

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**



**“PLAN DE CAPACITACIÓN EN ATENCIÓN AL CLIENTE PARA  
FORTALECER EL DESEMPEÑO DE LOS TRABAJADORES DEL  
RESTAURANTE PEKÍN CITY, UBICADO EN LA CIUDAD DE SAN  
SALVADOR”.**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN ESPECIALIZACIÓN EN RECURSOS HUMANOS**

**PRESENTADO POR:**

Carolina Elizabeth Chacón Ventura	L10803
Brandon Isaac Mendoza Duran	L10802
Rina Esmeralda Villatoro Villalta	L10803

**ABRIL 2023**

**SAN SALVADOR**

**EL SALVADOR**

**CENTROAMÉRICA**

# **UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

## **AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**Rector:** Msc. Roger Armando Arias Alvarado

**Vicerrector Académico:** PhD. Raúl Ernesto Azcúnaga López

**Secretario General:** Ing. Francisco Antonio Alarcón Sandoval

## **AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**Decano:** Msc. Nixon Rogelio Hernández Vásquez

**Secretaria:** Lcda. Vilma Marisol Mejía Trujillo

**Coordinador General de Procesos de Graduación:** Lic. Mauricio Ernesto Magaña Menéndez

## **TRIBUNAL EVALUADOR**

Lcda. Marseilles Ruthenia Aquino Arias.

Lic. David Mauricio Lima Jaco.

Lic. Alfonso López Ortiz (Docente Asesor).

**ABRIL 2023**

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

## **AGRADECIMIENTOS.**

En primer lugar le agradezco a Dios por llenarme de bendiciones, así como la oportunidad de culminar la carrera universitaria, a todas las personas que me ayudaron a llegar hasta este punto, en especial a mis padres, y docentes que a lo largo de la carrera fueron una guía y preparación con sus conocimientos y experiencia, también a las personas que nos apoyaron a realizar la especialización en recursos humanos a la licenciada Marseilles Aquino, a nuestro asesor el licenciado Alfonso Ortiz por toda su orientación, y al equipo de trabajo.

**Carolina Elizabeth Chacón Ventura**

Primeramente agradezco a Dios por brindarme salud, sabiduría y fortaleza para que fuera posible alcanzar este triunfo; a pesar de muchos obstáculos a lo largo de mi formación; agradezco a mi madre Milagro Villalta por estar ahí siempre con su apoyo y amor incondicional; a mi hermana Yanira por ser mi ayuda mi apoyo y sobre todo porque ambas pudimos lograr el triunfo de culminar nuestras licenciaturas; mis bebes Matías y Sofía ellos mi mayor motivación cada día; a mis compañeros de grupo; a cada uno de los docentes a nuestro ASESOR Licenciado Alfonso López Ortiz por el tiempo, y los conocimientos compartidos; Y a las autoridades y empleados del restaurante donde se realizó el trabajo de investigación por la disponibilidad y colaboración a todos ¡¡¡muchas gracias!!!

**Rina Esmeralda Villatoro Villalta**

Primeramente, doy gracias a Dios por la vida que me ha dado para culminar esta carrera, a mis padres que me apoyaron a cumplir este sueño y a los pocos docentes que me compartieron sus conocimientos con tanta pasión y sus buenos consejos a lo largo de mi carrera. Doy gracias a Dios nuevamente por darme a mi familia y haberme puesto en esta hermosa Universidad este es uno de muchos logros que quedan por cumplir en esta vida.

**Brandon Isaac Mendoza Duran**

## ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	i
INTRODUCCIÓN.....	iv
CAPÍTULO I.....	1
GENERALIDADES DE LA CAPACITACIÓN EN ATENCIÓN AL CLIENTE PARA FORTALECER EL DESEMPEÑO DE LOS TRABAJADORES DEL RESTAURANTE PEKÍN CITY.....	1
A. MARCO TEÓRICO .....	1
1. ANTECEDENTES DE LOS RESTAURANTES .....	1
B. ANTECEDENTES DE LOS RESTAURANTES EN EL SALVADOR.....	2
C. ANTECEDENTES DEL RESTAURANTE PEKÍN CITY .....	4
1. ANTECEDENTES DEL RESTAURANTE.....	4
2. MISIÓN.....	4
3. VISIÓN.....	5
4. ASPECTOS GENERALES .....	5
5. PRODUCTOS QUE OFRECE .....	5
6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA .....	7
7. MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL .....	11
D. GENERALIDADES DE PLAN DE CAPACITACIÓN EN SERVICIO AL CLIENTE	15
1. PLAN.....	15
2. CAPACITACIÓN .....	16
a) Antecedentes Históricos de la Capacitación. ....	16
b) Definición de Capacitación.....	16
c) Objetivos de la Capacitación.....	17
d) Tipos de Capacitación.....	17
e) Beneficios de la Capacitación.....	19
f) Técnicas para Determinar las Necesidades de Capacitación del Personal.....	20
3. PLAN DE CAPACITACIÓN .....	21
a) Objetivos del Plan de Capacitación. ....	21
b) Importancia. ....	22
4. PROCESO DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN .....	23
a) Diagnóstico y Necesidades de Capacitación.....	23

b) Programación.....	26
c) Ejecución y Desarrollo.....	27
d) Evaluación y Seguimiento.....	29
5. EL SERVICIO.....	30
a) Características de los Servicios.....	31
6. CLIENTE.....	31
a) Tipos de Clientes.....	32
7. EL SERVICIO AL CLIENTE.....	33
a) Factores Determinantes de la Calidad del Servicio.....	34
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>36</b>
<b>DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE PARTE DE LOS TRABAJADORES DEL RESTAURANTE PEKÍN CITY, UBICADO EN LA CIUDAD DE SAN SALVADOR.....</b>	<b>36</b>
<b>A. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>36</b>
<b>B. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>36</b>
1. OBJETIVO GENERAL.....	36
2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	37
<b>C. DISEÑO METODOLÓGICO.....</b>	<b>37</b>
1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	37
a) Técnica.....	37
b) Instrumentos.....	38
2. ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN.....	38
3. OBJETO DE ESTUDIO.....	38
4. UNIDAD DE ANÁLISIS.....	39
5. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y LA MUESTRA.....	39
a) Universo.....	39
b) Muestra.....	39
6. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	40
a) Procesamiento de la Información.....	40
b) Tabulación de la Información.....	40
c) Análisis e Interpretación de la Información.....	41
<b>D. DESCRIPCIÓN DEL DIAGNÓSTICO.....</b>	<b>41</b>

<b>1. SITUACIÓN ACTUAL DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE POR PARTE DE LOS EMPLEADOS DEL RESTAURANTE PEKÍN CITY</b> .....	41
<b>a. Información General:</b> .....	41
<b>b. Años Laborando en el Puesto Actual:</b> .....	42
<b>c. Inconformidad de los Clientes con la Atención Brindada de Parte de los Empleados:</b>	42
<b>d. Evaluación de la Eficacia, Eficiencia y Satisfacción de la Atención al Cliente:</b> .....	43
<b>e. Proceso de Capacitación:</b> .....	44
<b>f. Plan de Capacitación en Atención al Cliente:</b> .....	44
<b>g. Agilidad en el Servicio:</b> .....	45
<b>h. Compromiso de los Empleados en Mejorar la Atención al Cliente:</b> .....	45
<b>i. Mecanismos de Atención de Quejas y Reclamos:</b> .....	45
<b>2. SITUACIÓN ACTUAL DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LOS COMENSALES DEL RESTAURANTE PEKÍN CITY</b> .....	46
<b>a. Información General:</b> .....	46
<b>b. Satisfacción de la Calidad en el Servicio y Atención al Cliente:</b> .....	46
<b>c. Capacitación en Atención al Cliente a los Empleados:</b> .....	48
<b>E. ALCANCES Y LIMITACIONES</b> .....	<b>48</b>
<b>1. ALCANCES</b> .....	48
<b>2. LIMITACIONES</b> .....	49
<b>F. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	<b>49</b>
<b>1. CONCLUSIONES</b> .....	49
<b>2. RECOMENDACIONES</b> .....	50
<b>CAPÍTULO III</b> .....	<b>51</b>
<b>PROPUESTA DE PLAN DE CAPACITACIÓN EN ATENCIÓN AL CLIENTE PARA FORTALECER EL DESEMPEÑO DE LOS TRABAJADORES DEL RESTAURANTE PEKÍN CITY, UBICADO EN LA CIUDAD DE SAN SALVADOR.</b> .....	<b>51</b>
<b>A. IMPORTANCIA DE LA PROPUESTA</b> .....	51
<b>B. CONTENIDO DEL PLAN DE CAPACITACIÓN.</b> .....	52
<b>1. GENERALIDADES DEL PLAN DE CAPACITACIÓN.</b> .....	52
<b>C. OBJETIVOS.</b> .....	53
<b>1. OBJETIVO GENERAL</b> .....	53
<b>2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> .....	53
<b>D. POLÍTICAS DEL PLAN DE CAPACITACIÓN.</b> .....	54

<b>E. PERFIL DEL FACILITADOR DE LA CAPACITACIÓN.....</b>	<b>55</b>
1. REQUISITOS.....	55
2. ACTIVIDADES.....	56
<b>F. DESCRIPCIÓN DE LA CAPACITACIÓN.....</b>	<b>56</b>
1. MÓDULO I: SERVICIO AL CLIENTE.....	57
2. MÓDULO II: HABILIDADES Y DESTREZAS.....	59
3. MÓDULO III: SATISFACCIÓN AL CLIENTE.....	61
<b>G. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN</b>	
1. RECURSOS NECESARIOS.....	63
2. PRESUPUESTO DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN.....	66
3. REFRIGERIO DE LOS EMPLEADOS Y CAPACITADORES.....	66
4. COSTO POR MÓDULOS.....	67
5. PRESUPUESTO TOTAL DEL PLAN DE CAPACITACIÓN.....	68
6. CRONOGRAMA DEL PLAN DE CAPACITACIÓN.....	69
<b>H. EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO</b>	
1. PROCESO DE EVALUACIÓN.....	70
2. SEGUIMIENTO.....	71
<b>I. ORGANIGRAMA.....</b>	<b>72</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>73</b>
A. LIBROS.....	73
B. LEYES .....	74
C. WEBSITES VISITADOS Y ACCESADOS .....	75
<b>ANEXOS.....</b>	<b>76</b>

## ÍNDICE DE ANEXOS.

<b>ANEXO 1:</b>	Instrumentos de Recolección de Información.
<b>ANEXO 2:</b>	Tabulación e Interpretación del Cuestionario Dirigido a los Empleados del Restaurante Pekín City.
<b>ANEXO 3:</b>	Tabulación e Interpretación del Cuestionario Dirigido a los Clientes del Restaurante Pekín City.
<b>ANEXO 4:</b>	Entrevista al Supervisor del Restaurante.
<b>ANEXO 5:</b>	Acreditación del Capacitador.
<b>ANEXO 6:</b>	Oferta Técnica Económica del Plan de Capacitación.
<b>ANEXO 7:</b>	Fotografías del Restaurante Pekín City.

## ÍNDICE DE CUADROS.

Cuadro No. 1: Leyes e Instituciones.....	12
Cuadro No. 2: Requisitos para Perfil del Capacitador.....	55
Cuadro No. 3: Contenido del Módulo I.....	58
Cuadro No. 4: Contenido del Módulo II.....	60
Cuadro No. 5: Contenido del Módulo III.....	62

## ÍNDICE DE FIGURAS.

Figura No. 1: Menú del Restaurante.....	6
Figura No. 2 Propuesta del Organigrama Pekín City.....	72

## ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla No. 1: Presupuesto del Programa de Capacitación.....	66
Tabla No. 2: Costo de Refrigerio para Empleados y Capacitador.....	66
Tabla No. 3: Costo de Contratación por Módulo.....	67
Tabla No. 4: Presupuesto Total del Plan de Capacitación.....	68
Tabla No. 5: Cronograma de Actividades.....	69

## RESUMEN EJECUTIVO

Pekín City es un restaurante que ofrece a sus comensales deliciosos platillos con el característico sabor de la comida china, está ubicado en la Avenida las magnolias #170 colonia San Benito, de la Ciudad de San Salvador, por lo que se convierte en un lugar muy visitado por el público por la accesibilidad de su ubicación.

La atención al cliente brindado por los empleados del restaurante presenta una serie de deficiencias, así mismo la clientela manifiesta sus quejas, perjudicando la imagen del restaurante.

Motivos por los cuales dieron origen al objetivo de la realización del presente trabajo de investigación el cual es elaborar un plan de capacitación en atención al cliente para fortalecer el desempeño de los trabajadores del Restaurante Pekín City, con el fin de mejorar el servicio que se le brinda al público.

Para realizar la investigación de campo se aplicó fuentes de información primaria como lo es una guía de entrevista dirigida al supervisor y los cuestionarios dirigidos a los clientes y empleados del restaurante, así como fuentes secundarias por medio de consultas bibliográficas en libros de textos, sitios web que sirvieron de apoyo para recopilar información.

El objeto de estudio de la investigación estuvo conformado por tres universos el primero conformado el supervisor del restaurante, el segundo por los clientes que visitan el Restaurante Pekín City y el tercer universo lo constituyó los empleados del restaurante

Después de la investigación y recolección de datos se procede a la tabulación, análisis e interpretación de los mismo; lo cual permitió la elaboración del diagnóstico de la situación actual del restaurante que sirvió de base para concluir y recomendar los aspectos más relevantes de la investigación, como lo es la propuesta del plan de capacitación, donde se

diseñó las estructuras de los temas de la capacitación que ayuden a fortalecer el desempeño de los empleados.

Finalmente se describen las conclusiones y recomendaciones para que el gerente del restaurante pueda ayudar a sus empleados fortalecer la atención a los clientes.

**Conclusiones:**

1. El restaurante Pekín City no cuenta con planes de capacitación para mejorar la atención al cliente.
2. Es necesaria la capacitación para mejorar la calidad de los servicios y el desempeño de los trabajadores con lo que se incrementaría la satisfacción de sus visitantes.
3. Se identificó mediante los instrumentos para recopilar información la opinión de los clientes sobre el servicio que brindan los empleados del restaurante Pekín City teniendo como resultado un servicio regular generando quejas y reclamos por parte de los clientes.

**Recomendaciones:**

1. Diseñar e implementar un plan de capacitación en atención al cliente que mejore el desempeño de los trabajadores y de esta forma brinden un excelente servicio a la clientela.
2. Mejorar la atención al cliente a través de la capacitación a los trabajadores y el manejo de estándares de atención, que tendrá incidencia en el incremento de la clientela y en la imagen del restaurante.
3. Mejorar el seguimiento de las quejas y reclamos realizados por los clientes del restaurante y darles solución para satisfacer las necesidades y demandas de los clientes y así mejorar la imagen del restaurante.

## INTRODUCCIÓN.

A lo largo de la historia los restaurantes han evolucionado los métodos de elaboración de comida, así como la atención que le brindan a los clientes a medida que las necesidades de los mismos aumentan y la exigencia se vuelve mayor para quien ofrece su servicio para lo cual los dueños de este tipo de negocio van buscando que sus trabajadores tengan un buen desempeño en la atención al cliente, ya que son la primera impresión que recibe un comensal al momento de entrar a un restaurante.

Es por ello que este trabajo de investigación se ha llevado a cabo el tema de “plan de capacitación en atención al cliente para fortalecer el desempeño de los trabajadores del Restaurante Pekín City, ubicado en la ciudad de San Salvador”. El presente trabajo de graduación se divide en tres capítulos para lograr una mejor ejecución y comprensión del mismo.

Un Capítulo I que contiene antecedentes de los restaurantes, así como las generalidades del Restaurante Pekín City, la misión, visión, estructura organizativa, el tipo de producto que ofrecen, además de la información teórica técnica que se utilizó para el análisis de la situación actual, así como información sobre el funcionamiento del restaurante y la atención al cliente, un plan de capacitación; antecedentes, definiciones y la aplicabilidad, también se estableció el marco legal e institucional que regula a los restaurantes y leyes relacionadas aplicables.

En el Capítulo II trata sobre el diagnóstico de la situación actual del restaurante y la presentación de los resultados del estudio de campo realizado en el cual se expuso la metodología e instrumentos utilizados en la investigación en donde se obtuvo información fiable sobre la situación actual de la atención al cliente que se brinda en el restaurante. Además, se presentan los resultados de las encuestas realizadas en este proceso de investigación, así como las conclusiones y recomendaciones.

Para terminar, el Capítulo III se encuentra la propuesta de un plan de capacitación en atención al cliente enfocado en los trabajadores del Restaurante Pekín City, iniciando con la

importancia del mismo, seguido del contenido del plan de capacitación el cual está formado por las generalidades, políticas del plan, un perfil del facilitador, dentro de la ejecución se encuentra la propuesta del plan para el cual se ha definido el contenido de los tres módulos a desarrollar por parte del capacitador, se elaboró un programa de implementación que contiene los recursos humanos, materiales y financieros este último se encuentra plasmado en el presupuesto. Finalizando con la implementación de controles y seguimiento del plan de capacitación.

Finalmente se presenta la propuesta de un plan de capacitación para dar cumplimiento al objetivo de este trabajo de investigación el cual contiene las necesidades para llevar a cabo el plan de capacitación, costos de implementación, control y su seguimiento.

## **CAPÍTULO I**

### **GENERALIDADES DE LA CAPACITACIÓN EN ATENCIÓN AL CLIENTE PARA FORTALECER EL DESEMPEÑO DE LOS TRABAJADORES DEL RESTAURANTE PEKÍN CITY.**

#### **A. MARCO TEÓRICO**

##### **1. ANTECEDENTES DE LOS RESTAURANTES**

El término Restaurante es de origen francés, y fue utilizado por primera vez en París, al designar con este nombre un establecimiento fundado alrededor de 1765, en el que se servían bebidas y comidas, pero como algo distinto a las posadas, tabernas y casas de comida. Su éxito fue inmediato y numerosos restaurantes fueron abiertos. Eran atendidos por camareros y mayordomos que habían abandonado sus empleos. Después de la revolución francesa en 1789, la aristocracia arruinada, no pudo mantener su numerosa servidumbre, y muchos sirvientes desocupados fundaron o se incorporaron a éste nuevo tipo de casa de comidas que surgía en gran número.

En otros países, el restaurante, tal como lo conocemos hoy, data de las últimas décadas del siglo XIX, cuando pequeños establecimientos, con este nombre comenzaron a competir con los hoteles ofreciendo abundantes comidas, elegantemente servidas y a precio razonables. En Londres el primer restaurante se abrió en 1873. En España y otros países de habla Castellana, también comenzó a propagarse el nombre de Restaurante, como un tipo de establecimiento que se dedicaba en especial a servir comidas. Hoy la palabra Fonda designa a un restaurante, generalmente muy modesto.

Las tabernas llegaron al continente americano con los colonizadores. El primer restaurante de Estados Unidos se llamó Delmonico's, siendo ubicado en la ciudad de Nueva York. Este establecimiento servía comidas y bebidas y, además poseía una cajera, fue el primero de una cadena de doce establecimientos Delmonico's.

“Entre 1880 y 1890, Fred Harvey y John R. Thompson fueron los primeros en establecer las grandes cadenas de restaurantes para dar respuesta a la demanda de los numerosos restaurantes, en las grandes ciudades se vieron en la obligación de crear escuelas especiales donde se impartía una enseñanza profesional para preparar personal práctico en las distintas tareas de estos establecimientos, desde personal subalterno, como: cocineros, camareros, empleados de escritorio, etc., hasta personal superior como Maîtres, Chefs y Gerentes”.<sup>1</sup>

## **B. ANTECEDENTES DE LOS RESTAURANTES EN EL SALVADOR**

En El Salvador al igual que en el resto de países del mundo, el servicio de restaurantes aparece para satisfacer la necesidad de las personas de ingerir alimentos fuera de casa. Antes de la década de los 70 el servicio de restaurante que se ofrecía a la población se limitaba a puestos de comida instalados en puntos estratégicos de la ciudad, en los cuales la afluencia de persona era alta y constante.

En la década de los 70 inicia los primeros establecimientos como restaurantes. En 1972 comienza a operar Pizza Boom como pioneros en la especialidad de comida italiana especialmente pizzas en el mismo año aparece en el mercado salvadoreño Mc Donald’s siendo el primer restaurante de hamburguesas en el país esta franquicia ha sido pionera en el negocio de las hamburguesas a nivel mundial, un año más tarde ingresa la marca Pollo Campero; esta franquicia cuenta con más de cuarenta sucursales en El Salvador en el año 1974 comienza a operar Toto’s Pizza haciéndole competencia a Pizza Boom quien tenía ya dos años de operar, Toto’s Pizza permaneció varios años como líder hasta llegar a decaer en el mercado por dificultades administrativas en la actualidad cuenta con un solo establecimiento.

Once años más tardes en 1985 abre sus puertas el restaurante Paradise bajo la administración de Grupo Rovira. Paradise se convierte en una franquicia 100% salvadoreña, sus años de

---

<sup>1</sup><http://www.monografias.com/trabajos63/origen-servicio-alimentos-bebidas/origen-servicio-alimentos-bebidas2.shtml#ixzz3eEDbu3Pr> Monografias.com visitado el 15/07/2022 a las 7:00 pm

experiencia en platillos de cortes importados lo han convertido en unos del restaurante más elegante de El Salvador. En 1987 abre por primera vez en nuestro país la cadena de restaurante Pizza Hut y esta cuenta con 17 sucursales, más de 9 servicios Delivery y 12 servicio en plazas, esta franquicia en nuestro país está bajo la administración del Grupo Rovira, quienes cuentan con una amplia experiencia en los negocios de restaurante. Actualmente el grupo cuenta con negocios franquiciados como Wendy's, Tony Roma's, Kentucky Fried Chicken y por supuesto con Pizza Hut.

En la década de los 90 en el año 1990 se incorpora el restaurante salvadoreño Dallas, en la zona rosa bajo la administración del empresario Lisandro Pohl quien incorporaba en el servicio de restaurante con especialidad de carnes, el servicio de bar llamado fridais y a los pocos años bajo su misma cadena el restaurante Puerto Escondido con especialidad en mariscos. En 1992 abre sus puertas la franquicia Burger king posicionándose como uno de los grandes competidores del sector de comida rápida a nivel nacional. En 1996 inicia operaciones la franquicia de restaurante los Cebollines bajo la razón social Restaurante y Servicios S.A. de C.V., para el año 2001 esta empresa contaba con dos sucursales y un año después apertura en el Bulevar los Próceres siendo este en la actualidad uno de los restaurantes más exclusivos.

En 1997 don Roberto Cuadra Mora y su esposa fundan el primer restaurante de comida peruana llamado Café-Café, este restaurante apuesta su calidad a ingrediente como marisco y otros toques fundamentales para sus recetas importadas desde el Perú. Este mismo año se constituye la sociedad Servamatik, S.A. de C.V., para manejar la franquicia de Mc Donald's. En 1998 nace una propuesta de comida que utiliza ingredientes nacionales como loroco y los chufles en un escenario gourmet llamado A Lo Nuestro.

En 1999 se apertura 2 nuevos establecimientos de Mc Donald's en Metro Centro, Santa Ana y Bulevar los Próceres. Este mismo año el fundador de los restaurantes Dallas, Puerto Escondido y Ok Maguey don Lisandro Polh abre sus puertas en la zona rosa con el restaurante los Rinconcitos con un estilo de bar restaurante el cual en la actualidad es uno de los lugares predilecto de la zona.

En el año 2000 con la apertura de establecimientos de Mc Donald´s en el supermercado Híper Paiz, luego en el año 2003 surge una opción en comida italiana en la colonia San Benito el restaurante IL Vongustaio fundado por Roberto Sartoro. Ese mismo año abre su segunda sucursal la franquicia Tony Roma´s esta vez en el centro comercial Metro Centro.

“En el 2005 la franquicia Tony Roma´s se sigue expandiendo y abre su nueva sucursal en el centro comercial Multiplaza. Desde el año 2006 en adelante no se encuentra registro de las fechas en los que fueron fundados los de más establecimientos que posiblemente sigan trabajando hasta la fecha”.<sup>2</sup>

## **C. ANTECEDENTES DEL RESTAURANTE PEKÍN CITY**

### **1. ANTECEDENTES DEL RESTAURANTE**

El restaurante Pekín City inicia sus operaciones en noviembre del año 2013, con el propósito de abrir otro restaurante en una zona de prestigio de la ciudad de San Salvador con la finalidad de ofrecer platillos deliciosos con el sabor característico del continente asiático en un entorno agradable.

Una pareja de esposos de origen chino invirtió en la creación e inauguración del primer restaurante en el año 2007 situado en la colonia Miramonte de la ciudad de San Salvador con el nombre Beijing City, lo que fué tan exitoso que dio inicio a la creación de un nuevo restaurante en la colonia San Benito, lo que hoy en día es el restaurante Pekín City.

Siendo un restaurante que brinda platillos de la gastronomía china, con un ambiente oriental, ubicado en AV. Las Magnolias, Colonia San Benito #170, San Salvador.

### **2. MISIÓN**

---

<sup>2</sup> <https://fi8gueros.blogspot.com/2019/05/resena-historica-sobre-los-restaurantes.html>

Pekín City es un restaurante que abre sus puertas para dar conocer la auténtica y tradicional gastronomía china, utilizando para la elaboración de la misma ingredientes de calidad y frescura, cuidando cada detalle en su elaboración, por lo cual contamos con un personal integrado y comprometido, logrando recomendar a nuestros clientes los platos más exquisitos para satisfacer los gustos de nuestros comensales.

### **3. VISIÓN**

Consolidarnos en el mercado salvadoreño como líderes en la gastronomía china, obteniendo la preferencia de los clientes por la calidad, atención y precios accesibles. Trabajando como equipo, siempre motivados en la búsqueda del mejoramiento continuo para seguir satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes.

### **4. ASPECTOS GENERALES**

El restaurante Pekín City cuenta con 15 empleados laborando en la actualidad. Su horario de atención es de lunes a domingo de 11:00am a 9:00pm.

### **5. PRODUCTOS QUE OFRECE**

El restaurante Pekín City deleita a sus clientes con platillos exquisitos propios de China, preparados con los más experimentados y habilidosos chef chinos. La variedad de su menú hace una propuesta exquisita y fresca al paladar salvadoreño creando una sensación auténtica de probar pura comida china.

Entre sus especialidades se encuentran las siguientes:

**Entradas:** Wantán de pollo y camarón, tacos chinos, pastelitos y fritos, galletas de cebollín, Shumal al vapor, Sopas de tofu con vegetales, mein agripicante, mariscos mixtos, pollo con champiñones, crema de maíz con pollo.

**Plato Fuerte:** Camarón grande al ajillo con salsa pekín, pescado al vapor en salsa de ostra, filete de pescado con jengibre y cebollín, filete estilo cumpao picante, pato rostizado estilo beijing, estilo kung picante y en salsa de naranja, lomo de cerdo con semillas de marañón, costillas de cerdo al ajillo, mapo tofu picante, cumpao picante, arroz frito con camarón, con mariscos mixtos, cantones, con cerdo y pollo.

