



**República del Ecuador**

**Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil**

Tesis para Optar al Grado de Magíster en  
Administración y Dirección de Empresas

**TEMA:**

Implementación De Un Sistema De Gestión De Calidad  
Basado En Procesos Claves Para  
Yogurt Persa "9 De Octubre"

**AUTORES:**

Inq. Roxana Patricia Cedeño Villacís  
Eco. Alexandra Jacqueline Guamán Calderón

**DIRECTOR DE TESIS:**

Ms. Iván Espinosa

Septiembre - 2010

Guayaquil - Ecuador



**República del Ecuador**

**Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil**

Tesis para Optar al Grado de Magíster en  
Administración y Dirección de Empresas

**TEMA:**

Implementación De Un Sistema De Gestión De Calidad Basado En Procesos  
Claves Para  
Yogurt Persa "9 De Octubre"

**AUTORES:**

Ing. Roxana Patricia Cedeño Villacís  
Eco. Alexandra Jacqueline Guamán Calderón

**DIRECTOR DE TESIS:**

Ms. Iván Espinoza

**Septiembre – 2010**

**Guayaquil - Ecuador**

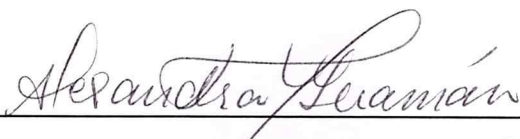


## DECLARACIÓN EXPRESA

LOS CONTENIDOS VERTIDOS EN ESTA TESIS DE GRADO COMO LOS HECHOS, COMENTARIOS, IDEAS, RESULTADOS SON DE ÚNICA Y EXCLUSIVA RESPONSABILIDAD DE LAS AUTORAS.

---

ING. ROXANA PATRICIA CEDEÑO VILLACIS



---

ECO. ALEXANDRA JACQUELINE GUAMÁN CALDERÓN

## **DEDICATORIA**

QUEREMOS DEDICAR ESTA TESIS A NUESTRA FAMILIA QUIENES SON EL PILAR FUNDAMENTAL DE NUESTRAS VIDAS, SIN ELLOS NO PODRÍAMOS SEGUIR ADELANTE PARA CUMPLIR LAS METAS, EN ESPECIAL A NUESTROS PADRES QUE CON EL ESFUERZO DE ELLOS Y SUS BUENOS CONSEJOS HEMOS PUESTO EN PRÁCTICA LA CONSTANTE PREPARACIÓN ACADÉMICA.

## **AGRADECIMIENTO**

QUEREMOS DAR UN AGRADECIMIENTO ESPECIAL A DIOS POR DARNOS LA OPORTUNIDAD DE IR CONSTRUYENDO NUESTROS SUEÑOS DE CRECIMIENTO PROFESIONAL.

TAMBIÉN QUEREMOS AGRADECER A TODAS AQUELLAS PERSONAS QUE HAN HECHO POSIBLE EL DESARROLLO DE LA PRESENTE TESIS DE GRADO:

- A LOS DOCENTES DE LA SEXTA VERSIÓN DE MBA, QUE IMPARTIERON SUS ENSEÑANZAS CON ESMERO.
- A NUESTRO TUTOR ING. IVAN ESPINOZA QUE HA COLABORADO CON SU EXPERENCIA EN CALIDAD PARA EL DESARROLLO DE LA TESIS.
- A NUESTROS FAMILIA, POR DARNOS SU APOYO INCONDICIONAL EN TODO MOMENTO Y A TODAS AQUELLAS PERSONAS QUE DE UNA U OTRA FORMA COLABORARON Y PARTICIPARON EN LA REALIZACIÓN DE LA TESIS.

## ÍNDICE GENERAL

➤ Carátula	I
➤ Página de Respeto	II
➤ Declaración Expresa	III
➤ Dedicatoria	IV
➤ Agradecimiento	V
➤ Índice General	VI
➤ Introducción	1
1. Capitulo 1: DISEÑO DE LA INVESTIGACION	
1.1 Antecedentes de la Investigación	2
1.2 Problema a Investigar	3
1.2.1 Planteamiento Del Problema	3
1.2.2 Formulación Del Problema	4
1.2.3 Sistematización Del Problema	4
1.3 Objetivos	5
1.3.1 Objetivo General	5
1.3.2 Objetivos Específicos	5
1.4 Justificación de la Investigación	5
1.5 Marco Referencial De La Investigación	7
1.5.1 Marco Teórico	7
1.5.1.1 ISO - International Standard Organization	9
1.5.1.2 Principios De La Gestión De Calidad	10





1.7.4.1 Universo	29
1.7.4.2 Muestra	29
1.7.5 Tratamiento de la Información	30
1.8 Resultados e Impactos Esperados	31
2. Capítulo: ANALISIS, PRESENTACION DE RESULTADOS Y DIAGNOSTICO	
2.1 Análisis de la Situación Actual	32
2.2 Historia de Yogurt Persa	33
2.2.1 Apertura De Locales Comerciales En La Ciudad De Guayaquil	34
2.2.2 Franquicias	36
2.2.3 Yogurt Persa 9 de Octubre	40
2.3 Calidad En El Servicio De Yogurt Persa De “9 De Octubre”	41
2.3.1 Clientes De Yogurt Persa	41
2.3.2 Expectativas De Los Clientes De Yogurt Persa	42
2.3.3 Filosofía De Yogurt Persa	43
2.3.4 La Atención al Cliente en Yogurt Persa de “9 de Octubre”	45
2.3.5 El Cliente Interno	48
2.3.6 Diagrama Causa - Efecto	49
2.3.7 Elaboración de la Encuesta	54
2.3.8 Resultados De La Encuesta	55

2.3.9 Conclusión de los Resultados de la Encuesta	68
2.4 Verificación de la Hipótesis	68
3. Capítulo : PROPUESTA DE CREACIÓN	
3.1 Introducción	70
3.2 Productos que Ofrece	71
3.3 Tipo de Mercado	73
3.4 Análisis de Porter	73
3.5 Análisis FODA	77
3.6 Matriz de Evaluación de los Factores Externos	78
3.7 Matriz de Evaluación de los Factores Internos	79
3.8 Matriz de Áreas de Iniciativa Estratégica Ofensiva	80
3.9 Matriz de Áreas de Iniciativa Estratégica Defensiva	81
3.10 Estrategias FODA	82
3.11 Resultados de las matrices de Evaluación	83
3.12 Sistema de Gestión de Calidad Basado en Procesos Claves para Yogurt Persa 9 de Octubre	84
3.12.1 Implementación del Sistema de Gestión	84
3.12.2 Cambio en la Cultura Organizacional	85
3.12.3 Contribución del Sistema a la Mejora de la Competitividad	86
3.12.4 Organigrama de la Empresa	87
3.12.5 Mapa de Procesos de la Empresa	88

3.12.6	Procesos Estratégicos	89
3.12.7	Procesos Claves	91
3.12.8	Procesos de Apoyo	96
3.13	Ficha de Procesos	101
3.13.1	Ficha del Proceso de Planificación	101
3.13.2	Ficha del Proceso Comunicación Interna	102
3.13.3	Ficha del Proceso Recepción del Pedido	103
3.13.4	Ficha del Proceso Facturación	104
3.13.5	Ficha del Proceso Preparación de Alimentos	105
3.13.6	Ficha del Proceso Entrega del pedido	106
3.13.7	Ficha del Proceso Abastecimiento	107
3.13.8	Ficha del Proceso Mantenimiento de Equipos	108
3.13.9	Ficha del Proceso Recursos Humanos	109
3.13.10	Ficha del Proceso Tecnología de Información	110
3.14	Ficha de Procedimientos	111
3.14.1	Procedimiento de Atención de Reclamos	111
3.14.2	Procedimiento de Ingreso de Pedido en el sistema	113
3.14.3	Procedimiento de Contratación de Personal	115
3.14.4	Procedimiento de Actualización de Cartelera	117
3.14.5	Procedimiento de Ingreso de Materia Prima en Bodega	119
3.14.6	Procedimiento de Medición de Satisfacción Cliente	121

3.15 Control de Registros	123
3.15.1 Registro de Atención de Clientes	123
3.15.2 Registro de Ingreso de Bodega	124
3.15.3 Registro de Comunicación Interna	125
3.15.4 Registro de Actualización de Datos Empleado	126
3.15.5 Registro de Capacitación	127
3.15.6 Registro de Satisfacción del Cliente	128
3.16 Manual de Funciones	129
3.16.1 Funciones del Franquiciado	129
3.16.2 Funciones del Supervisor	130
3.16.3 Funciones del Cajero	132
3.16.4 Funciones de los Auxiliares de Cocina	133
3.17 Propuesta de Mejora	134
3.17.1 Cronograma de Implementación	134
3.17.2 Presupuesto	135
➤ Conclusiones	138
➤ Recomendaciones	139
➤ Bibliografía	142
➤ Anexos	147

## INTRODUCCIÓN

El fast food (comida rápida) tuvo su origen a mediados de los años 50 en Estados Unidos. El impacto de este tipo de restauración fue tan grande, que incluso llegó a cambiar los hábitos alimenticios de la población americana, hecho que aún perdura en la actualidad. En un corto período de tiempo, el fast food ayudó a transformar la dieta de los americanos, la economía y la mano de obra.

El término fast food se puede definir como aquella comida que se comercializa preparada o tiene una fácil preparación, vendiéndose así pues, elaborada o semi-elaborada con la conciencia implícita del término, «para llevar». Bajo este concepto se incluye una gran variedad de productos como hamburguesas, pizzas, bocadillos, etcétera. Aseguran que el ahorro de tiempo es una causa importante para el consumo de esta comida. También se incluye otras razones no asociadas con el tiempo, como degustarla o disfrutarla en familia.

El éxito de la comida rápida se debe por encima de todo, a su imagen positiva, juvenil y moderna. Sin embargo, existen muchos detractores que la critican porque no cumple unos principios dietéticos deseables. Es curioso que en un país con una riqueza gastronómica como el Ecuador, el fast food haya irrumpido con tanta fuerza en la sociedad.



# CAPITULO I

## DISEÑO DE LA INVESTIGACION

### 1.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION

La globalización ha generado efectos en el escenario nacional, que los especialistas de calidad y productividad los tomen muy en cuenta y den paso a que los conocimientos que se adquieren puedan ser aplicados, considerando las necesidades que el país y muchas empresas reclaman y todas las características que se derivan de la misma abriendo puertas para efectuar negocios de manera más rápida, eficaz y fácil siendo estas no sólo a nivel local sino también a nivel nacional e internacional, mejorándolos para así tener éxito en el ambiente empresarial de hoy, las organizaciones deben manejar y prestar mucha atención en varios de los servicios que ofrecen teniendo muy presente que la "**Calidad**" es uno de los puntos más importantes que no se debe dejar a un lado.

Ya que uno de los cambios más importantes al final del siglo XX y de inicios del siglo XXI es la atención que se está prestando al concepto de la "**Calidad**", debido al impacto que esta conlleva al ser recibida por un cliente y la satisfacción o insatisfacción del mismo, lo cual conducirá al individuo a la búsqueda del servicio en el mismo lugar u otro lugar; bajo este contexto el siguiente estudio se enfoca en la implementación de un sistema de **Gestión de Calidad**, que se encuentra basado en procesos para el local de Yogurt Persa "9 de Octubre" con el fin de incrementar la satisfacción del cliente al obtener una mejor calidad, un menor costo para proveer de esta manera un nivel máximo de valor agregado.

Definitivamente la mejora continua en la calidad del servicio que se ofrece al cliente proporciona la satisfacción total al consumidor, al ser ésta una fuente de lealtad y compra surge de manera natural la rentabilidad a largo plazo de parte del consumidor, agregando además la obtención de una difusión de los buenos servicios que se prestan. Por lo tanto para lograr el desarrollo de un sistema de gestión confiable existen muchos factores que deben ser investigados, ya que la calidad del servicio está en los detalles.

Es por esto que el desarrollo del proyecto concibe la implementación de un sistema de gestión basado en procesos para el local de Yogurt Persa "9 de Octubre" porque es una poderosa herramienta para la empresa en busca de la mejora continua y al mismo tiempo permitirá elevar la calidad del servicio brindado y la satisfacción del cliente.

## **1.2. PROBLEMA A INVESTIGAR**

### **1.2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En toda empresa grande o pequeña, o en cualquiera de sus áreas se manejan entornos que tienen diferentes niveles de actuación, desde la parte administrativa hasta las áreas donde se desarrolla o proporciona el producto o servicio, procesos que van enfocados a ser parte de una comunidad que también exige resultados que sean al menos igual a sus expectativas sobre todo ahora que vivimos en un mundo globalizado y cada vez los consumidores son más exigentes en cuanto a preferencias y buscan un buen servicio con valor agregado.

De acuerdo a un estudio efectuado por la Asociación Ecuatoriana de Franquicias (Aefran) en el mercado ecuatoriano de cadenas de comidas rápidas reveló, que el 36% del segmento de las franquicias está dominado por las franquicias extranjeras como McDonald's, KFC, Burger King, American Deli, Pizza Hut, entre otros; estas empresas poseen una filosofía de calidad

con servicio extraordinario, perfección en la limpieza, sistemas innovadores, eficaces y eficientes: esto, evidentemente desata una necesidad latente en las cadenas ecuatorianas de locales de comida rápida de hacer del servicio al cliente una prioridad y tomar mucha conciencia en el valor del producto que se desea ofrecer.

Las empresas de comidas rápidas ecuatorianas deben reforzarse en estos ámbitos relacionados a la calidad, con el fin de mantenerse en el mercado competitivo actual con las franquicias extranjeras; el cambio en la gestión por procesos ayudará a Yogurt Persa "9 de Octubre" a posicionarse en el mercado como uno de los mejores establecimientos de comidas rápidas.

### **1.2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo Yogurt Persa "9 de Octubre" puede mejorar la calidad en sus procesos claves, productos y servicios que ofrece?

### **1.2.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

- a) ¿Cómo se está atendiendo verdaderamente a los clientes del local de Yogurt Persa "9 de Octubre"?
- b) ¿Cómo Yogurt Persa "9 de Octubre" puede lograr un incremento en la satisfacción de los clientes externos?
- c) ¿Cómo Yogurt Persa "9 de Octubre" puede determinar la eficiencia en los procesos claves?
- d) ¿Cuál es el perfil de los clientes internos que requiere Yogurt Persa "9 de Octubre"?



### **1.3. OBJETIVOS**

#### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

Potenciar la gestión corporativa de Yogurt Persa del local "9 de Octubre" a través de la implementación del sistema de gestión de calidad basado en procesos con el fin de ofrecer a los Clientes mejor calidad en los productos y servicios, generando mayor rentabilidad para el Franquiciado.

#### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- a) Evaluar los atributos de servicio, precios, personal, ambiente, instalaciones y productos ofrecidos.
- b) Proponer una comunicación permanente entre el Cliente y el Local mediante una encuesta de satisfacción
- c) Elaborar y desarrollar un Sistema de Gestión por procesos claves con sus respectivas fichas de procesos, procedimientos y registros.
- d) Documentar las funciones del personal que labora en Yogurt Persa "9 de Octubre"

### **1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACION**

Debido a la falta en la mejora constante de los productos y servicios que brinda Yogurt Persa "9 de Octubre" empresa dedicada a la venta de comida rápida, se encuentra la necesidad de buscar una mejora continua con la implementación de un sistema de gestión por procesos que despliegue la importancia de la calidad.

El tema de calidad produce cada día mayor interés. Se habla de ella permanentemente. Preocupa a usuarios y a las instituciones. La calidad la hacen las personas cuando comprenden que forman parte de un equipo en el

cual son importantes. La calidad debe emerger como un principio de justicia: no es justo atribuirse con la degradante tarea de arreglar cosas mal hechas por otros pero ello requiere una preparación del terreno.

