacerlo bajo normas de asepsia, garantizando la calidad e imagen del negocio.

- ✓ **Servicio:** El equipo humano que labora en el restaurante el Parador D' Grecia ubicado en la vía Santo Domingo Quinindé km 8, junto al Rancho San Miguel – Ciudad de Santo Domingo, deberá garantizar la satisfacción total del cliente, asegurándose que la atención sea oportuna y eficiente, de esta manera se logra que el cliente lleve consigo una buena imagen del negocio y garantizado la fidelización del cliente.

- ✓ **Comunicación:** Es necesario mantener una comunicación e información concisa y oportuna entre todo el grupo de trabajo, evitando de esta manera se cometa errores innecesarios, tomando en cuenta que la actividad que realiza una persona se relaciona con otra y así sucesivamente; y al no existir una buena comunicación podría generar insatisfacción por parte de todos.

3.1.6. Objetivos Organizacionales

- ✓ Nuestros principales objetivos es hacer de nuestro parador uno de los más reconocidos a nivel regional, distinguiéndote por la aportación gastronómica criolla del mejor nivel y la calidad de nuestros servicios.
- ✓ Implementar un plan de acción enfocado a la atracción y consolidación turística en nuestra Provincia.
- ✓ Elevar la capacitación de nuestros colaboradores para lograr su objetivo personal y del restaurante, satisfaciendo sus necesidades y expectativas.
- ✓ Hacer del Restaurante una empresa rentable y sostenible con vista a la expansión y crecimiento.

3.2. Análisis Macro y Micro entorno

3.2.1. Macro entorno

La articulación de los diferentes sectores aledaños y la producción de la zona agrícola hacen de esta provincia una potencia, tanto agrícola, turística y hotelera.

Las actividades principales de la provincia son el comercio, la ganadería, la industria y la agricultura.

La provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas se encuentra ubicada geográficamente en las estribaciones de la Cordillera de los Andes a 133 Km al Oeste de la ciudad de Quito. Limita al Norte con las provincias de Pichincha y Esmeraldas, al Sur con la Provincia de Los Ríos, al Este con la provincia de Cotopaxi y al Oeste con la provincia de Manabí. Cuenta con una superficie de 3.532 Km² en la que se asienta una población de 368.013 habitantes (de acuerdo al censo de población y vivienda del 2010). Tiene una altura promedio de 655 msnm, su temperatura media es de 23 °C, la precipitación promedio anual oscila entre los 500 a 5.000 mm/año y la humedad media mensual alcanza el 90.9%.

A continuación, se presenta un mapa de la ciudad para tener una idea de su ubicación



Figura 1: Macro Entorno

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: GAD Municipal Santo Domingo de los Colorados

3.2.2. Análisis Pest

Tabla. 11 análisis Pest

Factores Externos	Locales	Nacionales	Internacionales
Políticos	GAD Provincial, aplicación de la política pública en proyectos viables y seguridad interna	Planes de inversión y proyectos a nivel nacional.	Restricciones a importaciones-exportaciones
Económicos	Eje comercializador tanto en productos propios como de las zonas del País	Dificultades en la movilización, vías de tercer orden en pésimo estado	Ingreso de productos agrícolas a precios bajos
Sociales	Delincuencia permanente a mano armada	A pesar de la delincuencia, es sector turístico acogedor, visitado por diferentes provincias del Ecuador	Exportador de Achiote a países europeos
Tecnológicos	Acceso y disponibilidad de tecnologías.	Acceso y disponibilidad de tecnologías.	Acceso y disponibilidad de tecnologías.
Legal	Áreas protegidas, Reglamentación sobre usos del suelo.	No se cumplen las normativas en la mayor parte del Ecuador	Bajo ingreso de extranjeros en los últimos meses
Ambientales	Períodos de lluvias y sequía, enfermedades de infección	Fenómenos climáticos	Fenómenos climáticos

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: Investigación personal

3.2.3. Entorno Político

Entre las principales propuestas políticas generales aplicadas a nivel regional, están las más relevantes:

Dirigir y direccionar la aplicación de la Política Pública sobre Gobernabilidad y Seguridad Interna a nivel provincial.

Organizar y coordinar la implementación de estrategias de desarrollo provincial del Gobierno Nacional.

Diseñar mecanismos e implementar la ejecución de las políticas nacionales y locales; emanadas del Gobierno Nacional.

Presidir el Gabinete Provincial, el Consejo Provincial de Seguridad y Convivencia Ciudadana, el Comité de Gestión de Riesgos y el Comité de Operaciones de Emergencia en la Provincia.

3.2.4. Entorno Económico

Santo Domingo en la actualidad puede ser considerada la tercera ciudad del país. Debido al marcado proceso de urbanización que ha cobrado fuerza en los últimos años, en esta ciudad se han concentrado una serie de actividades de gestión, servicios, comercio y transporte, por lo que cumple un rol abastecedor y articulado de flujos comerciales y financieros con un importante peso en la economía nacional.

El comercio es la rama de actividad con una presencia del 21% de la población activa. Por la confluencia de actividades productivas que generan una importante concentración de capitales y un gran flujo de personas.

El Cantón se ha convertido en el eje comercializador, tanto de productos propios como de otras zonas del país, que encuentran aquí el espacio propicio para concretar relaciones de mercado. Por ejemplo, es el caso de la comercialización de pescado y mariscos, ya que al ser esta zona un eje conector entre la Costa y la Sierra moviliza redes especializadas de comercialización entre las dos regiones.

Se comercializa también una gran variedad de productos y manufacturas, generando todo tipo de negocios minoristas, cuyos miembros en algunos casos se encuentran afiliados a la Cámara de Comercio de Santo Domingo, y otros inscritos en el Ministerio de Inclusión Social y Económica.

3.2.5. Entorno Social Cultural

Por sus características naturales y culturales, la zona presenta un importante potencial para la actividad turística. Aunque ésta aún no se ha desarrollado intensamente, debido a que por lo general esta región constituye un sector de tránsito antes que de destino para el

turismo Sierra-Costa, y para turistas extranjeros, que partiendo de Quito viajan hacia otras zonas del país.

La invasión de la cultura mestiza a través de sus diferentes formas de inserción en la cultura Tsáchilas, está desvalorizando las manifestaciones culturales y espirituales, especialmente en la juventud.

A nivel de la medicina tradicional, existe un desprestigio por parte de intereses particulares extraños en calidad de intermediarios que se han dedicado a comercializar y abusar de los clientes, entre otros.

3.2.6. Entorno Tecnológico

Para dar continuidad al proceso de fortalecimiento al turismo de la provincia, el Gobierno provincial de Santo Domingo de los Tsáchilas a través de su Dirección de Desarrollo Económico reúne en las tardes a los representantes vinculados al sector turístico - hotelero, con el propósito de presentarles la propuesta de una aplicación digital que brinde información a los turistas.

Aproximadamente 1.400 personas se han capacitado de manera virtual, a través de los cursos online, donde han aprendido el manejo de tecnologías de la información y comunicación básicas, así como el uso de otras herramientas que existen en la Internet.

El nuevo laboratorio de computación, el más grande en su género, estará ubicado en el salón principal de la Prefectura, en la Av. Esmeraldas y Colorados del Búa. Su inauguración está prevista para agosto.

3.2.7. Micro Entorno

El Parador D' Grecia siendo pionero en la Sazón Manabita, realiza sus actividades Económicas dentro del sector, obteniendo proveedores directos, aprovechando la baja competencia adquiere los productos agrícolas para la preparación de los platos a bajos costos.

Ubicación

Vía Santo Domingo Quinindé km 8, junto al Rancho San Miguel – Ciudad de Santo Domingo – Provincia de Santo Domingo de los Colorados – Ecuador.



Figura 2: Ubicación de la empresa

Fuente: <https://www.google.com/maps/place/Parador+D'+Grecia/@->

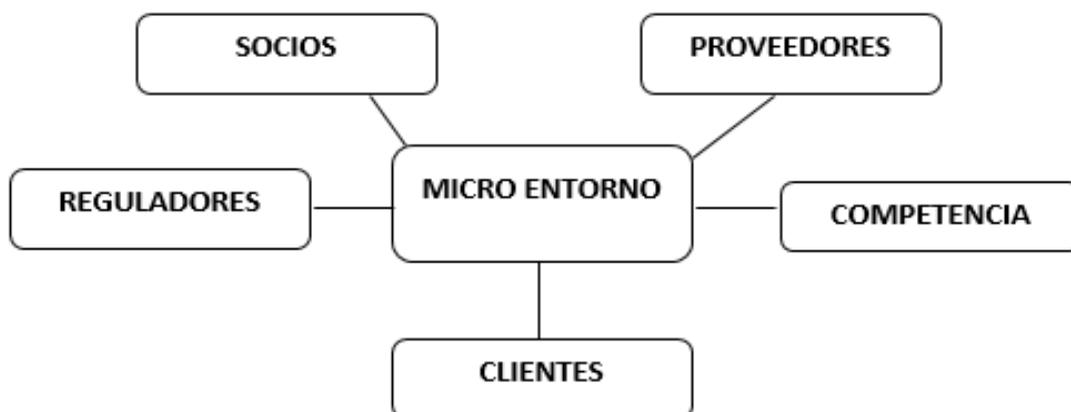


Figura 3: Micro entorno

Elaborado por: Rudi Zambrano G.
Fuente: Investigación personal

Análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter



Figura 4: 5 fuerzas de Porter

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: Las 5 fuerzas de Michael Porter

3.2.8. Análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter

✓ Poder de negociación de los clientes

El carisma y la buena atención son indispensables para atraer a los clientes, sin embargo, el conocimiento de cómo hacerlo es fundamental, por ende, existe una falencia por parte de ciertos empleados que aún no saben de qué manera fidelizar un cliente.

Para empoderar al cliente se debe fidelizar al que permanentemente acude al parador, así como también con los nuevos a quienes también se les debe brindar una excelente atención para que puedan degustar de la deliciosa sazón.