**Bebidas:** Té de Jamaica, limón y chía, frozen de frutas y limonada con soda.

**Figura No. 1: Menú del Restaurante**

**MENU**  
CHINESE FOOD

**Pekin City**  
RESTAURANTE CHINO

DELIVERY

(503) 2130-9288  
(503) 2236-1482  
Av. Las Magnolias, Col. San Benito  
#170, San Salvador, El Salvador,  
atrás del Hotel Princess  
PekinCityRestaurant

**ENTRADAS/APPETIZER**

1. Wantán Frito de Pollo  
Chicken Fried Wonton \$2.75
2. Wantán Frito de Camarón  
Shrimps Wonton \$3.50
3. Pastelillos fritos de camarón  
Fried Shrimps dumpling \$4.50
4. Tacos chinos Vegetarianos  
Vegetarian Spring Roll \$3.80
5. Costilla de Cerdo al ajillo  
Spare ribs with Garlic \$5.00
6. Galletas de camarón y cebollín  
Fried Shrimps with spring onion cookies \$4.00
7. Entradas mixtas, fritos, wantán,  
pastelillos de camarón  
Mixed appetizer special with spring  
roll fried shrimps wonton \$12.00
8. Shumai Pastelillos al vapor  
Steamed Shumai  
(pork Dumplings Shaomai) \$4.50

**SOPAS/SOUPS**

9. Sopa de Wantán de Pollo  
Wonton Chicken Soup \$4.00
10. Sopa de Wantán con camarón  
Wonton Shrimp Soup \$4.50
11. Sopa de Pollo con champiñones  
Chicken Soup w/ champignons \$4.00
12. Sopa de Crema de maíz con Pollo  
Cream corn soup w/ chicken \$4.00
13. Sopa Agripicante (picante)  
Hot and sour soup (spicy Hot) \$4.00
14. Sopa de Mariscos mixtos  
Mixed seafood Soup \$4.75
15. Sopa de Tofu con vegetales  
Tofu soup with vegetables \$3.50
16. Sopa mein con carnes mixtas  
Mein Soup w/mixed meats \$4.00

10% DE SERVICIO POR CONSUMO ADICIONAL EN RESTAURANTE

## 6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

El restaurante no cuenta con un organigrama establecido por parte de la gerencia, pero como grupo investigador se les elaborará uno para su debida implementación. Además de no contar con una unidad de recursos humanos por ser una pequeña empresa y el número reducido de empleados, por lo cual la función la ejerce el gerente general con apoyo del supervisor. El restaurante está conformado por 15 empleados: un supervisor, un Bartender, cinco meseros, un repartidor de servicio a domicilio, dos cocineros y cuatro ayudantes de cocina, un cajero y el gerente general que es el propietario del restaurante. Entre las funciones de cada puesto se tienen:

**Gerente General:** Las responsabilidades del gerente del restaurante incluye manejo de ingresos y hacer cumplir los objetivos de la compañía. Además de garantizar el buen funcionamiento del restaurante y mantener un elevado nivel de calidad, productividad y cumplir con los estándares de un buen servicio al cliente.

**Supervisor:** Un supervisor de restaurantes, es un profesional encargado de supervisar el buen funcionamiento de un restaurante, encargándose de una forma más directa las actividades diarias que se ejecutan dentro del restaurante.

Por ende, debe estar atento tanto del personal, como las sugerencias, agradecimientos y quejas de los comensales, para prestar un buen servicio basado en la calidad y eficiencia en el servicio al cliente.

**Bartender:** las funciones más comunes son:

- a) Organizar y mantener la limpieza del bar.
- b) Limpiar y ordenar el área del bar, lavar la cristalería y demás instrumentos de trabajo de manera constante, a los fines de atender a los clientes tan pronto soliciten el servicio.
- c) Ordenar la cristalería y las botellas de licores de una manera atractiva y funcional.
- d) Prever el volumen de clientes y preparar los implementos de trabajo para poder satisfacer la demanda.

**Mesero:** El mesero debe desarrollar diversas actividades de atención al cliente, entre ellas:

- a) Presentar el menú: Conocer los ingredientes y las preparaciones, sugerir platos, presentar las recomendaciones del día y las bebidas disponibles.
- b) Ser enlace entre la cocina y el comensal: Anotar pedidos y entregarlos al área de cocina, cerciorarse que los platos hayan sido preparados de forma correcta, en caso de que el comensal haya hecho una petición especial.
- c) Mantener comunicación continua con los clientes: Prestar atención a las reacciones de los clientes y canalizar quejas o sugerencias que busquen mejorar el servicio.

**Repartidor de servicio a domicilio:** Las actividades que realiza son:

- a) Revisar la orden para su entrega correcta, y en donde inicia la descarga.
- b) Cumplir satisfactoriamente con el servicio de transporte en lo referente a los tiempos de entrega y de reparto.
- c) Hacer las entregas correctamente de acuerdo a lo facturado de cada cliente, comparando lo facturado contra lo recibido, reportando inmediatamente cuando existan diferencias.
- d) Revisar continuamente el funcionamiento del equipo y transporte correctamente.

**Cocinero del restaurante:** Las actividades de los cocineros del restaurante Pekín City son:

- a) Comprobar la calidad de la comida: Para ello, pueden optar por probarla, atravesarla con cubiertos, olerla.
- b) Controlar la temperatura: Ya sea de los hornos, de las freidoras, de las sartenes, de las parrillas, de los asadores.
- c) Condimentar los alimentos y cocinarlos: Por supuesto, es la tarea más importante. Se trata de elaborar las recetas.
- d) Presentación de los alimentos: Deben asegurarse de que estos están en perfectas condiciones antes de entregarlos a los meseros para que los lleven a los comensales.
- e) Gestión de los alimentos: El cocinero es el responsable de controlar la cantidad de alimentos disponibles y de notificar al supervisor para que sean enviados, además de recibirlos y almacenarlos.
- f) Inspeccionar la cocina: En el momento del cierre del restaurante, el cocinero tiene la función de inspeccionar la cocina para asegurarse de que todos los electrodomésticos están apagados y de que la comida ha sido almacenada o guardada en la nevera según las prácticas higiénicas recomendadas. También debe encargarse de que la cocina esté limpia.

**Ayudantes de cocina:** Sus actividades son lograr que la preparación de los platos sea lo más eficiente posible, debe cumplir con otras funciones como:

- a) Pelar y cortar los alimentos para los platos que esté creando el chef.
- b) Pesar o medir las raciones.
- c) Mezclar ingredientes para salsas.
- d) Ayudar al chef a servir los platos.
- e) Cuidar la presentación del emplatado, de tal manera que se vean profesionales y atractivos.

- f) Mantener el orden y la limpieza.
- g) Guardar los utensilios y alimentos una vez finalizada la preparación de los platos.

**Cajero:** El cajero del restaurante, debe ofrecer atención de calidad a los comensales durante el proceso de cobro y facturación del servicio. Para lograrlo debe:

- a) Ser amigable, cortés y profesional a la hora de tratar con los clientes.
- b) Ser ágil ejecutando el proceso de cobro, para que sea rápido y eficiente.
- c) Conocer en detalle el menú, los precios y el sistema de facturación del restaurante.
- d) Dar promoción a las ofertas vigentes.
- e) Agradecer a los clientes por su visita e invitarlos a volver.

(Información proporcionada por el supervisor del restaurante Pekín City)

## **7. MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL**

### **a. Marco Legal e Institucional**

El marco legal e institucional que rige al Restaurante Pekín City es el siguiente:

Cuadro N° 1: Leyes e instituciones

Marco Regulatorio	Decreto	Descripción	Institución que Vela por el Cumplimiento
1. Constitución de la República de El Salvador	Decreto Constituyente No. 38, de 15 de diciembre de 1983, publicado en el Diario Oficial de la República de El Salvador No. 234, Tomo 281. El 16 de diciembre de 1983.	El art. 40.- Establece un sistema de formación profesional para la capacitación y calificación de los recursos humanos.	Corte Suprema de Justicia, a través de la Sala de lo Constitucional
2. Código de Salud	Decreto Legislativo. N° 955, del 28 de abril de 1988, publicado en el DIARIO OFICIAL N° 86, Tomo 299, del 11 de mayo de 1988. Sección 12 Art. 83	Tiene por objeto desarrollar los principios constitucionales relacionados con la salud pública y asistencia social de los habitantes de la República. Además en el Art. 83 establece las normas necesarias de las condiciones que deben tener los alimentos y bebidas destinadas al consumo público.	Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social
3. Norma Técnica Sanitaria Para La Autorización y Control de Restaurantes	Decreto Legislativo N°273, del 1 de febrero de 2013, publicado el Diario Oficial N° 27, tomo 398, del 8 de febrero del 2013, No. 006-2004-A numeral 11 al 15	Regula los requisitos sanitarios que deben cumplir los establecimientos alimentarios para la autorización de Instalación y Funcionamiento. En la sección 11 establece que el personal de restaurantes debe recibir un curso de buenas prácticas de parte de una unidad de salud o por una persona del restaurante para la manufactura de alimentos.	Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social
4. Ley de Impuesto Sobre la Renta	Decreto Legislativo N°577, fecha 18 de octubre de 2001, publicado en el Diario Oficial No. 198, Tomo 353 del 19 de octubre del 2001. Art. 1 y 2	Regula las obligaciones tributarias junto con sus respectivas disposiciones legales. En el Art. 2 establece que se deberá declarar los sujetos pasivos por salarios percibidos y por la actividad empresarial ya sea comercial, industrial o servicio.	Ministerio de Hacienda
5. Ley de Impuesto a las Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios	Decreto Legislativo No. 296 de fecha 24 de julio de 1992, publicado en el Diario Oficial	Regula el proceso y registro de operaciones y cumplimiento de las diferentes obligaciones tributarias que corresponde. En el Art. 49 establece que las propinas no integran la base imponible de impuesto.	Ministerio de Hacienda

	No. 143, Tomo 316 de fecha 31 de julio de 1992		
6. Código de Trabajo	Decreto Legislativo N°15, del 23 de julio de 1972, publicado en el Diario Oficial N° 142, tomo 236, del 31 de julio de 1972.	Regula los derechos y obligaciones tanto de los trabajadores como la de los patronos. En el Art. 29 establece que los empleados de un restaurante deben recibir la propina en un plazo no superior a quince días.	Ministerio de Trabajo y Previsión Social
7. Ley del Seguro Social	Ley del Seguro Social Decreto Ley N°: 1263 Fecha: 3/12/1953 D. Oficial: 226 Tomo: 161 Publicación DO: 11/12/1953.	El seguro social es obligatorio y se aplicará a todos los trabajadores que dependan de un patrono. En el Art.2 establece que el Seguro Social cubrirá en forma gradual los riesgos a que están expuestos los trabajadores.	Instituto Salvadoreño del Seguro Social
8. Ley del Sistema de Ahorro para Pensiones	Decreto Legislativo N°: 927 Fecha:20/12/1996 D. Oficial: 243 Tomo: 333 Publicación DO: 23/12/1996 Reformas: (11) D.L. N° 614, del 21 de diciembre del 2022, publicado en el D.O. N° 241, Tomo 437, del 23 de diciembre del 2022.	Establece las normas generales para el cálculo y contratación de las prestaciones de jubilación y prestaciones por muerte. La tasa de cotización del Sistema será del dieciséis por ciento (16%) sobre el ingreso base de cotización, correspondiendo los siete punto veinticinco por ciento (7.25%) al trabajador y el ocho punto setenta y cinco por ciento (8.75%) al empleador.	Superintendencia del Sistema Financiero
9. Ley General de Prevención de Riesgos en los Lugares de Trabajo	Decreto Legislativo N°: 254 Fecha: 21/01/2010 D. Oficial: 82 Tomo: 387 Publicación DO: 05/05/2010	En su Art. 1 Establece los requisitos de seguridad y salud ocupacional que deben aplicarse en los lugares de trabajo.	Ministerio de Trabajo y Previsión Social a través de la Dirección General de Previsión Social, y de la Dirección General de Inspección de Trabajo
10. Norma Internacional ISO 22000	ISO - International Organization for Standardization, ISO 22.000:2005. Sistema de	Define los requisitos que debe cumplir una organización en la cadena alimentaria que necesita demostrar su capacidad para controlar los peligros relacionados con la inocuidad de los alimentos. El	Organización Internacional de Normalización

	gestión de la inocuidad de los alimentos.	Restaurante Pekín City podría aplicar esta Norma Internacional para garantizar a su clientela una gestión integrada y coherente de la inocuidad de los alimentos, más allá de los requisitos establecidos por la legislación.	
--	---	---	--

## **D. GENERALIDADES DE PLAN DE CAPACITACIÓN EN SERVICIO AL CLIENTE**

### **1. PLAN**

Su origen etimológico emana del vocablo latino planus que puede traducirse como plano.

“Es el conjunto coordinado de metas, directrices, acciones y disposiciones que, relacionadas con las estrategias y tácticas requeridas para el desarrollo de un determinado modelo económico-social, instrumenta un proceso para alcanzar objetivos predeterminados. El plan es un proceso dinámico que requiere de la interacción entre los sectores considerados en él, así como de la coherencia y coordinación interinstitucional”.<sup>3</sup>

En su forma más simple el concepto de plan se define como la intención y proyecto de hacer algo, o como proyecto que, a partir del conocimiento de las magnitudes de una economía, pretende establecer determinados objetivos.

“Un plan es un curso determinado de acción sobre un periodo específico que representa una respuesta y una anticipación al tiempo, con el fin de alcanzar un objetivo formulado.”<sup>4</sup>

Entonces; un plan es el conjunto de ideas y proyectos que se tienen contemplados llevar a cabo en un periodo de tiempo ya sea a corto o largo plazo, con el fin de beneficiar al restaurante Pekín City, tomando como base los informes para identificar las áreas en las cuales necesitan un plan de capacitación para sus empleados a fin de cumplir los objetivos del establecimiento.

---

<sup>3</sup> Diseño de un plan de marketing para aumentar la cobertura geográfica de demanda geográfica de mercado de FEDECREDITO, Trabajo de graduación de la Universidad Francisco Gavidia, Autores Claudia Hernández, Ana Rivas, Bessy Rivas, Pág. 55.

<sup>4</sup> Chiavenato, Idalberto (1998) "Introducción a la Teoría General de la Administración". McGraw-Hill Interamericana s.a., Colombia.

## 2. CAPACITACIÓN

### a) Antecedentes Históricos de la Capacitación.

La capacitación es un proceso de enseñanza-aprendizaje, sus raíces se remontan desde que el hombre comenzó a aprender. A través de la historia la educación ha ido evolucionando y se le considera la base para el crecimiento social y económico de todo el país.

Históricamente han existido momentos claves en los cuales se logra un mayor auge en esta materia: partimos del surgimiento de la era industrial que se produjo en Europa a finales del siglo XVIII entre los años 1790 a 1800 en donde aparecen muchas escuelas especializadas.

“Posteriormente, en 1915 en Estados Unidos aparece el método de capacitación llamado de los cuatro pasos que consiste en preparar, demostrar, hacer y dar seguimiento, este ha sido retomado por muchas instituciones para dar una capacitación efectiva. Otro momento es el apareamiento de las diferentes guerras, las cuales han dado origen al surgimiento de métodos y técnicas de entrenamiento y capacitación intensiva, que también contribuyeron al perfeccionamiento de sistemas más complejos de capacitación. En la actualidad se debe tener presente que al interior de las sociedades están surgiendo rápidos cambios tecnológicos y nuevos sistemas para facilitar las diferentes tareas, esto demanda que los planes de capacitación sean más eficaces, completos y permanentes para hacerle frente a esos cambios”.<sup>5</sup>

### b) Definición de Capacitación.

“Capacitación es el proceso educativo a corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades en función de objetivos definidos”.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Siliceo, Alfonso. Capacitación y Desarrollo del Personal. 2ª. Edición. Editorial Limusa Noriega, México 1993. Pág. 3.

<sup>6</sup> Chiavenato, Idalberto. (2000) Administración de Recursos Humanos. 5ta. Ed. McGraw Hill

“Capacitación, es un conjunto de actividades que se realizan, con el propósito de proporcionar conocimientos, desarrollar habilidades y mejorar actitudes que permitan un mayor rendimiento y mejora de las personas y la organización”.<sup>7</sup>

De acuerdo a las definiciones anteriores podemos decir que una de las fuentes más importantes para el éxito continuo de un restaurante son los empleados. El personal además de ser la primera impresión del cliente, tiene la responsabilidad de crear toda la experiencia gastronómica, por lo que resulta primordial mantener un estándar de calidad, innovar y reinventarse continuamente de acuerdo a los requerimientos de un público cada vez más exigente.

#### **c) Objetivos de la Capacitación.**

1. “Transmitir información o conocimiento a las personas.
2. Desarrollar las habilidades necesarias para su puesto de trabajo.
3. Modificar y desarrollar actitudes y conductas.
4. Incrementar la productividad.
5. Prevenir el riesgo de trabajo.
6. Descubrir el potencial necesario en las personas.
7. Definir mejor los indicadores de desempeño.
8. Se obtiene una ventaja distintiva a través de sus trabajadores.
9. Permite obtener personas motivadas y enfocadas con la visión”.<sup>8</sup>

#### **d) Tipos de Capacitación.**

**Capacitación para el Trabajo:** Se imparte al trabajador que va a desempeñar una nueva función por ser de nuevo ingreso, promoción o reubicación dentro de la misma empresa.

---

<sup>7</sup> Serrano, Alexis. (2007). Administración de Personas. El Salvador: 1ª Ed.

<sup>8</sup> Serrano, Alexis. (2007). Administración de Personas. El Salvador: 1ª Ed.

**Capacitación de Pre Ingreso:** Este tipo de capacitación es necesaria e indispensable, cuando la empresa realiza el proceso de capacitación con fines de selección; es a través de ella que se busca dotar de los conocimientos básicos, potenciando habilidades con las que ya cuentan los trabajadores o desarrollar nuevos conocimientos.

**Capacitación de Inducción:** Este tipo de capacitación se da cuando se cuenta con la presencia del trabajador y existe un vínculo legal que rige la relación patrono- trabajador, por lo que es de suma importancia brindarle al empleado la información sobre los planes, objetivos y políticas con las que cuenta la empresa para así poder crear un proceso de integración tanto al puesto de trabajo, como a sus compañeros. Propiciando un clima laboral aceptable, y como prioridad la integración a la organización en el menor tiempo posible.

**Capacitación Promocional:** Es la búsqueda por parte de la empresa de brindar al trabajador la posibilidad de ascender a un puesto de trabajo con mayor importancia, autoridad, responsabilidad y remuneración económica.

**Capacitación en el Trabajo:** La conforman diversas actividades a desarrollar habilidades y mejorar actitudes del personal respecto a las tareas que realizan. En ellas se conjuga la realización individual con la consecución de los objetivos organizacionales.

**Adiestramiento:** Implica un proceso que busca el desarrollo de las habilidades y destrezas del empleado, con la finalidad de aumentar la eficiencia en su puesto de trabajo.

**Capacitación Específica y Humana:** “Se conoce como un proceso educativo, con un orden lógico y manteniendo una serie de pasos específicos, a través del cual los involucrados en el proceso de capacitación adquieren conocimientos, actitudes y habilidades de objetivos definidos”.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Idalberto Chiavenato, Administración de Recursos Humanos: El capital humano de las organizaciones, 8ª Edición-Pág.387.

**e) Beneficios de la Capacitación.**

**i. A las Organizaciones:**

1. “Conduce a rentabilidad más alta y a actitudes más positivas.
2. Mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles.
3. Crea mejor imagen.
4. Mejora la relación jefes subordinados.
5. Se promueve la comunicación a toda la organización.
6. Reduce la tensión y permite el manejo de áreas de conflictos.
7. Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas.
8. Promueve el desarrollo con vistas a la promoción.
9. Contribuye a la formación de líderes.
10. Hace viable las políticas de la organización.
11. Convierte a la empresa en un entorno de mejor calidad para trabajar y vivir en ella.

**ii. Al Personal:**

1. Ayuda al individuo para la toma de decisiones y solución de problemas.
2. Alimenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo.
3. Contribuye positivamente en el manejo de conflictos y tensiones.
4. Sube el nivel de satisfacción con el puesto.
5. Permite el logro de metas individuales.
6. Desarrolla un sentido de progreso en muchos campos.
7. Elimina los temores a la incompetencia o la ignorancia individual”.<sup>10</sup>

Las capacitaciones para los empleados es un beneficio para el restaurante Pekín City como organización por que comprenderá métodos que proporcionen a sus empleados las

---

<sup>10</sup> Idalberto Chiavenato, Administración de Recursos Humanos, Quinta Edición, Bogotá, Editorial Mac Graw Hill, 2000, 579-580 pág.

habilidades necesarias para llevar a cabo sus actividades dentro del puesto de trabajo que desempeña. Esto llevara a que el restaurante, tenga mayor productividad y estabilidad, así como también la disminución en la rotación del personal.

Al personal o empelados/as les beneficiara porque comprenderán y conocerán métodos que proporcionen los conocimientos y las habilidades necesarias para llevar a cabo sus actividades dentro del puesto de trabajo en el restaurante y así darles una mejor atención a sus clientes.

#### **f) Técnicas para Determinar las Necesidades de Capacitación del Personal**

Existen diferentes técnicas utilizadas para captar las necesidades de capacitación, sin embargo, estas no pueden ser aplicadas en todas las organizaciones. Es necesario que el personal encargado de la capacitación pueda determinar las técnicas idóneas para su institución, de acuerdo a los recursos y fuentes de información con los que cuentan.

Entre las técnicas utilizadas para determinar necesidades de capacitación, se pueden mencionar:

##### **1) Evaluación de Desempeño.**

##### **2) Estudio de Clima Organizacional.**

##### **3) Observación.**

- a) Sistemática: Se define con precisión el hecho a observar, el lugar, la hora y se elabora una guía.
- b) Casual: Se efectúa esporádicamente, pero se tiene plena conciencia de lo que se observa.

##### **4) Encuestas.**

- a) Cuestionarios de Preguntas Abiertas.

- b) Cuestionarios de Preguntas Cerradas.
- c) Semiestructurados.

**5) Entrevista.**

**6) Análisis de Cargos.**

### **3. PLAN DE CAPACITACIÓN**

El Plan de Capacitación se define como: “La descripción de un conjunto de actividades de aprendizaje, estructurada de tal forma que conduzca a alcanzar una serie de objetivos previamente determinados”.

“Es una estrategia de acción que establece los lineamientos, políticas, objetivos, procedimientos, presupuestos entre otros, respecto a las acciones de capacitación”.<sup>11</sup>

Plan de Capacitación según las definiciones se puede interpretar como una propuesta realizada con base a la necesidad de transmitir y descubrir actitudes y habilidades de un individuo, así como también permite la oportunidad de desarrollo personal no solo en un puestos o áreas actuales si no en los venideros a futuros ; para el caso en estudio nace la necesidad de un plan de capacitación para mejorar la atención al cliente por parte de los empleados del restaurante Pekín City, y esto enmarca la importancia de planear adecuadamente los objetivos a lograr, para estructurar la propuesta de la investigación.

**a) Objetivos del Plan de Capacitación.**

Los objetivos de un plan de capacitación son los siguientes:

1. “Proporcionar una herramienta técnica necesaria y oportuna para contribuir al desarrollo potencial de los conocimientos, habilidades y actitudes del personal.

---

<sup>11</sup> Corona Vargas, Eduardo. (2000). Instrumentos para la formación de los responsables en la capacitación. INSAFORP. El Salvador.

2. Promover el mejoramiento de sistemas de comunicación internos.
3. Incrementar la productividad de las personas y por ende de la organización.
4. Promover la eficiencia de cada colaborador de todos los niveles jerárquicos.
5. Promover un ambiente de mayor estabilidad en el empleo.
6. Ayudar a desarrollar condiciones de trabajo más satisfactorias.
7. Reducir las quejas de los colaboradores y a proporcionar una moral de trabajo cada vez más elevada.
8. Promover el mejoramiento de los resultados mediante la aplicación de sistemas y procedimientos.
9. Contribuir a bajar los Índices de la Rotación del Personal por renunciaciones o despidos.
10. Proveer al colaborador de una preparación que le permita desempeñar puestos de mayor responsabilidad como parte de un Plan de Carrera.
11. Promover los ascensos sobre la base del mérito personal con parte de un Plan de Carrera.
12. Contribuir a reducir los accidentes de trabajo.
13. Reducir el costo del aprendizaje”.<sup>12</sup>

**b) Importancia.**

Las empresas han comprendido la importancia de un plan de capacitación, que no se trata de un gasto innecesario, sino de una inversión mucho más productiva, teniendo resultados positivos y con mayor beneficio en lo económico, calidad en la organización. “Las organizaciones han ido cambiando su esquema y su visión sobre el concepto de capacitación, a tal grado que están convencidos de este elemento, les ayuda a ser eficientes en los servicios proporcionados por las empresas.”<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Chiavenato, Idalberto (1998) "Introducción a la Teoría General de la Administración". McGraw-Hill Interamericana s.a., Colombia

<sup>13</sup> Silíceo, Alfonso. “Capacitación y Desarrollo del Personal”. 2ª. Edición. Editorial Limusa Noriega, México 1993. Pág. 260

No se tendría que ver la capacitación como un gasto si no como una inversión ya que es un esfuerzo dirigido en este caso al personal con el objetivo de facilitar que se alcancen y cumplan los objetivos propuestos por el restaurante y obtener mayor productividad y satisfacción de sus clientes lo cual garantiza su permanencia en el mercado.

#### **4. PROCESO DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN**

##### **a) Diagnóstico y Necesidades de Capacitación.**

Cuando se identifica una necesidad de capacitación, se comprende que es la falta de: “Una función o tarea requerida por la organización, la cual no se desempeña o no se podría desempeñar con la calidad necesaria por carecer de conocimiento, habilidades o actitudes de las personas que deben ejecutarla.”<sup>14</sup>

##### **1. Definición de Diagnóstico de las Necesidades de Capacitación.**

“Es un proceso que permite detectar y establecer las necesidades de capacitación de las personas, en cuanto a conocimientos, habilidades y actitudes, que deben dominar para lograr un correcto desempeño.”<sup>15</sup>

El diagnóstico de necesidades de capacitación es el proceso para poder realizar planes o programas para fortalecer las habilidades y conocimientos de los empleados de una organización, con el objetivo de alcanzar los objetivos de la organización.

Muchos empleadores tienen la necesidad que sus empleados sean más productivos en las tareas que realizan, y esta necesidad se puede originar por problemas en la organización, como baja productividad, deficiencias en el servicio al cliente, falta de conocimiento y actitudes de parte de los empleados, etc.

---

<sup>14</sup> Blake, Oscar Juan. Necesidades y Análisis de las Necesidades de Capacitación. Ediciones Macchi

<sup>15</sup> Serrano, Alexis. (2007). Administración de Personas. El Salvador: 1ª Ed.

Entonces para detectar estas deficiencias o problemas es importante obtener información del desempeño de los colaboradores por parte de jefes inmediatos o el personal involucrado con el puesto.

Los métodos y técnicas para obtener la información son diversos, entre ellas:

- i. **Análisis de Tareas:** Es la evaluación de las necesidades de capacitación de los empleados nuevos.

El análisis de tareas es el estudio detallado para determinar cuáles habilidades específicas, Las descripciones y especificaciones de puestos son útiles, pues enumeran las obligaciones y habilidades requeridas, ofreciendo así un punto de referencia básico para determinar la capacitación necesaria.<sup>16</sup>

El análisis de tareas es identificar los procesos que implica la realización de las tareas que conforman un puesto de trabajo por ejemplo el tiempo que se toma un empleado para realizar una actividad específica y la frecuencia con la que la realiza y el ambiente en donde realiza estas actividades.

La técnica del análisis de tarea es importante ya que los nuevos empleados muchas veces no cuentan con experiencia y este análisis va a permitir identificar las necesidades de capacitación, para brindar a los nuevos empleados conocimientos y habilidades que se requieren para desempeñar su trabajo.

- ii. **Análisis del Desempeño:** Es la evaluación de las necesidades de capacitación de los empleados actuales.

Hay varios métodos que se pueden utilizar para identificar las necesidades de capacitación por medio del análisis de desempeño:

---

<sup>16</sup> Administracion\_de\_recursos\_humanos\_11va\_Capítulo VIII, pág. 297 a 299.

1. Los datos de desempeño relacionados con el puesto (incluyendo la productividad, el ausentismo y los retrasos, las reclamaciones, los desperdicios, las entregas tardías, la calidad del producto, los tiempos muertos, las reparaciones, el uso de equipo y las quejas de los clientes).
2. Las observaciones de los supervisores.
3. La evaluación de aspectos como los conocimientos del puesto, las habilidades y la asistencia.
4. Las bitácoras individuales de los empleados.