La calidad significa compromiso de la cultura de la organización se define y se fundamenta en la competitividad, en el trabajo bien hecho, en la mejora continua con la colaboración en equipo, responsabilidad y compromiso individual, en la comunicación, información, participación, prevención de errores, monitoreo de resultados y en el punto más importante satisfacción de las necesidades del cliente.

Bajo este contexto Yogurt Persa "9 de Octubre" necesita analizar y evaluar el verdadero servicio que brinda a sus clientes, fortalecer este pilar, sin embargo no siempre tiene avances en cuanto a calidad se refiere; porque se encuentran con obstáculos como el hecho de que la dirección no define lo que entiende por calidad, otros creen que se trata de hacer bien las cosas o generalmente todos creen en su concepto pero pocos en su importancia y son menos los que la practican, por ende la inmensa necesidad de conocer cuál es el servicio que se está ofreciendo a los consumidores.

Además la implantación de un sistema de gestión de calidad basado en procesos implica una serie de beneficios para Yogurt Persa "9 de Octubre" tales como:



**Tabla 1.1: "Beneficios del Sistema de Gestión por procesos"**

<b>Beneficios de un sistema de Gestión por procesos</b>
Mayor nivel de calidad del servicio
Disminución de rechazos y optimización del mantenimiento
Reducción de los costos
Mayor participación e integración del personal de la empresa
Mayor satisfacción de los clientes
Mejora de la imagen de la empresa
Mejora de la competitividad
Garantía de supervivencia

Elaborado: Las Autoras

Fuente: "Implantación de un Sistema de Gestión por Procesos"

Estos beneficios a pesar de demostrar que la implantación de un sistema de gestión de calidad resulta inicialmente costosa, a la larga las empresas que apuestan por la calidad, recuperan la inversión e incrementan los beneficios por aumento de la productividad.

## **1.5. MARCO REFERENCIAL DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.5.1. MARCO TEÓRICO**

Es necesario conseguir la satisfacción del cliente, cubrir sus requerimientos, y satisfacer sus expectativas. A cambio, el consumidor se identificará con Yogurt Persa "9 de Octubre", estará predispuesto a mantener su lealtad y recompra que podrá asegurar rentabilidad y crecimiento a largo plazo.

### **Conocer el verdadero servicio que se brinda a los clientes de Yogurt Persa "9 de Octubre"**

Es primordial reconocer cual es el verdadero servicio que se ofrece a los clientes para conocer su nivel de satisfacción o entusiasmo y detallar las causas-efectos a través del diagrama de ishikawa, determinar la especificación del servicio, además que los resultados en las encuestas se podrá conocer la verdadera satisfacción de los consumidores con los productos y servicios que Yogurt Persa "9 de Octubre" ofrece.

### **Lograr incremento de la satisfacción de los clientes externos**

Yogurt Persa "9 de Octubre" debe de poseer registros para evaluar los servicios brindados, es de suma importancia para la retroalimentación en el mejoramiento de la implantación de un sistema de gestión de calidad basado en procesos, con esto mejorará de manera sustancial y para beneficio del consumidor y de la misma franquicia.

### **Identificar el perfil de los clientes internos para satisfacer los requerimientos de los clientes**

Para identificar el perfil de los clientes internos de Yogurt Persa "9 de Octubre" se elaborará la descripción de funciones de cada uno de ellos, esta información permitirá alimentar el sistema de gestión de calidad basado en procesos perfeccionando esta estructura; llevándonos siempre hacia un mejoramiento continuo, porque es muy importante también que el personal conozca con claridad las funciones asignadas a su cargo.

### **Elaborar los flujos de procesos para el local de Yogurt Persa.**

Identificar los procesos relacionados con el servicio de la empresa será importante para visualizar mejor paso a paso las actividades relacionadas y de esta forma presentar un panorama más claro sobre cómo se llevan cada una de las actividades en Yogurt Persa "9 de Octubre", lo que permitirá la optimización de los mismos mejorándolos continuamente logrando así excelencia en cada uno de los procesos que se llevan a cabo, además de lograr obtener un índice más bajo de insatisfacciones tanto de los clientes como del personal que labora en las instalaciones, recalcando el mejoramiento a la calidad que se pretende lograr con la implantación del sistema de gestión de calidad.

#### **1.5.1.1 ISO - INTERNATIONAL STANDARD ORGANIZATION**

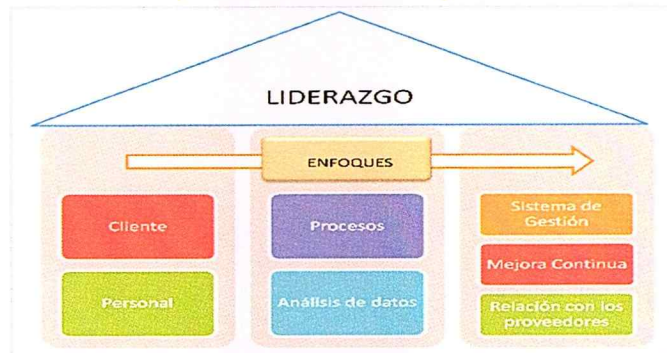
Es una federación mundial de organismos nacionales de normalización (organismos miembros de ISO). EL trabajo de preparación de las normas internacionales, normalmente se realiza a través de los comités técnicos de ISO. Cada organismo miembro interesado en una materia para la cual se haya establecido un comité técnico, tiene el derecho de estar representados en dicho comité. Las organizaciones Internacionales, públicas y privadas, en coordinación con ISO, también participan en el trabajo.

"ISO 9000" es la denominación de uso común para una serie de normas internacionales de garantía de la calidad dentro de las organizaciones. La norma ISO 9001, prevé la certificación de organizaciones por una tercera parte, es decir, por un ente de certificación independiente tales como BVQi S.A., SGS del Ecuador, Cotecna Quality Resources Inc, entre otros.



### 1.5.1.2 PRINCIPIOS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD

Figura 1.1.: "Principios de Gestión de Calidad"



Fuente: "Guías para implementar normas ISO 9001:2000"

Las normas ISO 9000, que representan el consenso internacional en materia de gestión de la calidad, contienen las directrices para la implantación de sistemas de gestión de la calidad y se sustentan sobre la base de los siguientes principios:

1. **Enfoque al cliente:** Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder sus expectativas. Para esto deben realizarse las actividades siguientes:

La alta dirección debe asegurarse de que los requisitos del cliente se determinan y se cumplen con el propósito de aumentar la satisfacción del cliente, entre estos requisitos se encuentran los especificados por el cliente, incluyendo los requisitos para las actividades de entrega y las posteriores a la misma, los necesarios para el uso especificado o para el uso previsto (aunque el cliente no los haya especificado), los legales y reglamentarios relacionados con el producto y cualquier otro requisito adicional determinado por la organización.

La organización debe revisar los requisitos relacionados con el producto antes de que la organización se comprometa a proporcionar un producto al cliente (por ejemplo envío de ofertas, aceptación de contratos o pedidos, aceptación de cambios en los contratos o pedidos y debe asegurarse de que:

- a) Están definidos los requisitos del producto,
- b) Están resueltas las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido y los expresados previamente, y
- c) La organización tiene la capacidad para cumplir con los requisitos definidos.

La organización debe determinar e implementar disposiciones eficaces para la comunicación con los clientes, relativas a la información sobre el producto, las consultas, contratos o atención de pedidos, incluyendo las modificaciones, y la retroalimentación del cliente, incluyendo sus quejas.

2. **Instituir liderazgo:** Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización. La alta gerencia debe ayudar a diseñar y aplicar una dirección estratégica que se fundamente en su propia cultura organizacional. Requiere las siguientes acciones:

- a) Establecer una clara visión del futuro de la organización.
- b) Establecer objetivos y metas desafiantes
- c) Crear y mantener valores compartidos y modelos éticos de comportamiento en todos los niveles de la organización.



- d) Proporcionar al personal los recursos necesarios, la formación y la libertad para actuar con responsabilidad y autoridad.
- e) Inspirar, animar y reconocer las contribuciones del personal.

3. **Participación del personal:** El personal, a todos los niveles, es la esencia de una organización y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización. El personal deberá:

- a) Comprender la importancia de su papel y su contribución en la organización.
- b) Identificar las limitaciones en su trabajo.
- c) Aceptar sus competencias y la responsabilidad en la resolución de problemas.
- d) Evaluar su actuación de acuerdo a sus objetivos y metas personales.
- e) Búsqueda activa de oportunidades para aumentar sus competencias, conocimiento y experiencias.
- f) Compartir libremente conocimientos y experiencias.
- g) Pueden mejorar su productividad conociendo más a los otros y coordinando sus esfuerzos.

4. **Enfoque basado en procesos:** Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.

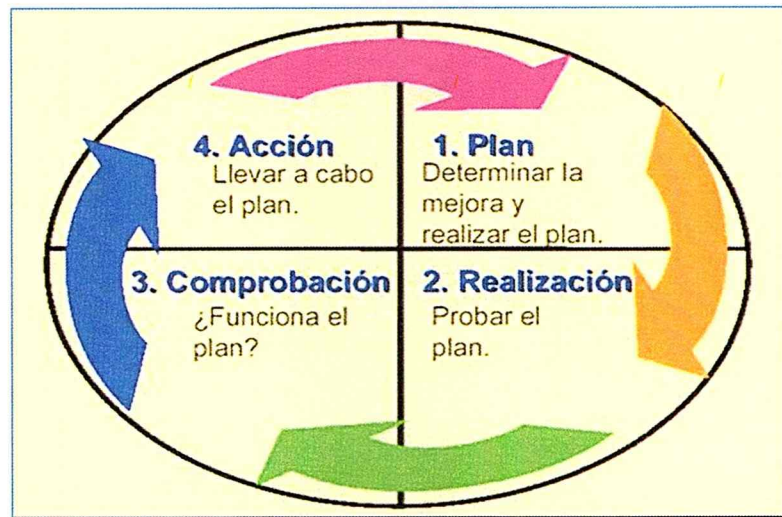
5. **Enfoque de sistema para la gestión:** Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos. Requiere:

- a) Estructurar un sistema para alcanzar los objetivos de la organización de la forma más eficaz.
- b) Entender las interdependencias existentes entre los diferentes procesos del sistema.
- c) Definir cómo las actividades específicas dentro del sistema deberían de funcionar y establecerlo como objetivo.
- d) Mejorar continuamente el sistema a través de la medición y la evaluación.

6. **Mejora continua:** La mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta. Requiere:

- a) Análisis y evaluación de la situación existente para identificar áreas de mejora,
- b) Establecer objetivos de mejora,
- c) Búsqueda de soluciones para alcanzar los objetivos,
- d) Evaluación de soluciones y selección de las alternativas óptimas,
- e) Implantar la solución seleccionada,
- f) Evaluación de los resultados,
- g) Formalización de cambios.

**Figura 1.2 "Ciclo de la Mejora Continua"**



Fuente: "Guías para implementar normas ISO 9001:2000"

7. **Enfoque basado en hechos para la toma de decisión:** Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información.
- Asegurar, a través del análisis, que los datos y la información son suficientemente precisos y fiables.
  - Datos accesibles para aquellos que los necesiten.
  - Tomar decisiones y emprender acciones en base al análisis de los hechos, la experiencia y la intuición.
8. **Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor:** Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor.
- Identificar y seleccionar los suministradores clave.
  - Establecer relaciones que equilibren los beneficios a corto plazo con las consideraciones a largo plazo.

- Hacer un fondo común de competencias y recursos con los asociados clave.
- Crear comunicaciones claras y abiertas.
- Establecer actividades conjuntas de mejora.
- Inspirar, animar y reconocer las mejoras y los logros.

### **1.5.1.3 SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD**

El sistema de gestión de calidad "Es la integración armónica de los elementos requeridos para desarrollar una gestión enfocada en cumplir los acuerdos establecidos con los clientes, al igual que los requisitos y la legislación aplicable, prevenir la generación de fallas y riesgos y tener un enfoque proactivo que apunte hacia las causas de falla, y el buen desempeño. Para la organización el sistema de gestión de calidad se convierte en una herramienta para aumentar la satisfacción del cliente, mediante la identificación e interacciones de sus procesos y mejora continua. Esta última característica permite la eficacia del trabajo y la disminución de costos.

Cada organización de acuerdo a su estructura y razón social aplica el sistema, claro está excluyendo algunos requisitos de la norma que no se adecuan; la entidad pretende bajo este marco cumplir las condiciones de los clientes mediante el mejoramiento continuo y la adecuación de los procesos.



### 1.5.1.4 ESTRUCTURA DE LA DOCUMENTACION DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD

Mediante el siguiente gráfico piramidal se representa los documentos requeridos para el sistema de gestión de Calidad. Para el desarrollo de la tesis se excluye a los manuales y planes de Calidad porque corresponden al proceso de Certificación ISO 9001:2000, sólo se tomarán en consideración las fichas de procesos, fichas de procedimientos, manuales de funciones y registros.

**Figura 1.3.: "Elementos del Sistema de Gestión de Calidad"**

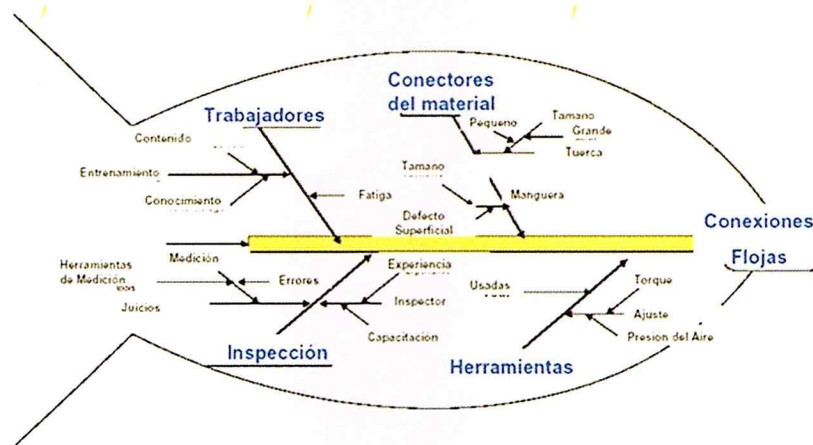


Fuente: "Guías para implementar normas ISO 9001:2000"

### 1.5.1.5 HERRAMIENTA PARA EVALUACION DE LA CALIDAD

Son muchas las maneras de medir y evaluar la calidad en las organizaciones, con el fin de conocer de qué manera funciona la organización y donde existen problemas. Pero para obtener estos conocimientos es necesario utilizar y manejar diferentes herramientas que permitan orientar y ordenar las ideas y la información que se tiene sobre un problema, en este caso en particular se considerará sólo el diagrama de Causa – Efecto (Ishikawa) ó llamada también espina de pescado.

Figura 1.4.: "Diagrama Causa - Efecto"



Fuente: "Herramientas de Calidad"

#### 1.5.1.6 MODELO DE UN SISTEMA DE GESTIÓN BASADO EN PROCESOS

A continuación se detalla los aspectos a considerar para la implementación del sistema de gestión basado en procesos:

- Identificación clara de los procesos, mediante la representación gráfica del mapa de procesos
- Determinación de la secuencia e interacción de los procesos.
- Elaboración de los registros que permitan evidenciar y asegurar que tanto su operación como su control sean efectivos.
- Aseguramiento de la disponibilidad de recursos e información para apoyar la operación y el seguimiento, mediante el cumplimiento de los procedimientos.