✓ **Productos sustitutos**

El único producto sustitutivo que existe es el caldo de gallina cono también la economía de los precios en comparación con el Parador D' Grecia.

✓ **Poder de negociación de los Proveedores**

Los platos que ofrece el Parador D' Grecia son auténticamente criollos, la típica comida costeña, debido a la gran producción agrícola que hay en el sector es de fácil acceso obtener los productos y negociar con los proveedores.

✓ **Amenazas de los Nuevos entrantes**

Existen restaurantes cercanos al Parador D' Grecia, en su mayor parte ofrecen parrilladas, solo uno ofrece comida criolla, pero su infraestructura es pequeña, sin embargo, hay que estar pendientes de sus nuevos servicios y productos.

3.2.9. Rivalidad entre competidores

Es de vital importancia aplicar todas las herramientas necesarias para poder mejorar la atención al cliente y la operatividad en la empresa, así los actos hablan por sí solos y la rivalidad entre competidores no existiría.

3.2.10. Diagnóstico de las fuerzas de Porter

- ✓ La entrada de nuevos competidores si constituye una amenaza para la empresa, es importante estar pendiente de lo que sucede en el mercado.
- ✓ La rivalidad entre competidores existentes es mediana, sin embargo, no se deben descuidar del cliente interno y trabajar mucho más en aquello, para esto conviene diseñar estrategias de una mejora en la atención al cliente.
- ✓ Los precios de la competencia son iguales o en ciertos casos más bajos, se debería agregar un plus para que el cliente externo siga siendo fiel al negocio.

Considerado uno de los genios de la economía de hoy, recordemos entonces que, el análisis de *las 5 fuerzas* hace que se pueda crear una gran herramienta para la empres

Tabla 12. Fuerzas de Porter

Competencias actuales	Productos sustitutos	Poder de negociación proveedores	Poder de negociación clientes	Riesgos nuevos competidores
Empresas que ofrezcan el mismo servicio	Restaurante La Choza – Mismos productos	Buena	Precios accesibles	Ampliar la infraestructura del negocio
Identificación de la marca y la publicidad	Rancho San Ramón – carnes y mariscos	Prefieren otros proveedores	Precios altos en comparación con los del sector	Introduzcan la línea de comida criolla

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: Investigación propia

3.2.11. Matriz del perfil competitivo

Tabla 13 Matriz del perfil competitivo

FACTORES CLAVES		Parador D' Grecia			Restaurante La Choza		Rancho San Ramón		DESCRIPCIÓN
		Valor	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	
1	Participación en el mercado	0,12	4	0,48	3	0,36	3	0,36	
2	Precios	0,10	3	0,30	4	0,40	1	0,10	
3	Seguridad	0,12	3	0,36	4	0,48	3	0,36	1 Menor debilidad
4	Calidad del servicio	0,12	1	0,12	3	0,12	4	0,48	2 Menor fuerza
5	Lealtad del cliente	0,15	3	0,45	3	0,45	3	0,45	3 Mayor fuerza
6	Servicio al cliente	0,15	3	0,45	4	0,45	3	0,45	
7	Localización de la empresa	0,12	4	0,48	3	0,36	4	0,48	
8	Innovación	0,12	3	0,36	1	0,12	1	0,12	
Resultado del diagnostico		1,00		3,00		2,74		2,80	

Elaborado por. Rudi Zambrano G.

Análisis:

Una vez realizado el análisis se puede observar que la participación del mercado es clave en el Parador D' Grecia, sin embargo, debemos tomar en cuenta que estamos por debajo de la seguridad y de servicio al cliente del Restaurante La Choza.

El Rancho San Ramón se caracteriza también por la calidad del servicio prestado

3.3. Análisis de las capacidades

3.3.1. Capacidad Directiva

La capacidad directiva se concluye que, los propietarios tienen actitud emprendedora y están interesados en hacer crecer su negocio, pero carecen de conocimiento clave para hacerlo, y empiezan a confundir el negocio con la participación familiar, no realizan un seguimiento familiar para saber cuáles son los resultados que proyecta su negocio. Aunque manejan estrategias personales en lo que respecta servicio al cliente, no se evidencian planes o estrategias para a la empresa pueda cumplir las metas.

3.3.2. Capacidad de ventas

En el mercado la participación por parte de el Parador D' Grecia va de mediana – grande, al contar con un nicho de mercado, debido a las ventas directas al cliente final, en los últimos tiempos se ha visto disminuida las mismas, sin embargo no es aún una amenaza.

3.3.3. Capacidad de Talento Humano

Mantiene al día en el pago y en las obligaciones a sus empleados con el Iess, gracias al aporte profesional de la contadora quien también le asesora en la parte legal del negocio, el personal hasta el momento no recibe capacitación.

Tiene nueve personas trabajando en el parador, lo cual es suficiente en días corrientes, pero en feriados debe contratar personal que no está dentro de lo legal.

3.3.4. Capacidad Financiera

Cuenta con la capacidad para generar suficiente utilidad o beneficio, lo que hace que se tenga más ingreso que egreso, la gran demanda de clientes permite obtener excelente ganancia.

Hasta el momento gracias a los ingresos, se pueden solventar todos los créditos que maneja la empresa, gracias a su venta directa se puede contar con un flujo permanente de efectivo.

3.3.5. Procesos y procedimientos

Las diferentes áreas se direccionan gracias a la experiencia que mantienen, más no a una planificación o un manual de funciones, el mismo que sería de gran utilidad.

Hay personal que labora en la cocina y que al mismo tiempo está atendiendo al cliente o viceversa.

El espacio es amplio, pero no está bien organizado y con buena ambientación

3.4. Definición de Oportunidades y Amenazas

Oportunidades encontradas en el Parador D' Grecia en la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados.

- ✓ Ubicación estratégica del negocio
- ✓ Cercano a la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados
- ✓ Lugar reconocido por la sazón del lugar.
- ✓ Tiene algunos clientes fidedignos
- ✓ Sector agrícola, turístico y productivo

Amenazas encontradas en el Parador D' Grecia en la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados.

- ✓ Implementación de sucursales de grandes restaurantes
- ✓ Las ordenanzas Municipales no dan paso para ampliar el negocio
- ✓ Desastres naturales
- ✓ Existe una cantidad considerable de competencia

- ✓ Inseguridad del sector

3.4.1. Definición de Fortalezas y Debilidades

Fortalezas encontradas en el Parador D' Grecia en la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados.

- ✓ Local propio
- ✓ Estacionamiento amplio para recibir a gran cantidad de vehículos
- ✓ Apoyo familiar constante
- ✓ Precios económicos en comparación de la competencia
- ✓ Pioneros en Comida criolla en Santo Domingo de los Colorados

Debilidades encontradas en el Parador D' Grecia en la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados.

- ✓ Carecen de una planificación, no cuentan con manuales de calidad
- ✓ El personal no ha recibido capacitaciones hasta el momento
- ✓ Quejas por parte de los clientes por la atención de ciertos empleados
- ✓ Confundir la amistad familiar con el trabajo
- ✓ No cuentan con las herramientas necesarias para dar un mejor servicio alimenticio

3.4.2. Elaboración de la Matriz E.F.E

Tabla 14. Matriz EFE

Factores externos clave	Importancia Ponderación	Clasificación Evaluación	Valor	
Oportunidades (entre 5 y 10 factores)				
1. Ubicación estratégica del negocio	12%	3	0,36	
2. Cercano a la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados	8%	3	0,24	
3. Lugar reconocido por la sazón del lugar.	12%	3	0,36	
4. Tiene algunos clientes fidedignos	10%	2	0,20	
5. Sector agrícola, turístico y productivo	10%	3	0,30	
Amenazas (entre 5 y 10 factores)				
1. Implementación de sucursales de grandes restaurantes	12%	3	0,36	
2. Las ordenanzas Municipales que no dan paso para ampliar el negocio	10%	2	0,20	
3. Desastres naturales	8%	2	0,16	
4. Inseguridad en el sector	10%	3	0,30	
5. Existencia de competencia.	8%	3	0,24	Balance Positivo
Total	100%		2,62	

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: Investigación Propia

Análisis

Se evaluó los factores externos y se obtuvo una calificación de 2,62 superior a 2, lo que quiere decir que las oportunidades superan a las amenazas, por ende, es importante establecer estrategias que potencien aún más las sus oportunidades que posee el Parador D' Grecia.

3.4.3. Elaboración de la Matriz E.F.I

Tabla 15. Matriz EFI

Factores internos clave	Importancia Ponderación	Clasificación Evaluación	Valor	
Fortalezas (entre 5 y 10 factores)				
1. Local propio	15%	4	0,60	
2. Estacionamiento amplio para recibir a gran cantidad de vehículos	8%	3	0,24	
3. Apoyo familiar constante	10%	3	0,30	
4. Precios económicos en comparación de la competencia	5%	3	0,15	
5. Pioneros en Comida criolla en Santo Domingo de los Colorados	15%	4	0,60	
Debilidades (entre 5 y 10 factores)				
1. Carecen de una planificación, no cuentan con manuales de calidad	10%	2	0,20	
2. El personal no ha recibido capacitaciones hasta el momento	8%	2	0,16	
3. Quejas por parte de los clientes por la atención de ciertos empleados	12%	1	0,12	
4. Confundir la amistad familiar con el trabajo	5%	2	0,10	
5. No cuentan con herramientas necesarias para brindar el mejor servicio alimenticio	12%	1	0,12	
Total	100%		2.59	Balance positivo

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: Investigación propia

Análisis

Se evaluó las fortalezas y las debilidades y se obtuvo una calificación de 2,59 superior a 2, lo que quiere decir que las fortalezas superan a las debilidades por ende es importante establecer estrategias que potencien sus fortalezas para afrontar las debilidades que tiene el Parador D' Grecia.