“El método del análisis del desempeño es el proceso para constatar que hay una deficiencia en el desempeño, y poder determinar si se puede corregir mediante la capacitación”.<sup>17</sup>

A veces puede resultar inútil dedicar tiempo a capacitar a un empleado cuyo trabajo es deficiente porque no posee la suficiente motivación. Por lo tanto, es fundamental que se determine en el análisis de desempeño lo que el trabajador no puede ni quiere hacer.

Es importante determinar si el problema es que el empleado no puede hacer el trabajo y especificar las causas por las que no puede realizar el trabajo o tareas asignadas. Por ejemplo: los empleados no saben qué hacer o desconocen los estándares, falta de herramientas o suministros, las personas contratadas no cuentan con las habilidades para desempeñar el trabajo.

- iii. Entrevistas:** “La entrevista como herramienta que permita optimizar el trabajo a desarrollar en el ámbito de la identificación de necesidades. La entrevista debe ser amena, atinada y que deje en el entrevistado la sensación de haber recibido a un entrevistador sensible que le orientó para analizar e identificar sus necesidades de capacitación o actualización profesional, en un marco de respeto en cuanto a sus

---

<sup>17</sup> Administracion\_de\_recursos\_humanos\_11va\_Capítulo VIII, pág. 297 a 299.

puntos de vista y conocimientos previos. La entrevista suele ser muy socorrida en los métodos "informales" para la identificación de necesidades".<sup>18</sup>

La entrevista es una buena técnica para identificar necesidades de capacitación ya que permite investigar a profundidad y obtener información de cada uno de los empleados quienes comunicarán a través de la entrevista sus inquietudes, dudas, sugerencia respecto a sus actividades de sus puestos de trabajo. Y de esta manera el empleador podrá hacer una evaluación y seguimiento y así poder tomar decisiones en cuento al diseño de planes de capacitación.

#### **b) Programación.**

“Los programas de capacitación surgen como resultado del diagnóstico de necesidades de capacitación, y se estructuran especialmente para estas necesidades. En la elaboración de un programa de capacitación se deben determinar inicialmente los objetivos del mismo, los cuales son las metas a alcanzar. Estos objetivos pueden definirse como generales y específicos. El objetivo general se centra en impulsar y lograr la eficiencia y eficacia organizacional, y los objetivos específicos se inclina a poder aumentar la productividad, mejorar la calidad de trabajo, mejorar la planeación de los recursos humanos, aumentar la moral interna, prevenir la obsolescencia y aumentar el desarrollo personal”.<sup>19</sup>

Un programa de capacitación es la descripción de las actividades que se llevaran a cabo para la formación o entrenamiento de los empleados para apoyarlos a cumplir con los objetivos planteados.

Es importante contar con un programa de capacitación ya que los empleados son los que tratan directamente con los clientes, son los que los atienden y satisfacen sus necesidades, y

---

<sup>18</sup> <http://www.sigweb.cl/wp-content/uploads/biblioteca/DeteccionNecesidades.pdf>

<sup>19</sup> Alvarado Rodríguez, Silvia Lorena. “Diagnóstico de la Efectividad de los Programas de Capacitación en el Área de Mercadeo en la gran empresa del área metropolitana de San Salvador, Sector Servicio”. 2003. Pág. 40

si hay algún empleado que no esté capacitado, se pone en peligro el negocio o empresa ya que los requisitos de los clientes cambian constantemente con el tiempo, es por eso que es necesario contar con un programa de capacitación que permita tener una idea del presupuesto, los temas que se impartirán y a quienes se va a entrenar.

Como mínimo, un programa de capacitación debe incluir:

- a) Un Objetivo: es un resultado de que es lo que se quiere lograr. Antes de redactar el programa de capacitación se debe establecer un objetivo en común, en otras palabras, qué se quiere alcanzar entrenando al personal.
- b) Definir los Temas a Entrenar: Dentro de los temas, incluye aquellos que vayan alineados con el objetivo, cada una de las oportunidades de mejora del equipo, recomendación de los clientes y las buenas prácticas que realizan otras organizaciones.
- c) Proveedor del Entrenamiento: Si bien es cierto los entrenamientos puede brindarlos alguien de la empresa, siempre es bueno buscar a un proveedor externo, que de nuevas ideas, recomendaciones y conocimientos a cada uno de los empleados.
- d) Recursos a Utilizar: Algunos ejemplos pueden ser: acceso a internet, computadores, salón de conferencias (si es presencial), alimentación, materiales a proveer, impresiones, etc. Y a la par de cada recurso establecer la inversión que se necesitará, que a la vez permitirá realizar un presupuesto.

### **c) Ejecución y Desarrollo.**

“La conducción, implantación y ejecución del programa es la tercera etapa del proceso. Existe una sofisticada gama de tecnologías para la capacitación. También existen varias técnicas o métodos para transmitir la información necesaria y para desarrollar las habilidades requeridas en el programa de capacitación”.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Indicadores de las necesidades de Capacitación Gestión Del Talento Humano Chiavenato 3Th-pág. 381.

La ejecución es la puesta en marcha del plan de capacitación, lo que implica la coordinación de intereses, esfuerzos y tiempos del personal involucrado en la realización de los eventos de capacitación. También se requiere el diseño de instrumentos y las formas de comunicación para supervisar que se esté haciendo lo que corresponda, según lo planeado.

La ejecución está integrada por cuatro pasos:

- 1. Contratación de Servicios.** Se requiere que el capacitador o el responsable de la coordinación de la capacitación, conozca a los proveedores de los servicios requeridos para efectuar los eventos de capacitación (por ejemplo: contratación de hoteles, renta de locales, material didáctico, servicios de impresión, y en general los apoyos para la instrucción) para validar calidad y costo, con el fin de optimizar el presupuesto.
- 2. Desarrollo de Programas.** Como ya se planearon los eventos de capacitación, en esta fase se requiere de la supervisión de los cursos o eventos, para que marchen conforme al plan establecido. En esta fase, el instructor o coordinador de la capacitación debe mantenerse informado sobre el avance y los problemas que se presenten, para poder resolverlos.
- 3. Coordinación de Evento.** En esta fase se monitorea el curso de capacitación, se solucionan los problemas, se cubren las necesidades y requerimientos, lo que significa contar con los recursos materiales requeridos, para lograr que el instructor y los participantes se concentren en los objetivos de aprendizaje.
- 4. Control Administrativo y Presupuestal.** En esta fase se requiere obtener indicadores, establecer métodos, diseñar formatos e involucrar a los usuarios en las actividades de medición, todo esto con el fin de verificar el ejercicio presupuestal.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Pinto, R. (1997). Proceso de capacitación. (2da. Edición). México: Diana.

#### **d) Evaluación y Seguimiento.**

“La etapa final del proceso de entrenamiento es la evaluación de los resultados obtenidos. Uno de los problemas más serios relacionados con cualquier programa de entrenamiento se refiere a la evaluación de su eficiencia. Esta evaluación debe considerar dos aspectos principales: Determinar hasta qué punto el entrenamiento produjo en realidad las modificaciones deseadas en el comportamiento de los empleados”.<sup>22</sup>

La evaluación del plan de capacitación es demostrar si los resultados del entrenamiento presentan relación con la consecución de las metas de la empresa. La evaluación de los resultados de la capacitación debe generar resultados como: un aumento de la eficiencia en la organización, mejorar la imagen de la empresa y del clima organizacional.

Por otra parte, a nivel de empleados se espera resultados como un aumento de la eficiencia individual de los empleados, aumento de habilidades y conocimiento de las personas, y un cambio de actitud en los empleados.

#### **Efectos de la capacitación que pueden medirse**

Es posible medir cuatro categorías básicas de resultados de la capacitación:

1. **Reacción:** Evalúa las reacciones de los aprendices ante el programa. ¿Les gustó el programa? ¿Consideran que valió la pena?
2. **Aprendizaje:** Prueba a los empleados para determinar si aprendieron los principios, las habilidades y los hechos que se suponía debían adquirir.

---

<sup>22</sup> Chiavenato, Idalberto. Administración de Recursos Humanos. 5ª. Edición. Editorial Mc Graw-Hill. Colombia. 1999. Pág. 441

- 3. Conducta:** Revisa si la conducta laboral de los aprendices cambio debido al programa de capacitación. Por Ejemplo, ¿Los empleados del departamento de quejas de la tienda son más corteses con los clientes molestos?
- 4. Resultados:** “Probablemente lo más importante es preguntarse: ¿cuáles resultados finales se lograron en términos de los objetivos de capacitación que se establecieron? Por ejemplo, ¿disminuyó el número de quejas de los clientes en relación con los empleados? ¿Aumentó el porcentaje de llamadas respondidas con el saludo requerido? Las reacciones, el aprendizaje y la conducta son importantes, pero si un programa de capacitación no produce resultados medibles, quizá no ha logrado sus metas”.<sup>23</sup>

## 5. EL SERVICIO

El atributo que contribuye fundamentalmente a determinar la posición de la empresa en el largo plazo es la opinión de los clientes sobre el producto o servicio que reciben; para que los clientes se formen una opinión positiva, la empresa debe satisfacer todas sus necesidades y expectativas.

**Según Kotler un servicio es:** “Cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra, es esencialmente intangible y no se puede poseer”. Es decir, es todo lo que es perceptible para el cliente y que produce un valor agregado, en el preciso momento en que se produce un aumento en la satisfacción”.<sup>24</sup>

Por lo cual podemos definir como servicio aquella actividad que satisfaga las necesidades de los consumidores respecto a los productos ofrecidos. Según la norma ISO 9000, “El servicio es el resultado de llevar a cabo al menos una actividad en la interfaz proveedor-cliente”.

---

<sup>23</sup> Administración de Recursos Humanos 11va\_Gary Dessler\_Cap. VIII pág. 312-324; Cap X pág. 321 a 323

<sup>24</sup> Kotler, Philip y Keller, Kevin. (2012) Dirección de Marketing. (14 ed.) México: Pearson Educación. Pág 378

### a) Características de los Servicios.

En definitiva, el significado de servicio es tan amplio e importante, es por eso que vamos a definir algunas de las características del mismo.

- i. Intangibles: No se pueden ver, ni tocar. No son como un bien que lo tocamos, lo utilizamos, lo guardamos.
- ii. Indivisibles: Aunque se pueden comprar paquetes de servicios por separado, hay una unidad mínima indivisible. Cuando vamos a un hotel, estamos pagando por un servicio. Podríamos incluso pagar por horas, pero el servicio es ese. No podemos tener medio cuerpo dentro del hotel y medio cuerpo fuera.
- iii. Heterogéneos: Son muy diversos y variados. A eso nos referíamos con la amplitud de su significado. Podemos encontrar servicios relacionados con la consultoría, la banca, la contabilidad, hostelería u ocio.
- iv. No se pueden conservar: “Por norma general, no se pueden almacenar los servicios. En este sentido, prestación del servicio y consumo son simultáneos. Por ejemplo, si un camarero nos atiende en un restaurante (sector servicios), no podemos almacenar ese servicio o guardarlo. Por ejemplo, un billete de avión con una fecha determinada (a menos que cambiemos la fecha), si no lo utilizamos se pierde. Ese avión ya no vuelve a viajar ese día a esa misma hora. Puede que lo haga otro día, pero no en ese instante”.<sup>25</sup>

## 6. CLIENTE

Según el diccionario de Marketing, de Cultural, S.A, un cliente es un “Término que define a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro, como el caso de los artículos infantiles. Resulta la parte de la población más importante de la compañía.”<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>

<sup>26</sup> Del «Diccionario de Marketing», de Cultural S.A., Edición 1999, Pág. 54.

“Un cliente es la persona o empresa receptora de un bien, servicio, producto o idea, a cambio de dinero u otro artículo de valor”.<sup>27</sup>

Por lo cual podemos definir que el cliente es una persona o empresa que adquiere o compra un bien o servicio que necesita para sí mismo o para terceros. Es por ese motivo que sea crea una oferta y una demanda de bienes o servicios y las empresas buscan retener y satisfacer a los clientes o consumidores.

#### **a) Tipos de Clientes.**

Cada cliente es diferente y tienes rasgos de personalidad que lo caracterizan y distinguen el uno del otro, sin embargo, existen rasgos característicos en los diferentes tipos de clientes que van a un restaurante.

Es por eso que se ha indagado sobre los tipos de clientes que tiene que satisfacer un restaurante. En resumen, se trata de darles lo que están buscando y lograr que salgan del restaurante satisfechos por los servicios que se le han prestado en el restaurante, a continuación, se presentan los diferentes clientes que poseen los restaurantes:

- i. Cliente Hablador: “Es el tipo de cliente que desde que entran al restaurante solo se dedican a hablar, exigen atención caso que permanente y pecan por imprudencia ya que no se dan cuenta de que hay más clientes que atender.
- ii. Cliente Tímido: El cliente tímido es todo lo contrario al cliente hablador, hablan poco y no quiere llamar la atención llegando incluso a resultarles un poco incómodo que se les mire directamente a los ojos, es callado, introvertido e incluso inseguro llegando a ser un poco indeciso.

---

<sup>27</sup> Reizenstein, 2004, Pág. 119.

- iii. Cliente Experto: El cliente experto no debe ser confundido con el sabelotodo ya que este perfil de cliente cuenta con ideas muy claras y solicita mucha información para realizar un análisis completo antes de elegir algún producto o servicio en el restaurante.
- iv. Cliente Foodie: El cliente foodie es muy receptivo a las sugerencias que se le realizan y siempre está dispuesto a probarlo ya que su intención es disfrutar y aprender todo lo que pueda.
- v. Cliente Sabelotodo: El cliente sabelotodo se caracteriza por tener en mente que de una u otra forma es superior al resto de los mortales, su objetivo en la mayoría de los casos será demostrar que sabe más que la persona que lo está atendiendo y si resulta que tiene razón puede llegar a ser un problema.
- vi. Cliente Desconfiado: Este tipo de cliente siempre está en búsqueda de calidad, tanto en el servicio como en los productos que adquiere, suelen ser clientes que actúan de forma precavida en búsqueda de encontrar ese lugar mágico en el que por fin se puedan sentir cómodos.
- vii. Cliente Indeciso: Como su nombre lo indica, se toma un poco más de tiempo para tomar una decisión ya que casi siempre tiene en mente que no tomará la adecuada.
- viii. Cliente Agresivo: Es aquel que, como su nombre lo indica, siempre tiene un razón para estar enojado, habla con un tono de voz bastante fuerte llegando a ser dominante e incluso ofensivo”.<sup>28</sup>

## 7. EL SERVICIO AL CLIENTE

El cliente de una empresa de servicio no puede expresar su grado de satisfacción hasta que lo consume; así, el servicio recibido se convierte en el elemento diferenciador de las empresas

---

<sup>28</sup> <https://gastronomicainternacional.com/articulos-culinarios/gestion-y-administracion/tipos-de-clientes-en-un-restaurante-y-como-tratarlos/>

respecto a su competencia; la calidad del servicio al cliente juega un papel fundamental, forma parte de las estrategias y las cualidades más difíciles de imitar o copiar por empresas rivales.

Según el autor Humberto Serna Gómez: el servicio al cliente “es el conjunto de estrategias que una empresa diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes.”<sup>29</sup>

Según Christopher H. Lovelock “El servicio al cliente implica actividades orientadas a una tarea, que no sea la venta proactiva, que incluyen interacciones con los clientes en persona, por medio de telecomunicaciones o por correo. Esta función se debe diseñar, desempeñar y comunicar teniendo en mente dos objetivos: la satisfacción del cliente y la eficiencia operacional.”<sup>30</sup>

Por lo tanto, se puede definir el servicio al cliente como un conjunto de actividades relacionadas a una empresa que tiene como objetivo satisfacer las necesidades del consumidor, lo cual les ayuda a posicionarse en el mercado.

#### **a) Factores Determinantes de la Calidad del Servicio**

La calidad del servicio según Martin William es “brindar a los clientes, la atención necesaria para que estos se sientan satisfechos y con deseo de volver, contando para ello excelentes procedimientos para que el producto o servicio sea satisfactorio, se debe contar con un personal capaz de relacionarse con los clientes de una forma amistosa, personal, con interés y tacto.”<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup> Serna Gómez, Humberto. (1999), Servicio al Cliente: métodos de auditoria y medición (2° Ed.) Bogotá: 3R Editores. Pág. 17.

<sup>30</sup> <http://www.monografias.com/trabajos5/estserv/estserv.shtml>

<sup>31</sup> Martin William B, “Guía del Mesero: Como dar Calidad en el Servicio al Cliente” Grupo Editorial Ibero América, México, 1992.

Por lo comentado anteriormente la calidad del servicio conlleva una gran importancia en cualquier compañía que brinde un servicio o producto, debido a que en la actualidad los usuarios además de satisfacer sus necesidades, buscan la complacencia de sus gustos y preferencias. Hemos determinado los factores de la calidad del servicio según su orden de importancia:

1. Fiabilidad: “la capacidad de llevar a cabo el servicio prometido de manera confiable y precisa.
2. Capacidad de respuesta: la disposición a ayudar a los clientes y brindarles un servicio puntual.
3. Seguridad: el conocimiento y la cortesía de los empleados, y su capacidad de transmitir confianza y seguridad.
4. Empatía: la disposición de atender a los clientes de manera cuidadosa e individual.
5. Elementos tangibles: la apariencia de las instalaciones físicas, el equipo, el personal y los materiales de comunicación”.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Mario Enrique Uribe Macías, (2010) Gerencia del servicio. (1ra ed.) Bogotá: Ediciones de la U 2010. Pág. 96.

## **CAPÍTULO II**

### **DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE PARTE DE LOS TRABAJADORES DEL RESTAURANTE PEKÍN CITY, UBICADO EN LA CIUDAD DE SAN SALVADOR.**

#### **A. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN**

Este capítulo trata sobre la investigación de campo que se ha realizado en el Restaurante Pekín City, el cual es de suma importancia debido a que se conoció la situación actual sobre la atención al cliente para fortalecer el desempeño de los trabajadores, que defina el compromiso que tienen los trabajadores del restaurante en mejorar su atención con los comensales, adquiriendo la capacidad de garantizar la satisfacción de los mismos.

La importancia de realizar la investigación en el Restaurante Pekín City, es diagnosticar la situación actual sobre la atención al cliente que brindan los empleados a los diferentes consumidores que adquieren sus servicios mediante encuestas dirigidas a los empleados y a los clientes, para determinar la necesidad de un plan de capacitación en atención al cliente para fortalecer el desempeño de los trabajadores y la determinación del compromiso por parte de los empleados en mejorar su desempeño, adquiriendo la capacidad de prestar su servicio de forma eficiente, eficaz y de mejor calidad con los consumidores finales del servicio.

#### **B. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **1. OBJETIVO GENERAL**

Realizar un diagnóstico en el Restaurante Pekín City que permita establecer las condiciones actuales en la atención al cliente, por medio de técnicas e instrumentos de recolección de información, que obtenga la información apropiada para la propuesta del presente trabajo.

## **2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- i. Conocer la situación actual en relación al desempeño de los trabajadores del Restaurante Pekín City al momento de atender al cliente.
  
- ii. Recolectar información general referente a la atención que se le brinda a los clientes de parte de los trabajadores del restaurante Pekín City.
  
- iii. Determinar la necesidad de un plan de capacitación en atención al cliente para los trabajadores del restaurante Pekín City.

## **C. DISEÑO METODOLÓGICO**

### **1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

#### **a) Técnica.**

Estas técnicas se utilizaron para recolectar la información principal aplicando la entrevista y la encuesta, por medio de la cual se obtuvo valiosa información y resultados para continuar con la investigación.

#### **Encuestas.**

Las encuestas fueron realizadas por los integrantes del grupo de investigación, y fue dirigida a empleados del restaurante; así como también a los clientes que visitan el establecimiento, para recolectar datos donde se conocieron opiniones, condiciones y comportamientos del personal.

#### **Entrevista**

La entrevista fue realizada por los integrantes del grupo de investigación, al Supervisor del

Restaurante Pekín City de esta manera se obtuvo la información necesaria para la elaboración del diagnóstico de la situación actual y elaborar la propuesta.

## **b) Instrumentos**

Son una herramienta de las técnicas, que se utilizaron para la recolección de información. Y se detallan a continuación:

### **Cuestionario.**

El cuestionario fue dirigido a los empleados y clientes del restaurante Pekín City estaba estructurados por preguntas cerradas, abiertas y varias opciones con el propósito de obtener un mejor análisis e interpretación de datos.

### **Guía de entrevista.**

Para la entrevista realizada al supervisor del restaurante Pekín City, el instrumento utilizado fue una guía de diez preguntas abiertas, se hicieron de manera ordenada previamente, las cuales el entrevistado respondió con facilidad y fueron contestadas detenidamente cada una de ellas.

## **2. ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN**

La investigación se llevó a cabo en el restaurante Pekín City ubicado en Avenida las Magnolias, Colonia San Benito de la Ciudad de San Salvador.

## **3. OBJETO DE ESTUDIO**

Restaurante Pekín City

#### 4. UNIDAD DE ANÁLISIS

Restaurante Pekín City, supervisor, empleados y clientes del restaurante.

#### 5. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y LA MUESTRA

##### a) Universo

Para la realización de la investigación se tomaron 3 universos:

Universo 1: Entrevista con el supervisor del restaurante.

Universo 2: Cuestionario a los clientes que frecuentan el restaurante.

Universo 3: Cuestionario a los empleados del restaurante Pekín City.

##### b) Muestra

Para realizar la investigación de campo se tomó la muestra a partir de una población finita que fueron: clientes que visitan el restaurante.

La muestra se calculó haciendo uso de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{E^2(N - 1) + Z^2(p, q)}$$

Donde:

n = Número de personas a encuestar

N = Universo sujeto a estudio

Z = Nivel de confianza utilizado

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

E = Error de Estimación

Z = 1.96 (Coeficiente distribución normal estándar para un 95% de confianza)

p = 0.5

q = 0.5

E = 0.09

## 1. Usuarios de los servicios que brinda el Restaurante

N= 700 Clientes (Es el promedio mensual de clientes, según información brindada por el encargado del restaurante)

$$n = \frac{(700) (1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(0.09)^2 (700-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)} \quad n = 102 \text{ clientes}$$

## 2. Empleados que brindan los servicios en el restaurante

N=14 Empleados (número exacto que laboran en el restaurante)

Para este caso no se hizo cálculo, ya que el número de empleados es igual a catorce por lo tanto se utilizó un censo.

## 6. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

### a) Procesamiento de la Información

Se realizó la recopilación, ordenamiento y agrupación de los datos y luego se revisaron y analizaron las respuestas obtenidas del cuestionario.

### b) Tabulación de la Información

Es el proceso por medio el cual se detalló cada pregunta del cuestionario vaciando por cada una de ellas la información recopilada dentro de tablas estadísticas que muestran los datos obtenidos por medio de gráficos y tablas. Para el vaciado de la información se utilizó: el programa de Microsoft Excel.

### **c) Análisis e Interpretación de la Información**

Luego de procesar los datos se continuo con el análisis y la interpretación respectivas de cada una de las respuestas obtenidas; este análisis se hizo mediante dos tipos el cuantitativo y el cualitativo; él primero proporciono una información numérica y el segundo brindo una información textual con el fin de obtener conclusiones que permitan elaborar recomendaciones adecuadas para la atención de los clientes por parte de los empleados del restaurante Pekín City.

## **D. DESCRIPCIÓN DEL DIAGNÓSTICO**

### **1. SITUACIÓN ACTUAL DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE POR PARTE DE LOS EMPLEADOS DEL RESTAURANTE PEKÍN CITY**

#### **a. Información General:**

Durante la investigación se obtuvieron datos importantes sobre las generalidades de los empleados a los que se encuestó por lo cual se describen los siguientes:

#### **1. Género y Edad:**

Se obtuvo como resultado que el 71% de ellos son del género masculino y el 29% restante del género femenino, es decir los resultados obtenidos están representados mayormente por el género masculino visualizando una preferencia de género al momento de escoger al personal. En cuanto a la edad, un número representativo de éstos está constituido por más del 60% que oscilan entre las edades de 18 a 30 años, y sólo cuentan con 2 empleados mayores de 40 años el cual demuestra que actualmente la oferta laboral en El Salvador es de personas jóvenes entre 20 a 30 años de edad. (Anexo 2, literal a y b)

#### **2. Grado de Escolaridad y otros Estudios:**

Con relación al nivel de estudio que tienen los empleados, el 57% de empleados son bachilleres, por lo cual se determina que el personal posee un conocimiento relativo para desempeñar sus funciones en sus puestos de trabajo, considerando que el nivel de estudios es relativamente medio ya que la mayoría son bachilleres o con estudios de educación básica, debe tomarse en cuenta este aspecto, al momento de brindarles capacitaciones para que estas sean comprensibles y adaptadas para su asimilación (Ver anexo 2, literal c)

### **3. Plazas que Ocupan los Empleados:**

Se verificó que el restaurante se encuentra estructurado en puestos de cocineros, meseros, ayudantes de cocina, Bar tender, repartidor, cajero, en su mayoría son meseros, dato a tomar en cuenta ya que ellos son los que más interactúan con el cliente al momento de tomar la orden y servir los platillos, seguido con un 27% que son los ayudantes de cocina que son también importantes al momento de preparar con agilidad los platillos (Ver anexo 2, literal d)

#### **b. Años Laborando en el Puesto Actual:**

Respecto al tiempo que tienen los empleados de laborar en el restaurante, el 50% tiene de 3 a 5 años, esto indica que poseen cierto grado de experiencia y conocimiento de cómo realizar sus labores, pero necesitan afinar más la atención al cliente para que el servicio sea excelente, y el resto se encuentra distribuido con menos de 3 años de laborar en el restaurante. Lo anterior refleja que existe estabilidad laboral para los empleados además de experiencia, pero necesitan afinar aspectos que el consumidor considera importantes en un restaurante, para que el servicio sea de agrado, por lo que capacitar al personal es importante ya que contribuye a un mejor desempeño del personal del restaurante. (Ver anexo 2, pregunta No. 1).

#### **c. Inconformidad de los Clientes con la Atención Brindada de Parte de los Empleados:**

Un 43% de los empleados del restaurante consideran que reciben reclamos por lo menos 1

vez a la semana. Es decir, la mayor parte de los empleados afirman que con frecuencia han notado insatisfacción o disconformidad de parte de la clientela por el servicio que se les brinda, por lo tanto, se evidencia que los empleados poseen poco conocimiento de cómo deben desenvolverse al momento de solventar quejas o reclamos y esto es un primer indicador de las necesidades de realizar una capacitación a los empleados para satisfacer a los clientes a través de la buena atención.

Al preguntar al supervisor sobre el servicio que brindan los empleados manifiesta que se generan algunas quejas y que muchas veces estas quejas son manifestadas por el consumidor a través de las redes sociales afectando la imagen del restaurante. Es por ello que se debe prestar atención a estos reclamos, ya que la falta de capacitación técnica a los empleados se traduce en un rendimiento laboral medio a débil y por consiguiente afecta la calidad del servicio brindado. (Ver anexo No. 2, preguntas 3, 9 y Anexo No. 4 pregunta 4)

#### **d. Evaluación de la Eficacia, Eficiencia y Satisfacción de la Atención al Cliente:**

Un 64% de los empleados, consideran que la eficiencia en atención al cliente se da de forma regular, pero cabe resaltar que solo 2 personas consideran que lo hacen de manera excelente. De igual manera están conscientes de que no se atiende eficazmente a la clientela, ya que consideran que existen aspectos a mejorar. Por lo cual se le pregunto si notaban satisfacción en los clientes por el servicio que ellos les brindaban, a lo cual el 35% de los empleados afirma que su servicio casi siempre genera cierta satisfacción en los clientes lo cual ayuda a entender la eficacia y eficiencia con la que brindan el servicio. (Ver anexo No. 2, pregunta No. 5, 6)

Al preguntar al supervisor sobre la eficiencia y eficacia en la atención que ofrecen manifiesta que los empleados al momento de atender a la clientela lo hacen en cierta medida bien, pero hay ciertos aspectos que mejorar que los ha identificado a través de las quejas, por lo tanto se debe capacitar y retroalimentar al personal sobre la importancia que tiene el consumidor para el restaurante, mostrándole al empleado de manera constante, técnicas y formas de interactuar con los clientes, así como motivar al trabajador suministrándole los incentivos

suficientes que permitan brindar un servicio de calidad (Anexo No. 4, pregunta 6)

#### **e. Proceso de Capacitación:**

En el Restaurante Pekín City el 79% de los empleados manifiestan no haber recibido algún curso de capacitación en servicio al cliente, mientras que el 21% dice que sí, pero son capacitaciones que han recibido en lugares en donde han laborado anteriormente.