## 1.5.2. MARCO CONCEPTUAL

- a) **Calidad.-** Es el grado de acercamiento a las necesidades y expectativas de los consumidores. Cumpliendo con sus necesidades y expectativas se consigue la satisfacción en el consumidor, que esta transmite a su entorno. Para el experto, Edward Deming la "calidad" "Se enfoca en descubrir mejoras en los productos y servicios, en reducir la incertidumbre y la variabilidad en el diseño y proceso de manufactura, la calidad no implica lograr la perfección, implica la producción eficiente de la calidad que el mercado demanda".<sup>2</sup>
- b) **Proceso.-** Conjunto de actividades interrelacionadas que transforman insumos para el logro de un resultado, producto o servicio. Un proceso puede ser definido como un conjunto de actividades interrelacionadas entre sí que, a partir de una o varias entradas de materiales o información, dan lugar a una o varias salidas también de materiales o información con valor añadido.<sup>1</sup>
- c) **Mejora Continua.-** Actividad recurrente para aumentar la capacidad para cumplir los requisitos Las características principales son:
- ❖ Es aplicable a todas las actividades de la compañía.
  - ❖ Es un proceso simple e informal.
  - ❖ Debe estar soportado y reforzado por la gerencia.
  - ❖ Se basa en eliminar desperdicios a través de continuos esfuerzos.<sup>6</sup>

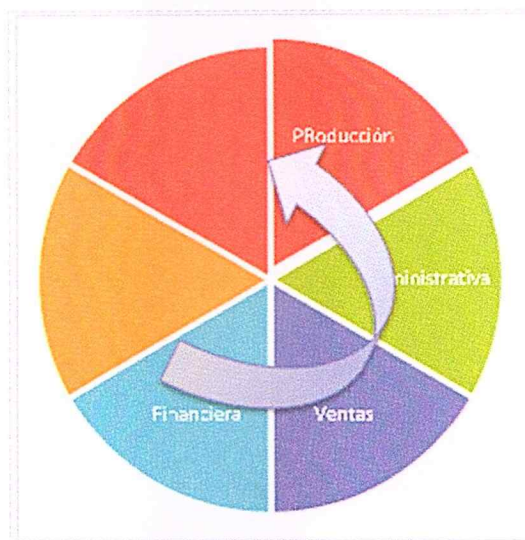
---

<sup>1</sup> <http://www.monografias.com/Iso 9001 2000>

<sup>2</sup> <http://www.calidad.org>

- d) **Gestión de la Calidad.-** La gestión de calidad es el conjunto de acciones, planificadas y sistemáticas, necesarias para dar la confianza adecuada de que un producto o servicio va a satisfacer los requisitos de calidad. <sup>5</sup>

**Figura 1.5.: "Gestión de la calidad"**



Fuente: "Guía para la implementación de normas ISO 9001:2000"

- e) **Registros.-** Documentos que proporcionan evidencia objetiva de las actividades realizadas o resultados obtenidos.
- ❖ Los registros deben establecerse y mantenerse para proporcionar evidencia de la conformidad con los requisitos así como de la operación eficaz del sistema de gestión de la calidad. Deben permanecer legibles, fácilmente identificables y recuperables
  - ❖ Debe establecerse un procedimiento documentado para definir los controles necesarios para la identificación, almacenamiento, protección, recuperación el tiempo de retención y disposición de los registros. <sup>3</sup>

- f) **Manuales de Procedimientos.**- Documentos que proporcionan información sobre como efectuar las actividades y los procesos de manera coherente.<sup>4</sup>
- g) **Mapa de Procesos.**- Un mapa de procesos es un esquema en el cual se identifican las entradas y las salidas de todos los procesos de una Organización y la secuenciación que hay entre los mismos.<sup>4</sup>

Los procesos son de tres tipos:

- ❖ Procesos estratégicos como aquellos procesos que están vinculados al ámbito de las responsabilidades de la dirección y, principalmente, al largo plazo. Se refieren fundamentalmente a procesos de planificación y otros que se consideren ligados a factores clave o estratégicos.
- ❖ Procesos operativos como aquellos procesos ligados directamente con la realización del producto y/o la prestación del servicio. Son los procesos de "línea".
- ❖ Procesos de apoyo como aquellos procesos que dan soporte a los procesos operativos. Se suelen referir a procesos relacionados con recursos y mediciones.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup><http://www.monografias.com/Trabajos15/Calidad-Serv/Calidad-Serv.Shtml>

<sup>4</sup><http://gestionporprocesos.com/>



h) **Ficha de Procesos.**- La ficha de procesos se puede considerar como un soporte de información que recoge todas aquellas características relevantes para el control de las actividades, así como para la gestión del proceso. Las ventajas de tener fichas de procesos son:

- ❖ El disponer de una fuente importante de información sobre los trabajos de las unidades funcionales.
- ❖ Esta documentación pueden servir como instrumento de consulta y orientación para el personal que desempeña los trabajos.
- ❖ Permite ver con mayor claridad las relaciones existentes con otros procesos de la Unidad Funcional y/o con otras Unidades Funcionales.
- ❖ Facilita el establecimiento de los puntos críticos dentro del proceso, permitiendo establecer los indicadores más adecuados para el seguimiento de los mismos.<sup>4</sup>

i) **Diagrama de Ishikawa.**- También conocido como Diagrama Causa-Efecto, es una herramienta que ilustra gráficamente las relaciones entre un efecto (resultado) y sus causas (factores), ayudando a identificar, clasificar y evidenciar posibles causas, tanto de problemas específicos como de características de calidad.<sup>7</sup>

j) **Manual de Funciones.**- Es un documento de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en las respectivas rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia

mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa.

- k) **Alta Dirección.**- Persona o grupo de personas que dirigen y controlan al más alto nivel una organización.
  
- l) **Control De La Calidad.**- Parte de la gestión de calidad orientada al cumplimiento de los requisitos de la calidad.
  
- m) **Documento.**- Información y su medio de soporte. Ej.: Registro, especificación, procedimiento documentado, dibujo, informe, norma.
  
- n) **Eficacia.**- Extensión en que se realizan las actividades planificadas y se alcanzan los resultados planificados.
  
- o) **Eficiencia.**- Relación entre resultados alcanzados y recursos utilizados.
  
- p) **Productividad.**- Es el dinamismo del proceso en el que se puede hacer más con los mismos recursos, hacer lo mismo con menos recursos o hacer más con menos recursos según la planificación estratégica de la empresa.

---

<sup>5</sup> [www.upm.es/innovacion/calidad/.../Gestion\\_Procesos.ppt](http://www.upm.es/innovacion/calidad/.../Gestion_Procesos.ppt)

<sup>6</sup> [http://www.buscarportal.com/Articulos/Iso\\_9001\\_2000\\_Gestion\\_Calidad.Htm](http://www.buscarportal.com/Articulos/Iso_9001_2000_Gestion_Calidad.Htm)

<sup>7</sup> <http://www.monografias.com/Trabajos15/Calidad-Serv/Calidad-Serv.Shtml>



- q) **Producto.-** Resultado de un proceso. Existen cuatro categorías genéricas de productos: servicios, materiales procesados, software, hardware.
- r) **Proveedor.-** Persona que tiene a su cargo abastecer un producto o materia prima.
- s) **Servicio.-** Organización y personal destinado a satisfacer necesidades del público o de alguna entidad pública o privada.
- t) **Modelo de Porter.-** Las 5 Fuerzas de Porter es un modelo holístico que permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad. Fue desarrollado por Michael Porter en 1979 y, según el mismo, la rivalidad con los competidores viene dada por cuatro elementos o fuerzas que, combinadas, crean una quinta fuerza: la rivalidad entre los competidores.
- u) **FODA.-** Matriz FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) Herramienta que sirve para analizar la situación competitiva de una organización. Su principal función es detectar las relaciones entre las variables más importantes para así diseñar estrategias adecuadas, sobre la base del análisis del ambiente interno y externo que es inherente a cada organización.<sup>9</sup>
- v) **Estrategia.-** Es el marco de funcionamiento que guía las opciones que determinan la naturaleza y dirección de una organización.<sup>8</sup>

- w) **Plan Estratégico.-** Es el resultado de un proceso llevado a cabo para proporcionar dirección y significado a las operaciones diarias de una organización Examina: los valores de la institución, el estado actual de su situación, el entorno. Relaciona esos factores con el futuro deseado, expresado en períodos de cinco a diez años. <sup>8</sup>
- x) **La Matriz de Evaluación de Factores Internos** .- Esta herramienta de formulación de estrategia resume y evalúa las debilidades y fortalezas importantes de gerencia, mercadeo, finanzas, producción, investigación y desarrollo. Suministra una base para analizar las relaciones internas entre las áreas funcionales de la empresa. <sup>10</sup>
- y) **Matriz de Evaluación de Factores Externos.-** Permite a los estrategas resumir y evaluar información económica, social, cultural, política, tecnológica y competitiva. <sup>10</sup>
- z) **FOFA-DODA.-** La matriz amenazas-oportunidades-debilidades -fuerzas (AODF) es un instrumento de ajuste importante que ayuda a los gerentes a desarrollar cuatro tipos de estrategias: estrategias de fuerzas y debilidades, estrategias de debilidades y oportunidades, estrategias de fuerzas y amenazas y estrategias de debilidades y amenazas. Observar los factores internos y externos clave es la parte más difícil para desarrollar una matriz AODF y requiere juicios sólidos, además de que no existe una serie mejor de adaptaciones. <sup>9</sup>

---

8. [www.emprendedoresnews.com/tips/analisis-estrategico.html](http://www.emprendedoresnews.com/tips/analisis-estrategico.html)

9. [www.joseacontreras.net/direstr/cap57d.htm](http://www.joseacontreras.net/direstr/cap57d.htm)

10. [www.wikilearning.com/...matriz\\_de\\_evaluacion.../13135-4](http://www.wikilearning.com/...matriz_de_evaluacion.../13135-4)

## **1.6. FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **1.6.1. HIPÓTESIS GENERAL**

El desarrollo de un sistema de gestión de calidad por procesos, puede mejorar el nivel de atención hacia los clientes y proporcionar un mayor grado de satisfacción lo que permitirá incrementar el número de consumidores así como los niveles de rentabilidad de Yogurt Persa.

### **1.6.2. HIPÓTESIS PARTICULARES**

- a) El resultado de las encuestas permitirá conocer las necesidades de un determinado grupo de clientes con relación a la calidad del producto y la calidad del servicio que reciben.
- b) Con la incorporación de un nuevo procedimiento para evaluar la satisfacción de los clientes externos, permitirá conocer y mejorar las debilidades en la calidad del servicio y del producto.
- c) La gestión por procesos aportará una visión más amplia de las actividades realizadas por los diferentes departamentos lo cual permitirá añadir valor al servicio ofrecido tanto al cliente "interno" como "externo", mejorando el flujo de trabajo para hacerlo más eficiente y adaptado a las necesidades de los clientes.
- d) La implementación de los manuales de funciones permitirá tener más claro las responsabilidades que tiene cada uno de los empleados que laboran en Yogurt Persa de 9 de Octubre.

### **1.6.3. VARIABLES Y SU OPERACIONALIZACIÓN**

#### **1.6.3.1. VARIABLES DEPENDIENTES (VD)**

- Preferencia del consumidor

#### **1.6.3.2. VARIABLES INDEPENDIENTES (VI)**

- Calidad del Servicio
- Calidad del producto
- Infraestructura del local
- Higiene del local
- Atención en reclamos

#### **1.6.3.3. VARIABLES EMPÍRICAS DEPENDIENTES (VEVD)**

- Control sobre los reclamos presentados
- Priorización sobre la gestión de calidad

#### **1.6.3.4. VARIABLES EMPÍRICAS INDEPENDIENTES (VEVI)**

- Control de gestión por procesos claves
- Medición de la satisfacción del cliente



## **1.6.4. INDICADORES**

### **1.6.4.1. CLIENTES**

- ❖ Resultados de la Satisfacción de los clientes externos
- ❖ Cantidad de reclamos atendidos en el mes

### **1.6.4.2. PERSONAL YOGURT PERSA "9 DE OCTUBRE"**

- ❖ Volumen de Rotación del personal
- ❖ Pago de Horas Extras
- ❖ Número de capacitaciones efectuadas a los clientes internos
- ❖ Frecuencia de Actualización en carteleras

### **1.6.4.3. LOCAL YOGURT PESA "9 DE OCTUBRE"**

- ❖ Implementación de nuevos productos y/o combos
- ❖ Facturación mensual del local
- ❖ Remodelación del local



## **1.7. ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.7.1. TIPO DE ESTUDIO**

Para el análisis y desarrollo de este proyecto de tesis se consideró que en la primera parte del estudio sea "Exploratorio" porque nos permite como investigadores realizar mediante el planteamiento del problema generar hipótesis, desarrollar variables y construir un marco teórico.

Para complementar el desarrollo del proyecto de tesis utilizaremos el estudio "descriptivo" que permitirá describir los aspectos del sector y las características del servicio de Yogurt Persa y finalizaremos con el estudio explicativo que servirá para señalar y analizar las razones que influyen en la insatisfacción con respecto al servicio.

### **1.7.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

Se ha considerado los métodos de investigación inductiva y deductiva que permitirá demostrar la hipótesis, cumplir con el objetivo principal y específico y dar una respuesta concreta al problema que se identificó inicialmente.

### **1.7.3. FUENTES Y TECNICAS PARA LA RECOLECCION DE INFORMACIÓN**

Una de las fuentes primarias que se utilizará para medir la calidad del servicio y establecer un mecanismo de optimización de los procesos actuales del local, es la encuesta a los clientes.

Como fuente secundaria se ha considerado información de Yogurt Persa "9 de Octubre" tales como: políticas internas, visión, misión, valores e información de clientes internos y externos.

También se realizarán pequeñas entrevistas a los empleados de Yogurt Persa de 9 de Octubre a fin de conocer sus expectativas de la empresa, y evaluar el conocimiento de la cultura organizacional.

Otras fuentes de información son las consultas de datos procedentes de registros tales como: norma ISO 9001:2000, bibliografía de autores de calidad, información en Internet, revistas, publicaciones, etc.

#### **1.7.4. UNIVERSO Y MUESTRA**

##### **1.7.4.1. UNIVERSO**

Para nuestro estudio hemos considerado el universo promedio diario de clientes atendidos en Yogurt Persa de 9 de Octubre, que sería de 135.

##### **1.7.4.2. MUESTRA**

Para seleccionar el tamaño de la muestra se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

Donde:

N = Universo de clientes de Yogurt Persa

p= probabilidad estimada de que contesten

q = (1 – p) probabilidad estimada que no contesten

Z = Nivel de Confianza

e = Error muestral

Reemplazando queda:

N =135

$$p = 50\%$$

$$q = 50\%$$

$$Z = 92\% (1.76)$$

$$e = 8\% (0.08)$$

$$n = \frac{(1.76)^2 * 0.5 * 0.5 * 135}{(0.08)^2 * (135 - 1) + (1.76)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 100$$

Conclusión.- 100 es la muestra representativa de la población de 135 clientes.

### 1.7.5. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Una vez finalizadas las encuestas se procede al tratamiento de los mismos, el cual consiste en la tabulación de los resultados y análisis. Los resultados de la muestra para la evaluación de los clientes externos serán presentados mediante gráficos estadísticos en el siguiente capítulo.

## 1.8 RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS

- Yogurt Persa de 9 de Octubre logrará enfocarse en su sistema de gestión de calidad basada en procesos claves, con la finalidad de obtener mayor eficiencia y eficacia en sus recursos.
- El Compromiso de la alta dirección logrará alcanzar y sostener mejoras en servicio al cliente para ser más competitivos frente a las franquicias extranjeras.
- Obtener una mayor orientación en su administración para perseguir continuamente la calidad.
- Elevar la satisfacción de sus clientes con valor agregado mejorando el servicio brindado con excelencia operacional, actuando rápidamente en los reclamos que se pudieren presentar.
- Finalmente el trabajo concebido en este proyecto podrá servir de guía para que otras empresas lo tomen como un ejemplo a seguir.



# CAPÍTULO II

## ANÁLISIS, PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y DIAGNÓSTICO

### 2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Mucho antes de que existieran franquicias internacionales de comida rápida en el Ecuador, su actual grupo objetivo tenía que consumir hamburguesas en pequeños negocios que no estaban a la altura de los estándares de las franquicias internacionales.