3.4.4. Matriz FODA

Tabla 16. FODA del Parador D' Grecia de la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados

Fortaleza	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Local propio ✓ Estacionamiento amplio para recibir a gran cantidad de vehículos ✓ Apoyo familiar constante ✓ Precios económicos en comparación de la competencia ✓ Pioneros en Comida criolla en Santo Domingo de los Colorados 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ubicación estratégica del negocio ✓ Cercano a la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados ✓ Lugar reconocido por la sazón del lugar. ✓ Tiene algunos clientes fidedignos ✓ Sector agrícola, turístico y productivo
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Carecen de una planificación, no cuentan con manuales de calidad ✓ El personal no ha recibido capacitaciones hasta el momento ✓ Quejas por parte de los clientes por la atención de ciertos empleados ✓ Confundir la amistad familiar con el trabajo ✓ No cuentan con las herramientas necesarias para dar un mejor servicio alimenticio 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Implementación de sucursales de grandes restaurantes ✓ Pago en efectivo ✓ Las ordenanzas Municipales que no dan paso para ampliar el negocio ✓ Desastres naturales ✓ Existe una cantidad considerable de competencia. ✓ Inseguridad del sector

Elaborado por: Rudi Zambrano G.
Fuente: Investigación Propia

3.4.5. Matriz DOFA

Este análisis va de la mano con el anterior porque se plantean las estrategias y actividades que se tomarán para corregir las debilidades, mantener o mejorar nuestras fortalezas, afrontar las amenazas y explotar las oportunidades. La investigación del entorno y de las áreas internas de la empresa no se queda como un diagnóstico, sino que se convierte en una herramienta para mejorar.

Matríz DOFA

<p style="text-align: center;">Factores internos</p> <p style="text-align: center;">Factores externos</p>	<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Local propio 2. Estacionamiento amplio para recibir a gran cantidad de vehículos 3. Apoyo familiar constante 4. Precios económicos en comparación de la competencia 5. Pioneros en Comida criolla en Santo Domingo de los Colorados 	<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Carecen de una planificación, no cuentan con manuales de calidad 2. El personal no ha recibido capacitaciones hasta el momento 3. Quejas por parte de los clientes por la atención de ciertos empleados 4. Confundir la amistad familiar con el trabajo 5. No cuentan con las herramientas necesarias para dar un mejor servicio alimenticio
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicación estratégica del negocio 2. Cercano a la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados 3. Lugar reconocido por la sazón del lugar. 4. Tiene algunos clientes fidedignos 5. Sector Agrícola, turístico y productivo 	<p style="text-align: center;">Estrategia FO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mejoramiento de la infraestructura 2. Aprovechar el espacio para publicidad 3. Mejorar la ambientación 4. Incrementar promociones por fechas especiales 5. Realizar alianzas con proveedores 	<p style="text-align: center;">Estrategia FA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitar a los empleados en servicio al cliente. 2. Gestionar eficientemente todos los trámites legales requeridos 3. Desarrollar nuevas estrategias en servicio 4. Estar alerta de la competencia
<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Implementación de sucursales de grandes restaurantes 2. Las ordenanzas Municipales que no dan paso para ampliar el negocio 3. Desastres naturales 4. Existe una cantidad considerable de competencia. 5. Inseguridad en el sector. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA DO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Implementar manuales de funciones 2. Realizar un plan de capacitación 3. Implementar sistema de seguridad 	<p style="text-align: center;">ETRATEGIA DA</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Implementar un mecanismo de seguridad ✓ Estructurar un adecuado organigrama ✓ Incrementar un buzón de sugerencias

Figura 5: Matríz Dofa

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: Investigación Propia Estrategia Corporativa

3.5. Estrategia Corporativa.

Con el fin de mantener una mejor comunicación interna y asignar funciones específicas a cada uno de los empleados, se tiene como estrategia aplicar un flujograma de procesos y así difundir de manera clara y concreta informaciones sobre los procesos.

Figura. 5 flujograma de procesos

Debido a la inadecuada forma de atender a los clientes y con el fin de seguir una secuencia de actividades para mejorar el proceso del servicio en el Parador D' Grecia en la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados, se realiza un flujograma de procesos operativo.

Flujograma de procesos

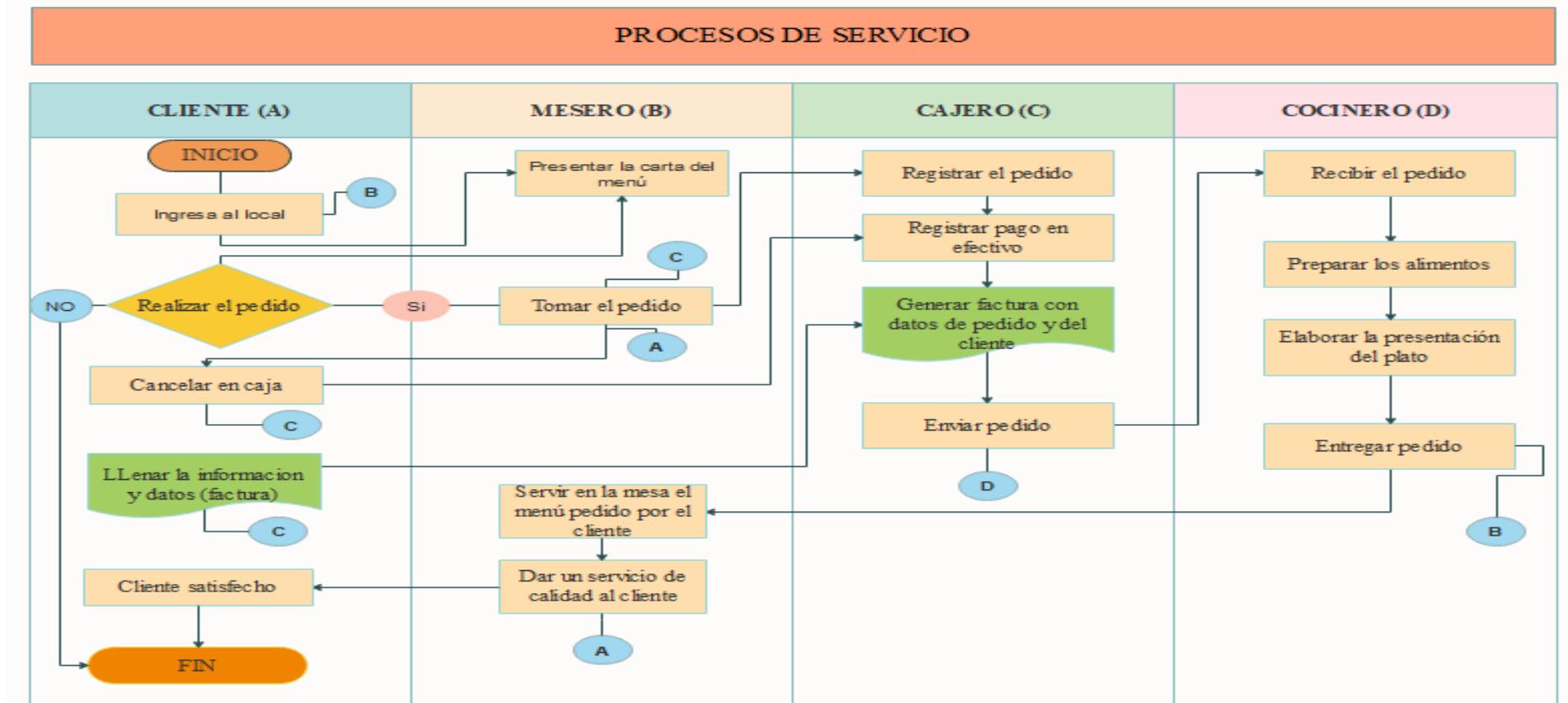


Figura 6: Flujograma de procesos
Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente. Investigación propia

3.5.1. Estrategia Competitiva

Para ser altamente competitivos debemos considerar la importancia de mantener al cliente interno capacitado, para que sea la mejor carta de presentación, para ello se propone un plan de capacitación.

3.5.2. Plan de Capacitación

Como se ha señalado anteriormente una de las estrategias fundamentales es llevar a cabo un programa de capacitación para todos los empleados del negocio, tomando en cuenta el trabajo y las actividades que desempeñan; para lo cual se ha elaborado el siguiente plan de capacitación y cronograma:

El plan de capacitación está realizado en función a las necesidades actuales del negocio, así como adaptado a las necesidades de cada área de trabajo. Los temas que se desarrollaran son:

- Buenas prácticas de manufactura
- Organización y eventos
- Servicio al cliente

Temas que involucran a todos los empleados del restaurante, logrando que la capacitación sea una herramienta más alineada al cumplimiento de los objetivos, políticas y estrategias del Parador D' Grecia ubicado en la vía Santo Domingo Quinindé km 8, junto al Rancho San Miguel – Ciudad de Santo Domingo.