El Supervisor manifestó que los empleados nuevos reciben un entrenamiento de 15 días de las labores o actividades que realizarán, pero no una capacitación que les ayude a los empleados a dar una buena atención al cliente.

Lo que determina que es necesario una capacitación sobre este tema ya que al capacitarse los empleados adquieren conocimientos y habilidades que les permite desempeñarse de manera más adecuada en las actividades laborales. (Ver Anexo No. 2 pregunta 2)

Al entrevistar al supervisor nos comentó que solamente se les daba una pequeña inducción, pero por parte de los mismos empleados, lo cual demuestra que no tienen un plan de capacitación adecuado para los nuevos miembros para esto nos comentó que está de acuerdo que se realice una capacitación para fortalecer su desempeño. Es importante señalar una cantidad considerable de empleados con la disposición de recibir capacitación, con la cual se logrará eficiencia en el desempeño de tareas, calidad en la atención que se ofrece. En toda empresa es importante satisfacer las necesidades de la clientela para lograr fidelizar al consumidor. (Ver Anexo No. 4 pregunta 8 y 9).

#### **f. Plan de Capacitación en Atención al Cliente:**

El 79% de los empleados manifestaron no tener conocimientos sobre qué es un plan de capacitación en atención al cliente, ya que el restaurante no cuenta con uno y no hay un documento formal donde se describan las expectativas y necesidades de formación,

considerando que, si es necesario capacitarse para mejorar el desempeño de sus labores diarias, además de esto muestran un gran interés de que se lleve a cabo en el restaurante un plan de capacitación en atención al cliente. (Ver anexo No. 2, pregunta 7, 8 ,11)

Con relación de contar con un plan de capacitación, el supervisor manifiesta que sí es importante, su aplicación para mejorar el servicio por parte de los empleados, el supervisor cree que no conocen mucho sobre el tema ya que no se habla del mismo y no se cuenta con un plan para capacitarlos. (Ver Anexo No. 4, pregunta 7)

#### **g. Agilidad en el Servicio:**

Con relación a la agilidad con la que se atiende a la clientela, el 21% de los empleados consideran que se realiza con frecuencia, el 36% opinaron que en ocasiones son más eficientes y solo el 29% respondió que su servicio siempre es ágil, es decir que a veces se dan inconvenientes en las órdenes lo que genera atrasos, diagnosticando que es necesario mejorar en este aspecto a través de una capacitación que ayude también a fomentar el trabajo en equipo y de esta manera coordinar mejor las labores para que el servicio sea más ágil (Ver Anexo No. 2, pregunta 10).

#### **h. Compromiso de los Empleados en Mejorar la Atención al Cliente:**

Los empleados del Restaurante Pekín City están de acuerdo en comprometerse de brindar una excelente atención a todo el público para que el restaurante tenga buenas referencias y sea reconocido por su calidad en el servicio y de esta manera tenga mayor clientela y por ende mayor rentabilidad. (Ver anexo N° 2, pregunta N° 16)

#### **i. Mecanismos de Atención de Quejas y Reclamos:**

El supervisor manifestó que a veces se reúne con los empleados que han atendido a los clientes inconformes o que presentan algún tipo de queja o reclamo, pero no siempre son atendidos por él, sino que el empleado trata de resolver por el mismo el inconveniente, que muchas veces no lo hace de la mejor manera, y los consumidores llegan hacer uso de las

redes sociales para manifestar sus quejas por lo que perjudica la imagen del restaurante por lo que se concluye:

Hay que darle un seguimiento personalizado a cada queja o reclamo realizada por el consumidor con el fin de resolver el inconveniente, el trabajo lo tendrá que ejecutar el supervisor del restaurante.

Que es necesario que los empleados reciban capacitaciones en diferentes áreas en específico como lo es el mecanismo o la forma de solventar quejas o reclamos, pues se identifica la inconformidad en esta, pues no se cuentan con lineamientos a seguir para manejar reclamos. (Ver Anexo N° 4, pregunta N°4 y 5)

## **2. SITUACIÓN ACTUAL DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LOS COMENSALES DEL RESTAURANTE PEKÍN CITY.**

### **a. Información General:**

#### **i. Género y Edad:**

Se obtuvo como resultado que el 57% de los consumidores son del género femenino y el 43% restante del género masculino, es decir los resultados obtenidos están representados aproximadamente por la misma cantidad de clientes de ambos géneros. (Ver anexo 3, literal a)

#### **b. Satisfacción de la Calidad en el Servicio y Atención al Cliente:**

El 43% de los usuarios evalúan que la calidad del servicio es regular mientras que un 12% dicen que es excelente, es decir que una minoría dan una valoración positiva a la calidad que brinda el restaurante: en cuanto a la calificación del servicio recibido se confirmó que el 41% opinan que necesitan mejorar, esto indica que el personal del restaurante deben enfocarse en brindar un trato respetuoso, agilidad al momento de atender y seguimiento a las inquietudes

o quejas, tomando en cuenta que si el usuario recibe un mal trato por parte del personal se dificultará la obtención de nuevos clientes, ya que la opinión de estos influirá en los demás consumidores, pero se puede tener la fidelización del cliente si se atiende correctamente y se soluciona de forma eficaz. (Ver anexo N° 3, pregunta N° 2,3)

Adicional un 75% de los consumidores consideran que las deficiencias se dan en que los empleados no están capacitados y también un 56% relacionado a la pregunta 5 del anexo 3 responden que si se capacita a los empleados recibirían un mejor servicio, por lo que el restaurante necesita resolver esa deficiencia en la manera que capacite a sus empleados y mejore la efectividad de los servicios, ya que esta ayudaría a mejorar las diferentes áreas involucradas. (Ver anexo N° 3, pregunta N° 4 y 5)

El 62% de la clientela afirman que el tiempo que esperan en ser atendidos es de 30 minutos y un 27% manifiestan que se les atiende en 20 minutos, por lo que el 67% obtenido de la pregunta 13 del anexo, dicen que esperan demasiado tiempo para ser atendidos, en una proporción del 15% consideran un tiempo aceptable; por lo anterior el restaurante debe de mejorar la agilidad en que se brindan los servicios haciendo un buen uso del tiempo, coordinando las funciones de cada puesto y que se trabaje en equipo y todos estos aspectos se pueden explicar y profundizar a los empleados a través de una capacitación en donde ellos identifiquen sus puntos de mejora. (Ver anexo 3, pregunta N° 12 y 13)

Un 37% de los usuarios consideran que los empleados del restaurante brindan un trato de manera regular, pero también hay un 6% de personas que afirman que han recibido un trato deficiente. Para reducir esta percepción negativa, se debe verificar si se está aplicando correctamente la calidad en los servicios ofrecidos, como el ambiente del restaurante, la higiene, el espacio, la presentación personal de los empleados, al igual que la amabilidad y el sabor de los platillos. (Ver anexo N°3, pregunta 8)

Se preguntó a los usuarios qué factores son necesarios para que el restaurante mejore en brindar un servicio con atención de calidad resultando que la mayoría opinan que se debe de mejorar la cortesía y la rapidez. En términos generales un 50% de la clientela consideran que

la atención al cliente se da de forma regular más un 21% opinan que es buena pero no excelente. Por lo que el supervisor debe hacer que todos los empleados cumplan correctamente con las funciones de su puesto para que conjuntamente se cumpla con las expectativas del consumidor. (Ver anexo N° 3, pregunta N° 6)

### **c. Capacitación en Atención al Cliente a los Empleados:**

El 75% de la clientela consideran que los empleados deben de recibir algún tipo de capacitación en atención al cliente, y un 12 % dicen que no es necesario, pero la mayoría sugiere que se capaciten en referencia a la atención brindada, ya que perciben que es donde se encuentra la mayor deficiencia. (Ver anexo N° 3, pregunta n° 4)

Referente a la capacitación el supervisor considera importante capacitar a los empleados para actualizarlos en alternativas de cómo tratar al público en general y explicarles las funciones y tareas de cada puesto. Estas opiniones indican que la capacitación juega un papel primordial para el logro de tareas, dado que es el proceso mediante el cual los trabajadores adquieren los conocimientos, herramientas, habilidades y actitudes para interactuar en el entorno laboral y cumplir con el trabajo que se les encomienda. (Ver anexo N°4, pregunta N°7 y 9)

## **E. ALCANCES Y LIMITACIONES**

### **1. ALCANCES**

Para recolectar la información se contó con el apoyo por parte del personal así como también del supervisor del restaurante Pekín City; y de algunos de los clientes quienes colaboraron para obtener dicha información, los datos que se obtuvieron serán de mucha importancia para el restaurante ya que servirá como base para crear un plan de capacitación en atención al cliente que fortalecerá el desempeño de los trabajadores y de esta forma los empleados obtendrán nuevos conocimientos, habilidades y destrezas para realizar un excelente desempeño.

## **2. LIMITACIONES**

En cuanto a la entrevista al supervisor y al cuestionario dirigido a los empleados y clientes del restaurante experimentamos ciertos desacuerdos como grupo de trabajo para movilizarnos hasta el lugar de investigación por la disponibilidad de tiempo de cada uno; también se hubo un poco de demora en la contestación de los cuestionarios dirigidos a los clientes ya que algunos no estaban dispuestos a colaborar. Otra limitante para desarrollar el estudio, fue la poca existencia de información acerca del restaurante en fuentes secundarias, por lo tanto, se tuvo que buscar contacto directo con el supervisor quien en algunas ocasiones no estaba disponible para brindar la información debido a su poca disponibilidad de tiempo. También los empleados encuestados se mostraron un poco indecisos al momento de someterse a cada una de las actividades ya que no están acostumbrados.

## **F. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **1. CONCLUSIONES**

1. El Restaurante Pekín City ubicado en San Salvador, no cuenta con un plan de capacitación en atención al cliente mediante el cual los trabajadores obtengan conocimientos y habilidades sobre la calidad que se debe de aplicar al momento de realizar sus labores para obtener un buen desempeño.
2. Se cuenta con una disposición de parte de los empleados de ser capacitados para ampliar sus conocimientos en atención al cliente para mejorar su desempeño de laborales, lo cual les ayudaría a cumplir con las expectativas de ofrecer un servicio de calidad siendo eficientes y eficaces.
3. La mayoría de los empleados no recibió ninguna capacitación antes de ocupar su puesto de trabajo por lo cual dificultó su inicio en las actividades que le demanda el mismo.
4. Los usuarios opinaron que es necesario que capaciten a los empleados del Restaurante Pekín City para brindar una mejor atención al cliente para satisfacer en la medida de lo

posible las exigencias de cada uno de los comensales.

5. La mayoría de los clientes está inconforme con el rendimiento de los empleados en brindarles los platos de comida obteniendo una media de tiempo de entrega de 28min, y por esta tardanza nos comentó el supervisor que han recibido ciertos reclamos por parte de los clientes en su página de Facebook.

6. Los usuarios cuentan con una visión clara del tipo de servicio que prestan los trabajadores del restaurante con respecto a la calidad del servicio recibido el cual lo evalúan regular, aunque muy pocos lo catalogan como excelente, por lo cual existe una oportunidad de mejora para satisfacer las necesidades de los clientes.

## **2. RECOMENDACIONES**

1. Proporcionar un plan de capacitación en atención al cliente para fortalecer el desempeño de los trabajadores del Restaurante Pekín City, ubicado en la ciudad de San Salvador.

2. Que la gerencia del restaurante invierta en su capital humano para aprovechar la buena voluntad de sus trabajadores de recibir capacitación en las áreas que ellos consideran que son deficientes en la atención al consumidor.

3. En la medida de lo posible dentro del Restaurante se tiene que establecer un método de inducción al nuevo personal, lo cual será de mucha ayuda para mejorar su desempeño en el inicio de sus labores diarias para tener una mejor visión de su puesto de trabajo.

4. Es necesario realizar una capacitación de atención al cliente para mejorar el servicio brindado dentro del restaurante para satisfacer las necesidades de los comensales en cada servicio prestado.

5. Orientar a los empleados a mejorar la entrega de los platillos a los comensales, debiendo de ser eficientes y eficaces en el servicio, solucionando así las quejas por parte de los usuarios

tanto en redes sociales como las quejas realizadas dentro del restaurante.

6. Enfocar la visión del restaurante en satisfacer lo máximo las necesidades de los comensales para dar un servicio de excelencia, lo cual ayudará a que los empleados tengan claro la importancia de brindar un excelente servicio y que esto afecta directamente en sus labores y contribuirá a cambiar la percepción de los clientes del restaurante.

### **CAPÍTULO III**

#### **PROPUESTA DE PLAN DE CAPACITACIÓN EN ATENCIÓN AL CLIENTE PARA FORTALECER EL DESEMPEÑO DE LOS TRABAJADORES DEL RESTAURANTE PEKÍN CITY, UBICADO EN LA CIUDAD DE SAN SALVADOR.**

##### **A. IMPORTANCIA DE LA PROPUESTA**

El presente capítulo es importante porque en él se muestra la propuesta de implementar un plan de capacitación en atención al cliente para fortalecer el desempeño de los trabajadores del restaurante Pekín City ubicado en la Ciudad de San Salvador, que servirá y ayudará a que el gerente general del restaurante cuente con una herramienta de capacitación para los empleados y así ellos puedan desarrollar y desempeñar eficazmente sus labores y brindar un servicio de calidad a sus comensales con el objetivo de preparar y proporcionar conocimientos necesarios para que pongan en práctica sus destrezas y habilidades con el fin de mejorar la atención al cliente en las labores diarias y así servir de la mejor manera posible, tomando en cuenta que el consumidor final es el pilar fundamental para el negocio. Esta propuesta se elaboró con base a la necesidad de capacitación que se detectó en los empleados y clientes por medio de una serie de preguntas dirigidas a cada uno de ellos con el objetivo de investigar la atención que brindan los empleados al momento de ofrecer los servicios del restaurante.

Cabe mencionar que para que este plan se lleve a cabo es importante, contar con la aprobación de la máxima autoridad a cargo del restaurante que para este caso es el gerente general del mismo.

## **B. CONTENIDO DEL PLAN DE CAPACITACIÓN.**

### **1. GENERALIDADES DEL PLAN DE CAPACITACIÓN.**

Este capítulo comprende la propuesta de un Plan de Capacitación en Atención al Cliente para fortalecer el desempeño de los trabajadores del restaurante Pekín City ubicado en la ciudad de San Salvador, en él se desglosan cada uno de los elementos que lo conforman para su buen funcionamiento. De igual manera para su implementación se tomarán en cuenta algunos de los aspectos teóricos citados en el Capítulo I, así mismo la parte fundamental que es el análisis de datos y diagnóstico de la situación actual de los empleados y clientes con respecto a la prestación de servicios que brinda el restaurante, información que está planteada en el Capítulo II de este trabajo de investigación.

El plan de capacitación propuesto da inicio con, la importancia del mismo, sus generalidades, el programa y desarrollo de capacitaciones, implementación del plan de capacitación en atención al cliente, que incluirán las políticas que respaldaran el buen funcionamiento del proceso, así como también los requisitos, funciones y perfil que deberá cumplir el capacitador a contratar, así mismo cuenta con la descripción del plan, se detalla el contenido por cada módulo, seguidamente se establece la calendarización y hora para la realización de los módulos, contiene el detalle de los costos en que se incurren para la ejecución de las actividades y por último la forma de evaluación que deberá darse en el plan esto para obtener una respuesta acerca de la eficacia y efectividad del proceso de capacitación.

La propuesta tiene como finalidad brindar al restaurante una herramienta administrativa que pueda desarrollarse a futuro, es decir, que el éxito de la capacitación dependerá totalmente del apoyo de la máxima autoridad del mismo, y de la disponibilidad de recursos materiales, humanos y financieros; con ello se logrará obtener un mejoramiento en la atención al cliente al momento de brindar los servicios; así mismo la eficiencia en los puestos de trabajo de cada empleado y la satisfacción por parte de los clientes que posee el establecimiento.

### **C. OBJETIVOS.**

#### **1. OBJETIVO GENERAL**

Proponer un Plan de Capacitación en Atención al Cliente para fortalecer el desempeño de los trabajadores del Restaurante Pekín City, ciudad de San Salvador.

#### **2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Desarrollar un plan en el cual se expongan los lineamientos que se impartirán, así como también los requisitos que tiene que poseer la persona que dará la capacitación, para el éxito de la actividad.
2. Establecer y dar a conocer la programación de las capacitaciones para los empleados a fin de mejorar la calidad del servicio, incluyendo también el contenido por los módulos que se desarrollaran en el transcurso del plan de capacitación a impartir.
3. Crear un presupuesto, el cual permitirá identificar los costos para la ejecución del plan de capacitación en el restaurante.

#### **D. POLÍTICAS DEL PLAN DE CAPACITACIÓN.**

1. El supervisor junto con el capacitador serán los encargados de coordinar e implementar las actividades programadas para los 15 empleados a los cuales se les impartirá en un solo grupo las capacitaciones.
2. El Supervisor será el encargado de gestionar y controlar el desarrollo de cada capacitación.
3. El facilitador será el encargado de realizar la exposición del plan, a través de una pequeña inducción del tema, llevándose a cabo con todo el personal que interactúa directa o indirectamente con el consumidor final.
4. El gerente general realizará la programación de las fechas en las que se impartirá las capacitaciones y se harán saber a las personas que participarán con anticipación.
5. El facilitador es el encargado de desarrollar el contenido de los módulos de capacitación en sesiones sabatinas de 4 horas.
6. En cada capacitación se dará 30 minutos para receso y refrigerio e igual tiempo para comentarios, preguntas y respuestas al final de cada sesión.
7. El local donde se desarrollará las capacitaciones contará con un adecuado espacio y se deberá de respetar las medidas de bioseguridad (Protocolo COVID-19).
8. El material de apoyo será entregado a cada uno de los empleados en cada capacitación, el cual será costado por el restaurante.
9. El gerente general tratará como horas extras a los empleados que participen en la capacitación en forma de incentivos para que los trabajadores lo vean como una buena oportunidad de ampliar su conocimiento.

10. Después de finalizar cada módulo, el facilitador será evaluado por los trabajadores con el fin de ver el nivel de aceptación y dominio de los temas expuestos.

### **E. PERFIL DEL FACILITADOR DE LA CAPACITACIÓN.**

El Restaurante solicitará apoyo a INSAFORP, la capacitación es diseñada por los proveedores de servicios a partir de sus propios diagnósticos del mercado laboral. La persona que desempeñará el rol de facilitador de la capacitación debe ser capaz de lograr un clima de respeto y confianza, validando al otro en relación a su experiencia.

#### **1. REQUISITOS.**

***Cuadro No. 2: Requisitos para Perfil del Capacitador.***

<b>Lugar de Residencia:</b>	Que resida preferentemente en la ciudad de San Salvador.
<b>Educación Superior:</b>	Graduado de la carrera de Administración de Empresas, Psicología o Carreras a Fines.
<b>Descripción del Puesto:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mínimo 2 años de experiencia en formación metodológica.</li> <li>• Conocer a profundidad el ámbito de restaurantes.</li> <li>• Edad mayor de 25 años.</li> </ul>
<b>Habilidades:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponer del tiempo para atender con eficiencia la ejecución del programa.</li> <li>• Que posea habilidades comunicativas que le facilita interactuar con los demás.</li> <li>• Conocer y manejar las técnicas grupales.</li> </ul>
<b>Competencias:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo.</li> <li>• Responsabilidad.</li> <li>• Compromiso.</li> </ul>

*Fuente de elaboración propia del equipo investigativo.*

## **2. ACTIVIDADES**

- a) Crear y dar seguimiento al control de los módulos: listas de asistencias, porcentaje de evaluación entre otros.
- b) Desarrollar procedimientos para el sistema de gestión sobre la capacitación.
- c) Desarrollar y actualizar los módulos de capacitación para la formación de colaboradores con base en la estrategia del restaurante.
- d) Impartir entrenamientos en temas referentes al área de alimentos y bebidas.

### **F. DESCRIPCIÓN DE LA CAPACITACIÓN.**

La capacitación se ha desarrollado para impartirse en 3 módulos, los que se realizarán en sesiones sabatinas, con un lapso de 4 horas por día, haciendo un total de 5 sábados la duración de la capacitación, la cual pretende contribuir a la mejora de la atención que prestan los empleados del Restaurante Pekín City. A continuación, se detalla el contenido de cada módulo a impartir:

## 1. MÓDULO I: SERVICIO AL CLIENTE.

Este módulo trata sobre los aspectos básicos de las generalidades del servicio al cliente.

Objetivo: Al finalizar este módulo los participantes serán capaces de desempeñar mejor su función de atención al cliente en cada servicio que presten.

Temario:

1. El Servicio es una Actitud.
2. Acérquese y Comuníquese.
3. La Primera Impresión Cuenta.
4. Normas Personales del Empleado.
5. Tome la Iniciativa.

Duración: 8 horas

Dirigido a: Los meseros del Restaurante Pekín City.

Impartido por: Institución Especializada (INSAFORP).

**Nota:** *Se solicitó una oferta técnica al Lic. Edwin Ernesto Ramírez Godoy, consultor empresarial y facilitador acreditado por INSAFORP y actualmente contratado por ellos, en la cual INSAFORP aportará el 75% del costo de la capacitación. Además de realizar la propuesta económica de los honorarios. Los honorarios ya incluyen IVA*

## MÓDULO I: SERVICIO AL CLIENTE.

### a. Contenido del Módulo

**Cuadro No. 3: Contenido del Módulo I.**

<b>Nombre:</b> Restaurante Pekín City						
<b>Módulo:</b> Servicio al Cliente						
<b>Responsable:</b> Facilitador				<b>N° de participantes:</b> 15		
<b>Temas.</b>	<b>Objetivo.</b>	<b>Métodos.</b>	<b>Técnicas.</b>	<b>Recursos.</b>	<b>Presupuesto.</b>	<b>Tiempo.</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- El Servicio es una Actitud.</li> <li>- Acérquese y Comuníquese.</li> <li>- La Primera Impresión del Empleado.</li> <li>- Normas Personales del Empleado.</li> <li>- Tome la Iniciativa.</li> </ul>	Al finalizar este módulo los participantes serán capaces de desempeñar mejor su función de atención al cliente en cada servicio que presten.	Capacitación en el Puesto.	Participación Activa.	Tecnológicos, Didácticos.	\$ 240.00	1° y 2° sábado de 7:00 am a 11:00 am, teniendo en cuenta que el receso se dará de 8:30 am a 9:00 am.
<b>Dirigido a:</b>	<b>Institución Asesora:</b>		<b>Lugar de Capacitación:</b>	<b>Duración del Módulo:</b>	<b>Resultado:</b>	
Los meseros del Restaurante Pekín City.	Institución Especializada (INSAFORP).		Instalaciones del Restaurante.	8 horas.	Que el personal de servicio al cliente brinde un servicio de mejor calidad.	
<b>Responsable:</b> Gerente General del Restaurante						

*Fuente de elaboración propia del equipo investigativo.*

## 2. MÓDULO II: HABILIDADES Y DESTREZAS.

Este módulo trata sobre las distintas habilidades y destrezas que debe de disponer cada uno de los trabajadores del restaurante.

Objetivo: Al finalizar este módulo los participantes serán capaces de poner en práctica las habilidades y destrezas para poder brindar un buen servicio a los clientes del Restaurante Pekín City.

Temario:

1. Liderazgo.
2. Trabajo en Equipo.
3. Solución de Problemas.
4. Habilidades Emocionales.

Duración: 4 horas

Dirigido a: Los Trabajadores del Restaurante Pekín City.

Impartido por: Institución Especializada (INSAFORP).

**Nota:** *Se solicitó una oferta técnica al Lic. Edwin Ernesto Ramírez Godoy, consultor empresarial y facilitador acreditado por INSAFORP y actualmente contratado por ellos, en la cual INSAFORP aportará el 75% del costo de la capacitación. Además de realizar la propuesta económica de los honorarios. Los honorarios ya incluyen IVA.*

## MÓDULO II: HABILIDADES Y DESTREZAS.

### a. Contenido del Módulo

**Cuadro No. 4: Contenido del Módulo II.**

<b>Nombre:</b> Restaurante Pekín City						
<b>Módulo:</b> Habilidades y Destrezas						
<b>Responsable:</b> Facilitador				<b>N° de participantes:</b> 15		
<b>Temas.</b>	<b>Objetivo.</b>	<b>Métodos.</b>	<b>Técnicas.</b>	<b>Recursos.</b>	<b>Presupuesto.</b>	<b>Tiempo.</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Liderazgo.</li> <li>- Trabajo en Equipo.</li> <li>- Solución de Problemas.</li> <li>- Habilidades Emocionales.</li> </ul>	Al finalizar este módulo los participantes serán capaces de poner en práctica las habilidades y destrezas para poder brindar un buen servicio a los clientes del Restaurante Pekín City.	Exposición	Participación Activa	Tecnológicos y Didácticos	\$ 120.00	3° sábado de 7:00 am a 11:00 am, teniendo en cuenta que el receso se dará de 8:30 am a 9:00 am.
<b>Dirigido a:</b>	<b>Institución Asesora.</b>		<b>Lugar de Capacitación.</b>	<b>Duración del Módulo.</b>	<b>Resultado.</b>	
A los trabajadores del Restaurante.	Institución Especializada (INSAFORP).		Instalaciones del Restaurante.	4 horas.	Que los empleados apliquen las habilidades y destrezas obtenidas.	
<b>Responsable:</b> Gerente General del Restaurante.						

*Fuente de elaboración propia del equipo investigativo.*

### 3. MÓDULO III: SATISFACCIÓN AL CLIENTE.

Este módulo trata sobre la importancia que hay a la hora de prestar un buen servicio al consumidor final del restaurante.

Objetivo: Concientizar a los empleados de la importancia que tiene la satisfacción del cliente en relación al servicio que se ofrece en el restaurante Pekín City.

Temario:

1. Importancia del Cliente Satisfecho.
2. Características que Deben de Poseer los Empleados que Atienden a los Comensales.
3. Actitud que los Empleados Deben de Poseer para Obtener la Satisfacción del Cliente.
4. Necesidades del Cliente.
5. Indicadores de Satisfacción de los Clientes.

Duración: 8 horas

Dirigido a: Los Trabajadores del Restaurante Pekín City.

Impartido por: Institución Especializada (INSAFORP).