Luego de varios años, algunas cadenas internacionales de comida rápida decidieron ingresar al mercado ecuatoriano brindando estándares de servicio que los negocios locales no brindaban.

En la actualidad, el ingreso de estas nuevas cadenas de restaurantes de comida rápida ha generado que los clientes se sientan en derecho de ser más exigentes con respecto a recibir un buen servicio y producto.

En nuestro mercado encontramos cadenas de comidas rápidas tales como:

- ❖ McDonald's.
- ❖ Burger King.
- ❖ Kentucky Fried Chicken (KFC).
- ❖ Pizza Hut.

Lamentablemente no contamos con información estadística a la mano de la INEC o de la AEFRRAN para ilustrar la proporción de crecimiento de los locales de comidas rápida.

## 2.2 HISTORIA DE YOGURT PERSA

Cuenta la historia que en la antigua Persia, los habitantes de aquellas regiones desérticas sufrían severas deshidrataciones debido a las altas temperaturas y grandes distancias que debían recorrer para trasladarse dentro de tan grande imperio; de otro lado tenían un problema de sobreproducción de leche que ocasionaba pérdidas incalculables a los propietarios de bastos hatos de ganados caprino, que obligaba a sus propietarios a encontrar usos alternativos para la producción láctea.

Después de años de profundo análisis, los persas encontraron una solución que resolvía ambos problemas: mediante la aplicación de una fórmula que a partir de la fermentación de la leche de cabra y la adición de cierta cantidad de sal, generaron una bebida, que además de ser una fuente poderosa de nutrientes, vitaminas y minerales, se constituía en una bebida sana, refrescante y deliciosa, que la denominaron "airan", la misma que posteriormente se convirtió en lo que hoy es el **YOGURT PERSA**.

Ecuador tuvo que esperar hasta 1981 para degustar este descubrimiento milenario de los persas, con la llegada de Fereidoun Mansouri quien luego de un largo periplo por tierras europeas y americanas, se dejó encantar por la calidez y forma de ser de nuestra gente, radicándose en Guayaquil, ciudad sobre la que se levantaría, años más tarde, la más importante cadena de comidas rápida del Ecuador. El barrio del astillero, tradicional rincón guayaquileño, se constituyó en la piedra angular de lo que hoy es **YOGURT PERSA**, cadena de comidas rápidas que con un nuevo concepto que entrelaza salud y sabor fue penetrando en la mente y el paladar de la familia guayaquileña, instituyéndose "*una nueva forma de comer*".

La Avenida Chile y Portete se convirtió en el rincón preferido de los habitantes de nuestra ciudad y debido a la gran afluencia de clientes, en 1985 Fereidoun Mansouri se vio en la necesidad de abrir un nuevo local en Pedro Carbo y 10 de Agosto; desde ahí Yogurt Persa ha venido creciendo a pasos agigantados gracias al favor y preferencia de la clientela, hasta llegar a manejar 15 locales en la ciudad de Guayaquil.

Además para la implementación de las franquicias contrataron la asesoría de una consultora de franquicias estadounidense con sede en Argentina llamada FRANCPORT, con los cuales se analizó en que debería trabajarse, así los manuales de procedimientos demoraron año y medio en estar listos, formándose así, en 1998 la YOGURT PERSA FRANCHISING CORP.

### **2.2.1 APERTURA DE LOCALES COMERCIALES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

La ubicación de los locales ha sido estratégica al buscar lugares céntricos y de mayor concurrencia como centros comerciales, malecones, etc. En los gráficos ubicados en la parte posterior podrá apreciar las ubicaciones de los 15 locales que actualmente atienden al público en la ciudad de Guayaquil.



**Figura 2.1: "Locales Comerciales Yogurt Persa"**



Elaborado: "Las Autoras"

Fuente: Yogurt Persa

Además posee otros locales a nivel nacional entre los que están:

**Figura 2.2: "Locales Comerciales Yogurt Persa-Nivel Nacional"**



Elaborado: "Las Autoras"

Fuente: Yogurt Persa



**Tabla 2.1: "Equipos"**

<b>Además los locales en general cuentan con Equipos</b>	
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
2	Congeladores para guardar el Yogurt procesado en fábrica
1	Refrigeradora panorámica
2	Planchas freidoras de hamburguesas
1	Vitrina panorámica para el pan de yuca
1	Mesa de preparación para el yogurt, donde se encuentran las licuadoras.
1	Mesa para preparar el pan de yuca
1	Horno
2	Computadoras para registrar ventas

Elaborado: "Las Autoras"

Fuente: Yogurt Persa

### 2.2.2 FRANQUICIAS

Una Franquicia Yogurt Persa es una licencia que otorga la Corporación Franchising Corporation para que pueda abrir un negocio con el nombre comercial de Yogurt Persa y la utilización de las marcas y signos distintivos, además de la utilización de los métodos y procedimientos. Al adquirir la Franquicia de Yogurt Persa, el Franquiciado se beneficia de proveerse de toda la materia prima, con lo cual puede optimizar su tiempo en el proceso de venta y mercadeo de su local, además de contar con beneficios tales como:

- ❖ Apoyo para identificación del lugar donde instalar el local.
- ❖ Asistencia técnica durante la vigencia del contrato.
- ❖ Entrega de toda la materia prima y los productos.
- ❖ El respaldo de un grupo con más de dos décadas en el mercado.
- ❖ Calidad garantizada por nuestra nueva y moderna planta de lácteos.
- ❖ El derecho de uso de la marca registrada YOGURT PERSA® y el sistema de negocios.
- ❖ Oportunidad de ser miembro de la franquicia más importante del Ecuador, con proyección internacional.
- ❖ Manuales confidenciales de operación y anexos como Manual de Imagen Corporativa y Control Interno.
- ❖ Asistencia en Marketing, Publicidad, Estándares de Calidad, Procesos, Recursos Humanos.

La adquisición de una licencia o franquicia Yogurt Persa implica el pago de un derecho de entrada, que depende del tipo de local o franquicia. Además debe cubrirse el costo del equipamiento del local y esto dependerá del tamaño de la locación.

El valor de los equipos que adquiera el franquiciado serán amortizados a 5 años. Debe considerarse igualmente un monto específico como capital de trabajo. Valores referenciales, sin incluir arrendamientos ni obras civiles, incluyendo derecho de entrada de la Franquicia son:

**Tabla 2.2 "Costo de Inversión para un local"**

<b>Tipo de local</b>	<b>Inversión (US\$)</b>
Local Express (sitios estratégicos)	30,000
Local Patio de Comidas	60,000
Local tipo Restaurante	80,000
Local 2 pisos	140,000

Elaborado: "Las Autoras"

Fuente: Yogurt Persa

Yogurt Persa le dará un entrenamiento previo para el manejo del local. No se requiere más experiencia en manejo de negocios o comidas rápidas. Permite el uso del programa de control interno para supervisar las ventas y operaciones del local.

El entrenamiento del personal se incluye en el contrato de franquicia, el cual dura 15 días, realizando la capacitación en los locales del franquiciador; y la capacitación y entrenamiento de los supervisores dura tres meses.

Además apoya al interesado a conseguir el local o si el interesado puede utilizar si posee alguno o tiene en mente algún lugar.



Se otorga toda la asistencia técnica necesaria y el apoyo de ejecutivos y supervisores para que la apertura de su local sea óptima.

Yogurt Persa provee de toda la materia prima, desde el Yogurt Congelado, listo para preparar, con la pulpa de las frutas, la carne cortada para la preparación del sandwich Kabab Persa, incluyendo la masa de harina de yuca lista para preparar los panes, hasta los empaques de cada uno de los productos (fundas, vasos, etc.)

El nivel de ingresos que un local franquiciado pueda tener depende de una variedad de factores. La Corporación entrega el derecho para utilizar la marca y la asistencia técnica.

Yogurt Persa no otorga financiamiento para la instalación de un local, pero dado el prestigio de la marca y la reducción del riesgo al instalar un negocio, se podrá financiar con el Banco. Luego del análisis y la calificación correspondiente, se debe conceder información para facilitar el otorgamiento del crédito.

Una vez terminado el contrato con el nuevo franquiciador el local comienza a atender al público en 35 0 45 días luego de haber sido aprobado por el franquiciante la apertura.

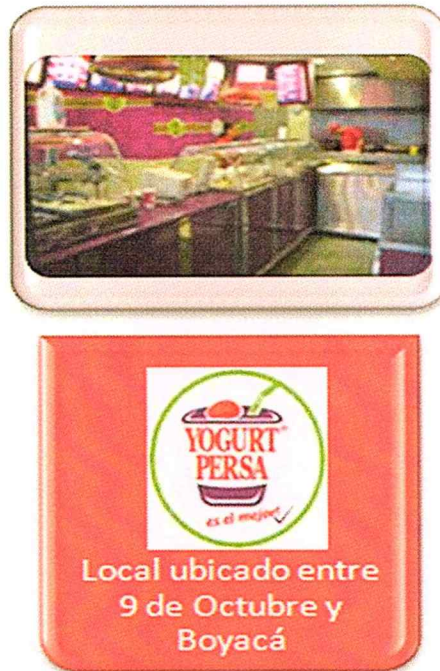
Además los franquiciados están sujetos a los pagos de impuestos obligatorios al pagar por los insumos procesados por la empresa franquiciante. Los franquiciantes reciben regalías del 8% sobre las ventas brutas de sus franquiciados.



### 2.2.3 YOGURT PERSA "9 DE OCTUBRE"

El 16 de Noviembre de 1998, se inauguró el local de Yogurt Persa ubicado en la ciudad de Guayaquil en Boyacá y 9 de Octubre, sitio estratégico por su ubicación, en el centro de la ciudad.

**Figura 2.3: "Yogurt Persa Local "9 de Octubre"**



Elaborado: "Las Autoras"  
Fuente: Yogurt Persa

Yogurt Persa local "9 de Octubre" utilizan promociones para captar clientes en las horas de menor venta, lo que no significa una desventaja frente a la competencia ya que cada establecimiento cuenta con mercados cautivos. En la actualidad también se hace uso de los combos para incentivar la compra en volumen, es decir, comprar más cosas a un menor precio si se comprara individualmente.

La satisfacción del cliente comienza con la satisfacción de los empleados. Pero ¿Cómo logramos satisfacer a los empleados? La fórmula básica es: Reclutar a los mejores empleados, brindarles entrenamiento y crear el mejor ambiente de trabajo y cultura organizacional para que los clientes internos se sientan bien. Por lo que Yogurt Persa se preocupa siempre por trabajar con las personas y brindarles un buen entrenamiento.

## **2.3 CALIDAD EN EL SERVICIO DE YOGURT PERSA DE "9 DE OCTUBRE"**

### **2.3.1 CLIENTES DE YOGURT PERSA**

Cabe resaltar que el sector donde está ubicado Yogurt Persa es netamente comercial. Su mercado objetivo (target) son los niños y los adultos. Yogurt Persa de 9 de Octubre en un caso especial, ya que existen diversos tipos de clientes que acuden a él, entre semana están los ejecutivos, estudiantes, etc.; mientras que el fin de semana, se caracteriza por la concurrencia de las familias con sus niños.

Sus principales generadores de tráfico y concurrencia de clientes son: La Plaza San Francisco, Almacenes De Prati, Casa Tosi, sector bancario, Malecón 2000, Colegios cercanos, Súper Intendencia de Compañías y otros organismos públicos, entre otros.

### 2.3.2 EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES DE YOGURT PERSA

- La calidad, tradicionalmente está relacionado con la calidad del producto y son aplicadas e identificadas a toda actividad empresarial y a todo tipo de organizaciones, siendo esta extendida a las diferentes funciones de todas las empresas, organizaciones y también a todos los servicios, los productos intermedios y a todos los clientes, tantos internos como externos.

Sabiendo lo que la calidad en sí implica entonces es necesario agregar valor a esta y se lo realiza a través del servicio que no es más que el acto por el cual se añade valor al producto. Este acto puede ser caracterizado del siguiente modo. El servicio es algo intangible, que tiene una aplicación directa sobre el cliente y relaciona estrechamente al productor con el consumidor; ya que no es suficiente que un producto o servicio tenga una posición destacada y una ventaja duradera en el mercado, ya que en este paradigma es de fácil rompimiento por que el mundo competitivo de los negocios no tiene ningún problema en sobrepasar las expectativas de los clientes.

Hoy en día las empresas u organizaciones que están realmente muy interesadas en la calidad de sus servicios deben poner en práctica de un proceso continuo para:

- Controlar y verificar la percepción que tienen los clientes sobre la calidad de sus servicios;
- Identificar las causas de las deficiencias en la calidad de los servicios; y
- Tomar las medidas apropiadas para mejorar la calidad de los servicios.



### 2.3.3 FILOSOFÍA DE YOGURT PERSA

#### **Misión**

"Ofrecer productos que además de deliciosos, aporten salud a nuestros consumidores".

#### **Visión**

"Nuestros clientes merecen siempre lo mejor" y "lo mejor es YOGURT PERSA". Siempre innovando y creando valor agregado con excelencia.

#### **Valores**

El éxito de **YOGURT PERSA** descansa sobre cuatro postulados que sostienen al cliente.

##### ❖ **Calidad de productos**

Está asegurada por rigurosas especificaciones en la elección de materias primas, en su transporte, conservación y en la preparación de dichos productos, cuenta con su propia planta.

##### ❖ **Atención al cliente**

Un servicio cordial, rápido y eficaz depende de una excelente capacitación del personal. La selección del mismo así como su capacitación inicial y continua, son elementos primordiales para una buena atención al cliente.



### ❖ Higiene

Se sintetiza con un lema grabado a fuego: *"queremos que nuestros clientes coman en nuestros locales mejor que en sus propias casas"*.

### ❖ Innovación

Nuestros clientes merecen siempre lo mejor" y "lo mejor es YOGURT PERSA"; el concepto de "ser lo mejor" cambia en el tiempo, así lo que hace un año fue lo mejor.

La filosofía de la calidad de servicio es un nuevo paradigma administrativo que ve al mundo desde una nueva perspectiva positiva y de convencimiento de trabajar con espíritu de desarrollo. Está en la cabeza y en el corazón de todos los miembros de la organización.

Se configura en la motivación del personal hacia la excelencia, se evidencia cuando cada una de las personas involucradas garantiza la perfección de lo que hace o produce cuando haya desaparecido la función de inspección del proceso. Por eso calidad total es una actitud, es el deseo de hacer bien las cosas desde la primera vez. Una filosofía de administración de empresa comprensiva que gira en torno al cliente.

La administración de la Calidad de Yogurt Persa de 9 de Octubre debería incluir además tres puntos básicos que consideramos de mucha importancia dentro de los valores corporativos, los cuales ponemos a consideración:

1. **Satisfacción del cliente:** El cliente es la parte más importante del negocio, los esfuerzos de cada miembro de la organización deben estar dirigidos a entender, reunir y sobrepasar las expectativas de sus clientes. Todos en Yogurt Persa deben satisfacer tanto a sus clientes externos.
  
2. **Respeto al Recurso Humano:** Permitir que los empleados sean más responsables de sus diversas funciones, descubrir sus intereses y motivarlos para coordinar sus destrezas y habilidades hacen que ellos estén de buen ánimo.
  
3. **Mejoramiento continuo:** No importa que tan bueno es cada colaborador en la organización, lo importante es que cada día empiece con la fiel convicción de ser mejor que el día anterior. Se puede estar contento con su desempeño, pero nunca satisfecho, ya que siempre se puede hacerlo mejor.

#### 2.3.4 LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN YOGURT PERSA "9 DE OCTUBRE"

Una vez que el cliente llega al local, es responsabilidad de cada uno hacer que la visita del cliente sea una experiencia placentera. Los clientes visitan Yogurt Persa porque saben que los productos del lugar son de excelente calidad y gozan de prestigio, sin embargo el servicio es uno de los aspectos más importantes del negocio.