Una vez aprobada la propuesta del plan de capacitación este se desarrollará en 46 horas de acuerdo a los tiempos establecidos en el plan distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 17. Plan de Capacitación

Temas	Subtemas	Objetivo de Aprendizaje	Recursos	Tiempo	
Buenas Prácticas de Manufactura	1. Conceptos BPM	Ámbito de operación y definiciones	Identificar los procesos de las	Videos	8 Horas
		Instalaciones, Equipos, Mantenimientos	Buenas Prácticas de	Diapositivas	
		Limpieza y desinfección de utensilios	Manufactura	Folletos	
	2. Higiene y manipulación de alimentos	Recepción de alimentos	Identificar los buenos hábitos	Videos	4 Horas
		Limpieza en la preparación de alimentos	de higiene durante la	Diapositivas	
		Preparación de alimentos	preparación y distribución de alimentos	Folletos Practica	
	3. Almacenamiento de alimentos	Almacenamiento de alimentos	Identificar las formas de almacenamiento de alimentos y el manejo de inventarios	Videos	4 Horas
		Manejo de Inventarios		Diapositivas Folletos Practica	
	4. Higiene Personal	Presentación Personal	Conocer y aprender las técnicas de aseo personal, con la finalidad de presentar buena imagen	Videos	4 Horas
		Punto de lavado de manos		Diapositivas	
		Vestuario para el personal		Folletos	
		Estado de salud			
	5. Contaminación en los alimentos	Tipos de contaminación	Conocer medidas de prevención para evitar la	Videos	4 Horas

			contaminación de alimentos	Diapositivas	
		Puntos críticos de control		Folletos	
				Practica	
	6. Gastronomía	Elaboración y preparación de alimentos	Introducir conceptos básicos de la preparación de alimentos y presentación de platos	Practica Diapositivas	8 horas
		Presentación de platos			
Organización y eventos	7. Conceptos de etiqueta y protocolo	Protocolo	Asesorar a través de los conceptos protocolarios, en lo relacionado con el comportamiento del personal e imagen del negocio	Videos Diapositivas Folletos	4 horas
		Etiqueta		Practica	
		Buenos modelos			
		Presentación personal			
Servicio al cliente	8. Servicio al cliente	Como lograr ser un excelente anfitrión	Practicar los hábitos de higiene personal, trato cordial, y buenas costumbres durante el servicio	Videos Diapositivas Folletos	10 horas
		Atención de quejas y sugerencias		Practica	
		Como fidelizar a los clientes			

Elaborado por: Rudi Zambrano G.
Fuente: Investigación propia

3.5.3. Cronograma de Capacitación

Tema	Subtema	Semana 1					Semana 2					Semana 3				Total horas		
		día 1	día 2	día 3	día 4	día 5	día 1	día 2	día 3	día 4	día 5	día 1	día 2	día 3	día 4			
Buenas Prácticas de Manufactura	1. Conceptos BPM	4h	4h															8
	2. Higiene y manipulación de alimentos			4h														4
	3. Almacenamiento de alimentos				4h													4
	4. Higiene Personal					4h												4
	5. Contaminación en los alimentos						4h											4
Organización y eventos	6. Gastronomía							4h	4h									8
	7. Conceptos de etiqueta y protocolo										4h							4
Servicio al cliente	8. Servicio al cliente											2h	2h	2h	2h	2h		10
TOTAL HORAS																	46	

Figura 7. Cronograma de capacitación

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: Investigación propia

3.5.4. Diseño de la Organización

El diseño organizacional es el proceso de elegir una estructura de tareas, responsabilidades y relaciones de autoridad dentro de las organizaciones. Se pueden representar las conexiones entre varias divisiones o departamentos de una organización, lo que nos ayudará a:

- ✓ Definir con claridad la autoridad y responsabilidad de trabajos, equipos, departamentos y divisiones
- ✓ Facilitar el flujo de información y de toma de decisiones para satisfacer las demandas de los clientes, proveedores y dependencia reguladoras.
- ✓ Crear los niveles de integración (coordinación) deseados entre trabajos, equipos, departamentos y divisiones construyendo procedimientos para una rápida respuesta a cambios en el ambiente.

Organigrama Estructural

El organigrama del Parador D 'Grecia de nos demostrará a cada uno de los empleados que conforman el equipo del restaurante, junto con los dueños o gerentes. El organigrama ayuda a mejorar la comunicación y provee una manera útil de observar quien hace cada tarea.

A continuación, se describe el organigrama funcional del Parador D' Grecia ubicado en la vía Santo Domingo Quinindé km 8, junto al Rancho San Miguel – Ciudad de Santo Domingo de los Colorados.

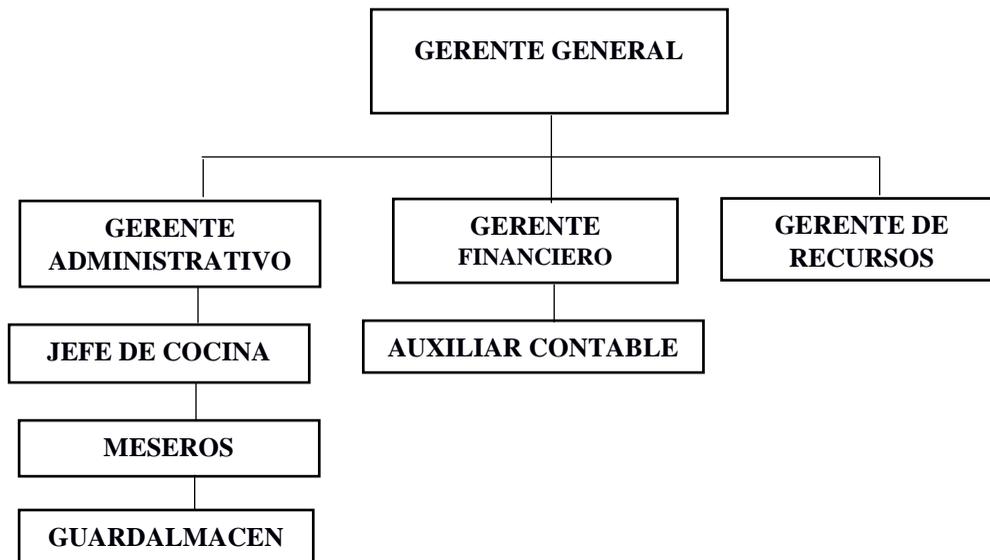


Figura 7: Organigrama Estructural

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente. Investigación propia

Funciones

A continuación, se describe el organigrama funcional del Parador D’ Grecia ubicado en la vía Santo Domingo Quinindé km 8, junto al Rancho San Miguel – Ciudad de Santo Domingo de los Colorados.

Gerente General

La posición de gerente implica un gran número de labores y obligaciones; en un restaurante los gerentes pueden trabajar más de 60 horas a la semana.

- ✓ Ejecutar políticas empresariales en cada cargo del negocio
- ✓ Ejercer la representación legal de la empresa
- ✓ Proponer, fijar y controlar las políticas, misión, visión del negocio
- ✓ Tomar decisiones en cuanto a inversión y endeudamiento alineados a los objetivos del parador.

- ✓ Realizar la compra de herramientas, y demás equipos necesarios para el desarrollo óptimo del negocio
- ✓ Supervisar el desempeño laboral de cada empleado de acuerdo a las actividades encomendadas
- ✓ Mantener una buena comunicación con todos los trabajadores del restaurante
- ✓ Capacitar mediante programas de capacitación a los trabajadores
- ✓ Incentivar a los trabajadores mediante diferentes técnicas de reconocimiento
- ✓ Tomar decisiones en base a los resultados financieros y administrativos del restaurante
- ✓ Satisfacer a los empleados en los ámbitos legales y profesionales

Gerente Administrativo

- ✓ Supervisar diariamente que el encargado de cocina cuente con la lista de pedidos que se van a surtir en el día
- ✓ Proponer al director nuevas estrategias para el crecimiento de la empresa
- ✓ Supervisar diariamente el desempeño del personal a su cargo para el cumplimiento de las funciones encomendadas

Jefe de cocina

Usualmente trabaja con los miembros del equipo involucrados en la preparación de comida; a veces también trabajan con el personal de mantenimiento. Cumple casi las mismas funciones de un gerente de servicio.

- ✓ Crear menús con la asistencia del Gerente
- ✓ Comprometer toda la gestión de la cocina.
- ✓ Entrenar a los aprendices.
- ✓ Supervisar y mantener la higiene de las áreas de preparación de alimentos.
- ✓ Crear menú con el Gerente Administrativo

Mesero

- ✓ Tomar la orden y comunicar al cocinero con claridad y cerciorarse de ser escuchado para que el pedido salga en el menor tiempo posible

- ✓ Llevar los pedidos en el menor tiempo posible para asegurar que los alimentos se sirvan a la temperatura adecuada.
- ✓ Mantener el espacio donde se sirven los alimentos limpios
- ✓ Asegurar que en cada una de las mesas cuente con servilletas y utensilio de cocina,
- ✓ Coordinar la orden de salida del plato solicitado por el cliente
- ✓ Asegurarse que el cliente se sienta conforme con el servicio con esto se logra la satisfacción y fidelización.
- ✓ Mantener limpia las instalaciones del parador

Guardalmacén

- ✓ Mantener al día los archivos de documentos que acreditan la existencia de materiales en bodega, tales como: resoluciones u órdenes de compras, copias de facturas, guías de despacho, etc.
- ✓ Mantener actualizadas, las tarjetas de control de existencias.
- ✓ Conservar aislados aquellos elementos combustibles e inflamables.

Gerente de Financiero

- ✓ Asignar y control de los costes
- ✓ Evaluar la financiación
- ✓ Buscar de financiación
- ✓ Resolver de problemas
- ✓ Contribuir al desarrollo de la empresa
- ✓ Promover proyectos en los mercados alternativos

Auxiliar Contable

- ✓ Realizar cobros por el consumo de los diferentes clientes y emitir facturas
- ✓ Realizar pagos de facturas a proveedores
- ✓ Entregar cuentas al final del día, separando los gastos y entregar el excedente de dinero que quede entre ingresos y gastos
- ✓ Responsabilizarse de la caja

Gerente de Recursos Humanos

- ✓ Seleccionar y formalización de los contratos que se suscriben con los trabajadores.
- ✓ Tramitar las nóminas y seguros sociales.
- ✓ Controlar los derechos y deberes de los trabajadores (permisos, vacaciones, movilidad, salud laboral, seguridad e higiene en el trabajo, etc.).
- ✓ Controlar de asistencia
- ✓ Calificar los méritos.

3.5.5. Estrategias Funcionales

Luego de un análisis general, se propone implementar manuales de funciones para cada área, de esta forma la operatividad será más eficiente y eficaz.