**Nota:** *Se solicitó una oferta técnica al Lic. Edwin Ernesto Ramírez Godoy, consultor empresarial y facilitador acreditado por INSAFORP y actualmente contratado por ellos, en la cual INSAFORP aportará el 75% del costo de la capacitación. Además de realizar la propuesta económica de los honorarios. Los honorarios ya incluyen IVA.*

### MÓDULO III: SATISFACCIÓN AL CLIENTE.

#### a. Contenido del Módulo

<b>Nombre:</b> Restaurante Pekín City						
<b>Módulo:</b> Satisfacción al Cliente						
<b>Responsable:</b> Facilitador				<b>N° de participantes:</b> 15		
<b>Temas.</b>	<b>Objetivo.</b>	<b>Métodos.</b>	<b>Técnicas.</b>	<b>Recursos.</b>	<b>Presupuesto.</b>	<b>Tiempo.</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Importancia del Cliente Satisfecho.</li> <li>- Características que deben de poseer los empleados que atienden a los comensales.</li> <li>- Actitud que los empleados deben de poseer para obtener la satisfacción del cliente.</li> <li>- Necesidades del Cliente.</li> <li>- Indicadores de satisfacción de los clientes.</li> </ul>	Concientizar a los empleados de la importancia que tiene la satisfacción del cliente en relación al servicio que se ofrece en el Restaurante Pekín City.	Capacitación en el Puesto	Participación Activa	Tecnológicos y Didácticos	\$ 240.00	4° y 5° sábado de 7:00 am a 11:00 am, teniendo en cuenta que el receso se dará de 8:30 am a 9:00 am.
<b>Dirigido a.</b>	<b>Institución Asesora.</b>		<b>Lugar.</b>	<b>Duración.</b>	<b>Resultado.</b>	
A los trabajadores del Restaurante.	Institución Especializada (INSAFORP).		Instalaciones del Restaurante.	8 horas.	Que el personal brinde una atención de calidad al cliente consiguiendo la satisfacción del mismo.	
<b>Responsable:</b> Gerente General del Restaurante.						

Fuente de elaboración propia del equipo investigativo. **Cuadro No. 5: Contenido del Módulo III.**

## **G. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN.**

El plan de implementación que a continuación se presenta, se hará en el Restaurante Pekín City con el objetivo de una formación integral de cada uno de los empleados sobre el buen servicio al cliente, desarrollar competencias para establecer unas excelentes relaciones interpersonales con las personas que atiende.

El plan de capacitación lo implementará el gerente general por lo tanto él es responsable de ponerlo en marcha y el supervisor de coordinar su desarrollo ya que el restaurante no cuenta con una unidad de recursos humanos que administre este tipo de actividades.

En esta capacitación el empleado será preparado sobre el recibimiento y la despedida que debe brindar al cliente, los problemas que se pueden dar en el servicio, procedimiento para el cobro, la entrega de órdenes, las características del servicio, la sugerencia de platillos y bebidas y los requerimientos del cliente.

La formación que se adquiera en el desarrollo de la capacitación tiene la finalidad de señalar los puntos estratégicos del servicio, así como la administración del mismo, lo cual se ve reflejado en un excelente servicio al cliente, es por ello que para llevarse a cabo la propuesta de capacitación debe contener los recursos humanos, materiales y financieros, los presupuestos y el cronograma de actividades.

### **1. RECURSOS NECESARIOS.**

#### **a) Recursos Humanos.**

Para llevar a cabo el plan de capacitación se necesitan elementos importantes para la ejecución del mismo, pues estos elementos estarán directamente relacionados durante todo el proceso de capacitación los cuales se detallan a continuación:

- **Facilitador:** Es el responsable de impartir y transmitir los conocimientos nuevos y necesarios a cada empleado para brindar un mejor servicio en atención al cliente.
- **Empleados:** Están compuestos por 15 personas que laboran dentro del restaurante.
- **Supervisor:** Su participación es de suma importancia porque ayudará al facilitador a organizarse para cada una de sus respectivas funciones.

#### **b) Recursos Materiales.**

Se usarán como medios para facilitar y garantizar el aprendizaje de los empleados para brindarles a sus clientes una atención de calidad.

Dentro de los materiales para la capacitación se incluirá lo siguiente: salón para la capacitación, sillas, mesas, plumones, lápices, lapiceros, fólderes, fastenes, resma de papel, libretas para apuntes, refrigerio, fotocopias, tanto para el capacitador, el gerente y para los 14 empleados, los cuales se comprarán de una sola vez al iniciar el primer módulo y al finalizar toda la actividad se les otorgará su diploma de participación a cada empleado.

El equipo audiovisual y el material didáctico será proporcionado por el facilitador por lo tanto estos costos no se han considerado en la elaboración del presupuesto del plan de capacitación.

#### **c) Recursos Financieros.**

Para determinar los costos totales en los que se va a incurrir para llevar a cabo el plan de capacitación se tomaron en cuenta los siguientes aspectos: La capacitación se dividió en tres módulos; cada uno durará 4 horas durante 5 sábados consecutivos; haciendo así un total de 20 horas. El costo de cada hora clase es de \$30.00 obteniendo un costo total de \$600.00 en los tres módulos a impartir.

El restaurante Pekín City correrá con el 25% del gasto total que se generará por el proceso de capacitación a sus empleados y el 75% la institución responsable que proporcionó al capacitador para este caso INSAFORP; así mismo el restaurante cubrirá el 10% de margen

de imprevistos para cualquier situación repentina que suceda durante el proceso. La puesta en marcha del plan de capacitación dentro del restaurante será respaldada financieramente por los dueños y con fondos de caja chica con las que cuenta el establecimiento.

Seguidamente se detalla la información de los costos por módulos mediante un presupuesto elaborado para cada uno; donde ya se incluyen los costos de los materiales didácticos que utilizarán los empleados. Cabe aclarar que no se refleja el costo de instalación donde se llevará acabo la capacitación puesto que son propias del restaurante.

## 2. PRESUPUESTO DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN.

No.	NOMBRE DEL MÓDULO	FACILITADOR	REFRIGERIO DEL PERSONAL Y CAPACITADOR	COSTO POR MÓDULOS	SUB TOTAL	DISTRIBUCIÓN DE COSTO POR MÓDULO	
						RESTAURANTE (25%)	INSAFORP (75%)
1	Servicio al Cliente	INSAFORP	\$ 76.80	\$ 240.00	\$ 316.80	\$ 60.00	\$ 180.00
2	Habilidades y Destrezas	INSAFORP	\$ 38.40	\$ 120.00	\$ 158.40	\$ 30.00	\$ 90.00
3	Satisfacción al Cliente	INSAFORP	\$ 76.80	\$ 240.00	\$ 316.80	\$ 60.00	\$ 180.00

Fuente de elaboración propia del equipo investigativo. **Tabla No. 1: Presupuesto del Programa de Capacitación.**

## 3. REFRIGERIO DE LOS EMPLEADOS Y CAPACITADORES.

**Tabla No. 2: Costos del Refrigerio para Empleados y Capacitador.**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Sándwich	16	\$ 1.00	\$ 16.00
Agua	16	\$ 0.60	\$ 9.60
Pan	16	\$ 0.50	\$ 8.00
Café	-	\$ 4.80	\$ 4.80
<b>SUB TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>\$ 6.90</b>	<b>\$ 38.40</b>
<b><u>TOTAL DE DÍAS QUE SE DARÁ REFRIGERIO</u></b>			
Módulo 1	2	\$ 38.40	\$ 76.80
Módulo 2	1	\$ 38.40	\$ 38.40
Módulo 3	2	\$ 38.40	\$ 76.80
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>\$ 115.20</b>	<b>\$ 192.00</b>

Fuente de elaboración propia del equipo investigativo.

#### 4. COSTO POR MÓDULOS

***Tabla No. 3: Costo de Contratación por Módulo***

MÓDULOS	ACTIVIDADES A DESARROLLAR	NÚMERO DE HORAS	COSTO HORA CLASE	TOTAL
<b>I. Servicio al Cliente</b>	El servicio es una actitud	8	\$ 30.00	\$ 240.00
	Acérquese y comuníquese			
	La primera impresión cuenta			
	Normas personales del empleado			
	Tome la iniciativa			
<b>II. Habilidades y Destrezas</b>	Liderazgo	4	\$ 30.00	\$ 120.00
	Trabajo en equipo			
	Solución de problemas			
	Habilidades emocionales			
<b>III. Satisfacción al Cliente</b>	Importancia del cliente satisfecho	8	\$ 30.00	\$ 240.00
	Características que deben de poseer los empleados que atienden a los clientes			
	Actitud que los empleados deben de poseer para obtener la satisfacción del cliente			
	Necesidades del cliente			
	Indicadores de satisfacción de los clientes			

*Fuente de elaboración propia del equipo investigativo.*

## 5. PRESUPUESTO TOTAL DEL PLAN DE CAPACITACIÓN

***Tabla No. 4: Presupuesto Total del Plan de Capacitación.***

<b>MÓDULO</b>	<b>TOTAL POR CONTRATACIÓN DE SERVICIOS</b>	<b>REFRIGERIO DE LOS EMPLEADOS Y CAPACITADOR</b>	<b>COSTO POR MÓDULO</b>	<b>SUBTOTAL</b>	<b>IMPREVISTOS (10%)</b>	<b>PRESUPUESTO TOTAL</b>
<b>I. Servicio al Cliente</b>	INSAFORP	\$ 76.80	\$ 60.00	\$ 136.80	\$ 13.68	\$ 150.48
<b>II. Manipulación de Alimentos</b>	INSAFORP	\$ 38.40	\$ 30.00	\$ 68.40	\$ 6.84	\$ 75.24
<b>III. Satisfacción al Cliente</b>	INSAFORP	\$ 76.80	\$ 60.00	\$ 136.80	\$ 13.68	\$ 150.48
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 192.00</b>	<b>\$ 150.00</b>	<b>\$ 342.00</b>	<b>\$ 34.20</b>	<b>\$ 376.20</b>

*Fuente de elaboración propia del equipo investigativo.*

## 6. CRONOGRAMA DEL PLAN DE CAPACITACIÓN.

**Tabla No. 5: Cronograma de Actividades.**

No.	ACTIVIDADES A DESARROLLAR	DURACIÓN EN HORAS	MES 1				MES 2				MES 3		RESPONSABLES	
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2		
1	Entrega del trabajo al gerente general		■											Equipo de Trabajo
2	Puesta en Marcha de la Capacitación			■										Gerente General
3	<b>MÓDULO - SERVICIO AL CLIENTE</b>													
4	El servicio es una actitud	2			■									Facilitador
5	Acérquese y comuníquese	2			■									
6	La primera impresión cuenta	2				■								
7	Normas personales del empleado	1				■								
8	Tome la iniciativa	1				■								
9	<b>MÓDULO - HABILIDADES Y DESTREZAS</b>													
10	Liderazgo	1					■							Facilitador
11	Trabajo en equipo	1					■							
12	Solución de problemas	1					■							
13	Habilidades emocionales	1					■							
14	<b>MÓDULO - SATISFACCIÓN AL CLIENTE</b>													
15	Importancia del cliente satisfecho	2						■						Facilitador
16	Características que deben de poseer los empleados que atienden a los clientes	2						■						
17	Actitud que los empleados deben de poseer para obtener la satisfacción del cliente	2							■					
18	Necesidades del cliente	1							■					
19	Indicadores de satisfacción de los clientes	1							■					
20	<b>SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN</b>													
												■	■	Supervisor y Facilitador

*Fuente de elaboración propia del equipo investigativo.*

## **H. EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO.**

### **1. PROCESO DE EVALUACIÓN.**

La finalidad de la evaluación es formativa y con ello se pretende valorar el progreso del empleado desde el punto de vista del proceso de aprendizaje.

Evaluar es básico y fundamental para lograr una retroalimentación cierta y útil de la consecución del aprendizaje. El proceso debe tener un orden lógico para determinar si los objetivos planteados en cuanto al plan a implementar son alcanzados.

Evaluar el nivel de importancia que los empleados del restaurante les dan a las capacitaciones, el aprovechamiento de los recursos invertidos en su formación, la evaluación del trabajo realizado por el facilitador, evaluar la motivación de los empleados que es el pilar fundamental y por último determinar qué temas o aspectos fueron fáciles de asimilar y cuáles fueron los de menor asimilación y tomarlos en cuenta para poderlos reforzar en capacitaciones futuras.

Una vez finalizada la evaluación a los empleados, el capacitador tendrá que elaborar un informe que contenga los resultados más importantes; y para culminar este proceso de evaluación el facilitador evaluará a cada uno de los participantes acerca de los temas impartidos.

.

## **2. SEGUIMIENTO.**

Durante el proceso de capacitación se llevará un seguimiento que permita identificar las deficiencias de aprendizaje que pueda existir y enfocarse en temas que a los empleados les es más difícil asimilar.

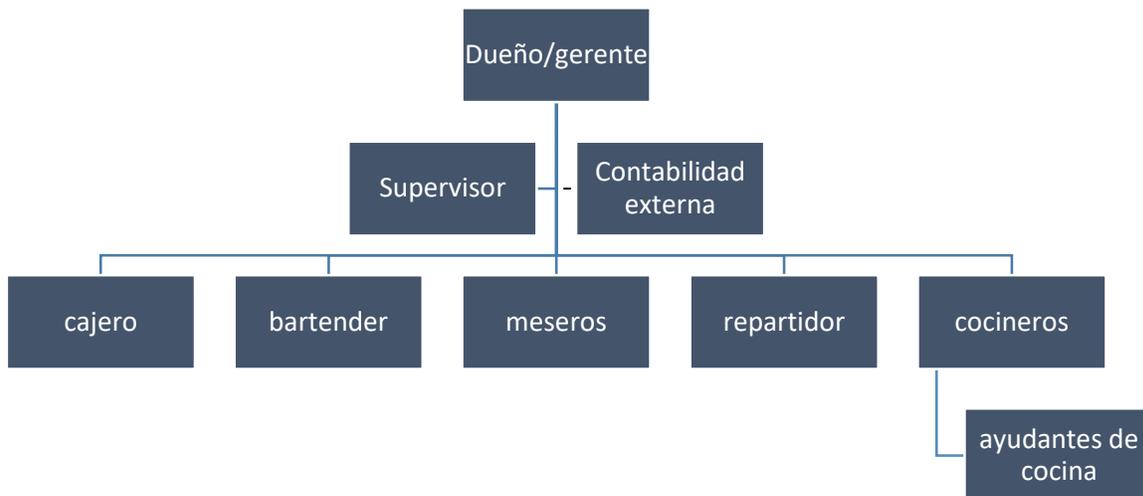
El Supervisor del restaurante será el encargado de dar seguimiento al plan de capacitación ya que el restaurante no cuenta con un área de recursos humanos, es por ello que el realizará una reunión quincenal con los empleados que han participado para conversar sobre la manera que están aplicando lo aprendido en la capacitación, compartir dificultades y hacer referencia al contenido visto en la capacitación. El supervisor puede apoyarse en los informes que realizó el capacitador en el proceso de evaluación.

Estas reuniones serán un acompañamiento a los participantes en su proceso de formación y entrenamiento y que exista un control sobre la importancia que tiene para la organización que sus empleados participen en programas de capacitación que tendrán como consecuencia un mejoramiento, medible, evaluable y observable en la gestión y en los resultados.

## I. ORGANIGRAMA.

Como parte de la propuesta también está el organigrama, ya que el restaurante no cuenta con uno.

**Figura No. 2: Organigrama.**



*Fuente/Fecha: elaborado por el equipo de investigación /febrero 2023.*

### Simbología

- Unidades permanentes de trabajo propias
- Subordinación
- Relación de coordinación y/o colaboración

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### A. LIBROS

Chiavenato, Idalberto (1998) "Introducción a la Teoría General de la Administración". McGraw-Hill Interamericana s.a., Colombia

Chiavenato, Idalberto. (2000) Administración de Recursos Humanos. 5ta. Ed. McGraw Hill

Chiavenato Idalberto, Administración de Recursos Humanos: El capital humano de las organizaciones, 8ª Edición-Pág.387.

Chiavenato Idalberto, Administración de Recursos Humanos, Quinta Edición, Bogotá, Editorial Mac Graw Hill, 2000, pág. 579-580

Corona Vargas, Eduardo. (2000). Instrumentos para la formación de los responsables en la capacitación. INSAFORP. El Salvador.

Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Edición 1999, Pág. 54.

Martin William B, "Guía del Mesero: Como dar Calidad en el Servicio al Cliente" Grupo Editorial Ibero América, México, 1992.

Kotler, Philip y Keller, Kevin. Dirección de Marketing. (14 ed.) 2012 México Pág.378

Pinto, R. Diana. Proceso de capacitación. (2da. Edición). México 1997

Reizenstein, 2004, Pág. 119.

Silíceo, Alfonso. Capacitación y Desarrollo del Personal. 2ª. Edición. Editorial Limusa Noriega, México 1993. Pág. 3.

Serrano, Alexis. (2007). Administración de Personas. El Salvador: 1ª Edición

Serna Gómez, Humberto. (1999), Servicio al Cliente: métodos de auditoria y medición (2º Ed.) Bogotá: 3R Editores. Pág. 17.

Uribe Macías Mario Enrique, (2010) Gerencia del servicio. (1ra ed.) Bogotá: Ediciones de la U 2010. Pág. 96.

## **B. LEYES**

Constitución de la República de El Salvador, Decreto N°. 38 Sección segunda, Trabajo y Seguridad Social, de 15 de diciembre de 1983, publicado en el Diario Oficial de la República de El Salvador N° 234, Tomo: 281, el 16 de diciembre de 1983.

Código de Salud DECRETO LEGISLATIVO. N° 955, del 28 de abril de 1988, publicado en el DIARIO OFICIAL N° 86, Tomo 299, del 11 de mayo de 1988.

Código de trabajo, Decreto Legislativo D. L. N°15, del 23 de julio de 1972, publicado en el Diario Oficial N° 142, tomo 236, del 31 de julio de 1972.

Ley De Impuesto a la Tránsito de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios, Decreto Legislativo No. 296 de fecha 24 de julio de 1992, publicado en el Diario Oficial No. 143, Tomo 316 de fecha 31 de julio de 1992.

Ley Del Impuesto Sobre la Renta, Decreto Legislativo N°577, fecha 18 de octubre de 2001, publicado en el Diario Oficial No. 198, Tomo 353 del 19 de octubre del 2001.

Ley General de Prevención de Riesgos en los Lugares de trabajo Origen Decreto Legislativo N°: 254 Fecha: 21/01/2010 D. Oficial: 82 Tomo: 387 Publicación DO: 05/05/2010.

Ley del Seguro Social Decreto Ley N°: 1263 Fecha: 3/12/1953 D. Oficial: 226 Tomo: 161  
Publicación DO: 11/12/1953.

Ley del Sistema de Ahorro para pensiones Decreto Legislativo N°: 927 Fecha:20/12/1996 D.  
Oficial: 243 Tomo: 333 Publicación DO: 23/12/1996 Reformas: (10) D.L. N° 277, del 02 de  
mayo del 2007, publicado en el D.O. N° 82, Tomo 375, del 08 de mayo del 2007.

Norma Técnica Sanitaria Para La Autorización Y Control De Restaurantes Decreto  
Legislativo N°273, del 1 de febrero de 2013, publicado el Diario Oficial N° 27, tomo 398,  
del 8 de febrero del 2013

### **C. WEBSITES VISITADOS Y ACCESADOS**

<https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>

<http://www.monografias.com/trabajos5/estserv/estserv.shtml>

<http://www.sigweb.cl/wp-content/uploads/biblioteca/DeteccionNecesidades.pdf>

<https://www.coexitosos.com/> [Guía] Elementos clave de un plan anual de capacitación para  
su empresa

[https://gastronomicainternacional.com/articulos-culinarios/gestion-y-administracion/tipos-  
de-clientes-en-un-restaurante-y-como-tratarlos/](https://gastronomicainternacional.com/articulos-culinarios/gestion-y-administracion/tipos-de-clientes-en-un-restaurante-y-como-tratarlos/)

# ANEXOS

# ANEXO 1

**INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.



---

## CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS EMPLEADOS DEL RESTAURANTE PEKÍN CITY

**Objetivo:** Recopilar información que nos permita conocer la necesidad de un plan de capacitación en atención al cliente para el personal del Restaurante Pekín City

La información que se nos proporcione será utilizada estrictamente para fines académicos en la elaboración de Trabajo de Graduación, en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador.

Toda la información ofrecida será tratada confidencialmente.

**Indicación:** Favor marque con una “X” una sola de las respuestas y la que mejor le parezca con base a su conocimiento y experiencias.

### I. GENERALIDADES

a. Género:  F  M

b. Edad:  18- 24  24-30  30-40  40 – adelante

c. Nivel de estudios:

1-6 grado  7- 9 grado  bachillerato  Técnico  Estudios universitarios

d. Plaza que ocupa actualmente: \_\_\_\_\_

## II. PREGUNTAS DE CONTENIDO BÁSICO.

1. ¿Cuánto tiempo tiene de trabajar en el Restaurante Pekín City?

0-1 año      1-3 años      3-5 años      5 años en adelante

2. ¿Antes de ocupar su puesto de trabajo, recibió algún tipo de capacitación en servicio al cliente?

Sí      No

3. ¿Con que frecuencia reciben reclamos de los clientes?

Diario  
 Semanal  
 Mensual  
 Ocasional

4. ¿Ha recibido amonestaciones de su jefe por la atención al cliente?

Nunca      Alguna vez       Ocasionalmente

5. ¿Cómo evaluaría la eficiencia en la atención brindada a los clientes?

Deficiente  
 Regular  
 Buena  
 Excelente

6. En su opinión ¿Considera usted que su labor genera satisfacción en el cliente?

Nunca      Con frecuencia  
Casi nunca      Casi siempre

En ocasiones                      Siempre

7. ¿Tiene conocimiento sobre que es un plan de capacitación en atención al cliente?

Sí    No

8. ¿Cree usted que un Plan de capacitación en atención al cliente puede fortalecer el desempeño de los trabajadores del restaurante?

Sí    No    Tal vez

9. ¿Cuándo el cliente tiene algún reclamo sobre el servicio brindado usted le solventa satisfactoriamente?

Nunca    Con frecuencia

Casi nunca    En ocasiones

Casi siempre    Siempre

10. ¿Considera usted que el servicio de atención al cliente que ofrece lo hace de manera ágil?

Nunca    Con frecuencia

Casi siempre    Casi nunca

Siempre    En ocasiones

11. ¿Considera que al recibir una capacitación se verán mejoras en el desempeño de su trabajo?

Sí    No    Tal vez

12. ¿Le gustaría que impartieran un plan de capacitación en atención al cliente?

Sí    No    Tal vez

13. ¿Ha notado usted insatisfacción o disconformidad en el servicio por el servicio que recibe?

Nunca                      Con frecuencia                      Siempre

14. Si su respuesta es con frecuencia o siempre ¿A qué se debe la insatisfacción en el cliente según usted?

Falta de rapidez en ser atendidos.

Falta de amabilidad de parte del personal del restaurante.

La orden servida no es la que solicita el cliente.

Otros (especifique): \_\_\_\_\_

15. ¿Cree usted que se puede mejorar la eficiencia en el servicio ofrecido?

Sí

No

Tal vez

16. Si el restaurante asegura una excelente atención al cliente como un compromiso a los clientes ¿Estaría motivado a asumir este compromiso?

Sí

No

**Le agradecemos su valiosa ayuda.**

<b>DATOS DE CONTROL</b>
Lugar: _____
Fecha: _____
Responsable: _____
N° de cuestionario: _____
<b>Uso exclusivo del encuestador</b>



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.



---

## CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS CLIENTES DEL RESTAURANTE PEKÍN CITY

**Objetivo:** Conocer la opinión que tienen los clientes acerca de la atención que reciben por parte de los empleados del Restaurante Pekín City.

La información que se nos proporcione será utilizada estrictamente para fines académicos en la elaboración de Trabajo de Graduación, en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador.

Toda la información ofrecida será tratada confidencialmente.

Indicación: Conteste las interrogantes que se le presenta a continuación marcando con una “X” una sola de las alternativas.

### I. GENERALIDADES

a. Género

F

M

### II. PREGUNTAS DE CONTENIDO BÁSICO.

1. ¿Con qué frecuencia visita el restaurante Pekín City?

1 vez a la semana

2 a 3 veces a la semana

2 a 4 veces al mes



9. Según su criterio, ¿Qué factores considera usted que se debe mejorar para brindar una excelente atención al cliente?

Apariencia y sabor de los platillos

Rapidez en atención

Cortesía

Aspecto visual del restaurante

Limpieza

Todas las anteriores.

10. ¿Considera que el servicio que se le brindó es acorde a las necesidades como cliente?

Sí

No

Necesita mejorar

11. De considerar que el servicio debe mejorar, ¿Qué acciones considera deficientes en los empleados del restaurante?

Falta de capacitación en servicio al cliente

Lentitud en atender

Falta de cortesía

12. ¿Cuándo visita el restaurante cuanto tiempo se tardan para atenderlo y servirle sus platillos?

15 minutos

20 minutos

30 minutos

Más de una hora

13. ¿Según la pregunta anterior cómo calificaría el tiempo que esperó para que lo atendieran totalmente?

Demasiado tiempo

Tiempo aceptable

Rápidamente

Le agradecemos su valiosa ayuda.

DATOS DE CONTROL	
Lugar:	_____
Fecha:	_____
Responsable:	_____
N° de cuestionario:	_____
Uso exclusivo del encuestador	



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.



---

## ENTREVISTA DIRIGIDA AL SUPERVISOR DEL RESTAURANTE PEKÍN CITY

**OBJETIVO:** Obtener información, que servirá como base para el trabajo de graduación que lleva como título: PLAN DE CAPACITACIÓN EN ATENCIÓN AL CLIENTE PARA FORTALECER EL DESEMPEÑO DE LOS TRABAJADORES DEL RESTAURANTE PEKÍN CITY, UBICADO EN LA CIUDAD DE SAN SALVADOR.

Agradecemos el brindarnos minutos de su tiempo y respondernos las siguientes interrogantes. La información que nos proporcione es de mucha importancia y será tratada de manera confidencial y para fines académicos.

Desarrollo de la entrevista

1. ¿Conoce usted que es el servicio al cliente?

2. ¿Sus subalternos tienen conocimientos de lo que es servicio al cliente?
3. ¿Cuenta el restaurante con planes para mejorar el servicio que se brinda al cliente?
4. ¿Ha recibido algún tipo de reclamo o queja de los clientes sobre el servicio brindado por los empleados?
5. ¿Qué tipo de medidas toma al recibir los reclamos de los clientes por el servicio brindado por los empleados?
6. ¿Cómo evaluaría la atención al cliente de parte de los empleados del restaurante?
7. ¿Considera que es importante que el restaurante aplique un plan de capacitación en atención al cliente para fortalecer el desempeño de los trabajadores?
8. ¿El personal ha recibido algún tipo de capacitación?
9. ¿Estaría dispuesto a que el personal reciba capacitación en atención al cliente para fortalecer el desempeño de ellos?
10. ¿Cuenta con los recursos humanos y materiales necesarios para prestar un servicio de calidad?

Le agradecemos habernos regalado unos minutos de su tiempo para brindarnos esta pequeña entrevista.