El encargado del mostrador determina la rapidez de servicio que se le proporciona al cliente, también determina la calidad del servicio porque se

encuentra en contacto directo con los clientes. Por esta razón se selecciona con mucho cuidado a las personas que están encargadas del mostrador. Es un puesto que requiere de entrenamiento y personas especiales con cualidades especiales. La persona a cargo de este puesto es un miembro clave en el equipo part time, porque la impresión que cause debe ser muy buena.

Por lo que se debe cuidar cada detalle, desde su apariencia y actitud, hasta la rapidez con que se mueve. Una sonrisa es tan importante para hacer que el cliente regrese así como la mejor comida del mundo.

Si Yogurt Persa falla en servir a los clientes de manera rápida y amable, corre el riesgo de perderlos.

Una vez que se ha establecido en la mente del consumidor una reputación de servicio lento y poco amable, es muy difícil que el consumidor cambie de parecer.

### **La percepción de la espera**

- ❖ Las personas hoy en día disponen de menos tiempo
- ❖ El servicio 24 horas cada vez se hace más común
- ❖ La ansiedad hace que la espera parezca más larga
- ❖ Esperas explicadas son más cortas que las que no se explican
- ❖ Mientras más valorado el servicio, las personas esperan más.

El cliente es el factor más importante del negocio, y el trabajo de cada uno es brindarle el mejor servicio posible y asegurar que regresen.

Yogurt persa no sólo vende yogurt y pan de yuca, vende beneficios que satisfacen una necesidad del cliente:

- ❖ Buena alimentación
- ❖ Sana
- ❖ Nutritiva
- ❖ Tranquilidad en un ambiente agradable
- ❖ Trato amable.

¿Cómo estamos atendiendo verdaderamente a los clientes?

Cuando un cliente ingresa a las instalaciones de Yogurt Persa ¿Lo saludamos?

¿Lo hacemos sentir que es lo más importante?

A pesar de estar mal genio ¿Atendemos al cliente con una sonrisa?

¿Dejamos de realizar cualquier actividad y lo tomamos en cuenta?

¿Dejamos que exprese sus necesidades?

Cuando viene un cliente molesto ¿Lo escuchamos?

¿Ayudamos a resolver el problema que tiene?

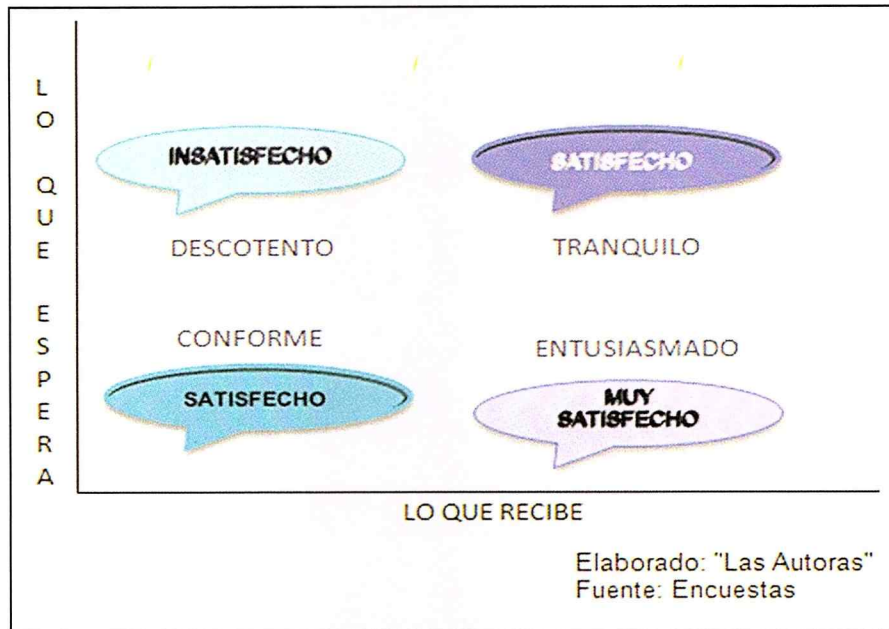
¿Asesoramos correctamente a nuestro cliente?

¿Cumplimos con lo que se le ofrece al cliente?

Conocemos ¿Cuáles son sus impresiones luego de hablar con las personas a cargo del mostrador?



**Figura 2.4: "Niveles de satisfacción sobre las expectativas"**



### 2.3.5 EL CLIENTE INTERNO

Uno de los factores que puede afectar la calidad de los productos y servicios ofrecidos por Yogurt Persa "9 de Octubre" es la no aceptación o el no compartir la misión y visión de la organización por parte del personal que labora en la empresa (cliente interno), pues sólo se limita a realizar sus funciones sin percibir muchas veces que su forma de atender ó despachar es vital para la buena atención al consumidor.

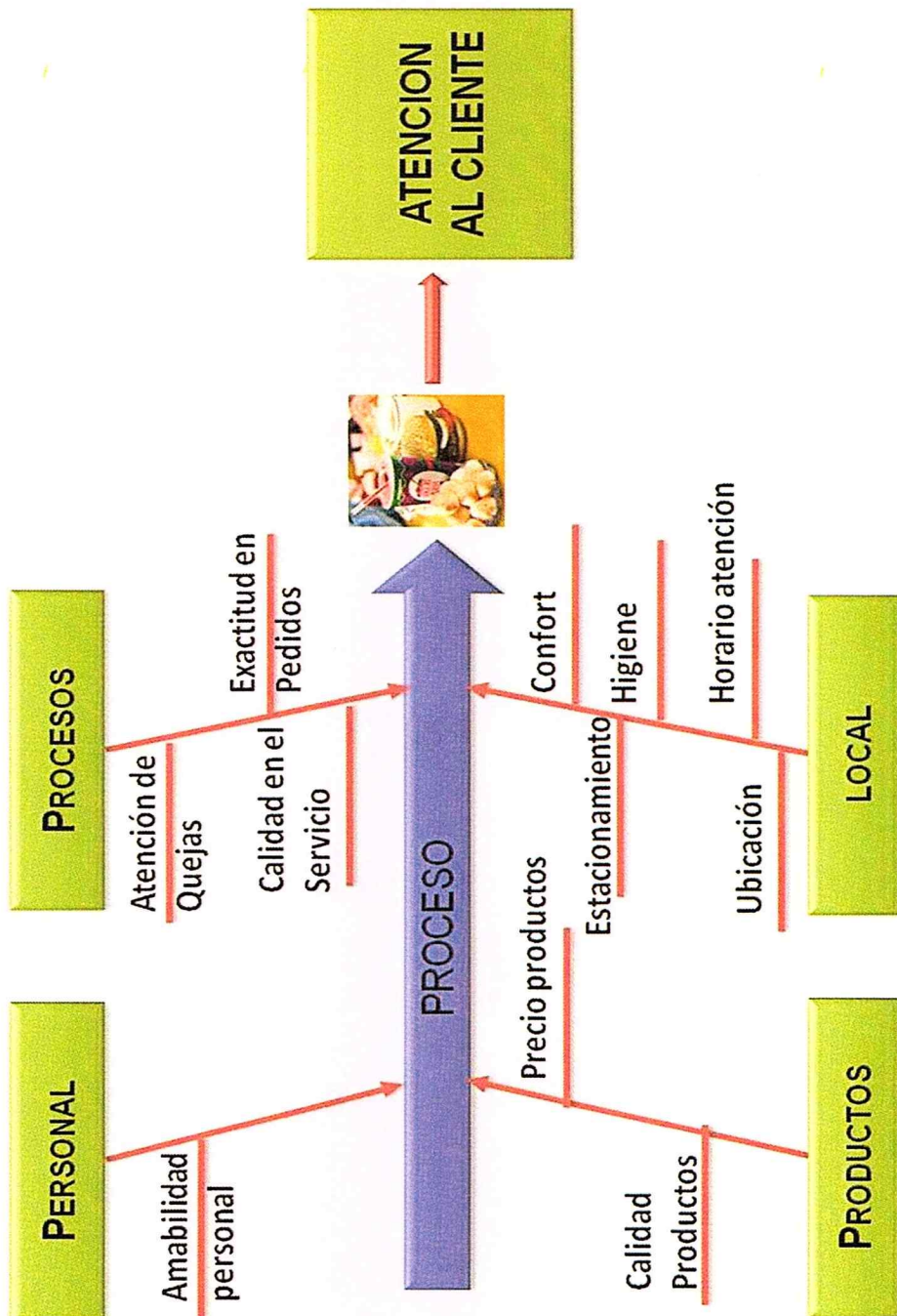
Otro de los factores que puede afectar en la atención al público es el desconocimiento del personal acerca de los objetivos y las metas de la empresa, algunos de ellos tienen la buena predisposición en su atención, pero por desconocimiento de estos aspectos no sabe realmente cuál es el rumbo que la empresa está apuntando a la mejora.

De acuerdo con lo expuesto, nos daremos cuenta que es de suma importancia los modelos de actuación que se inducen en el personal y qué comportamientos deberían mantener cada uno de ellos, los cuales afectan al desempeño diario, se van perdiendo los valores que se desean conseguir vistos estos en los objetivos de la empresa, y sobre todo al cliente restándole valor a la entrega de los productos y servicios brindados.

### **2.3.6 DIAGRAMA DE CAUSA EFECTO**

A continuación se detallan las causas y efectos por las que se podrían estar perdiendo la calidad en el local de Yogurt Persa "9 de Octubre":

Figura 2.5.: "Diagrama Causa – Efecto de Yogurt Persa 9 de Octubre"



Elaborado: Las Autoras

Fuente: "Yogurt Persa 9 de Octubre"

## FACTOR "PROCESOS"

### ❖ Atención de Quejas.

**Causa:** Existe poco control en los procesos claves, lo que origina que algunos clientes manifiesten que sus quejas no son atendidas ni resueltas en la brevedad posible.

**Efecto:** Insatisfacción del Cliente, a pesar de que manifestó su inconformidad y esta llegó al Supervisor, quedó con la percepción de que en Yogurt Persa de 9 de octubre no cumplía con sus expectativas en cuanto a la pronta respuesta de sus quejas.

### ❖ Calidad en el Servicio

**Causa:** Desconocimiento por parte del personal con respecto a la manera de abordar al Cliente cuando se acerca a pedir información del los productos y/o combos ó platos a la carta que el local ofrece.

**Efecto:** El cliente se tarda en realizar el pedido hasta que termine de revisar todas las carteleras exhibidas en las paredes del local de yogurt persa de 9 octubre.

### ❖ Exactitud en pedidos

**Causa:** El Cajero no toma correctamente pedido del Cliente.

**Efecto:** La molestia del Cliente, porque el recibir la nota de venta de su pedido se percata que lo solicitado no fue correctamente registrado, esto suele ocurrir con mayor frecuencia en los sabores del yogurt mora y frutilla y en el pedido de empanadas de carne y pollo.



## **FACTOR "PERSONAL"**

### **❖ Amabilidad del Personal.**

**Causa:** El personal no demuestra amabilidad y manejo de cultura al momento de atender al cliente, sólo se limita en cobrar y despachar.

**Efecto:** El Cliente percibe que el empleado de yogurt persa de 9 de octubre no es cordial y amable durante el despacho del pedido.

## **FACTOR "PRODUCTO"**

### **❖ Calidad del Producto.**

**Causa:** En algunas ocasiones no se cumple adecuadamente los estándares en la calidad del producto, especialmente ocurre con el manejo del azúcar en el yogurt que puede darse en mayor ó menor cantidad.

**Efecto:** Esto genera insatisfacción al cliente, porque lo puede relacionarlo con un producto regular y lo evalúa versus con el precio que pagó por el producto, determinando que no regresaría al local de 9 de octubre sino que buscaría el mismo producto con la competencia a un precio similar.

### **❖ Precio de Productos.**

**Causa:** Los consumidores encuestados no se encuentran satisfechos con el precio que pagan porque lo relacionan directamente con la calidad en el servicio al momento de hacer su pedido.

**Efecto:** Para yogurt Persa de 9 de octubre su efecto sería negativo debido a largo plazo, ya que un cliente insatisfecho trae consigo otros 7 más.

## FACTOR "LOCAL"

### ❖ Confort Local.

**Causa:** No existe un mantenimiento periódico de las instalaciones de yogurt persa de 9 de octubre especialmente en las sillas y mesas, y algunos accesorios de los baños.

**Efectos:** Molestia por parte de los clientes debido a que algunas sillas dañaron sus prendas de vestir.

### ❖ Higiene Local.

**Causa:** El personal de Limpieza no realiza proactivamente su labor en los fines de semana y feriados donde se da mayor número de ventas.

**Efecto:** El Cliente se siente incómodo por tener que recoger la bandeja con la basura que dejó otro cliente ó, por tener que esperar que el personal de limpieza realice el aseo de la mesa cuando ya se encuentra servido sus alimentos.

### ❖ Estacionamiento.

**Causa:** El local se encuentra ubicado justo sobre la calle Boyacá, ubicación realmente vehicular (particulares y metrovía) y donde se prohíbe el estacionamiento en la acera izquierda y derecha de esta calle.

**Efecto:** El Cliente que tiene vehículo e invita a su familia a consumir en yogurt persa de 9 de octubre tiene que obligadamente parquear su vehículo a una ó dos cuadras del local.

❖ **Ubicación.**

**Causa:** Esto se debe porque el local se encuentra ubicado en la intersección de dos calles transitadas y congestionadas del centro de Guayaquil, este indicador está ligado estrechamente con el estacionamiento vehicular y en especial con los temas de robo que se dan con mayor frecuencia en el centro de la ciudad a partir de las 18H00.

**Efecto:** Algunos clientes prefieren realizar sus compras en otro local de yogurt persa para evitar ser asaltados fuera del local de 9 de octubre.

❖ **Horario de Atención.**

**Causa:** El horario de cierre del local es a las 23H00 los fines de semana.

**Efecto:** Algunos clientes que salen a divertirse con su familia al centro de Guayaquil, en especial a las actividades que se organizan en el Malecón 2000 caminan por la avenida 9 de octubre y deciden acercarse al local donde el personal les confirma que ya no pueden ser atendidos porque se encuentran en horario de cierre.

### **2.3.7 ELABORACION DE ENCUESTA PARA YOGURT PERSA "9 DE OCTUBRE"**

Con el fin de conocer la percepción de los clientes se realizó una encuesta donde se tomó una muestra de 100 personas, dicha encuesta consta de 11 preguntas que están relacionadas con la calidad del servicio, calidad del producto y las instalaciones de Yogurt Persa 9 de Octubre.

A continuación se detalla las preguntas:

- ❖ El personal tiene voluntad de responder sus quejas o solicitudes
- ❖ Pedidos siempre atendidos con exactitud.
- ❖ El Servicio Recibido Es Bien Ejecutado.
- ❖ Existe amabilidad por parte del personal.
- ❖ El precio cobrado por el producto es asequible para su bolsillo.
- ❖ Considera que los productos de Yogurt Persa son de alta calidad.
- ❖ Considera que el local es cómodo y acogedor para Ud. Y su familia.
- ❖ La ubicación del local es asequible.
- ❖ Existe disponibilidad de estacionamiento vehicular.
- ❖ El local se encuentra siempre limpio.
- ❖ El horario de atención al público es conveniente.

### 2.3.8 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

De acuerdo al estudio realizado se han considerado ciertas características relevantes en el momento de concertar el servicio brindado por el personal del local de Yogurt Persa "9 de Octubre".

Estos atributos se los representará a continuación a través de la tabulación de los resultados obtenidos en la encuesta realizada a la muestra tomada en el local de Yogurt Persa "9 de Octubre" a 100 consumidores, en la que se podrá demostrar la necesidad de la implementación de un **Sistema de Gestión de Calidad basado en procesos claves** con el fin de mejorarlos continuamente, los que nos conllevaría a darle un valor agregado a los clientes y futuros clientes.