El diseñar un manual de funciones para cada gerencia en el Parador D' Grecia ubicado en la vía Santo Domingo Quinindé km 8, junto al Rancho San Miguel – Ciudad de Santo Domingo de los Colorados es de vital importancia, razón por la cual este permite delimitar las funciones de cada persona, seguir un orden lógico en las actividades, enfatizar la responsabilidad en el cargo y potencializar el talento humano del negocio.

Manual de funciones Gerente General

	
MANUAL DE FUNCIONES	
Área: Administrativa	
Cargo: Gerente General	
Objetivo: Establecer políticas, estrategias para contribuir al buen desarrollo de los empleados orientados a la misión y visión del negocio.	
Responsabilidades: Dirigir la empresa Asegurar la calidad de los productos y servicios Velar por el buen manejo de los fondos del negocio Gestionar e implementar mejoras continuas	
Reporta a: No aplica	
Supervisa: A todo el personal	
Funciones: Ejecutar políticas empresariales en cada cargo del negocio Ejercer la representación legal de la empresa Proponer, fijar y controlar las políticas, misión, visión del negocio Tomar decisiones en cuanto a inversión y endeudamiento alineados a los objetivos de la empresa Realizar la compra de herramientas, y demás equipos necesarios para el desarrollo óptimo del negocio Supervisar el desempeño laboral de cada empleado de acuerdo a las actividades encomendadas Mantener una buena comunicación con todos los trabajadores del restaurante Capacitar mediante programas de capacitación a los trabajadores Incentivar a los trabajadores mediante diferentes técnicas de reconocimiento Tomar decisiones en base a los resultados financieros y administrativos del restaurante Satisfacer a los empleados en los ámbitos legales y profesionales	
Perfil Profesional: Profesional de tercer nivel en carreras administrativas, o a su vez propietario del negocio con experiencia en el manejo del mismo	
Competencias: Iniciativa, conocimiento financiero y administrativo, liderazgo, capacidad de análisis, planificación estratégica, gestión administrativa, procedimiento administrativo,	
Elaborado por:	Aprobado por:

Figura 09. Manual de funciones Gerente General

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: Investigación Propia

Manual de funciones Gerente Administrativo

	
MANUAL DE FUNCIONES	
Área: Administrativa	
Cargo: Gerente Administrativo	
Objetivo: Es el responsable ante el Gerente General de Coordinar y Controlar todas las actividades administrativas de la empresa mediante la planeación, dirección, organización y control.	
Responsabilidades: Supervisar diariamente que el encargado de cocina cuente con la lista de pedidos que se van a surtir en el día Proponer al director nuevas estrategias para el crecimiento de la empresa Supervisar diariamente el desempeño del personal a su cargo para el cumplimiento de las funciones encomendadas	
Reporta a: Gerente General	
Supervisa: jefe de cocina, meseros y bodeguero	
Funciones: Dirigir y supervisar mensualmente la administración del Parador. Supervisar las funciones administrativas, en el manejo de los Ingresos y Egresos en la ejecución presupuestaria y financiera. Ejecutar los procesos de toma de inventario de bienes del activo fijo, bienes no depreciables y de existencias física en almacén, supervisar su ejecución y la conciliación con contabilidad Proponer a la Alta Dirección las políticas de gestión administrativa, en materia de personal de logística a su cargo.	
Perfil Profesional: Profesional de tercer nivel en carreras administrativas	
Competencias: Es necesario que sea una persona responsable, con habilidades interpersonales, de liderazgo, comunicación y organización.	
Elaborado por:	Aprobado por:

Figura 10. Manual de funciones Gerente Administrativo

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: Investigación Propia

Manual de Funciones Jefe de Cocina

	
MANUAL DE FUNCIONES	
Área: Operativa	
Cargo: Jefe de Cocina	
Objetivo: Preparar la comida del establecimiento	
Responsabilidades: Preparar los alimentos tomando en cuenta todas las condiciones de asepsia Garantizar la buena presentación y sabor de los platos Asegurarse que los materiales y provisiones estén en buen estado Crear menú con el Gerente Administrativo	
Reporta a: Gerente Administrativo	
Supervisa: No Aplica	
Funciones: Crear menús con la asistencia del Gerente Administrativo Comprometer toda la gestión de la cocina. Entrenar a los aprendices. Supervisar y mantener la higiene de las áreas de preparación de alimentos. Crear menús con la asistencia del Gerente Administrativo	
Perfil Profesional: Estudios medios o superiores en gastronomía	
Competencias: eficiencia, eficacia, resistencia física, conocer normas de asepsia y calidad	
Elaborado por:	Aprobado por:

Figura 11. Manual de funciones Jefe de Cocina

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: Investigación Propia

Manual de Funciones Mesero

	
MANUAL DE FUNCIONES	
Área: Operativa	
Cargo: Mesero	
Objetivo: Lograr acercarse al cliente de la forma más cordial, siendo tolerante con la finalidad de lograr la satisfacción del mismo	
Responsabilidades: Ofrecer el servicio al cliente Tomar la orden o pedido del cliente Garantizar que la visita del cliente sea confortable	
Reporta a: Gerente Administrativo	
Supervisa: No Aplica	
Funciones: Tomar la orden y comunicar al cocinero con claridad y cerciorarse de ser escuchado para que el pedido salga en el menor tiempo posible Llevar los pedidos en el menor tiempo posible para asegurar que los alimentos se sirvan a la temperatura adecuada. Mantener el espacio donde se sirven los alimentos limpios Asegurar que en cada una de las mesas cuente con servilletas y utensilio de cocina, Coordinar la orden de salida del plato solicitado por el cliente Cerciorar que el cliente se sienta conforme con el servicio con esto se logra la satisfacción y fidelización. Mantener limpia las instalaciones del parador	
Perfil Profesional: Bachiller con experiencia mínima de 1 año en cargos similares	
Competencias: atención al cliente, correcta expresión verbal, conocimientos en ventas y buenas relaciones personales	
Elaborado por:	Aprobado por:

Figura 12. Manual de funciones del Mesero

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: Investigación Propia

Manual de Funciones Guardalmacén

	
MANUAL DE FUNCIONES	
Área: Operativa	
Cargo: Bodeguero	
Objetivo: Mantener el resguardo de los bienes materiales adquiridos por para ser utilizados en labores propias del parador.	
Responsabilidades: Mantener los registros de ingreso y salida de materiales, equipos, herramientas y otros, que permanecen en bodegas del Servicio, actualizados. Informar oportunamente a su jefatura directa, en caso de pérdidas de especies detectadas en el ejercicio de sus funciones.	
Reporta a: Gerente Administrativo	
Supervisa: No Aplica	
Funciones: Mantener al día los archivos de documentos que acreditan la existencia de materiales en bodega, tales como: resoluciones u órdenes de compras, copias de facturas, guías de despacho, etc. Mantener actualizadas, las tarjetas de control de existencias. Conservar aislados aquellos elementos combustibles e inflamables.	
Perfil Profesional: Bachiller con experiencia mínima de 1 año en cargos similares y capacitación en administración de bodegas.	
Competencias: Responsabilidad, trabajo en equipo, seguir procedimientos	
Elaborado por:	Aprobado por:

Figura 13. Manual de funciones del Guardalmacén

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: Investigación Propia

Manual de funciones Gerente Financiero

	
MANUAL DE FUNCIONES	
Área: Administrativo	
Cargo: Gerente Financiero	
Objetivo: El gerente financiero se ocupa de todo el proceso de administración financiera de la organización.	
Responsabilidades: Tomar una decisión correcta con respecto a la estructura financiera de la empresa (pasivo y capital). Asignación de sus recursos (activos).	
Reporta a: Gerente General	
Supervisa: Auxiliar contable	
Funciones: Asignar y control de los costes Evaluar la financiación Buscar de financiación Resolver de problemas Contribuir al desarrollo de la empresa Promover proyectos en los mercados alternativos	
Perfil Profesional: Poseer licenciatura o grado de contabilidad o equivalente	
Competencias: Ser estratega, agilidad mental, capacidad de comunicación y liderazgo, administración	
Elaborado por:	Aprobado por:

Figura 14. Manual de funciones del Gerente Financiero

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: Investigación Propia

Manual de funciones Auxiliar Contable

	
MANUAL DE FUNCIONES	
Área: Operativa	
Cargo: Auxiliar Contable	
Objetivo: Realizar el cobro del consumo de los clientes, llevando un orden consecutivo para facilitar la entrega de la cuenta al cliente en el momento que este lo solicite	
Responsabilidades: Supervisar y controlar los movimientos de caja Brindar una buena atención al cliente	
Reporta a: Gerente Financiero	
Supervisa: No Aplica	
Funciones: Realizar cobros por el consumo de los diferentes clientes y emitir facturas Realizar pagos de facturas a proveedores Entregar cuentas al final del día, separando los gastos y entregar el excedente de dinero que quede entre ingresos y gastos Controlar la caja	
Perfil Profesional: Administración, un año de experiencia en el cargo	
Competencias: capacidad numérica, agilidad mental, atención al cliente, administración	
Elaborado por:	Aprobado por:

Figura 15. Manual de funciones del Asesor Contable

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: Investigación Propia

Manual de funciones Gerente de Recursos Humanos

	
MANUAL DE FUNCIONES	
Área: Administrativa	
Cargo: Gerente de Recursos Humanos	
Objetivo: Administrar el personal de la empresa, gestionando procesos de selección, control y retiro de empleados y liderar programas de salud ocupacional, liquidación de nómina, velar por el cumplimiento de las funciones y ejecutar sanciones disciplinarias	
Responsabilidades: Los gerentes de recursos humanos tienen responsabilidades estratégicas y funcionales para todas las disciplinas de recursos humanos. El director de recursos humanos cuenta con la experiencia de un generalista de RH combinada con habilidades de negocios y habilidades de gestión en general	
Reporta a: Gerente General	
Supervisa: No Aplica	
Funciones: Seleccionar y formalización de los contratos que se suscriben con los trabajadores. Tramitar las nóminas y seguros sociales. Controlar los derechos y deberes de los trabajadores (permisos, vacaciones, movilidad, salud laboral, seguridad e higiene en el trabajo, etc.).	
Perfil Profesional: Administración o Recursos Humanos, o Relaciones Laborales, o afines	
Competencias: capacidad de planificación y organización, capacidad de análisis y solución de problemas	
Elaborado por:	Aprobado por:

Figura 16. Manual de funciones de Recursos Humanos

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: Investigación Propia

3.5.6. Estrategia y ciclo de vida del sector

Para Michael Porter los cambios en un sector tendrán importancia estratégica si afectan a la estructura del sector, es decir, a las interrelaciones de las cinco fuerzas.