# **ANEXO 2**

**TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DEL CUESTIONARIO**

**DIRIGIDO A LOS EMPLEADOS DEL RESTAURANTE**

**PEKÍN CITY**

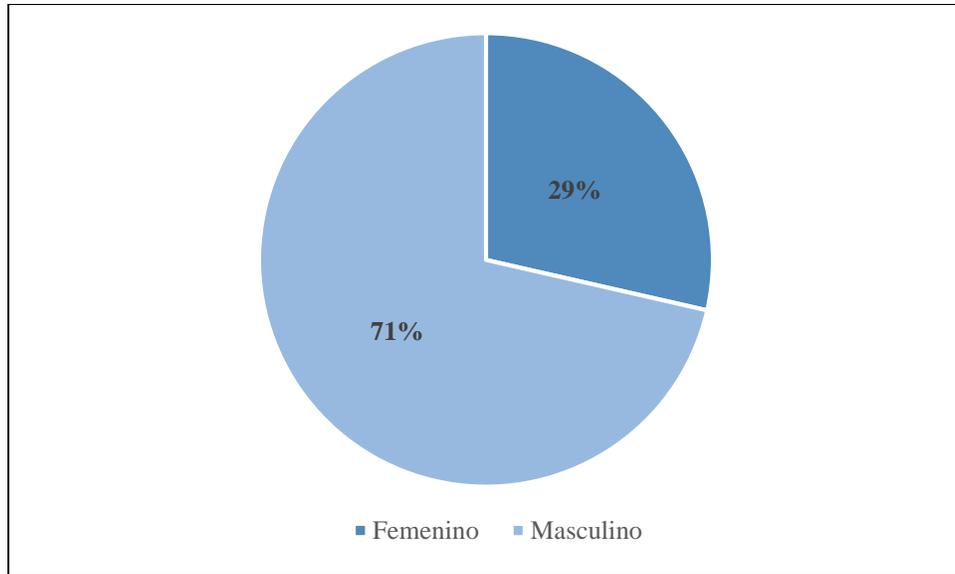
**TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DEL CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS  
EMPLEADOS DEL RESTAURANTE PEKÍN CITY**

**I. GENERALIDADES**

**a) Género**

**Objetivo:** Determinar el género predominante de los trabajadores del Restaurante Pekín City

<b>a) Género</b>		
<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Femenino	4	28.57%
Masculino	10	71.43%
<b>Censo</b>	<b>14</b>	<b>100.00%</b>

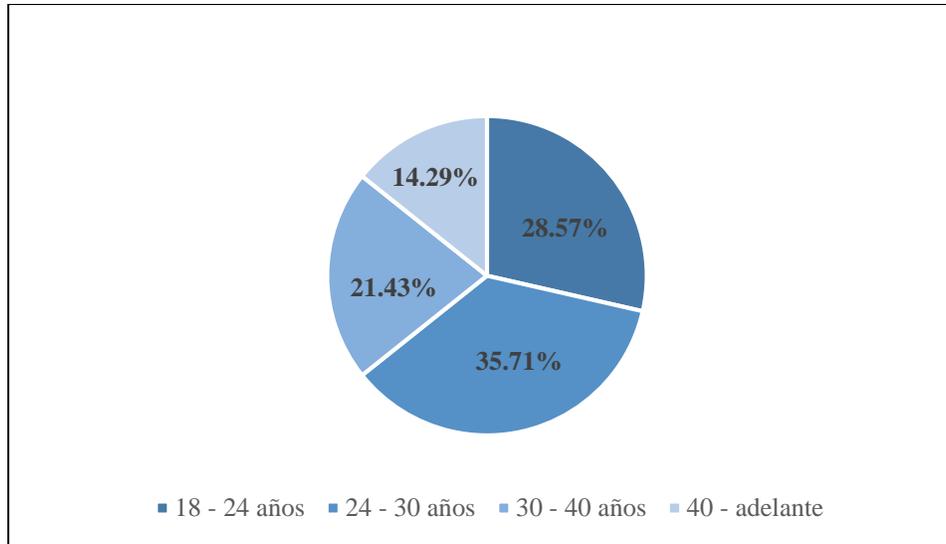


**Interpretación:** El mayor margen de representatividad está conformado por el género masculino con el 71%, el cual se determina un margen diferencial elevado en comparación del género femenino, es decir, el Restaurante Pekín City tiene una preferencia de género para escoger a sus trabajadores.

#### b) Edad

**Objetivo:** Determinar el rango de las edades de los empleados que laboran en el Restaurante Pekín City.

b) Edad		
Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
18 - 24 años	4	28.57%
24 - 30 años	5	35.71%
30 - 40 años	3	21.43%
40 - adelante	2	14.29%
<b>Censo</b>	<b>14</b>	<b>100.00%</b>

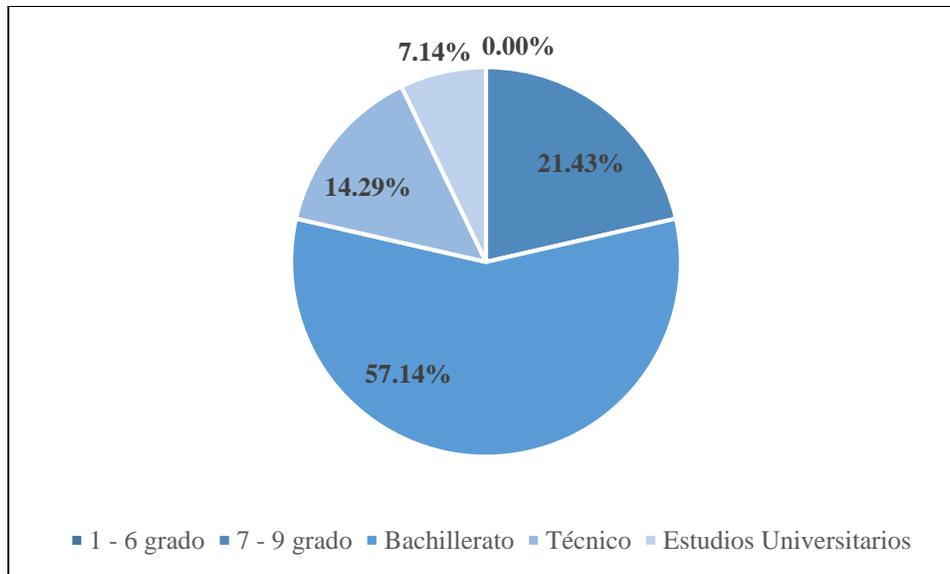


**Interpretación:** La edad de los empleados se encuentra en su mayoría entre 24 - 30 años, representando un 35.71%, y solo se encuentran 4 personas menores de 24 años laborando y 2 personas mayores a 40 años de edad trabajando en el Restaurante Pekín City.

### c) Nivel de Estudios

**Objetivo:** Conocer el nivel de estudios que poseen los trabajadores del Restaurante Pekín City.

c) Nivel de Estudio		
Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 - 6 grado	0	0.00%
7 - 9 grado	3	21.43%
Bachillerato	8	57.14%
Técnico	2	14.29%
Estudios Universitarios	1	7.14%
<b>Censo</b>	<b>14</b>	<b>100.00%</b>

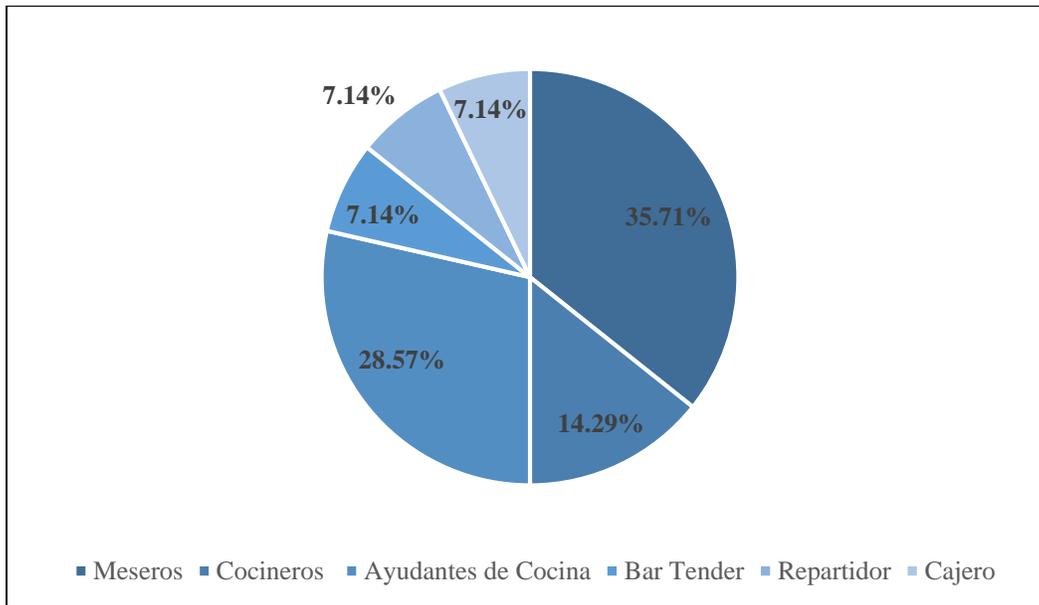


**Interpretación:** Más de la mitad de los trabajadores son bachilleres y una minoría posee un técnico, por lo cual se determina que el personal posee un conocimiento relativo para desempeñar sus funciones en sus puestos de trabajo. También se identificó a 3 personas que tienen estudios de educación básica.

#### d) Plaza que Ocupa Actualmente

**Objetivo:** Determinar las plazas que tienen los empleados del Restaurante Pekín City.

d) Plaza que ocupa actualmente		
Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Meseros	5	35.71%
Cocineros	2	14.29%
Ayudantes de Cocina	4	28.57%
Bar Tender	1	7.14%
Repartidor	1	7.14%
Cajero	1	7.14%
<b>Censo</b>	<b>14</b>	<b>100.00%</b>



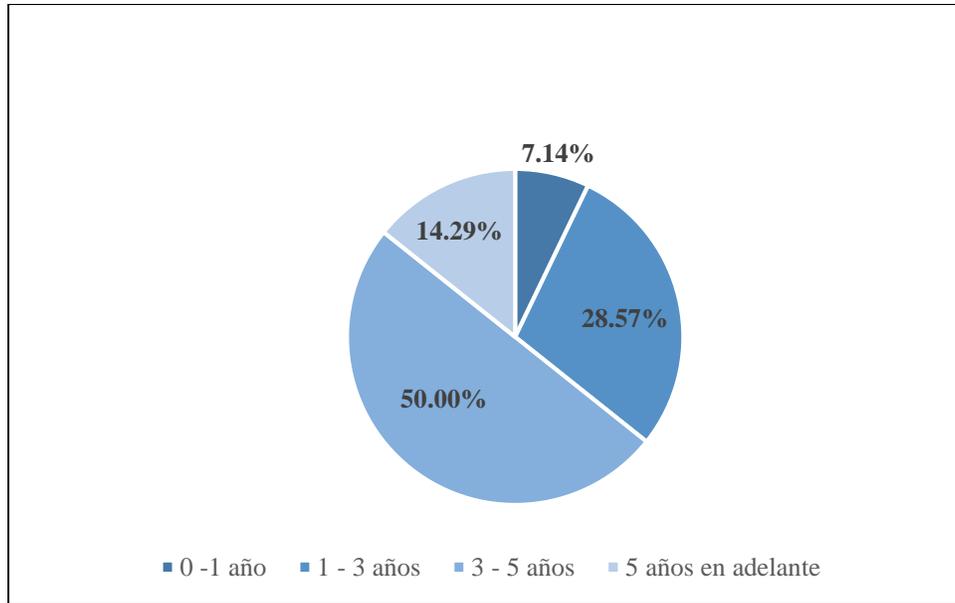
**Interpretación:** En relación a los puestos que ocupan los empleados se determina que hay más de dos personas ocupando un mismo puesto de acuerdo a las necesidades que exige cada puesto, a excepción de los puestos en los que se requiere menos actividad en el restaurante.

## II. PREGUNTAS DE CONTENIDO BÁSICO

### 1. ¿Cuánto tiempo tiene de trabajar en el Restaurante Pekín City?

**Objetivo:** Conocer el tiempo que tiene los empleados de trabajar en el Restaurante Pekín City.

1. ¿Cuánto tiempo tiene de trabajar en el Restaurante Pekín City?		
Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
0 -1 año	1	7.14%
1 - 3 años	4	28.57%
3 - 5 años	7	50.00%
5 años en adelante	2	14.29%
<b>Censo</b>	<b>14</b>	<b>100.00%</b>

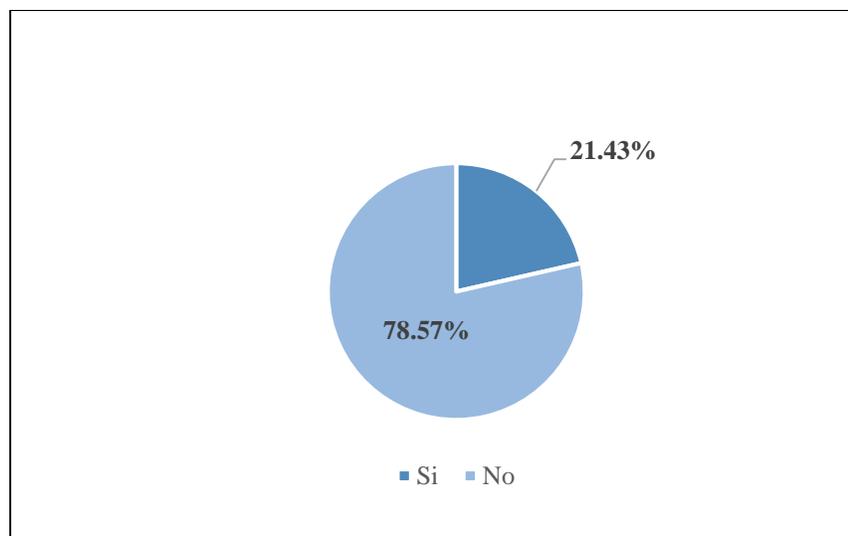


**Interpretación:** En relación al tiempo de trabajo la mitad de empleados lleva entre 3 a 5 años por lo cual se entiende que ya deben de conocer bien sus áreas de trabajo, pero menos del 30% están desde hace 3 años o menos.

**2. ¿Antes de ocupar su puesto de trabajo, recibió algún tipo de capacitación en el servicio al cliente?**

**Objetivo:** Conocer si el trabajador recibió alguna capacitación al momento de ser contratado.

<b>2. ¿Antes de ocupar su puesto de trabajo, recibió algún tipo de capacitación en el servicio al cliente?</b>		
<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Si	3	21.43%
No	11	78.57%
<b>Censo</b>	<b>14</b>	<b>100.00%</b>

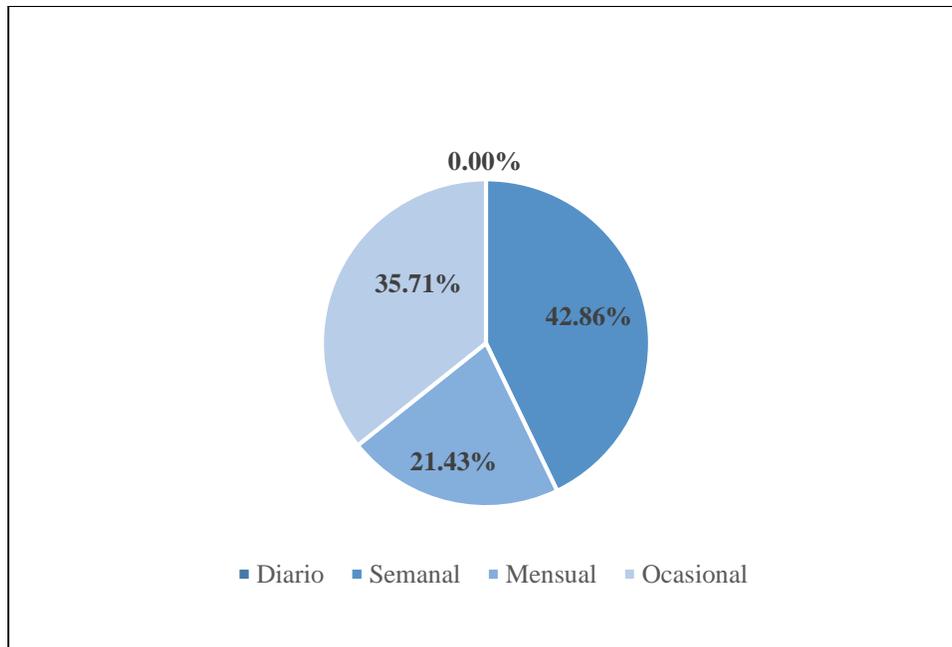


**Interpretación:** Más del 75% de los empleados opinaron que no recibieron ninguna capacitación que les facilite el inicio de sus labores en el restaurante presentando una mala gestión del personal por parte del gerente.

### 3. ¿Con que frecuencia reciben reclamos de los clientes?

Objetivo: Conocer la frecuencia de reclamos para medir la eficiencia de la atención al cliente en el Restaurante Pekín City.

3. ¿Con que frecuencia reciben reclamos de los clientes?		
Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Diario	0	0.00%
Semanal	6	42.86%
Mensual	3	21.43%
Ocasional	5	35.71%
<b>Censo</b>	<b>14</b>	<b>100.00%</b>

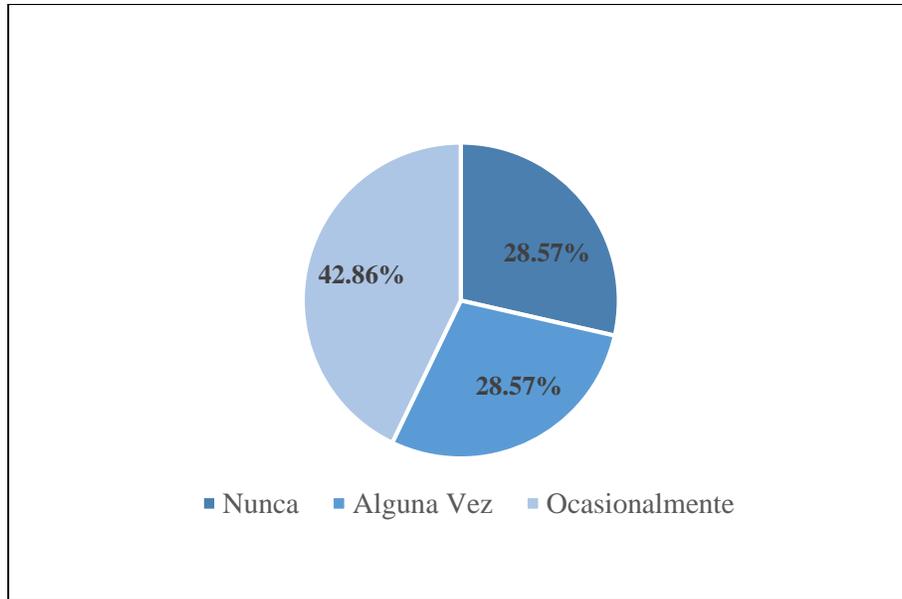


**Interpretación:** Más del 40% de los empleados han recibido reclamos semanales por parte de los clientes dando una mala imagen del restaurante, presentando deficiencias al momento de brindar el servicio de atención al cliente.

#### 4. ¿Ha recibido amonestaciones de su jefe por la atención al cliente?

**Objetivo:** Conocer la disciplina que impone la gerencia a sus empleados en relación a los reclamos.

4. ¿Ha recibido amonestaciones de su jefe por la atención al cliente?		
Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Nunca	4	28.57%
Alguna Vez	4	28.57%
Ocasionalmente	6	42.86%
<b>Censo</b>	<b>14</b>	<b>100.00%</b>

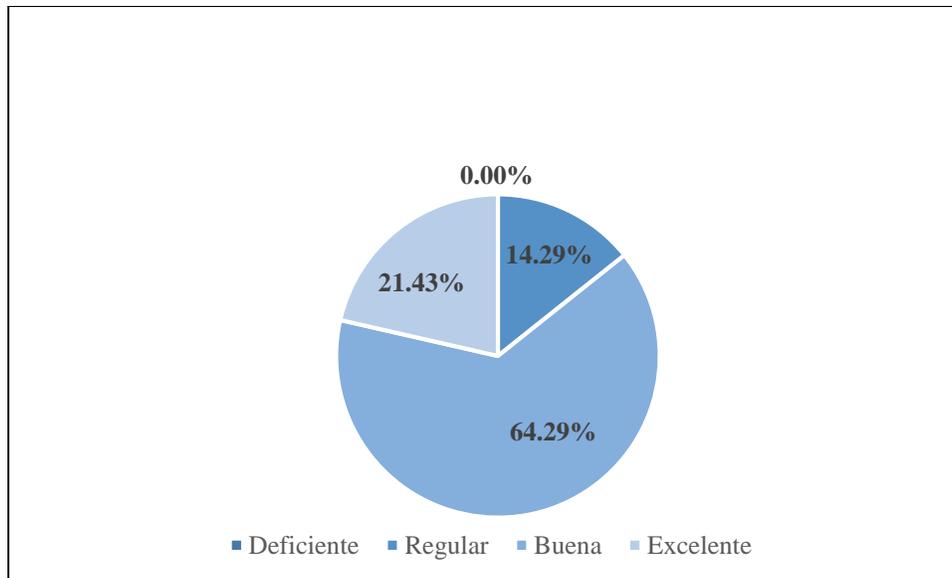


**Interpretación:** En relación a las amonestaciones más del 60% de los empleados respondió que alguna vez y en ocasiones han recibido amonestaciones por parte del supervisor, siendo éste muy estricto en cuanto al servicio en atención al cliente que prestan los trabajadores del restaurante.

### 5. ¿Cómo evaluaría la eficiencia en la atención brindada a los clientes?

**Objetivo:** Determinar el grado de satisfacción de parte de los trabajadores al momento de prestar sus servicios.

5. ¿Cómo evaluaría la eficiencia en la atención brindada a los usuarios?		
Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Deficiente	0	0.00%
Regular	2	14.29%
Buena	9	64.29%
Excelente	3	21.43%
<b>Censo</b>	<b>14</b>	<b>100.00%</b>

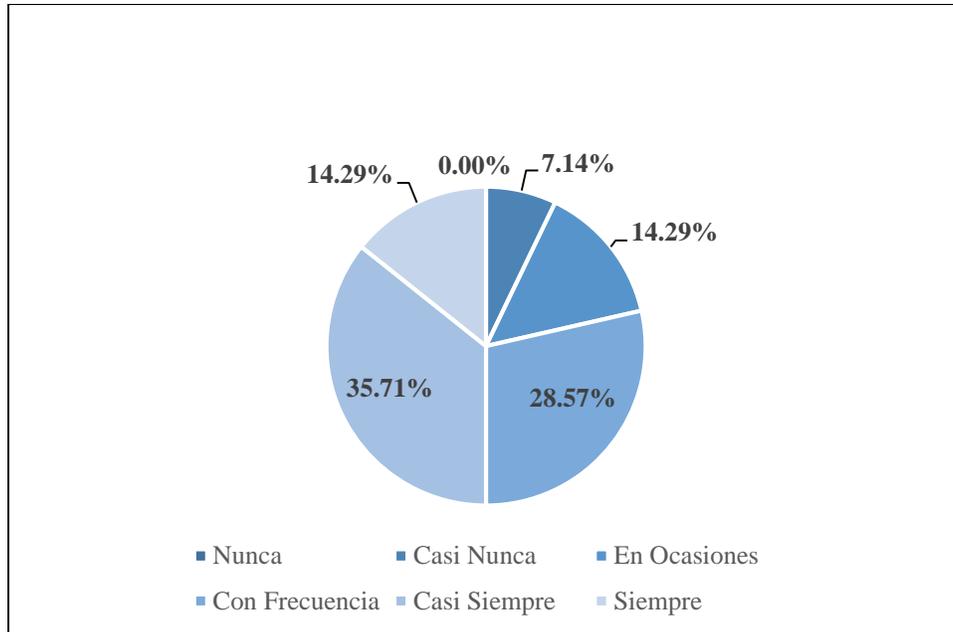


**Interpretación:** Más de la mitad de los empleados consideran como buena la eficiencia del servicio que brindan, mientras que un porcentaje menor afirma como regular la relación al servicio ofrecido. Cabe mencionar que solo 3 personas consideran que dan un eficiente servicio al usuario de manera excelente.

#### 6. En su opinión ¿Considera usted que su labor genera satisfacción en el cliente?

**Objetivo:** Conocer la opinión de los empleados de la importancia que le dan al servicio prestado a sus clientes.

6. En su opinión ¿Considera usted que su labor genera satisfacción en el cliente?		
Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Nunca	0	0.00%
Casi Nunca	1	7.14%
En Ocasiones	2	14.29%
Con Frecuencia	4	28.57%
Casi Siempre	5	35.71%
Siempre	2	14.29%
<b>Censo</b>	<b>14</b>	<b>100.00%</b>

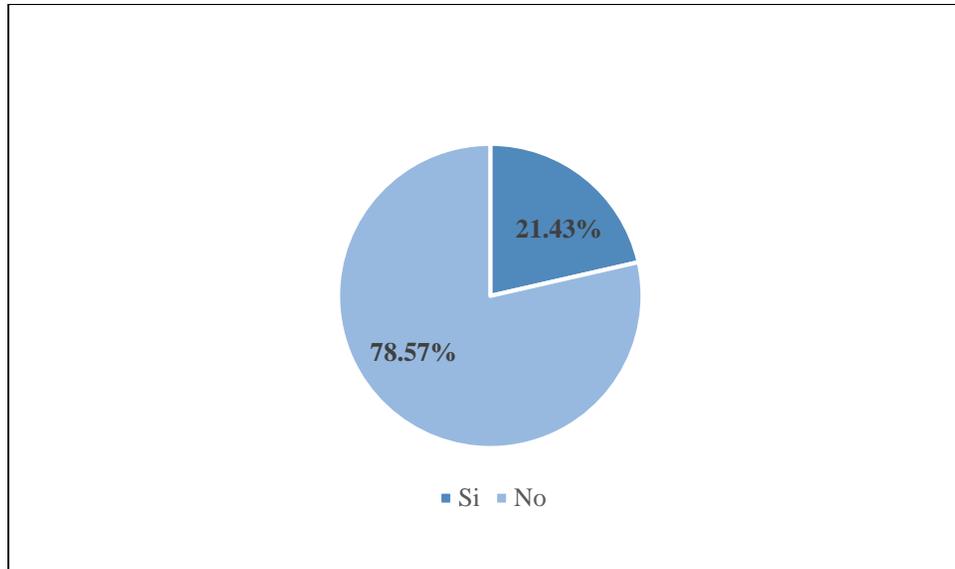


**Interpretación:** Un 35% de los empleados afirma que su servicio casi siempre genera cierta satisfacción en los clientes, lo cual es importante ya que se le presta la atención debida, pero es de considerar que solo 2 empleados afirman que siempre notan satisfacción en los clientes, por lo cual, nos da a entender que no a todas las personas se les da un trato igual en cuanto a la calidad del servicio prestado.

### 7. ¿Tiene conocimiento sobre que es un plan de capacitación en atención al cliente?

**Objetivo:** Determinar si los empleados son conocedores sobre un plan de capacitación en atención al cliente.

7. ¿Tiene conocimiento sobre que es un plan de capacitación en atención al cliente?		
Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	3	21.43%
No	11	78.57%
<b>Censo</b>	<b>14</b>	<b>100.00%</b>

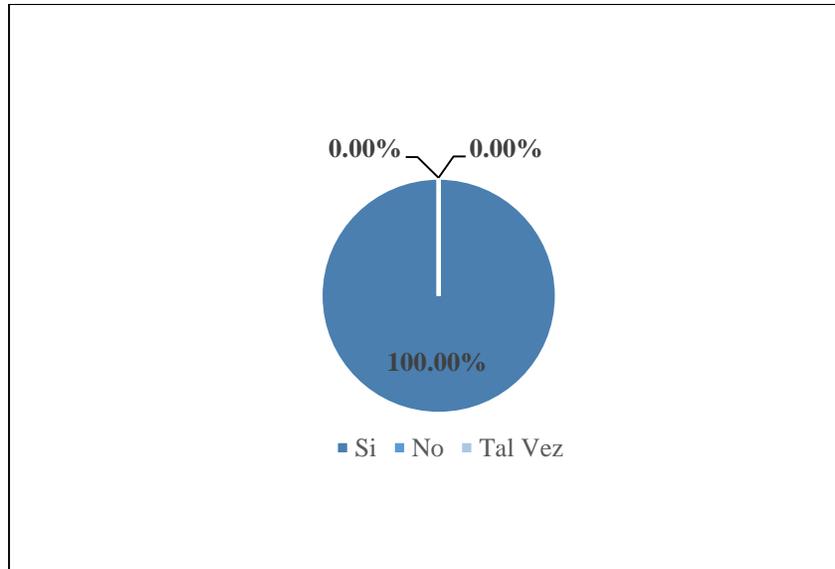


**Interpretación:** La mayoría de los empleados no tienen conocimiento acerca de que es un plan de capacitación en atención al cliente lo cual es alarmante ya que al no tener una idea se dificulta implementar un plan de capacitación para los empleados del Restaurante Pekín City.