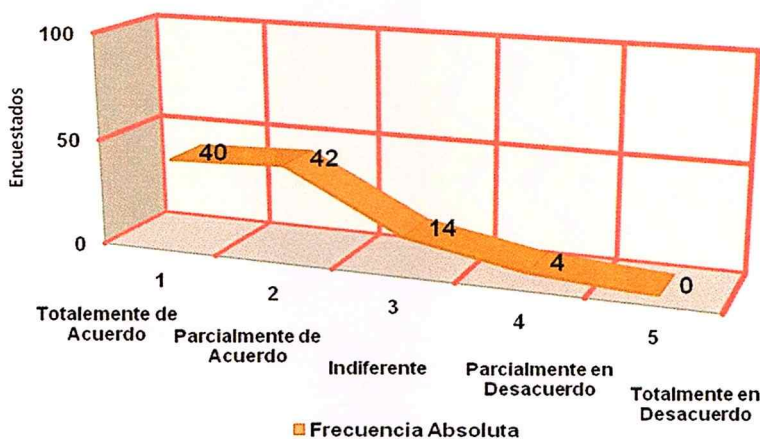
El personal tiene voluntad de responder sus quejas o solicitudes

En este gráfico se puede resaltar que el 40% de los consumidores está totalmente de acuerdo que el personal de Yogurt Persa local "9 de Octubre" tiene voluntad para atender quejas y requerimientos de los clientes y el 42% está parcialmente de acuerdo. Ésta es una de las características que mejor resalta el servicio brindado.

Pregunta No. 1					
El personal tiene voluntad de responder sus quejas o solicitudes					
Opciones	Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta Acum.	Frecuencia Relativa Acum.
1	Totalmente de acuerdo	40	40.00	40	40.00
2	Parcialmente de acuerdo	42	42.00	82	82.00
3	Indiferente	14	14.00	96	96.00
4	Parcialmente en desacuerdo	4	4.00	100	100.00
5	Totalmente en desacuerdo	0	0.00	100	100.00
Totales		100	100		

Elaborado: "Las Autoras"  
Fuente: Encuestas

**Petición de Quejas y Solicitudes de los Clientes Hacia los Empleados**



Elaborado: "Las Autoras"  
Fuente: Encuestas

### Pedidos siempre atendidos con exactitud

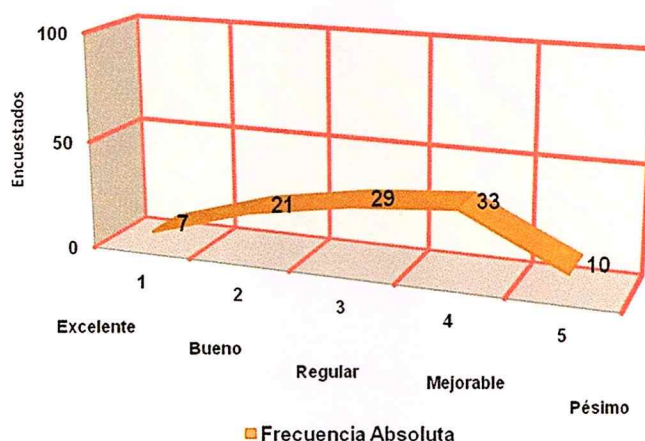
El 33% de los consumidores encuestados opinan que debe de ser mejorada la exactitud con la que sus pedidos son despachados y el 29% opinan que es regular la exactitud con la que es despachado el pedido. .

Pregunta No. 2 Pedidos siempre atendidos con exactitud					
Opciones	Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta Acum.	Frecuencia Relativa Acum.
1	Excelente	7	7.00	7	7.00
2	Bueno	21	21.00	28	28.00
3	Regular	29	29.00	57	57.00
4	Mejorable	33	33.00	90	90.00
5	Pésimo	10	10.00	100	100.00
<b>Totales</b>		100	100		

Elaborado: "Las Autoras"

Fuente: Encuestas

Pedidos Atendidos Con Exactitud



Elaborado: "Las Autoras"

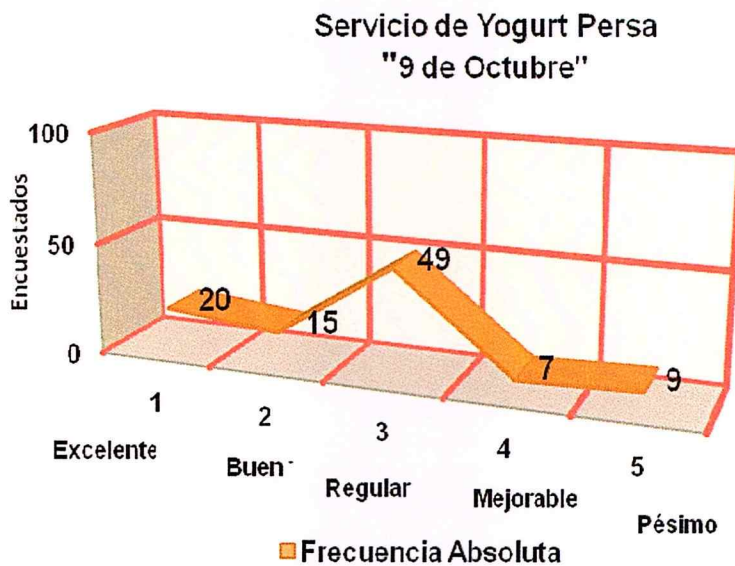
### El Servicio Recibido Es Bien Ejecutado

El 49% de los consumidores opinan que el servicio brindado por Yogurt Persa Local "9 de Octubre" es Regular.

Pregunta No. 3 El Servicio Recibido Es Bien Ejecutado					
Opciones	Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta Acum.	Frecuencia Relativa Acum.
1	Excelente	20	20.00	20	20.00
2	Bueno	15	15.00	35	35.00
3	Regular	49	49.00	84	84.00
4	Mejorable	7	7.00	91	91.00
5	Pésimo	9	9.00	100	100.00
Totales		100	100		

Elaborado: "Las Autoras"

Fuente: Encuestas



Elaborado: "Las Autoras"

Fuente: Encuestas



Existe amabilidad por parte del personal

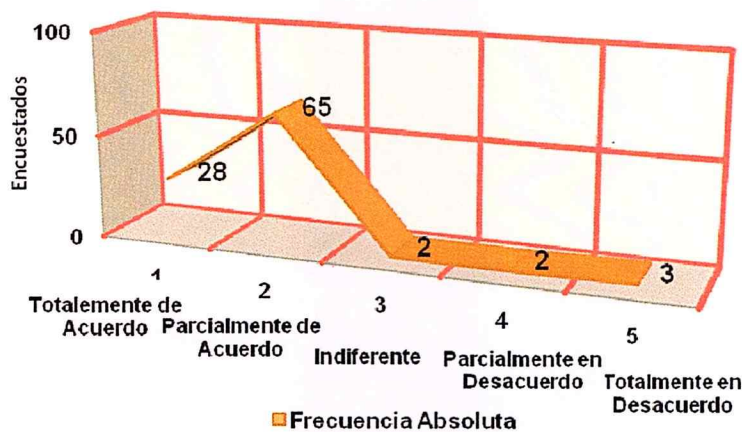
El 28% de los consumidores encuestados están totalmente de acuerdo de que el personal de 9 de octubre es amable, estos son los factores relevantes de acuerdo a los resultados generados respecto a ésta pregunta.

Pregunta No. 4 Existe amabilidad por parte del personal					
Opciones	Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta Acum.	Frecuencia Relativa Acum.
1	Totalmente de acuerdo	28	28	28	28.00
2	Parcialmente de acuerdo	65	65	93	93.00
3	Indiferente	2	2	95	95.00
4	Parcialmente en desacuerdo	2	2	97	97.00
5	Totalmente en desacuerdo	3	3	100	100.00
Totales		100	100		

Elaborado: "Las Autoras"

Fuente: Encuestas

¿El Personal de Yogur Persa "9 de Octubre" es Amable?



Elaborado: "Las Autoras"

Fuente: Encuestas



Entre los principales atributos de producto y servicio que Yogurt Persa 9 de Octubre ofrece a sus clientes en la encuesta realizada nos muestran los siguientes resultados en los que se deduce que de acuerdo a la calidad recibida no siempre se está de acuerdo en pagar un precio más alto debido a muchos factores, entre unos esta la venta de comida rápida en muchos lugares a un precio módico y al alcance del bolsillo de los consumidores o clientes, además de la crisis económica por la cual pasa el país y prácticamente el mundo en general.

Además no debemos olvidar que mantener un cliente es mucho más económico que conseguir un cliente nuevo ya que el valor que se debería invertir para conseguirlo sería seis veces más caro que mantener uno que muestre lealtad y nos ayude con el mercadeo del producto al indicar que los precios son económicos, de muy buena calidad pero sobre todo ser atendidos de manera de que no exista inconveniente ya que la posibilidad de que un cliente se sienta mal atendido significaría la pérdida del mismo. Esto haría que el Sistema de Gestión de Calidad en sus registros provoque un sin número de quejas por la mala atención e insatisfacción de los clientes.

En tanto los resultados de la encuesta arrojan resultados positivos acerca de los productos que en Yogurt Persa "9 de Octubre" se ofrecen los clientes se encuentran satisfechos con la calidad no siendo lo mismo por el precio ya que creen que estos podrían ser un poco más asequibles para el consumidor final.

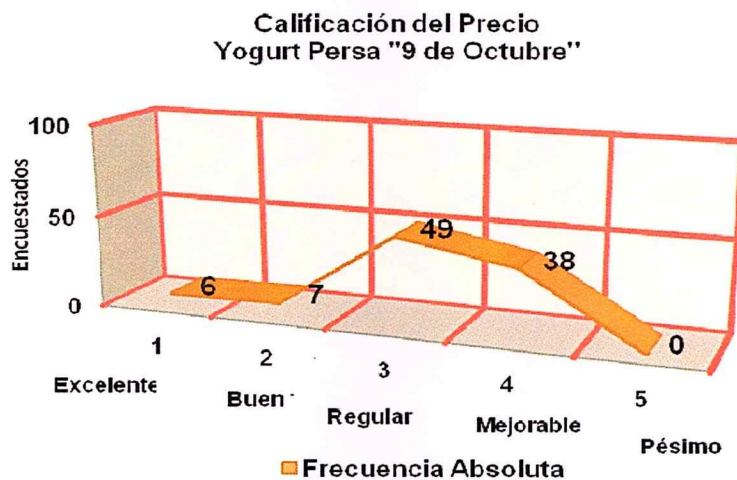
El precio cobrado por el producto es equilibrado para su bolsillo

El 49% considera que el precio de Yogurt Persa es Regular y el 38% cree que el precio es mejorable. Es decir que los consumidores encuestados no se encuentran satisfechos con el precio que pagan por el producto.

Pregunta No. 5 El precio cobrado por el producto es equilibrado para su bolsillo					
Opciones	Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta Acum.	Frecuencia Relativa Acum.
1	Excelente	6	6.00	6	6.00
2	Bueno	7	7.00	13	13.00
3	Regular	49	49.00	62	62.00
4	Mejorable	38	38.00	100	100.00
5	Pésimo	0	0.00	100	100.00
<b>Totales</b>		100	100		

Elaborado: "Las Autoras"

Fuente: Encuestas



Elaborado: "Las Autoras"

Fuente: Encuestas

Considera que los productos son de alta calidad

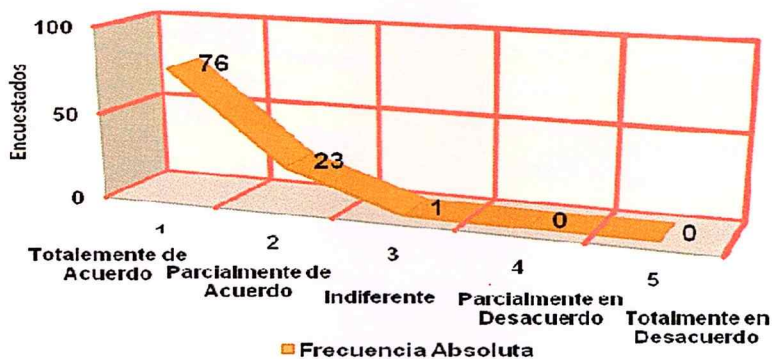
El 76% de los consumidores estima que los productos de Yogurt Persa son de excelente calidad, mientras que un 23% opina que su calidad es buena. Sin embargo si observamos la figura 2.15 "Calificación del precio" podemos deducir que a mayor calidad los consumidores no están dispuestos a pagar un precio tan alto.

Pregunta No. 6					
Considera que los productos de yogurt persa son de alta calidad					
Opciones	Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta Acum.	Frecuencia Relativa Acum.
1	Totalmente de acuerdo	76	76.00	76	76.00
2	Parcialmente de acuerdo	23	23.00	99	99.00
3	Indiferente	1	1.00	100	100.00
4	Parcialmente en desacuerdo	0	0.00	100	100.00
5	Totalmente en desacuerdo	0	0.00	100	100.00
Totales		100	100		

Elaborado: "Las Autoras"

Fuente: Encuestas

**Calificación de la Calidad De Productos Yogurt Persa**



Elaborado: "Las Autoras"

Fuente: Encuestas



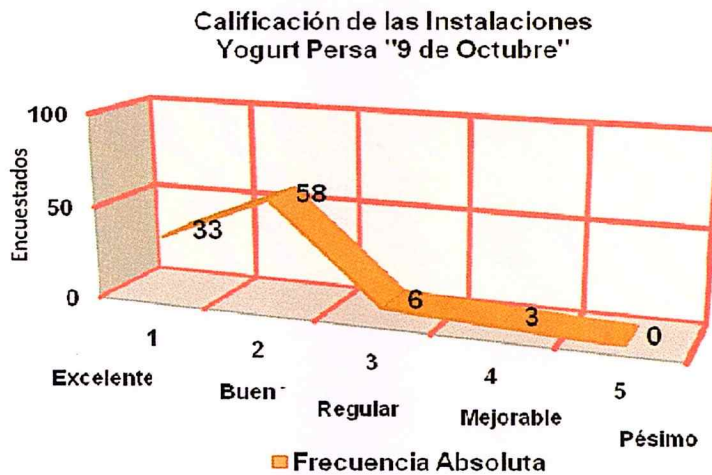
Considera que el local es cómodo y acogedor para usted y su familia

En cuanto a las instalaciones del local el 58% opinan que son buenas y el 33% opinó que las instalaciones del local son excelentes.

Pregunta No. 7 Considera que el local es cómoda y acogedor para usted y su familia					
Opciones	Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta Acum.	Frecuencia Relativa Acum.
1	Excelente	33	33.00	33	33.00
2	Bueno	58	58.00	91	91.00
3	Regular	6	6.00	97	97.00
4	Mejorable	3	3.00	100	100.00
5	Pésimo	0	0.00	100	100.00
Totales		100	100		

Elaborado: "Las Autoras"

Fuente: Encuestas



Elaborado: "Las Autoras"



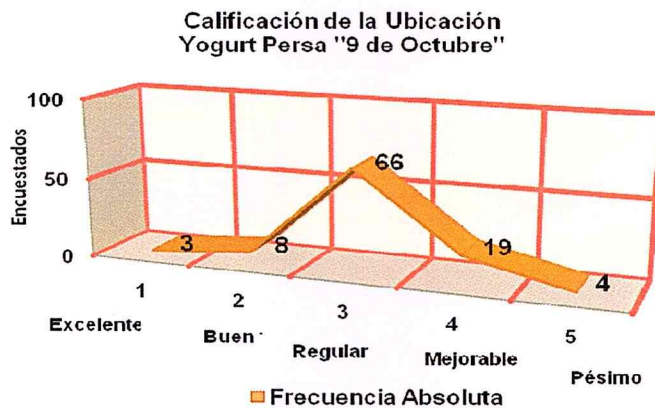
La ubicación del local es asequible

Es en tanto contradictorio ya que la mayoría de los encuestados es decir, el 66% opinan que son regulares, esto puede ser debido a que la intersección en la que se encuentra el local es un tanto difícil obtener un estacionamiento por ser zona céntrica y ambas calles arterias principales de la ciudad.