El Parador D' Grecia, inició sus actividades con un mercado amplio donde las exigencias de la demanda han hecho que las instalaciones se amplíen, en el transcurso de los últimos cinco años se han incursionado restaurantes, pero no han entrado las grandes empresas, por tanto, no hay todavía economías de escala que actúen como barreras de entrada.

De modo que el negocio va creciendo hay que ir implementando nuevas estrategias para captar más clientes o fidelizar a los que ya están, sin confiarnos de la competencia, aunque esta no parezca ser fuerte. Para ello se aplicará dos estrategias para mejorar la atención al cliente y el mejoramiento de la infraestructura, todo esto con recursos propios del propietario.

Propuesta de Mejoramiento de atención al cliente

En base a la encuesta realizada a los diferentes clientes del Parador D' Grecia ubicado en la vía Santo Domingo Quinindé km 8, junto al Rancho San Miguel – Ciudad de Santo Domingo de los Colorados, en preguntas relacionadas a la atención al cliente y el servicio que se ofrece en el restaurante, el nivel de aceptación que se evidencia es de regular a bueno.

Brindar un servicio de excelencia es rentable y orienta a un futuro mejor para el negocio, al ofrecer un excelente servicio y realizar un trabajo en conjunto con los empleados el negocio crecerá, debido a que cuando el cliente encuentra lo que necesita responde de forma positiva no solo logrando su fidelidad sino además traerá consigo nuevos clientes, significando de esta manera más ventas, más ingresos, etc.

Por lo señalado es importante que se tomen medidas correctivas y se aplique un mejoramiento continuo, tomando en cuenta que el mejoramiento no tiene fin, si no este se va generando día a día con trabajo en equipo y compromiso de todos los empleados.

Para la mejora de servicio y atención al cliente del Parador D' Grecia ubicado en la vía Santo Domingo Quinindé km 8, junto al Rancho San Miguel – Ciudad de Santo Domingo, se lo realizara basado en los siguientes aspectos:

- Cultivar el liderazgo en el servicio
- Construir un sistema de información sobre calidad del servicio
- Estrategias del servicio por medio de la estructura organizacional.
- Estrategias de servicio por medio de la tecnología

Tabla 18. Mejoramiento de la atención al cliente

Parámetros para un mejor servicio	Problemas	Soluciones
Cultivar el liderazgo en el servicio	Trabajar de manera empírica No conocer nuevos desafíos en la administración de restaurantes	Cursos de capacitación y seminarios sobre administración de restaurantes y atención al cliente
Implementar un sistema de información sobre calidad de servicio	No existe un método para conocer quejas o sugerencia de los clientes No se toma en cuenta las opiniones del personal	Implementar un sistema de evaluación después del servicio y a su vez crear un buzón de sugerencias Reuniones diarias al final de la jornada con todos los trabajadores Implementar un buzón de sugerencia de los empleados
Estrategia de servicio por medio de la estructura organizacional	Falta Manual de Procesos Falta Manual de Funciones	Crear manual de procesos del restaurante Crear manual de funciones del restaurante
Estrategia de servicio por medio de la tecnología	No existe servicio de internet	Crear zona wifi en el restaurante
Estrategia de servicio por medio de los empleados	Falta de trabajo en equipo Falta de conocimiento de las normas de servicio e higiene Falta de imagen personal Falta de cortesía en la atención	Implementar un plan de capacitación para el personal

Elaborado por: Rudi Zambrano G.
Fuente: Investigación Propia

3.5.7. Mejoramiento de Infraestructura

Como es de conocimiento, de acuerdo al resultado de las encuestas, es de vital importancia realizar el mejoramiento de las instalaciones del Parador, por eso vamos a demostrar a continuación el estado actual del mismo.

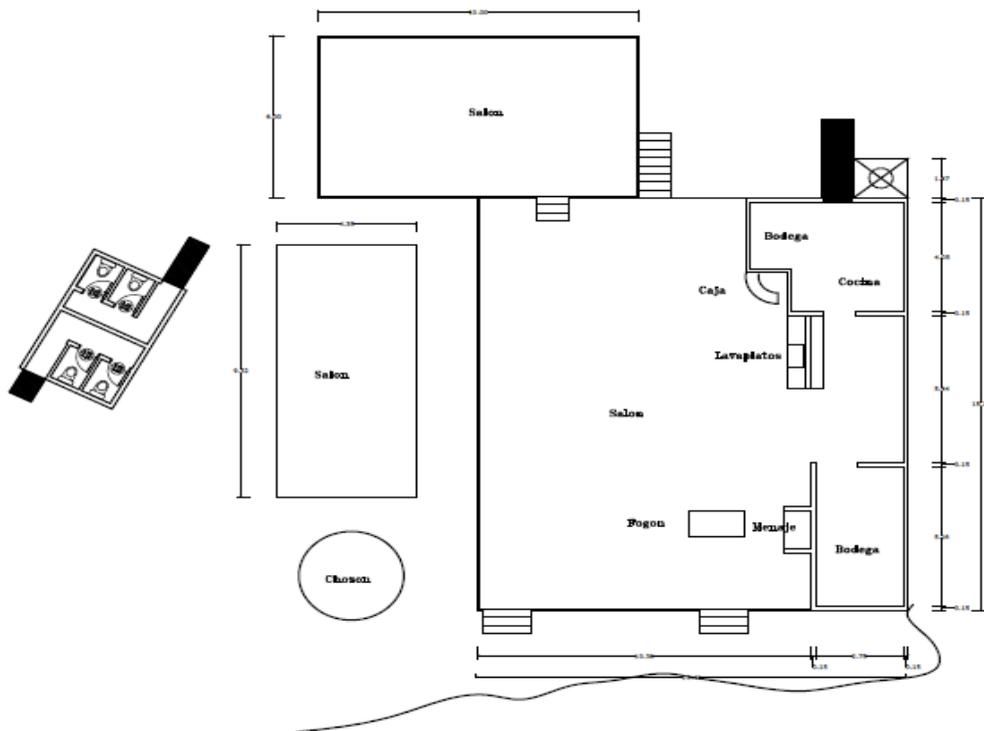


Figura 8: Estado actual de la Infraestructura del Parador D' Grecia

Elaborado por: Arq. Mario Romero Barberis

Una vez realizada las debidas correcciones, se presenta a continuación la remodelación del Parador D' Grecia, con el debido presupuesto del propietario.

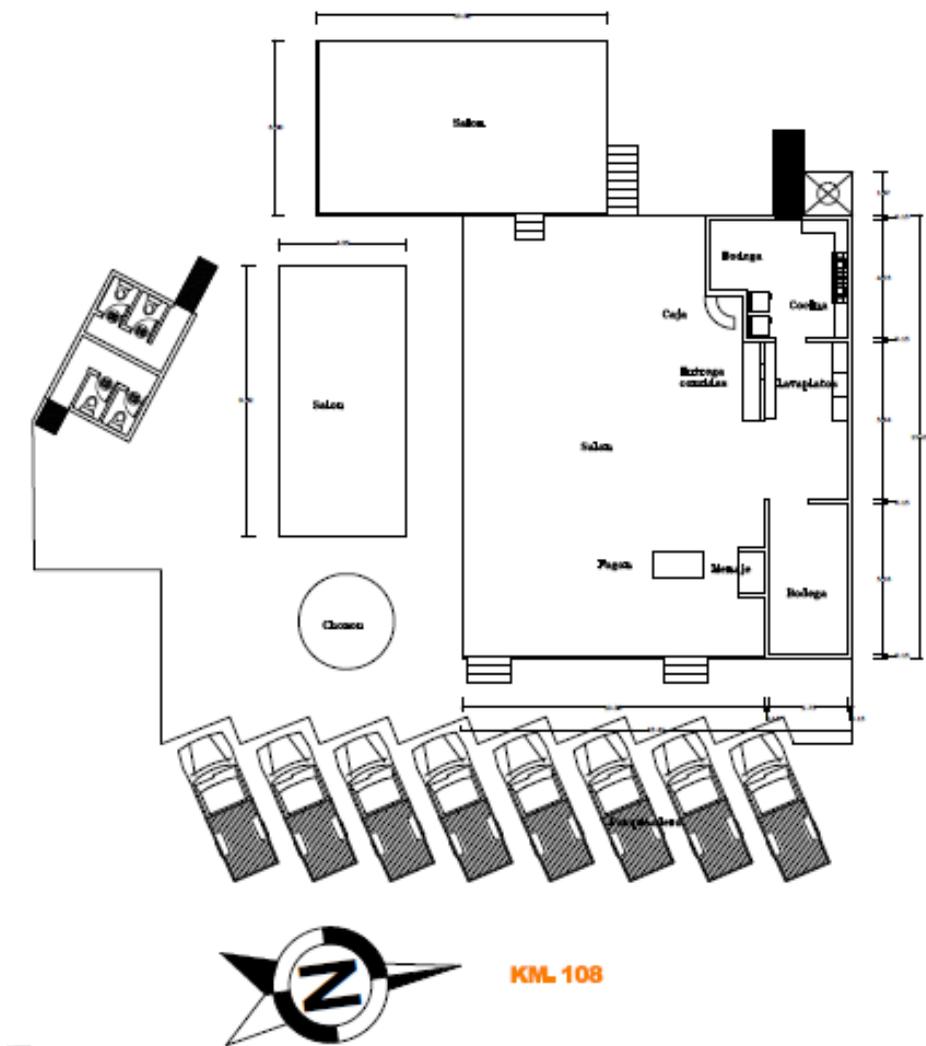


Figura 9: Propuesta de remodelación de la Infraestructura del Parador D' Grecia
 Elaborado por: Arq. Mario Romero Barberis