**8. ¿Cree usted que un Plan de capacitación en atención al cliente puede fortalecer el desempeño de los trabajadores del restaurante?**

**Objetivo:** Evaluar si un plan de capacitación en atención al cliente contribuye al fortalecimiento del desempeño de los trabajadores en la atención al cliente.

<b>8. ¿Cree usted que un Plan de capacitación en atención al cliente puede fortalecer el desempeño de los trabajadores del restaurante?</b>		
<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Si	14	100.00%
No	0	0.00%
Tal Vez	0	0.00%
<b>Censo</b>	<b>14</b>	<b>100.00%</b>

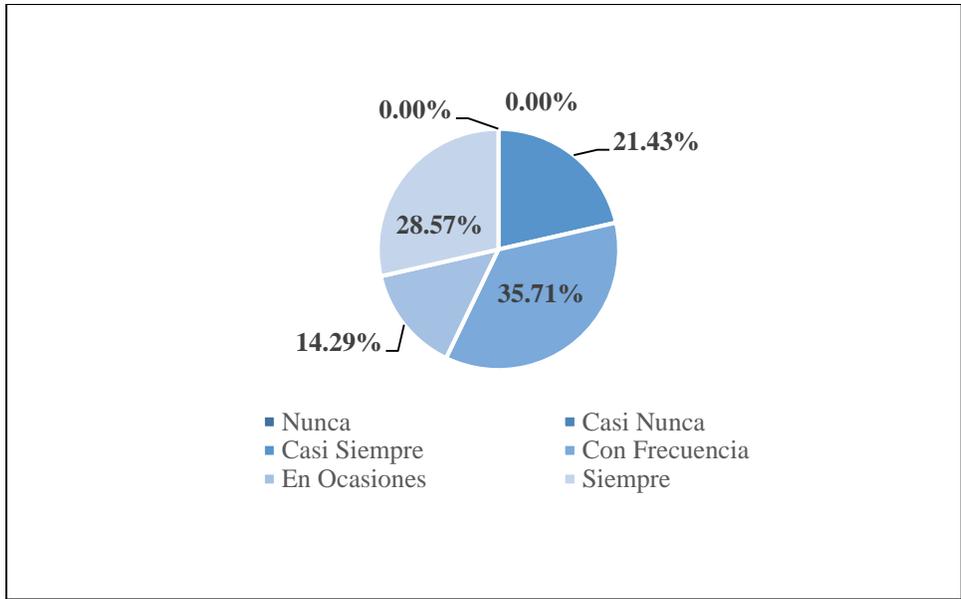


**Interpretación:** Todos los empleados del Restaurante Pekín City, están de acuerdo que un plan de capacitación puede mejorar la atención que se le da a los clientes, dándole una respuesta positiva a la interrogante.

**9. ¿Cuándo el cliente tiene algún reclamo sobre el servicio brindado usted le solventa satisfactoriamente?**

**Objetivo:** Determinar si el empleado toma en cuenta la actividad de resolver los reclamos de los clientes.

<b>9. ¿Cuándo el cliente tiene algún reclamo sobre el servicio brindado usted le solventa satisfactoriamente?</b>		
<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Nunca	0	0.00%
Casi Nunca	0	0.00%
Casi Siempre	3	21.43%
Con Frecuencia	5	35.71%
En Ocasiones	2	14.29%
Siempre	4	28.57%
<b>Censo</b>	<b>14</b>	<b>100.00%</b>

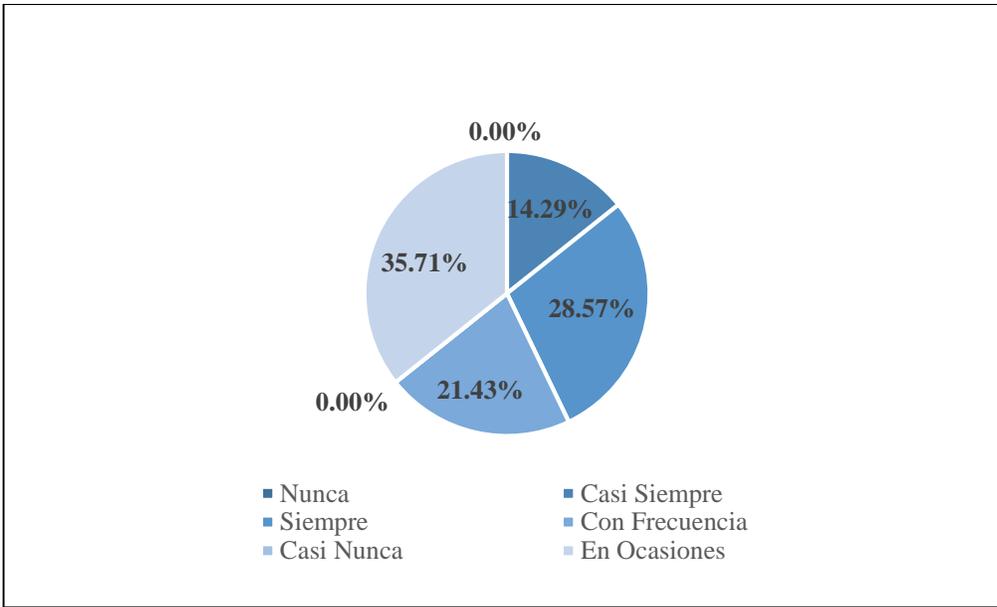


**Interpretación:** Más de la mitad de los trabajadores ayudan a los clientes a resolver sus reclamos, lo cual es un buen indicador del compromiso que tienen con la atención, pero hay 2 personas que solo ayudan en ocasiones.

**10. ¿Considera usted que el servicio de atención al cliente que ofrece lo hace de manera ágil?**

**Objetivo:** Determinar la eficacia con la que los trabajadores ofrecen sus servicios.

<b>10. ¿Considera usted que el servicio de atención al cliente que ofrece lo hace de manera ágil?</b>		
<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Nunca	0	0.00%
Casi Siempre	2	14.29%
Siempre	4	28.57%
Con Frecuencia	3	21.43%
Casi Nunca	0	0.00%
En Ocasiones	5	35.71%
<b>Censo</b>	<b>14</b>	<b>100.00%</b>

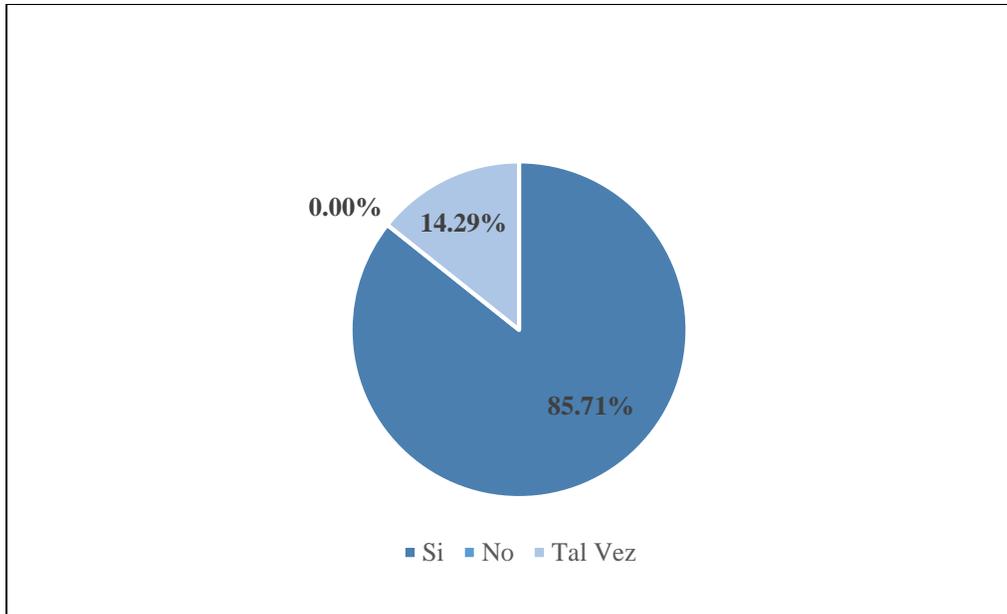


**Interpretación:** El 35% de los empleados opinan que en ocasiones son ágiles a la hora de brindar sus servicios a los clientes, pero más del 40% respondió que si son ágiles al momento de atender a los clientes lo cual ayuda a la eficiencia con la que realizan sus labores.

**11. ¿Considera que al recibir una capacitación se verán mejoras en el desempeño de su trabajo?**

**Objetivo:** Determinar una mejora en el nivel de desempeño de los trabajadores.

<b>11. ¿Considera que al recibir una capacitación se verán mejoras en el desempeño de su trabajo?</b>		
<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Si	12	85.71%
No	0	0.00%
Tal Vez	2	14.29%
<b>Censo</b>	<b>14</b>	<b>100.00%</b>

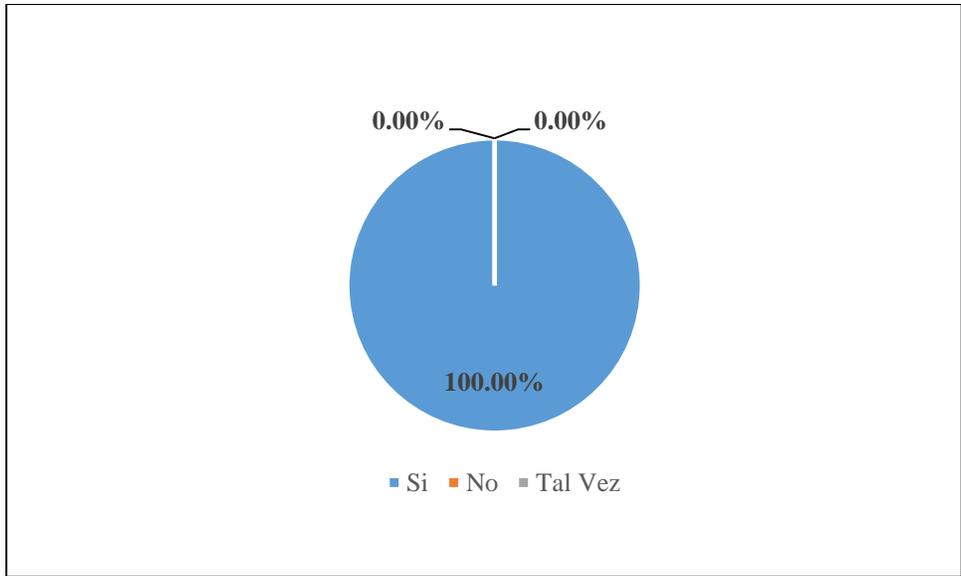


**Interpretación:** El 85.71% de los empleados piensan que si mejorarían sus servicios al ser capacitados y solo 2 dijeron que tal vez lo notarían., es decir, los empleados reconocen la importancia y la mejora que tendría si se les capacita en atención al cliente.

**12. ¿Le gustaría que impartieran un plan de capacitación en atención al cliente?**

**Objetivo:** Determinar una mejora en el nivel de desempeño de los trabajadores.

<b>12. ¿Le gustaría que impartieran un plan de capacitación en atención al cliente?</b>		
<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Si	14	100.00%
No	0	0.00%
Tal Vez	0	0.00%
<b>Censo</b>	<b>14</b>	<b>100.00%</b>

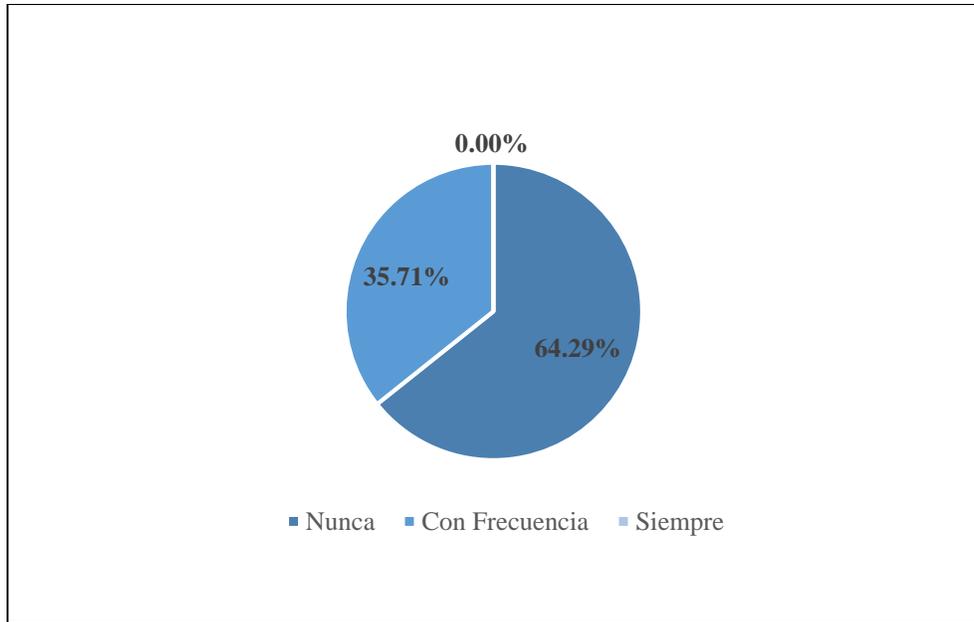


**Interpretación:** Todos los empleados están a favor de que se les imparta una capacitación lo que demuestra el interés de parte de ellos en mejorar sus servicios de atención al cliente lo cual facilitara a la gerencia implementar un plan de capacitación.

**13. ¿Ha notado usted insatisfacción o disconformidad en el cliente por el servicio que recibe?**

**Objetivo:** Determinar una mejora en el nivel de desempeño de los trabajadores.

<b>13. ¿Ha notado usted insatisfacción o disconformidad en el cliente por el servicio que recibe?</b>		
<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Nunca	9	64.29%
Con Frecuencia	5	35.71%
Siempre	0	0.00%
<b>Censo</b>	<b>14</b>	<b>100.00%</b>

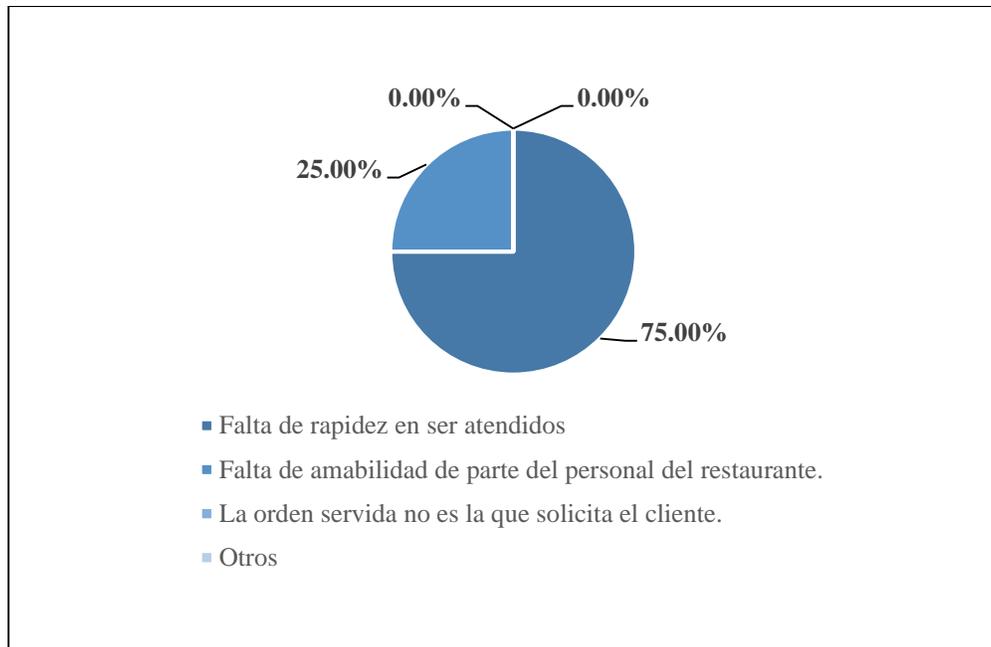


**Interpretación:** El 64.29% de los empleados dicen que nunca han visto insatisfacción en un cliente, por lo cual da a entender que su servicio es bueno, pero hay 5 personas que con frecuencia tienen clientes insatisfechos.

**14. Si su respuesta es con frecuencia o siempre ¿A qué se debe la insatisfacción en el cliente según usted?**

**Objetivo:** Conocer cuáles son las causas que llevan a que los clientes no estar satisfechos con la atención que reciben.

<b>14. Si su respuesta es con frecuencia o siempre ¿A qué se debe la insatisfacción en el usuario según usted?</b>		
<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Falta de rapidez en ser atendidos	3	75.00%
Falta de amabilidad de parte del personal del restaurante.	1	25.00%
La orden servida no es la que solicita el cliente.	0	0.00%
Otros	0	0.00%
<b>Censo</b>	<b>4</b>	<b>100.00%</b>

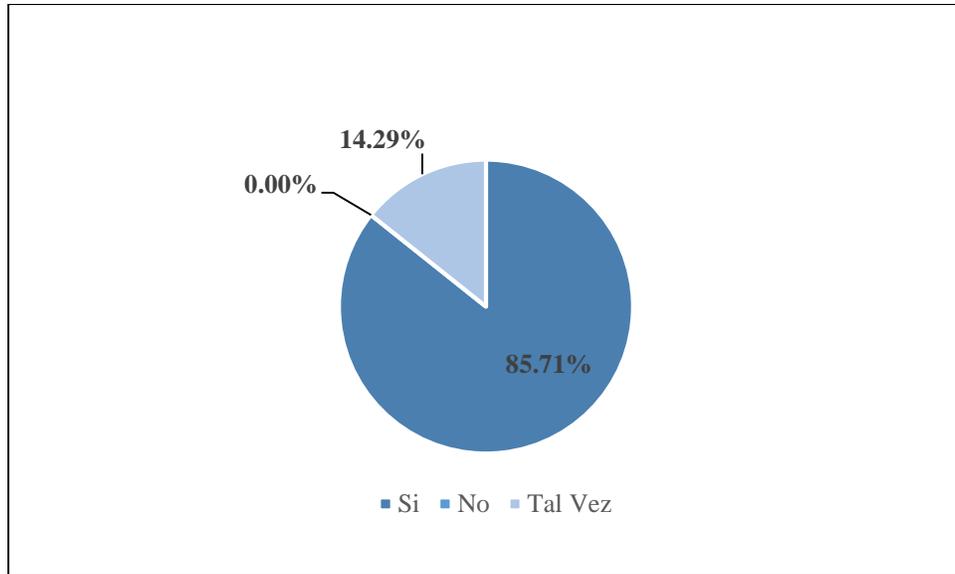


**Interpretación:** Los meseros opinaron que las insatisfacciones en los usuarios se deben a la falta de rapidez en ser atendidos por lo cual hay dos tipos de respuestas a esta situación y una es contratar más meseros para agilizar el servicio o capacitar a los empleados para mejorar la agilidad con la que prestan su servicio y mejorar el trabajo en equipo, solo una persona opino que se debe a la falta de amabilidad al momento de brindar su servicio al comensal.

**15. ¿Cree usted que se puede mejorar la eficiencia en el servicio ofrecido?**

**Objetivo:** Conocer el compromiso de los trabajadores para mejorar la atención al cliente.

15. ¿Cree usted que se puede mejorar la eficiencia en los servicios ofrecidos?		
Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	12	85.71%
No	0	0.00%
Tal Vez	2	14.29%
<b>Censo</b>	<b>14</b>	<b>100.00%</b>

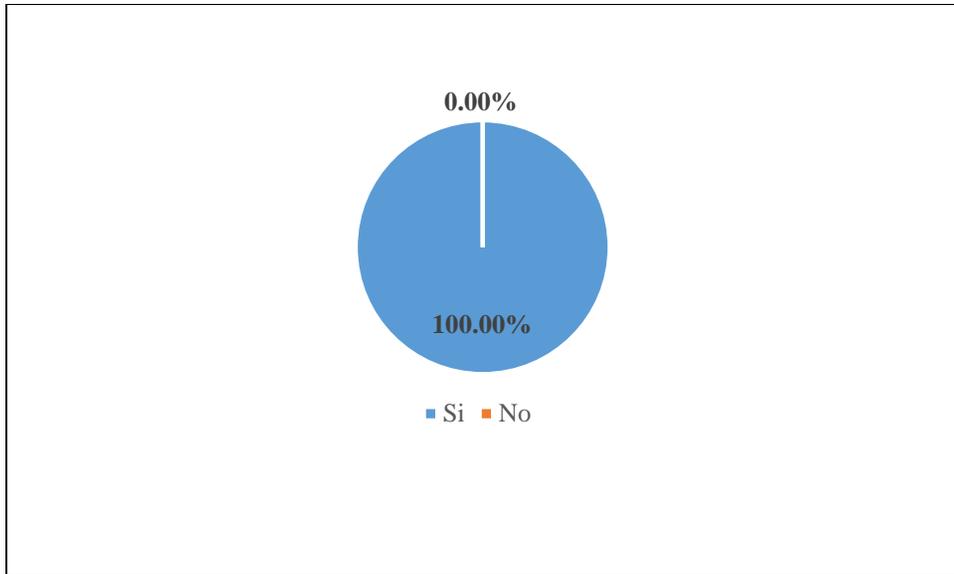


**Interpretación:** La mayoría de los empleados piensan que se puede mejorar el servicio prestado, lo cual demuestra su compromiso para mejorar su imagen ante el cliente y su compromiso con el restaurante.

**16. Si el restaurante asegura una excelente atención al cliente como un compromiso a los clientes ¿Estaría motivado a asumir este compromiso?**

**Objetivo:** Conocer el nivel de disposición de los trabajadores del restaurante en ofrecer un excelente servicio a los clientes.

<b>16. Si el restaurante asegura una excelente atención al cliente como un compromiso a los clientes ¿Estaría motivado a asumir este compromiso?</b>		
<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Si	14	100.00%
No	0	0.00%
<b>Censo</b>	<b>14</b>	<b>100.00%</b>



**Interpretación:** Todos los empleados están dispuestos a comprometerse a ofrecer una atención al cliente de calidad, siendo eficientes y eficaces para poder llegar a la excelencia del servicio prestado.

# ANEXO 3

**TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DEL CUESTIONARIO  
DIRIGIDO A LOS CLIENTES DEL RESTAURANTE PEKÍN  
CITY**

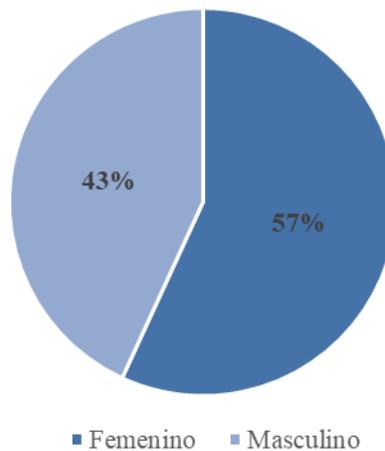
# TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DEL CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS CLIENTES DEL RESTAURANTE PEKÍN CITY

## I. GENERALIDADES

### a). Género

**Objetivo:** Analizar si el género es significativo al momento de dirigirse al restaurante.

a) Género		
Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Femenino	58	57%
Masculino	44	43%
<b>Censo</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>



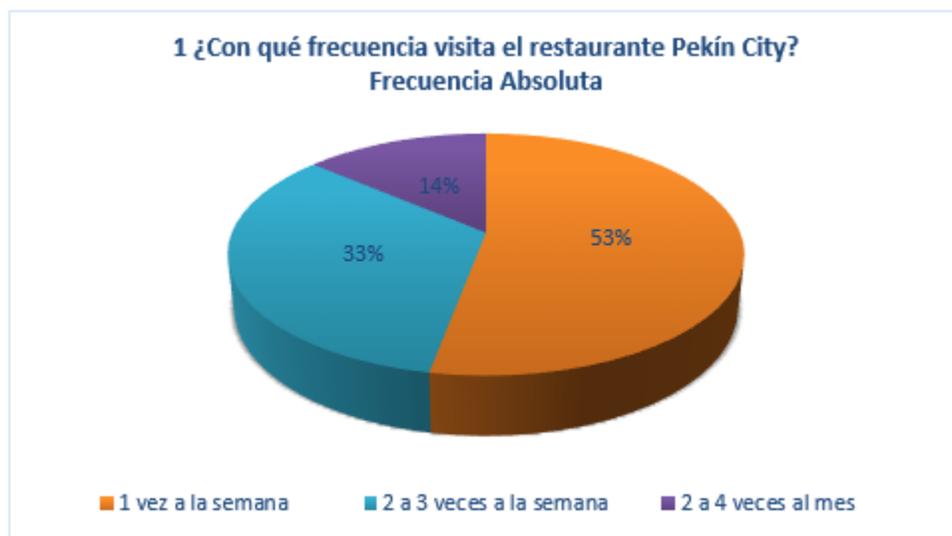
**Interpretación:** Los resultados muestran que del total de personas encuestadas el 57% pertenecen al género masculino y el 43% al género femenino. La investigación refleja una tendencia de visitas muy parecida, por hombres como mujeres, por lo tanto, el género resulta indiferente a la hora de dirigirse al restaurante.

## II. PREGUNTAS DE CONTENIDO BÁSICO

## 1. ¿Con qué frecuencia visita el restaurante Pekín City?

**Objetivo:** Conocer la frecuencia de visita de la clientela al Restaurante Pekín City.

1 ¿Con qué frecuencia visita el restaurante Pekín City?		
Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 vez a la semana	54	53%
2 a 3 veces a la semana	34	33%
2 a 4 veces al mes	14	14%
<b>Censo</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>



**Interpretación:** un 53% de los clientes visitan 1 vez a la semana el restaurante ya que es cercano a sus lugares de trabajo, es decir que la visita de la clientela es constante, por lo que se debe poner atención a este dato ya que el restaurante es constantemente visitado, por lo que el personal debe esforzarse en mejorar la atención para que no pierda la preferencia del consumidor o que la clientela prefiera a la competencia, y esta mejora se puede hacer a través de la capacitación en la cual se enseñe técnicas y formas de como interactuar con el cliente.

## 2. ¿Cómo evaluaría el servicio al cliente brindado por parte de los empleados del Restaurante Pekín City?

**Objetivo:** Conocer la evaluación de los consumidores con respecto al servicio al cliente brindado por parte de los empleados del Restaurante Pekín City.

2. ¿Cómo evaluaría el servicio al cliente brindado por parte de los empleados del Restaurante Pekín City?		
Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Deficiente	18	18%
Regular	44	43%
Buena	28	27%
Excelente	12	12%
<b>Censo</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>

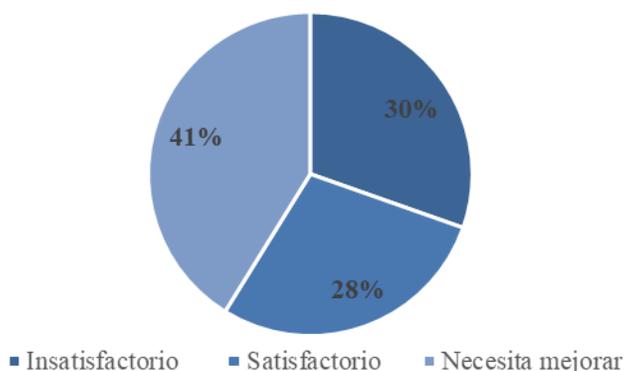


**Interpretación:** Casi la mitad de los usuarios opina que el servicio al cliente brindado de parte de los empleados del restaurante Pekín City es regular a comparación a un pequeño porcentaje del 12% opina que es Excelente. Esto permite constatar que la calidad en la atención que se brinda por parte de los empleados del Restaurante no es tan satisfactoria, por lo tanto, es recomendable que se preste atención a estos resultados ya que la falta de capacitación técnica a los empleados se traduce a un rendimiento laboral medio, débil atención al cliente y por consiguiente afecta la calidad del servicio brindado.