Pregunta No. 8 La ubicación del local es asequible					
Opciones	Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta Acum.	Frecuencia Relativa Acum.
1	Excelente	3	3.00	3	3.00
2	Bueno	8	8.00	11	11.00
3	Regular	66	66.00	77	77.00
4	Mejorable	19	19.00	96	96.00
5	Pésimo	4	4.00	100	100.00
<b>Totales</b>		100	100		

Elaborado: "Las Autoras"

Fuente: Encuestas



Elaborado: "Las Autoras"

Fuente: Encuestas

Existe total disponibilidad de Estacionamiento vehicular

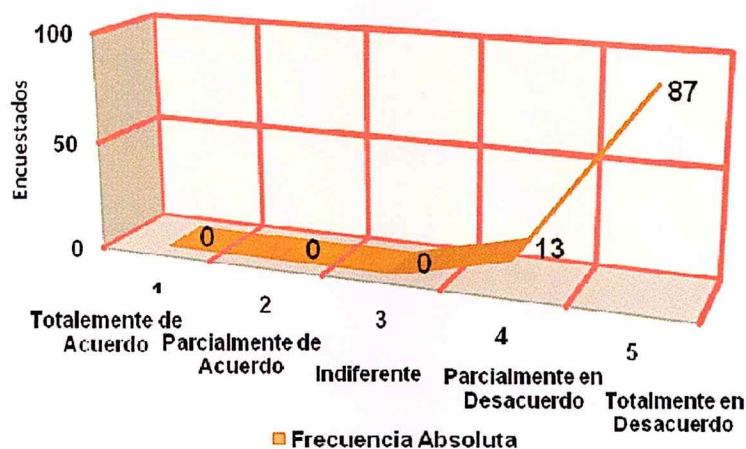
Como se mencionó en la interpretación anterior la muestra de estos resultados nos van a dar la razón con respecto a por que los clientes no se encuentran en total acuerdo con la ubicación, el 87% de los clientes indican que se encuentran en total desacuerdo por estacionamiento, el 13% en parcial desacuerdo.

Pregunta No. 9					
Existe total disponibilidad de estacionamiento vehicular					
Opciones	Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta Acum.	Frecuencia Relativa Acum.
1	Totalmente de acuerdo	0	0.00	0	0.00
2	Parciamente de acuerdo	0	0.00	0	0.00
3	Indiferente	0	0.00	0	0.00
4	Parcialmente en desacuerdo	13	13.00	13	13.00
5	Totalmente en desacuerdo	87	87.00	100	100.00
<b>Totales</b>		100	100		

Elaborado: "Las Autoras"

Fuente: Encuestas

**Calificación de la Calidad De Productos Yogurt Persa**



Elaborado: "Las Autoras"

Fuente: Encuestas

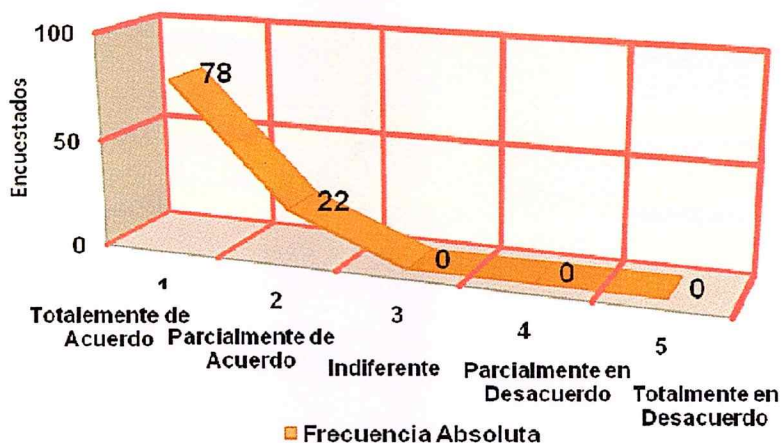
### El local siempre está limpio

El aseo y limpieza del local de Yogurt Persa 9 de Octubre muestra que el local se encuentra en condiciones higiénicas en un 78% mientras que la diferencia es decir el 22% nos muestra que el local no se encuentra totalmente limpio siempre sino alguna parte sin aseo.

Pregunta No. 10 El local siempre está limpio					
Opciones	Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta Acum.	Frecuencia Relativa Acum.
1	Totalmente de acuerdo	78	78.00	78	78.00
2	Parcialmente de acuerdo	22	22.00	100	100.00
3	Indiferente	0	0.00	100	100.00
4	Parcialmente en desacuerdo	0	0.00	100	100.00
5	Totalmente en desacuerdo	0	0.00	100	100.00
<b>Totales</b>		100	100		

Elaborado: "Las Autoras"  
Fuente: Encuestas

**Limpieza y Aseo  
de Yogurt Persa 9 de Octubre**



Elaborado: "Las Autoras"  
Fuente: Encuestas



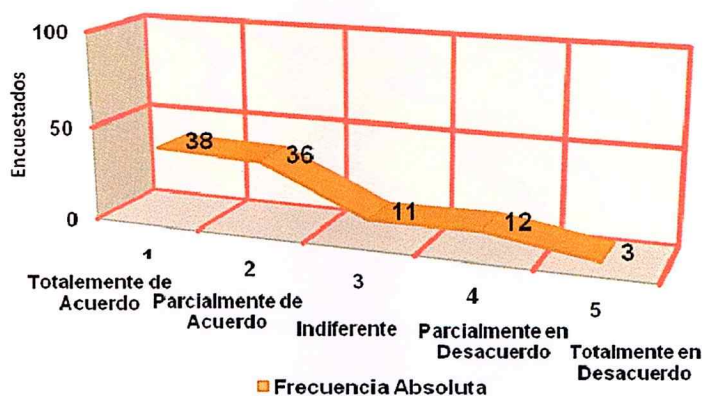
El Horario de Atención al público es conveniente

Según la muestra realizada el horario de atención el 35% de los encuestados están totalmente de acuerdo, a diferencia del 36% que sólo está parcialmente de acuerdo.

Pregunta No.11 El Horario de Atención al público es conveniente					
Opciones	Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta Acum.	Frecuencia Relativa Acum.
1	Totalmente de acuerdo	38	38.00	38	38.00
2	Parciamente de acuerdo	36	36.00	74	74.00
3	Indiferente	11	11.00	85	85.00
4	Parcialmente en desacuerdo	12	12.00	97	97.00
5	Totalmente en desacuerdo	3	3.00	100	100.00
<b>Totales</b>		100	100		

Elaborado: "Las Autoras"  
Fuente: Encuestas

Horario de Atención de Yogurt Persa 9 de Octubre



Elaborado: "Las Autoras"  
Fuente: Encuestas



### **2.3.9 CONCLUSION DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA**

Hemos considerado la importancia de presentar en esta tesis nuestro enfoque con respecto a los resultados de la encuesta realizada a los 100 clientes de Yogurt Persa de 9 de Octubre, de los cuales su tabulación demostró que los consumidores no se encuentran completamente satisfechos con ciertos aspectos en los que debe de mejorar el local, estos puntos están claramente enmarcados con la calidad en el servicio, estos son:

- ❖ Atención de quejas
- ❖ Calidad del servicio
- ❖ Exactitud en los pedidos
- ❖ Amabilidad del personal

La conclusión a la que hemos llegado es que el personal que labora en Yogurt Persa de 9 de Octubre no está lo suficientemente capacitado y/o no conoce los procedimientos para ejecutar correctamente sus funciones.

### **2.4 VERIFICACION DE LA HIPÓTESIS**

En lo que se refiere a la hipótesis general se encuentra sustentada en los resultados que fueron presentados en la encuesta, en donde se constató que no existe en Yogurt Persa de 9 de Octubre un sistema de gestión de calidad basada en procesos claves.

En lo que respeta a las hipótesis particulares verificamos lo siguiente:

- a) El resultado de las encuestas permitió conocer las necesidades reales de los clientes con relación a la calidad del producto y del servicio que ofrece

actualmente Yogurt Persa de 9 de Octubre, demostrando que sus debilidades se encuentran en algunos de los procesos claves como son: Recepción de Pedidos, Facturación, y Entrega del Pedido, donde generalmente se presenta casos de reclamos y quejas por parte de los clientes.

- b) Yogurt Persa de 9 de Octubre no posee un buzón de sugerencias que le permita al cliente calificar el producto y servicio que brinda el local, ni se ha establecido un procedimiento que evalúe periódicamente la satisfacción del consumidor.
- c) Se constató que no cuentan con un sistema de gestión de calidad basado en procesos claves que garantice que el producto y servicio ofrecido cumpla con las especificaciones de satisfacción del cliente.
- d) Se verificó que actualmente Yogurt Persa de 9 de Octubre no posee manuales de funciones que le permitan conocer al personal cuáles son sus actividades cotidianas.

# CAPITULO III

## PROPUESTA DE CREACIÓN

### 3.1 INTRODUCCIÓN

Los cambios en las cadenas de comida rápida responden a las nuevas exigencias del mercado, y estas tienen que prevalecer en un mundo cada vez más competitivo, es por ello que el enfoque basado en procesos es un principio de gestión básico y fundamental para la obtención de resultados que requiere Yogurt Persa de 9 de Octubre.

Además, enfatiza cómo los resultados que se desean obtener se pueden alcanzar de manera más eficiente si se consideran las actividades agrupadas entre sí, considerando, a su vez, que dichas actividades deben permitir una transformación de las entradas en salidas y que en dicha transformación se debe aportar valor, al tiempo que se ejerce un control sobre el conjunto de actividades.

La implementación de la gestión de calidad basado en procesos le permitirá a Yogurt Persa de 9 de Octubre actuar de manera más efectiva cuando todas las actividades interrelacionadas se comprenden y se gestionan de manera sistemática, y las decisiones relativas a las operaciones en vigor y las mejorar planificadas se adoptan a partir de información fiable que incluye las percepciones de todos los grupos de interés.

### 3.2 PRODUCTOS QUE OFRECE

Yogurt Persa de 9 de Octubre ofrece a su clientela una gran variedad de productos (individuales y en combos), entre lo que tenemos:

➤ Yogurt Congelado

Natural, Piña, Guayaba, Banano, Naranja, Mora, Frutilla, Guanábana, Mango y Durazno.



➤ Pan de yuca

Se tienen ofertas por 5, 10 y 20 Unidades.

➤ Kabab Persa (Especialidad)

Un delicioso sandwich que contiene 1/4 de libra de carne.



➤ Yogurt de mesa

El yogurt de mesa es un producto de baja grasa, ideal para el desayuno, con pulpas de frutas naturales: Natural, Mora, Frutilla y Durazno.

➤ Pizza persa

De Jamón y Queso (Personal y familiar)

Super Persa (Jamón, queso, pepperoni, cebolla, tomate y pimiento)





- Pollo brostizado  
2, 4, 8, 12 Presas



- Hot dogs  
hot dog's de ternera ahumada.  
hot dog's junior.  
hot dog's de pollo.



- Sanduches  
De jamón con queso Junior  
De jamón con queso y huevo  
De pollo  
De filete de pollo apanado

- Hamburguesas  
Persa carne, queso, jamón  
DOBLE carne, doble queso  
PERSA 1/4 libra de carne



- Papas fritas  
Porción pequeña y porción grande.

### 3.3 TIPO DE MERCADO

Los tipos de mercado son una clasificación muy útil porque permiten identificar el contexto de mercado en función a su ubicación geográfica, los tipos de clientes que existen, la competencia establecida, el tipo de producto, el tipo de recursos y los grupos de no clientes. Para Yogurt Persa de 9 de Octubre el mercado que corresponde es de "competencia perfecta" porque las condiciones de lo que se negocia es la misma para todos los oferentes y demandantes (no hay información exclusiva o privilegiada) y la información de precios está también al alcance de todos.

### 3.4 ANÁLISIS DE PORTER

#### Proveedores

Yogurt Persa 9 de Octubre necesita abastecerse de materias primas de calidad para mantener los pilares de la organización. El franquiciante provee la materia prima, y el franquiciado está obligado a comprar todos los productos necesarios para el desarrollo de su punto de venta, salvo el caso de aquellos expresamente autorizados a comprarlos de otros proveedores calificados por el franquiciante.

La planta de alimentos del franquiciante cuenta con toda la tecnología apropiada para la elaboración de los elementos necesarios para poner en funcionamiento un punto de venta, garantizando así la máxima calidad de los productos, manteniendo uniformidad en las especificaciones y salvaguardando el buen nombre de la cadena Yogurt Persa.

La empresa que provee de materia prima, materiales, vasos y fundas plásticas es PERSA INDUSTRIAL (propiedad del Franquiciante); y la empresa que provee los equipos son: TOPCO S.A. y DIMETAL S.A.

El poder de negociación con sus proveedores es alto porque cuenta con sus propios insumos para la fabricación.

## **Clientes**

Yogur Persa 9 de Octubre ofrece a su clientela comida nutritiva, de calidad y, variada. El poder de negociación de los clientes es bajo ya que los precios los fija el Franquiciante.

Los consumidores se clasifican en:

➤ **Segmento Ejecutivo/Estudiantil**

En este nicho de mercado se encuentran en los estudiantes y personal ejecutivo que trabaja en el sector céntrico de la ciudad de Guayaquil, ya que disponen de poco tiempo para comer optan para la comida rápida. Su frecuencia habitual de concurrencia comprende de Lunes a Viernes.

➤ **Segmento Familiar**

En este nicho de mercado se encuentran en las familias que salen a divertirse por los alrededores del Malecón 200, Plaza San Francisco, Calle 9 de Octubre, entre otros. Ellos corresponden a un grupo masivo de clase media baja que busca alternativas económicas de comida rápida. Su frecuencia habitual de concurrencia comprende en sábados y domingos.

## **Competidor Potencial**

En el Mundo se hace cada vez más frecuente escuchar hablar de nuevas cadenas de franquicias, aunque es difícil que entren en el sector; Estas franquicias se hacen cada vez más competitivas y le van restando market Share a los usuarios de comida rápida. Existe cada vez más integrantes lo que genera mayor rivalidad en el modelo de negocios de comida rápida.



Yogurt Persa de 9 de Octubre actualmente no se enfrenta a un competidor potencial en la venta de yogurt y pan de yuca en los alrededores de Boyacá y 9 de Octubre.

### **Producto Sustituto**

Encontraría una amenaza en la preferencia de las personas por el yogurt envasado que se venden en los markets, tiendas, locales comerciales del centro de la ciudad, como por ejemplo de las marcas de Toni Yogurt, Rey Yogurt, Chivería, Pura crema, entre otros. Los sustitutos no son de gran influencia porque el local también cuenta con la venta de colas en vaso y aguas embotelladas que también son considerados como sustitutos.