Figura 10: Presupuesto

PROYECTO REMODELACION PARADOR D" GRECIA. 					
CANTON: SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS PROVINCIA SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS					
GRECIA"		FECHA :	FEBRERO DEL 2019		
		REFERENCIA: PLANOS			
N°	RUBROS	U.	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Cemento Pórtland tipo 1	U	57.00	8.50	484.50
2	Arena incluido transporte	m3	8.00	25.00	200.00
3	Ripio incluido transporte	m3	8.00	25.00	200.00
4	Plastificante HE 161	Kg	12.00	5.09	61.08
5	Pintura- vertical-caucho de primera varios colores	galon	8.00	17.56	140.48
6	Muebles de madera de cocina	ml	8.00	130.00	1,040.00
7	Baldosa en piso (Graimam) .30 x.30	m2	358.00	9.60	3,436.80
8	Porcelana para empornamiento	kg	27.00	1.61	43.47
9	Cajetinnnes hexagonales	U	4.00	0.38	1.52
10	Cajetinnnes rectangulares	U	4.00	0.38	1.52
11	Caja termica de 6 puntos	U	1.00	59.00	59.00
12	Breaker de 20 amperios	U	2.00	1.50	3.00
13	Breaker de 30 amperios	U	3.00	1.50	4.50
14	Breaker de 50 amperios	U	1.00	1.50	1.50
15	Cable solido AWG N° 14	Rollo	4.00	46.00	184.00
16	Cable solido AWG N° 12	Rollo	6.00	48.00	288.00
17	Cable solido AWG N° 10	Rollo	1.00	59.00	59.00
18	Cable solido AWG N° 8	Rollo	1.00	65.00	65.00
19	Varilla Coperweld Ø 5/8	U	1.00	7.19	7.19
20	Interruptores simples marca veto	U	2.00	1.49	2.98
21	Interruptores dobles marca veto	U	2.00	1.49	2.98
22	Interruptores conmutados	U	4.00	1.49	5.96
23	Tomacorrientes dobles de cajetin polarizados	U	12.00	1.85	22.20
24	Tubos hidro 3 de 1/2	U	4.00	7.09	28.36
25	Llaves de paso de 1/2	U	2.00	4.48	8.96
26	Tees de 1/2 hidro 3	U	4.00	0.44	1.76
27	Codos de 1/2 hidro 3	U	5.00	0.32	1.60
28	Teflon	U	2.00	1.00	2.00
29	Permatex	Tubos	3.00	3.00	9.00
30	Tapones machos	U	5.00	0.18	0.90
31	Llaves angulares	U	2.00	5.20	10.40
32	Llaves angulares para inodoros	U	3.00	5.20	15.60
33	Manguera negra Ø 1/2	ml	150.00	0.27	40.50
34	Carbonato de calcio Tipo A	saco	3.00	10.41	31.23
35	Resina tpo resaflex	galon	5.00	13.25	66.25
36	Tubo PVC (3 metros).BALL.	U	8.00	12.72	101.76
37	Codo PVC 4"	U	10.00	2.76	27.60
38	Polipega	lt	2.00	12.08	24.16
39	Alambre galvanizado N° 18	Kg	5.00	2.10	10.50
40	inodoro savex blanco	U	3.00	70.33	210.99
41	Lavamanos	U	3.00	47.80	143.40
42	Accesorios de baño	U	3.00	17.59	52.77
43	Llave angular para inodoro	U	4.00	7.43	29.72
44	Sifón PVC 3 "	unidad	4.00	4.44	17.76
45	Universal de polipropileno Ø 1/2 "	unidad	2.00	1.16	2.32
46	Unión de polipropileno Ø 1/2 "	unidad	2.00	0.37	0.74
47	Sellante de polipropileno de 125 cc	unidad	5.00	6.73	33.65
48	Llave de paso de 1/2 "	unidad	1.00	2.00	2.00
49	Rejilla de aluminio plana concéntrica	unidad	4.00	1.58	6.32
50	Clavos de 2	Kg	12.00	2.10	25.20
51	Clavos de 2 1/2 "	Kg	12.00	2.10	25.20
				Subtotal	7,245.33
				IVA	869.44
				MANO DE OBRA	1,811.33
				VALOR TOTAL	9,926.10

3.5.8. Plan de Acción

Tabla 19. Plan de Acción

Estrategia.	Actividad.	Meta.	Tiempo.	Responsables.	Presupuesto.	Medios de verificación.
Fortalecer la calidad del servicio	Plan de Capacitaciones en el SECAP 30%	Personal altamente entrenado en sus funciones	46 horas cada seis meses	Gerente General	400,00	Certificados
Planificar presupuesto para insumos diarios	Definir presupuesto diario de compra de insumos	Contar con los insumos necesarios para la preparación de los alimentos	Mensual	Gerente General	2500	Financiero y manejo de Kárdex
Controlar y dar seguimiento a las actividades de los empleados	Realizar reuniones de control de personal 30%	Control de resultados diarios de las actividades del personal	Mensual	Gerente General		Registro de asistencia
Adquirir nuevos equipos de cocina	Implementar nuevos equipos y utensilios de cocina	Conservar alimentos y cumplir con las normas de calidad	Anual	Gerente General	3000	Congeladores estanterías y utensilios
Adquirir equipos de Protección	Dotar al personal de uniformes y equipos de protección	Velar por el bienestar y seguridad de cada uno de los empleados	Anual	Gerente General	1500	Financieros, uniformes diarios y equipos de protección
Diseñar un formato de control de actividades	Establecer cronograma de actividades diarias	Velar por el cumplimiento de las actividades que corresponda a cada área	Mensual	Gerente General		Registro diario y pizarra
Planificar capacitaciones al personal técnico de la empresa	Asistir a las capacitaciones dispuestas por la gerencia.	Actualizarse y mejorar el desempeño de sus actividades	Cada 6 meses	Gerente de Finanzas		Personal capaz de orientar bien a los clientes.
Realizar un cronograma de asignación de meseros	Limpieza permanente del parador	Proyectar buena imagen del negocio	Todos los días	Meseros		Imagen del negocio
Llevar un mayor control de los alimentos	Manejar inventario de alimentos	Contar con los ingredientes necesarios para la elaboración de los alimentos.	Mensual	Jefe de Cocina		Registro

Diseñar y ejecutar un modelo de infraestructura	Reconstrucción de las instalaciones del Parador	Mejorar la ambientación del restaurante.	Cada 5 años	Gerente General	9926.10	Planos y documentación debidamente aprobados por el Municipio
Implementar un sistema de seguridad	Instalación de Cámaras de seguridad	Velar por la seguridad de la empresa y clientes	Cada año	Gerente General	600,00	Contrato

Elaborado por: Rudi Zambrano G.

Fuente: Investigación Propia

Análisis:

Luego de realizar las diez acciones hemos tomado en consideración enfocarnos en:

Fortalecer la calidad del servicio. - Mediante un Plan de Capacitación mismo que involucre temas que involucren la participación activa de los clientes internos de la empresa ya sean operativos o técnicos, el presupuesto asignado es de \$ 400,00.

Planificar presupuesto para la adquisición de insumos y equipos de cocina. - Para mantener un control eficiente del gasto de insumos y de equipos que permanentemente se utilizan en la empresa, se destinará un monto de presupuesto.

Diseñar y ejecutar un modelo de infraestructura. - Para que pueda proyectar una mejor imagen de ambientación se debe realizar una reconstrucción de la infraestructura, todo esto con presupuesto asignado del propietario, quien cuenta con liquidez.

Adquisición de equipos de protección. - Dotar al personal uniforme y equipos de protección de acuerdo a la necesidad, con el fin de velar por la seguridad de cada uno de los empleados, el presupuesto al igual que las inversiones anteriores las realizará con recursos propios.

4. CONCLUSIONES

- De acuerdo a la fundamentación teórica y al diagnóstico realizado y conociendo la calidad del servicio, se concluye que el Parador D' Grecia ubicado en la vía Santo Domingo Quinindé km 8, junto al Rancho San Miguel – Ciudad de Santo Domingo cuenta con una deficiente atención al cliente impidiendo el logro de los objetivos propuestos en la empresa.
- La implementación de nuevas estrategias, en el servicio y operatividad es de suma importancia para tener un mejor control del trabajo y una mejor organización de procesos.
- La formalización de los procesos facilita tener una mejor visión de estos, permitiendo identificar las deficiencias que se presentan con la posibilidad de actuar con mejoras oportunamente.
- El Desarrollo de Planes de Acción, mediante las estrategias seleccionadas, que involucre a todos los empleados del negocio para que se sientan comprometidos y motivados al cumplimiento eficiente de sus funciones, logrando de esta manera mejorara los procesos de la organización con mayor énfasis en la atención al cliente.