## 3. ¿Cómo calificaría el servicio recibido?

**Objetivo:** Conocer como califican la clientela el servicio.

3. ¿Cómo calificaría el servicio recibido?		
Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Insatisfactorio	31	30%
Satisfactorio	29	28%
Necesita mejorar	42	41%
<b>Censo</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>

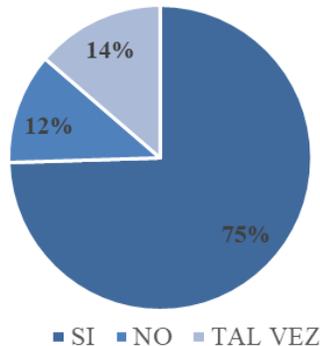


**Interpretación:** El 41% de los visitantes opinan que necesitan mejorar el servicio al cliente y el 28% se encuentran satisfechos con el servicio, por lo tanto, siendo el porcentaje mayor el de necesita mejorar, es necesario que se mejoren aspectos como saludo amigable, sonrisa genuina y contacto visual con el cliente, ya que los clientes manifiestan que hace falta gestos de amabilidad y cortesía por el personal.

**4. ¿Considera que los empleados deben recibir algún tipo de capacitación en atención al cliente?**

**Objetivo:** Conocer la percepción de los consumidores en cuanto si el personal carece de capacitación en servicio al cliente.

4. ¿Considera que los empleados deben recibir algún tipo de capacitación en atención al cliente?		
Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SI	76	75%
NO	12	12%
TAL VEZ	14	14%
<b>Censo</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>

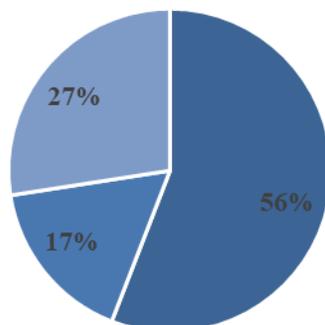


**Interpretación:** la mayoría de los consumidores opinan que si es necesario que se capacite a los empleados del Restaurante Pekín City para mejorar la atención que brindan, y solo un 14% opinan que no es necesario capacitarlos, por lo tanto, la mayor parte de la población indican que es necesario ya que los clientes manifiestan no haber presenciado el mejor desempeño del mesero o cajero que los atendió.

**5. ¿Cuáles beneficios considera que obtendría usted de realizarse una capacitación en servicio al cliente?**

**Objetivo:** Conocer cuáles son los beneficios que los consumidores consideran que obtendrían si se realizara una capacitación en servicio al cliente.

5. ¿Cuáles beneficios considera que obtendría usted de realizarse una capacitación en servicio al cliente?		
Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Mejor servicio al cliente	57	56%
Mejores platos	17	17%
Mejor actitud laboral	28	27%
<b>Censo</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>



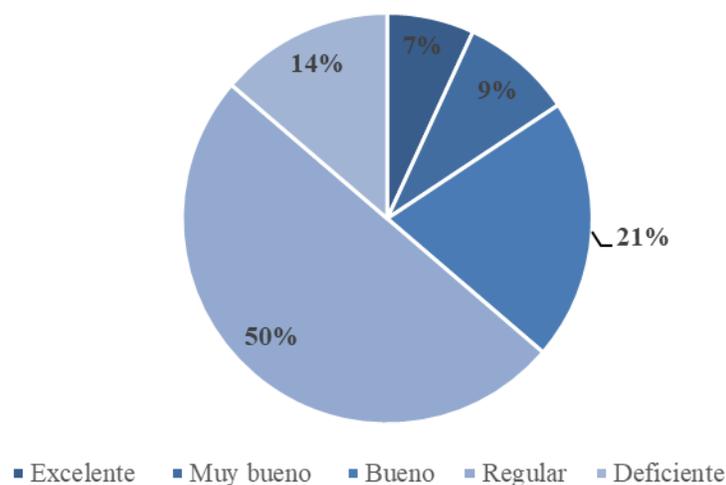
■ Mejor servicio al cliente  
■ Mejores platos  
■ Mejor actitud laboral

**Interpretación:** Sobre los beneficios que los usuarios opinan que recibirían si se brindara capacitación a los empleados en atención al cliente sería mejorar la atención y servicio. Un 17% que mejores platos y el resto mejor actitud laboral. Con estos datos se determina que los empleados son principalmente los que tienen contacto directo con el público y depende de la actitud de ellos, la evaluación que el cliente tenga del servicio recibido, por tal razón estos deben tener la postura adecuada al momento que el usuario presente una objeción en el transcurso del servicio que se brinda.

**6. ¿Cómo considera el servicio al cliente que brinda actualmente el Restaurante Pekín City en comparación con otros restaurantes?**

**Objetivo:** Conocer como evalúan los consumidores el servicio al cliente que brindan el Restaurante Pekín City en comparación con otros restaurantes.

6. ¿Cómo considera el servicio al cliente que brinda actualmente el Restaurante Pekín City en comparación con otros restaurantes?		
Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	7	7%
Muy bueno	9	9%
Bueno	21	21%
Regular	51	50%
Deficiente	14	14%
<b>Censo</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>

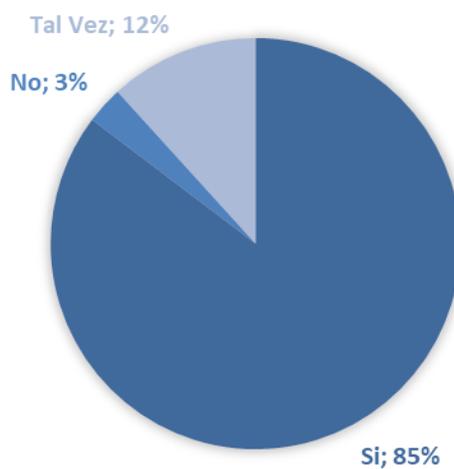


**Interpretación:** Mediante la opinión de los clientes, permitió constatar que la atención que se brinda por parte del restaurante Pekín City es regular en comparación con otros restaurantes, por lo tanto, da referencias que los clientes se sienten un poco insatisfechos por la atención brindada. Una pequeña parte de los clientes la consideran excelente por lo tanto es necesario implementar un plan de capacitación en donde se exponga las pautas y aspectos que hacen que un restaurante sea de la preferencia de los comensales y así mejorar la opinión de ellos.

#### 7. ¿Cree usted que se pueden mejorar el servicio al cliente que se brinda?

**Objetivo:** Evaluar la opinión de los usuarios con respecto si se podría mejorar el servicio al cliente.

7. ¿Cree usted que se pueden mejorar el servicio al cliente que se brinda?		
Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	87	85%
No	3	3%
Tal Vez	12	12%
<b>Censo</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>

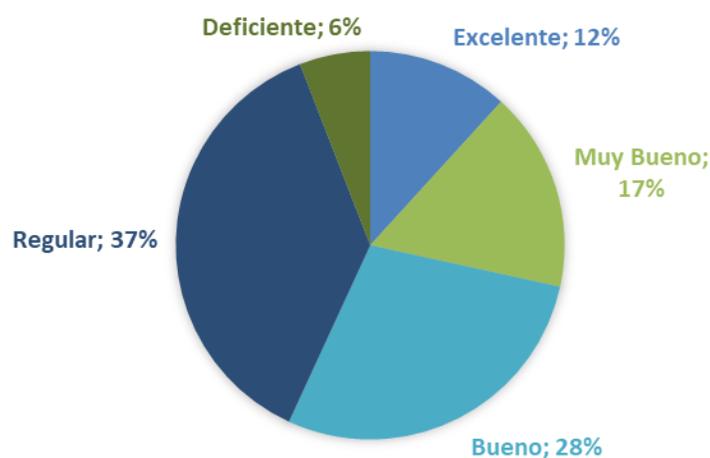


**Interpretación:** La mayoría de la clientela opinan que se podría mejorar el servicio al cliente que se brinda en el Restaurante Pekín City y un porcentaje bajo del 3% dicen que no, por lo tanto, es necesario que el supervisor tome medidas para cambiar la atención ya que los consumidores confirman que si la pueden mejorar.

#### 8. ¿Cómo fue el trato que recibió de los empleados?

**Objetivo:** Determinar si el cliente recibió un buen trato de parte de los empleados del Restaurante.

8. ¿Cómo fue el trato que recibió de los empleados?		
Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	12	12%
Muy Bueno	17	17%
Bueno	29	28%
Regular	38	37%
Deficiente	6	6%
<b>Censo</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>

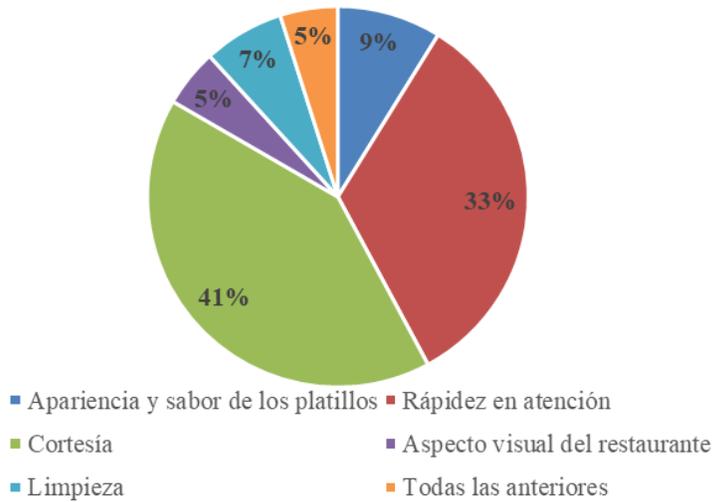


**Interpretación:** Un porcentaje del 37% de la clientela opina que el servicio recibido de los empleados es regular seguido de un 28% opinan que el servicio es bueno, por consiguiente, es importante indicar al empleado la importancia de brindar un servicio interactuando con el comensal mostrándole gestos de amabilidad y cortesía; continuar capacitando a los empleados sobre formas de resolver las diferentes objeciones que puedan presentar los clientes.

**9. Según su criterio, ¿Qué factores considera usted que se debe mejorar para brindar una excelente atención al cliente?**

**Objetivo:** Determinar los factores que la clientela considera importantes para mejorar el servicio al cliente.

9. Según su criterio, ¿Qué factores considera usted que se debe mejorar para brindar una excelente atención al cliente?		
Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Apariencia y sabor de los platillos	9	9%
Rápidez en atención	34	33%
Cortesía	42	41%
Aspecto visual del restaurante	5	5%
Limpieza	7	7%
Todas las anteriores	5	5%
<b>Censo</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>

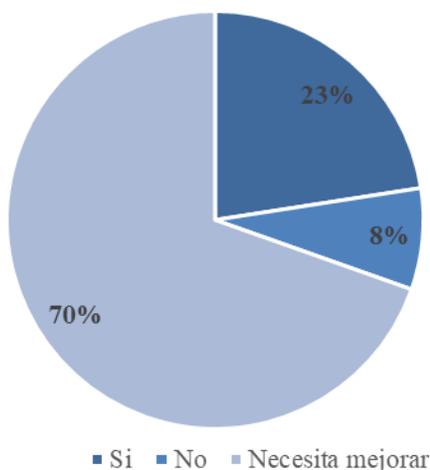


**Interpretación:** La totalidad de los encuestados coinciden en que debe implementar la mejora en la cortesía y la rapidez en la atención esto para mejorar el servicio al cliente en cuanto a la cortesía es una cualidad difícil de administrar y para hacerlo correctamente se necesita de conocimiento del consumidor, por ellos la capacitación ayudará a los empleados a desarrollar estas cualidades y ofrecer así un mejor servicio.

**10. ¿Considera que el servicio que se le brindó es acorde a sus necesidades como cliente?**

**Objetivo:** Determinar si el servicio que se le brinda al cliente satisface sus necesidades.

10. ¿Considera que el servicio que se le brindó es acorde a sus necesidades como cliente?		
Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	23	23%
No	8	8%
Necesita mejorar	71	70%
<b>Censo</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>

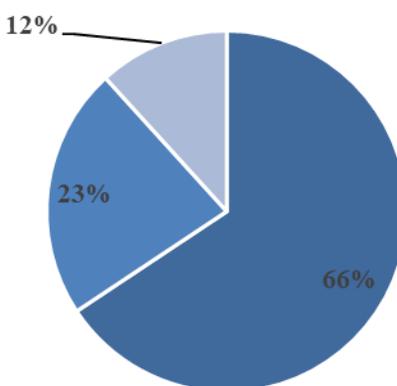


**Interpretación:** El 70% de la clientela opinan que se necesita mejorar algunos aspectos para que el servicio sea excelente. Como se planteó en la pregunta anterior que sería aspectos como la cortesía, y la rapidez que deben mejorar para ofrecer un excelente servicio que vaya acorde a las necesidades del consumidor.

**11. De considerar que el servicio debe mejorar, ¿Qué acciones considera deficientes en los empleados del restaurante?**

**Objetivo:** Determinar qué acciones deben mejorar los empleados del restaurante según la opinión de la clientela.

11. De considerar que el servicio debe mejorar, ¿Qué acciones considera deficientes en los empleados del restaurante?		
Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Falta de capacitación en servicio al cliente	67	66%
Lentitud en atender	23	23%
Falta de cortesía	12	12%
<b>Censo</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>



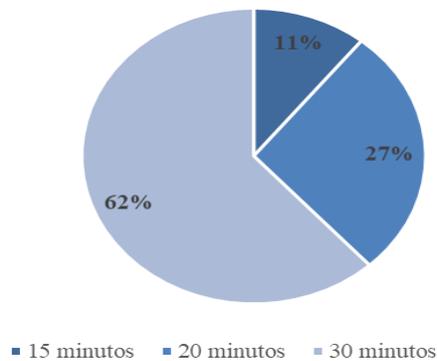
■ Falta de capacitación en servicio al cliente ■ Lentitud en atender ■ Falta de cortesía

**Interpretación:** La mayoría de las personas consideran que la razón por la que la atención debe mejorar es por falta de capacitación para los empleados del restaurante Pekín City. Ya que esta ayudaría a los empleados a conocer y desarrollar habilidades que mejoren su desempeño. Por lo que el supervisor debe inculcar el desempeño de las actividades en forma colectiva y coordinada para obtener como resultado un mejor clima laboral y calidad en el servicio al cliente que se brinda.

**12. ¿Cuándo visita el restaurante cuanto tiempo se tardan para atenderlo y servirle sus platillos?**

**Objetivo:** Determinar el tiempo en que son atendidos los clientes del restaurante .

12. ¿Cuándo visita el restaurante cuanto tiempo se tardan para atenderlo y servirle sus platillos?		
Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
15 minutos	11	11%
20 minutos	28	27%
30 minutos	63	62%
Mas de una hora	0	0%
<b>Censo</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>

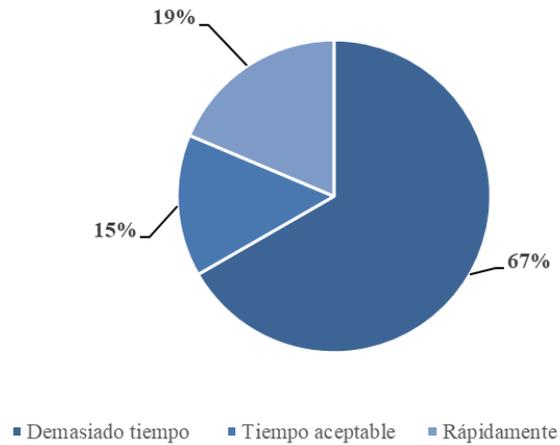


**Interpretación:** Según la clientela el tiempo de espera para ser atendidos es regular ya que la mayoría espera unos 30 minutos en promedio. Por lo tanto, el supervisor debe tomar acción para disminuir un poco ese tiempo de espera, mejorando la coordinación de las labores de los empleados y el trabajo en equipo.

**13. ¿Según la pregunta anterior cómo calificaría el tiempo que esperó para que lo atendieran totalmente?**

**Objetivo:** Conocer como califican los clientes el tiempo de espera

13¿Según la pregunta anterior cómo calificaría el tiempo que esperó para que lo atendieran totalmente?		
Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Demasiado tiempo	68	67%
Tiempo aceptable	15	15%
Rápidamente	19	19%
<b>Censo</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>



**Interpretación:** Más de la mitad de la clientela consideran que el tiempo de espera para ser atendidos totalmente es un poco tardado, ya que en otros restaurantes se les atiende un poco más rápido, pero un 19% opina que es un tiempo aceptable. Estos datos se deben de tomar en cuenta por todo el equipo para coordinar el trabajo desde el momento que se toma la orden hasta el momento que el cliente cancela para que este proceso de atención sea un poco más ágil

# ANEXO 4

**ENTREVISTA DIRIGIDA AL SUPERVISOR DEL  
RESTAURANTE PEKÍN CITY**



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.



---

## ENTREVISTA DIRIGIDA AL SUPERVISOR DEL RESTAURANTE PEKÍN CITY

**Objetivo:** Obtener información, que servirá como base para el trabajo de graduación que lleva como título: PLAN DE CAPACITACIÓN EN ATENCIÓN AL CLIENTE PARA FORTALECER EL DESEMPEÑO DE LOS TRABAJADORES DEL RESTAURANTE PEKÍN CITY, UBICADO EN LA CIUDAD DE SAN SALVADOR.

Agradecemos el brindarnos minutos de su tiempo y respondernos las siguientes interrogantes. La información que nos proporcione es de mucha importancia y será tratada de manera confidencial y para fines académicos.

Desarrollo de la entrevista

### 1. ¿Conoce usted que es el servicio al cliente?

**Objetivo:** Conocer si el supervisor del restaurante tiene conocimientos en cuanto a la definición de servicio al cliente.

Con respecto al servicio, es el conjunto de acciones realizadas por los empleados al igual que el ambiente físico para satisfacer una determinada necesidad del cliente; es brindar un buen producto al público en este caso si hablamos del restaurante serían los diferentes platillos que servimos.

### 2. ¿Sus subalternos tienen conocimientos de lo que es servicio al cliente?

**Objetivo:** Investigar si los empleados tienen conocimientos acerca de lo que es servicio al cliente.

Creería que si conocen el termino o en que consiste en la medida de lo posible y lo más básico para cada uno de sus puestos; ya que en el restaurante se les orienta que la atención al cliente es lo primordial y que dar esa atención es una de sus principales funciones; aunque carecemos de charlas y capacitaciones para nuestros empleados se trata de cada día hacerles notar que debido al ámbito al que nos dedicamos los clientes son nuestro mayor potencial.

### **3. ¿Cuenta el restaurante con planes para mejorar el servicio que se brinda al cliente?**

**Objetivo:** Conocer si en el restaurante se cuenta con planes para mejorar el servicio al cliente que brindan.

No se cuentan con planes periódicos de capacitación para los empleados; solo al momento de contratación se les orienta en lo que consiste sus funciones.

### **4. ¿Ha recibido algún tipo de reclamo o queja de los clientes sobre el servicio brindado por los empleados?**

**Objetivo:** Conocer si hay reclamos o quejas de los clientes con respecto a la atención de los empleados en el restaurante.

Si, de hecho hace poco tiempo se dieron reclamos en nuestra página de Facebook pero fue acerca del tiempo de espera al momento de servir los platillos; al igual del trato de los empleados hacia el cliente; debido a esos casos hemos implementado lineamientos dentro del personal en el cual consiste que cualquier reclamo de los clientes tendré que verlo personalmente para ver qué respuesta se puede dar al cliente, ya que la página del restaurante en Facebook no la manipula mi persona así q rara vez se me informaban de esos tipos de comentarios así que ahora tratamos como equipo de trabajo hacer lo mejor posible para evitar este tipo de comentarios, aunque estamos consciente de que es muy difícil que no existen quejas por parte de los clientes.

**5. ¿Qué tipo de medidas toma al recibir los reclamos de los clientes por el servicio brindado por los empleados?**

**Objetivo:** Conocer las medidas que toma el restaurante ante los reclamos recibidos por deficiencia en el servicio brindado al cliente.

Lo que hacemos es que nos reunimos con las área involucrada, comúnmente con los meseros se les da a conocer el tipo de queja y se les da la palabra de expresar o explicar que sucedió ante tal acto dependiendo de sus respuestas es así como se da una solución para evitar que se dé el mismo caso; en cuanto al tiempo de espera se reúne al encargado de cocina para dar opciones de mejora y si es necesario repartir el trabajo entre los de esa área a fin de ayudarnos y darle al cliente un servicio de calidad y mantener nuestra clientela satisfecha cada vez que visiten nuestras instalaciones.

**6. ¿Cómo evaluaría la atención al cliente de parte de los empleados del restaurante?**

**Objetivo:** Conocer cómo evalúa el supervisor del restaurante la eficiencia en la atención al cliente que brindan los empleados a sus clientes.

Pues según mi punto de vista es regular, ya que se reciben quejas de los clientes a pesar de que se sigue el protocolo habitual de un restaurante como la toma de pedidos, servicio a la mesa; pero cabe mencionar que las quejas que se perciben es porque los empleados no saben manejar las quejas y dar una solución inmediata.

**7. ¿Considera que es importante que el restaurante aplique un plan de capacitación en atención al cliente para fortalecer el desempeño de los trabajadores?**

**Objetivo:** Conocer qué tan importante es la aplicación de un plan de capacitación en atención al cliente para fortalecer el desempeño de los trabajadores.

Sí, es importante porque así los empleados conocerían mejores alternativas y modos de tratar con clientes que tienen diferentes tipos de conducta con los que día a día tienen que convivir y así brindar un mejor servicio.

#### **8. ¿El personal ha recibido algún tipo de capacitación?**

**Objetivo:** Determinar si los empleados han recibido capacitaciones.

No, solo se les da una pequeña inducción de las tareas que deben ejecutar según su puesto a los empleados nuevos, impartida por los empleados con más experiencia.

#### **9. ¿Estaría dispuesto a que el personal reciba capacitación en atención al cliente para fortalecer el desempeño de ellos?**

**Objetivo:** Conocer el nivel de accesibilidad del supervisor del restaurante a que los empleados reciban capacitación.

Claro que estoy de acuerdo en que se brinden capacitaciones ya que sería algo de provecho y de ayuda para nosotros para poder elaborar buenos planes de trabajo y así brindar una mejor atención a nuestros clientes así que sería muy bueno.

#### **10. ¿Cuenta con los recursos humanos y materiales necesarios para prestar un servicio de calidad?**

**Objetivo:** Determinar la capacidad del restaurante para brindar un servicio de calidad.

Considero que si contamos con el recurso humano (empleados) que es lo principal y material necesario para hacerlo; aunque muchas veces se tienen limitantes, pero todo es posible mientras se fije un objetivo y se haga lo posible como equipo para lograrlo.

# ANEXO 5

**ACREDITACIÓN DEL CAPACITADOR**

### RESOLUCIÓN DE LA SOLICITUD DE ACREDITACIÓN

A quien interese  
Presente.-

El Instituto Salvadoreño de Formación Profesional - INSAFORP, por este medio notifica que el/la señor(a) **EDWIN ERNESTO RAMIREZ GODOY** completó el proceso validación técnica con el objeto de realizar funciones de facilitador(a) en los programas de formación profesional que el Instituto ejecuta por medio de sus aliados estratégicos y proveedores de servicios de capacitación.

#### Información general del profesional

**DUI:** 01003247-3  
**NIT:** 0205-240482-101-3

**PROGRAMA DE INTERÉS:** FORMACION CONTINUA

#### Validación Obtenida

#	FAMILIA	CATEGORIA	SUBCATEGORIA
1.	HI - Habilidades interpersonales	HI - Habilidades interpersonales	Atención y servicio al cliente 01
		*	*
2.	PC - Procesos, calidad, seguridad y salud ocupacional	CA - Calidad	Calidad 02
		*	*
3.	3B - Farmacéutica	FA - Farmacéutica	Farmacéutica 01
		*	*
4.	*	*	*
		*	*

Por tal razón emitimos este documento, para que las entidades proveedoras de Formación Profesional y el Instituto puedan contratarlo cuando deseen contar con sus servicios como facilitador(a).

Autorizado en Antiguo Cuscatlán, 21 de junio de 2018




Ing. José Mario Martínez Quintana  
Gerente Técnico

# ANEXO 6

## OFERTA TÉCNICA ECONÓMICA DEL PLAN DE CAPACITACIÓN





**RESTAURANTE PEKÍN CITY, SAN SALVADOR.**

**OFERTA TECNICA - ECONOMICA  
"CURSO DE SERVICIO Y ATENCION AL CLIENTE"**

Área formativa:   Habilidades interpersonales

Profesional Responsable: Lic. Edwin Ernesto Ramírez Godoy

**San Salvador, 31 de enero de 2023**

## INTRODUCCION

Es muy frecuente que los términos Atención al Cliente y Servicio al Cliente se utilicen como sinónimos y, aunque están íntimamente relacionados, no son lo mismo.

Hace casi 30 años, en 1990, los autores del libro "Delivering Quality Service" aportaban una visión que sigue en vigor en la actualidad. Valarie A. Zeithaml, A. Parasuraman y Leonard L. Berry afirmaban que la entrega de un Excelente Servicio al Cliente es la capacidad de cumplir lo que prometes, pero primero debes determinar lo que puedes prometer.

En pocas palabras, el Servicio al Cliente se podría definir como la estrategia que siguen las empresas para conseguir la satisfacción de sus clientes. Por su parte, la Atención al Cliente sería la aplicación en el día a día de dicha estrategia y donde juegan un papel fundamental los empleados.

Con esta sencilla definición hemos introducido dos conceptos sobre los que merece la pena profundizar: la satisfacción de los clientes y el rol de los empleados.

Por tanto, en un primer momento las empresas deben concentrar sus esfuerzos en conocer las necesidades, expectativas y percepciones que tienen sus clientes antes, durante y después de la compra de su producto o la utilización de su servicio.

La calidad en el servicio depende de la actitud y aptitud del personal que trabaja en la empresa. Las motivaciones y políticas constituyen un aspecto relevante en la construcción y fortalecimiento de una cultura de servicio hacia los clientes.

Un restaurante logra calidad en su servicio cuando cubre las necesidades y expectativas de sus clientes. Los clientes son la razón de ser de la empresa y quienes determinan qué tan bueno es el servicio ofrecido por un establecimiento en particular. La ausencia de cultura organizacional contribuye a la ineficiencia administrativa de las pequeñas empresas restauranteras; los conocimientos administrativos son una de las bases que permiten a los empresarios tener seguridad en la toma de decisiones y guiar a la empresa hacia el logro de objetivos a corto, mediano y largo plazo. El propósito es destacar la importancia de la calidad en el servicio como elemento generador de ventajas competitivas en el sector servicios; en pequeñas empresas restauranteras del área metropolitana de San Salvador. Para conocer cuál es el grado de satisfacción de los clientes y ofrecer un servicio de alta calidad en un restaurante, es necesario medir las percepciones de los clientes con respecto a conceptos específicos que constituyen el servicio en general.

### OBJETIVOS:

- Adquirir el conocimiento y las herramientas para la participación en la gestión de centros de servicio y atención a clientes, sean éstos virtuales, telefónicos o presenciales.
- Desarrollar las actitudes y conductas que se requieran para la implementación de estrategias eficaces de servicio al cliente, permitiendo la fluidez del desempeño de los procesos de marketing de la empresa o institución.
- Establecer propuestas de solución con el uso de estrategias, herramientas y actividades que permitan conseguir la satisfacción del cliente.
- Desarrollar habilidades y destrezas directivas de liderazgo, comunicación, el trabajo en equipo, ética profesional.



Nota importante:

La propuesta de la presente oferta está basada en las necesidades del solicitante.

No omito manifestar mi agradecimiento por considerar y confiar en el apoyo y cooperación del servicio profesional que pueda proporcionarles, para llevar a cabo el estudio. Cualquier consulta o duda no dude en contactarme.

Muy Atentamente.

Lic. Edwin Ernesto Ramirez Godoy  
Email:neftalygodoy0102@gmail.com  
Número de contacto: 76875286

# ANEXO 7

**FOTOGRAFÍAS DEL RESTAURANTE PEKÍN CITY**