5. RECOMENDACIONES

- Tomar en consideración los parámetros de insatisfacción de los clientes para tomar medidas correctivas dando siempre prioridad al cliente interno y externo y realizar evaluaciones constantes para mejorar y contrarrestar las falencias.
- Indicar la importancia de contar con un Plan Estratégico que debe ser estrechamente relacionado con las actividades y proceso de la empresa.
- Implementar el Plan Estratégico propuesto en base a cada uno de los parámetros establecidos, con la finalidad de garantizar la mejora continua, tanto en los procesos, atención al cliente y en el desarrollo de sus actividades para que el negocio pueda abordar sus objetivos y alcanzar su visión.
- Aplicar el plan de acción de una manera eficiente y eficaz para dar resultados en los diferentes ámbitos de la empresa, comprometiendo más al cliente interno.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Abella Poblet, E. (2006). *Manual del IVA* (Tercera ed.). Madrid, España: Wolters Kluwer España S.A.
- Asociación de Emprendedores y Empresarios Autónomos - AEA. (s.f.). *Los análisis DAFO y las respuestas CAME*. Recuperado el 3 de Noviembre de 2018, de aeautonomos: <http://www.aeautonomos.es/resources/Los+análisis+DAFO+y+las+respuestas+CAME.pdf>
- Bernal J. (15 de Febrero de 2017). QUE ES EL ANÁLISIS CAME. 34. Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de <https://www.pdcahome.com/8391/analisis-came/>
- Bernal Jimeno. (15 de Febrero de 2017). QUE ES EL ANÁLISIS CAME. Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de <https://www.pdcahome.com/8391/analisis-came/>
- Bonilla, E., & Rodriguez, P. (2005). *Más allá de los dilemas de los métodos: la investigación en ciencias sociales*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Brown, A. (1992). *Gestión de la atención al cliente*. Madrid, España: Díaz de Santos.
- Camacho Campos, C. L. (2014). *Componente de gestión administrativa: Programa de Diseño Industrial 2014*. Bogotá, Colombia: Universidad Jorge Tadeo Lozano.
- Chain, S. (2007). *Cadena de Suministro*. España.
- Cooper, L. y. (2000). *Gestión de la Cadena de suministro y Logísticas*. España.
- Fernández, L. (1991). Guayaquil.
- Food & Agriculture Org . (2007). *Fortalecimiento de los sistemas nacionales de control de los alimentos. Directrices para evaluar las necesidades de fortalecimiento de la capacidad*. Food & Agriculture Org.
- Gaibor, R. Z. (2018). La Justificación. Puerto Quito, Pichincha, Ecuador.
- Gómez Pinilla, E. F. (2013). *Diseño de estrategia competitiva como eje de crecimiento de AIDOC SOLUTION SAS*. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- Granda, M. (2012). *UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LOS ANDES*. Santo Domingo de los Colorados.
- Grecia, M. Z. (2018). Santo Domingo de los Colorados, Santo Domingo de los Tsáchila, Ecuador.
- L.D., A. (1997). *The Seven Principles of Supply Chain*.
- Lessard G. (2014). *Industria de los Restaurantes*. Guadalajara: Equinoccial.

- Marciniak, R. (s.f.). *Análisis del microentorno*. Recuperado el 4 de Diciembre de 2018, de Gestión empresarial: <https://renatamarciniak.wordpress.com/tag/analisis-macro-y-micro-entorno/>
- Martínez, Á. (Enero-Marzo de 2013). Desarrollo y definición de un modelo de gestión como paso previo para la innovación empresarial. *Calidad*, 42-43.
- Ministerio de Turismo. (2016). MINTUR.
- Moses, D. (2013). *Método Came*. México, México.
- Ongallo, C. (2007). *Manual de comunicación*. Madrid, España: Dykinson.
- Ramonet, J. (2013). *Análisis y diseño de procesos empresariales. teoría y práctica del modelado de procesos mediante Diagramas de flujo*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2018, de Jaume Ramonet: https://www.jramonet.com/sites/default/files/adjuntos/diagramas_flujo_jrf_v2013.pdf
- Silvia Pires, a. L. (2007). *Gestión de la cadena de suministros*. España: McGraw-Hill, España.
- Simisterra, G. (06 de 2016). Restaurant Sal y Pimienta. 74. Santo Domingo, Santo Domingo de los Colorados, Ecuador.
- Torres Valdivieso, S., & Mejía Villa, A. (Julio-diciembre de 2006). *Una visión contemporánea del concepto de administración: revisión del contexto colombiano*. Recuperado el 4 de Diciembre de 2018, de <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v19n32/v19n32a05.pdf>
- UDLA Juan Mateo Amores. (2017). Propuesta de mejora de calidad en el área de comercialización y ventas de Restaurante. 78,79.
- UDLA Marco Israel Reyes . (2017). Plan de mejora para la empresa restaurante costumbres argentinas en la Ciudad de Quito. *UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS*, 2, 13, 70.
- UNIANDES Maritza Maribel Granda. (2013). *Plan de Inversión para el Restaurant Sal y Pimienta*, 1-5.
- Zambrano, L. (02 de Julio de 2017). EXPRESO.COM. *RESTAURANTES Y HOTELES DECRECEN 11 TRIMESTRES*, págs. B18, B19.

7. ANEXOS

Anexo 1: La Encuesta



ESTIMADOS USUARIOS, MEDIANTE ESTE MEDIO SE REALIZARÁ UNA ENCUESTA DE SATISFACCIÓN A LOS CLIENTES DEL PARADOR D' GRECIA EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS, CON EL FIN DE OBTENER INFORMACIÓN Y REALIZAR LA PROPUESTA DE PLAN ESTRATÉGICO PARA BUSCAR MEJORAS EN EL FUTURO.

a) Califique su nivel de satisfacción de acuerdo con la siguiente escala de medición:

Pésimo =1 Malo =2 Regular =3 Bueno =4 Excelente =5

1.- ¿Cómo califica el servicio de atención al cliente que presta el Parador D' Grecia en la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados?

Pésimo	
Malo	
Regular	
Bueno	
Excelente	

2.- ¿Cómo califica al personal que se encuentra atendiendo?

Pésimo	
Malo	
Regular	
Bueno	
Excelente	

3.- ¿Qué calificación daría usted a la ambientación del lugar?

Pésimo	
Malo	
Regular	
Bueno	
Excelente	

4.- ¿El cobro de su servicio fue?

Pésimo	
Malo	
Regular	
Bueno	
Excelente	

b) **Conteste sí o no de acuerdo a su percepción y servicio que recibió:**

5.- **¿El mesero que le atendió? ¿Le otorgó las diferentes especialidades que ofrece el parador?**

Si	
No	

c) **Marcar con un visto**

6.- **¿Cuál sería el tiempo de espera de su servicio?**

- 3-5 minutos
- 5-7 minutos
- 7-9 minutos
- 9-11 minutos

7.- **A continuación, se presenta un listado de aspectos a mejorar en el parador D'' Grecia, los cuales debe ordenar del 1 al 7 (Siendo 1, la opción que usted considera más importante, 2 considerablemente importante, 3 medianamente importante, 4 regular, 5 menos importante, 6 poco importante, 7 no importante. Favor responder todas las opciones poniendo los números del 1 al 7)**

___ Música

___ Servilletas a la mano

___ Decoración

___ El Baño

___ Limpieza

___ Iluminación

d) **Preguntas abiertas**

8.- **¿Cree necesario usted que la atención al cliente en este parador debe mejorar?**

Si	
No	

Si respondió si, expliquen él porque

.....

.....
.....

9.- ¿Considera prudente el tiempo de realizar el cobro de su servicio?

Si	
No	

Si respondió no, expliquen él porque

.....
.....
.....
.....

10.- ¿Cree usted que el personal interno de la empresa requiere capacitación para mejorar su atención?

Si		
No		

Si respondió si, expliquen él porque

.....
.....
.....
.....

Anexo 2: La Entrevista



CUESTIONARIO DE ENTREVISTA

Esta entrevista va direccionada al cliente interno del Parador D' Grecia en la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados, con la finalidad de calificar la organización actual y buscar mejoras para el futuro.

Pregunta 1.- ¿Tiene clara sus tareas y responsabilidades asignadas?

.....
.....

2.- ¿Recibió información clara y oportuna sobre sus condiciones salariales?

.....
.....

3.- ¿Las condiciones de ruido, temperatura e iluminación le permiten desempeñar un trabajo con normalidad?

.....
.....

4.- ¿Dispone de materiales y equipos necesarios para realizar su trabajo?

.....
.....

5.- ¿Su espacio de trabajo es limpio, ordenado y seguro?

.....
.....

6.- ¿Mantiene una buena relación con sus compañeros?

.....
.....

7.- ¿Cuántos trabajadores laboran en la actualidad?

.....
.....

8.- ¿Los trabajadores reciben los beneficios de ley?

.....
.....

9.- ¿Recibe formación o capacitación para mejorar sus capacidades y habilidades?

.....
.....

10.- ¿Considera que el personal llega puntual a sus labores?

.....
.....

11.- ¿Su formación y conocimiento son necesarios para desempeñarse en su puesto de trabajo?

.....
.....

12.- ¿El horario de trabajo se cumple a cabalidad?

.....
.....

13.- ¿Cuáles son las principales falencias que tiene la empresa en este momento?

.....
.....

14.- ¿El trabajo lo realizan mediante alguna planificación o de manera improvisada?

.....
.....

15.- ¿En el área de cocina, existe personal profesional en la rama o solo personal con experiencia basado en la tradición costeña?

.....
.....

16.- ¿Cuáles son las especialidades del parador?

.....
.....

17.- Existe competencia fuerte de restaurantes en el sector, ¿cuál cree sería la fortaleza de aquellos?

.....
.....

18.- ¿Cuentan con todos los permisos habilitantes para el funcionamiento legal del parador?

.....
.....

19.-La participación familiar es importante en el funcionamiento del parador ¿en qué aspectos influye y cuáles serían los negativos del mismo?

.....
.....

20.- La persona que permanece en caja ¿Está capacitada para cierta función?

.....
.....

21.- ¿Se encuentran al día con las obligaciones en el servicio de rentas internas (SRI)?

.....
.....

22.- ¿Cree que implementar un Plan Estratégico, ayudará a la mejora de este negocio?

.....
.....

Anexo 3: Fotografías del Parador



Ilustración 1 Parador D' Grecia



Ilustración 2 Entrevista realizada



Ilustración 3 Lugar del servicio de alimentación



Ilustración 4 Patio de comidas.



Ilustración 5 Propietaria del Parador de D'Grecia



Ilustración 6 Área de caja