### **Competidores en el Sector**

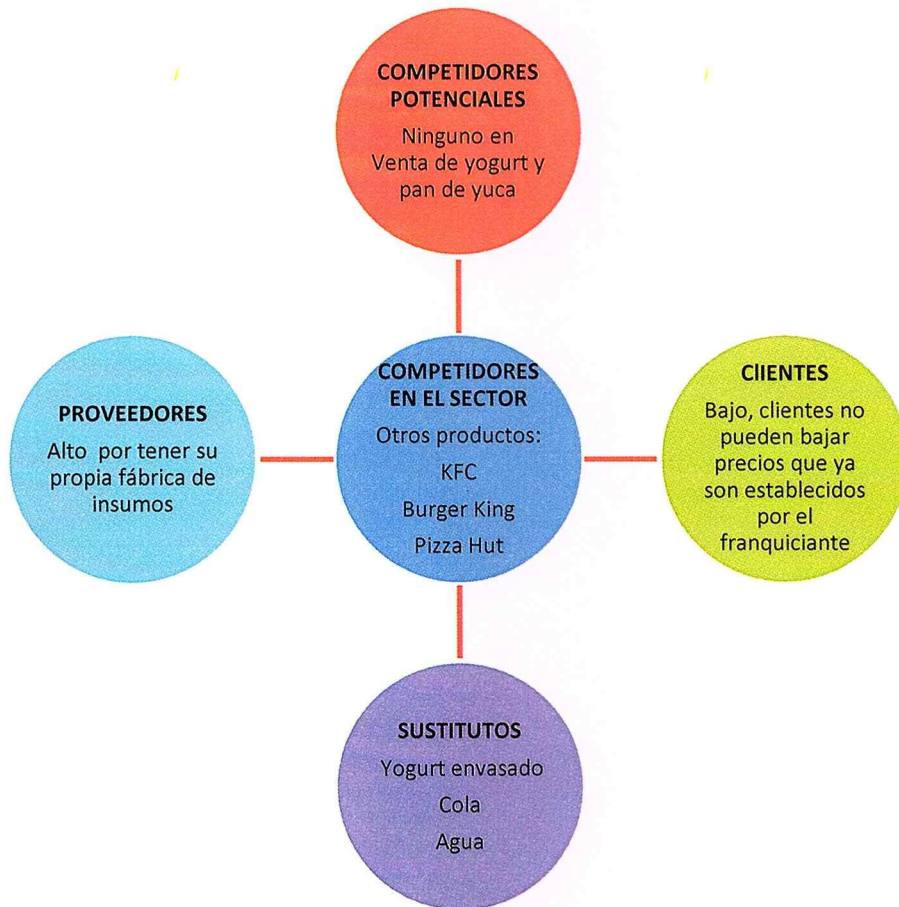
La competencia de Yogurt Persa 9 de Octubre está formada por todas aquellas empresas que actúan en el sector de las comidas rápidas en el centro de la ciudad, que utilizando una tecnología muy similar tratan de atender al mismo tipo de clientes.

Yogurt Persa de 9 de Octubre ha tratado siempre de diferenciar sus productos del resto de sus competidores, y no trata precisamente de diferenciarlos a través del precio, sino a través de la buena calidad.

Sus competidores en los productos de comidas rápidas como las hamburguesas, papas fritas, hot-dogs y pizza, corresponden a las cadenas extranjeras: Burger King, Pizza Hut y Kentucky Fried Chicken, que se encuentran en lo largo de la Avenida 9 de Octubre.



**Figura 3.2.: "Análisis de Porter"**



Elaborado: "Las Autoras"

### 3.5 ANÁLISIS FODA

Constituye la primera fase de la gestión estratégica y facilita a la empresa todas sus indicaciones deseables para confrontar sus deseos con sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. A continuación se lo detalla en la siguiente figura:

**Figura 3.1.: "FODA"**



Elaborado: "Las Autoras"

### 3.6 MATRIZ DE EVALUACION DE LOS FACTORES EXTERNOS

FACTORES	PESO	CALIFICACION	PONDERADO
<b>OPORTUNIDADES</b>			
1. Preferencias de los consumidores por las comidas rápidas.	<b>0.20</b>	<b>2</b>	<b>0.40</b>
2. Contenido nutricional debido a que no están elaborados con grasas o aceites.	<b>0.15</b>	<b>1</b>	<b>0.30</b>
3. Aumento de los sitios turísticos en el centro de la ciudad, lo que incentiva la salida de consumidores potenciales.	<b>0.25</b>	<b>2</b>	<b>0.50</b>
<b>AMENAZAS</b>			
1. Aparición de nuevos competidores en el mercado	<b>0.20</b>	<b>2</b>	<b>0.40</b>
2. La Inflación o aumento de impuestos debido a cambios de la política fiscal.	<b>0.10</b>	<b>1</b>	<b>0.10</b>
3. Los Factores Externos (cierre de carreteras, deslaves) pueden afectar el traslado de las maquinarias	<b>0.10</b>	<b>1</b>	<b>0.10</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>1.80</b>

El total ponderado de 1.80 indica que la empresa está intentando seguir estrategias que capitalicen las oportunidades externas y eviten las amenazas.



### 3.7 MATRIZ DE EVALUACION DE LOS FACTORES INTERNOS

FACTORES	PESO	CALIFICACION	PONDERADO
<b>FORTALEZAS</b>			
Calidad de los productos	0.20	3	0.60
Posicionamiento en el mercado	0.15	2	0.30
Precios módicos, asequibles para cualquier segmento del mercado.	0.15	2	0.30
Reconocimiento de la marca	0.10	2	0.20
Ubicación estratégica (centro de la ciudad)	0.20	2	0.40
<b>DEBILIDADES</b>			
Lenta atención al cliente en las horas pico.	0.10	1	0.10
No cuenta con la prestación de servicio a domicilio	0.05	1	0.05
Poco personal para la atención a los clientes.	0.05	1	0.05
Remodelación y mantenimiento del local no es periódica.	0.10	1	0.10
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2.10</b>

El total ponderado de 2.10 muestra que la posición estratégica interna general de la empresa está por arriba de la media en su esfuerzo por seguir estrategias que capitalicen las fortalezas y neutralicen las debilidades

### 3.8 MATRIZ DE ÁREAS DE INICIATIVA ESTRATÉGICA OFENSIVA

La estructura de esta matriz implica la colocación de fortalezas y oportunidades para su calificación.

Alta:9    Media:3    Baja:1    Nula:0 		<b>O P O R T U N I D A D E S</b>			
		O1. Preferencias de los consumidores por las comidas rápidas.	O2. Contenido nutricional debido a que no están elaborados con grasas o aceites.	O3. Aumento de los sitios turísticos en el centro de la ciudad, lo que incentiva la salida de consumidores potenciales.	<b>TOTAL</b>
<b>FORTALEZAS</b>					
F1. Calidad de los productos		9	9	9	<b>27</b>
F2. Posicionamiento en el mercado		9	9	9	<b>27</b>
F3. Precios módicos, asequibles para cualquier segmento del mercado.		3	3	3	<b>9</b>
F4. Reconocimiento de la marca		3	3	3	<b>9</b>
F5. Ubicación estratégica (centro de la ciudad)		3	3	3	<b>9</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>27</b>	<b>27</b>	<b>27</b>	

### 3.9 MATRIZ DE ÁREAS DE INICIATIVA ESTRATÉGICA DEFENSIVA

En esta matriz se confronta las debilidades con las amenazas debiendo ser sometidas a calificación.

Alta:9 Media:3 Baja:1 Nula:0 		D E B I L I D A D E S				TOTAL
A M E N A Z A S		D1. Lenta atención al cliente en las horas pico.	D2. No cuenta con la prestación de servicio a domicilio.	D3. Poco personal para la atención a los clientes.	D4. Remodelación y mantenimiento del local no es periódica.	TOTAL
A1. Aparición de nuevos competidores en el mercado		9	3	9	9	30
A2. La Inflación o aumento de impuestos debido a cambios de la política fiscal.		1	1	1	1	4
A3. Los Factores Externos (cierre de carreteras, deslaves) pueden afectar el traslado de las maquinarias		1	1	1	3	6
<b>TOTAL</b>		<b>11</b>	<b>5</b>	<b>11</b>	<b>13</b>	



### 3.10 ESTRATEGIAS FODA

A continuación detallamos las estrategias FO – FA – DO – DA que utilizará Yogurt Persa de 9 de Octubre.

ESTRATEGIAS FO-FA-DO-DA		OPORTUNIDADES	AMENAZAS
		O1. Preferencias de los consumidores por las comidas rápidas. O2. Contenido nutricional debido a que no están elaborados con grasas o aceites. O3. Aumento de los sitios turísticos en el centro de la ciudad, lo que incentiva la salida de consumidores potenciales.	A1. Aparición de nuevos competidores en el mercado A2. La inflación o aumento de impuestos debido a cambios de la política fiscal. A3. Los Factores Externos (cierres de carreteras, deslaves) pueden afectar el traslado de las maquinarias
	<b>FORTALEZAS</b>	<b>FO</b>	<b>FA</b>
F1. Calidad de los productos		F2 - O1. Revisar con la Franquicia la creación de nuevas promociones semanales: martes y miércoles, para captar más ventas en esos días F1 - O2. Publicitar a los productos en radio como "alimento sano, bajo en consumo de calorías" (producto Fitness)	F1 - A1. Identificar en el mercado clientes potenciales (estudio de mercado) F2 - A2. Establecer acuerdos con el Franquiciante para disminuir el porcentaje actual de participación en las ventas (8%)
F3. Precios módicos, asequibles para cualquier segmento del mercado.		F1 - O1. Elaborar políticas y procedimiento de comunicación interna, para informar al personal de mejoras ó cambios en los productos	F4 - A3. Planificación anual de mantenimientos preventivos a las maquinarias/equipos
F4. Reconocimiento de la marca		F1 - O3. Elaboración de un procedimiento para atención al público y evaluación de los niveles de satisfacción de los clientes	F3 - A1. Estudio de Benchmarking
F5. Ubicación estratégica (centro de la ciudad)		F2 - O3. Evaluar el cumplimiento de las normas operativas exigidas por la franquicia para la elaboración de los productos	F2 - A1. Evaluar con el Franquiciante una estrategia de marketing para fidelizar clientes
	<b>DEBILIDADES</b>	<b>DO</b>	<b>DA</b>
D1. Lenta atención al cliente en las horas pico.		D1 - O1. Revisión del procedimiento para atención al público en horas pico.	D2 - A1. Implementación del servicio a domicilio, en el sector céntrico
D2. No cuenta con la prestación de servicio a domicilio.		D3 - O1. Contratación de otro empleado para atención al público	D1 - A1. Establecer políticas y procedimientos que permitan mejorar la atención al cliente
D3. Poco personal para la atención a los clientes.		D1 - O3. Plan de Capacitación anual a todo el personal sobre el manejo de atención a clientes	D4 - A1. Desarrollo de un plan anual de remodelación del local
D4. Remodelación y mantenimiento del local no es periódica.			D3 - A1. Implementación de un cronograma para nuevas contrataciones y desarrollar los manuales de funciones del personal del local

### **3.11 RESULTADO DE LAS MATRICES DE EVALUACIÓN**

De acuerdo a los resultados que se presentan en las matrices de evaluaciones estratégicas, Yogurt Persa de 9 de Octubre debe de responder de manera ágil y oportuna a las necesidades requeridas para generar un incremento de los niveles de satisfacción de los clientes internos y externos.

En base al diagnóstico realizado se genera un direccionamiento a la organización que permita establecer con claridad las estrategias encaminadas a implementar el desarrollo de un sistema de gestión basado en procesos claves.

Esta implementación constituye una herramienta fundamental como estrategia para identificar qué hacen, cómo lo hacen y de qué manera se satisface las necesidades y expectativas de sus clientes, así como establecer las mejores prácticas hacia la calidad. De otra manera el Modelo de Gestión por Procesos proporcionará una visión sistémica de cómo funciona la organización y permitirá identificar la dinámica de la gestión para la descripción de procesos y su cadena de valor.

### **3.12 SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD BASADO EN PROCESOS CLAVES PARA YOGURT PERSA DE 9 DE OCTUBRE**

#### **3.12.1 IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN**

Debido a la ventaja competitiva con la que cuentan locales de comidas rápida extranjera; ya que ellos disponen de certificaciones internacionales tales como ISO, etc. que asegura la calidad en sus servicios y productos; hace que muchos consumidores prefieran recurrir frecuentemente a estos establecimientos.

Yogurt Persa “9 de Octubre” necesita realizar cambios en su estrategia con el propósito de transmitir a sus consumidores que el local ofrece calidad en sus productos y servicios, tal como si fuera un establecimiento de comida rápida extranjera. Para ello, es necesario que inicie con la implementación un sistema de gestión de calidad basado en procesos claves, que le permita identificar, documentar y normar todos sus procedimientos; a su vez, transmitirlo al personal que labora en la empresa.

Esta implementación le ayudará a Yogurt Persa “9 de Octubre” no sólo a mantenerse en el mercado, sino el ir mejorando de manera continua todos los procesos y servicios que éste ofrece, lo que implicaría a futuro minimizar costos y aumento de la productividad, además que sea valorado por sus clientes por los servicios brindados y la calidad de sus productos.



### 3.12.2 CAMBIO EN LA CULTURA ORGANIZACIONAL

La cultura organizacional actual de Yogurt Persa “9 de Octubre” está determinado por un conjunto de valores existentes que están relacionados con su trayectoria en el mercado, éxitos o fracasos, comportamientos a evitar que en el pasado pudo tener y por el cual se ha mantenido de manera tradicional y conservadora para con sus clientes.

La condición previa para el éxito en la implementación del sistema de gestión de la calidad basado en procesos claves, radica en conseguir que las personas que trabajan en la empresa adquieran un compromiso con la organización y que perciban que la alta dirección (franquiciado) también está alineado con las metas y objetivos.

La capacidad requerida, en caso de que la persona no la tuviera, podría adquirirla a través de formación o capacitación para que se desenvuelva de manera correcta. Pero el compromiso y la capacidad personal necesitan del desarrollo de una permanente comunicación interna efectiva, no simplemente informativa.

**Figura 3.3.: “Cambio Cultural Organización”**



### **3.12.3 CONTRIBUCIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN A LA MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD**

Se debe tomar en cuenta que el logro de la calidad empresarial compromete a todo el personal en la consecución del principal objetivo que es el "Satisfacer a los clientes", al estar en cambio permanente a sus necesidades y expectativas, para lo cual es necesario una adaptación constante de la empresa, lo cual se facilita mucho con la orientación que proporciona la gestión de la calidad basado en procesos.

Esto traería consigo un resultado de ese esfuerzo de adaptación, lo que constituye la mejora de la productividad. El sistema de gestión de la calidad basado en procesos potenciará la capacidad de la empresa para mejorar su competitividad y orientará a ofrecer mejor calidad en sus servicios y productos.

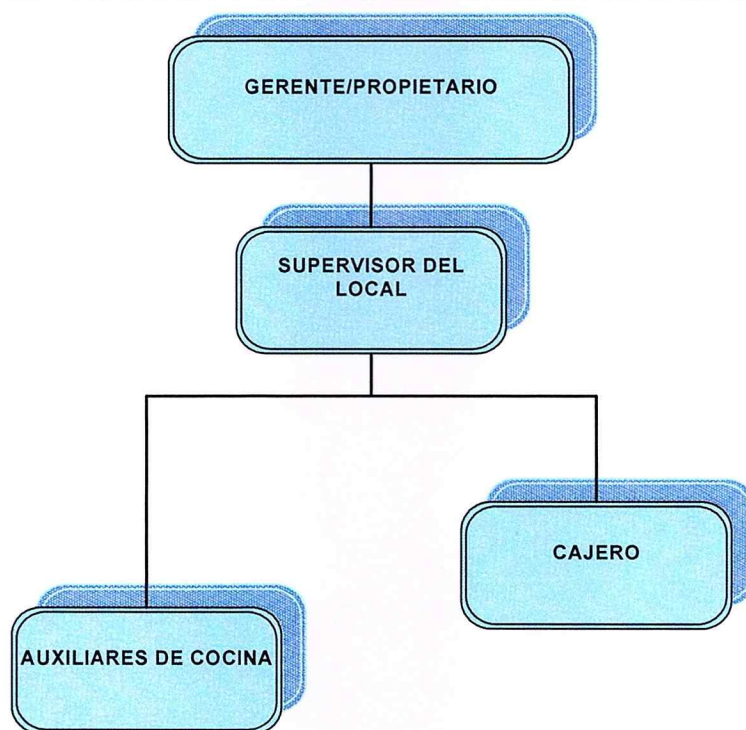
Además, está comprobado que la normalización de los procesos operativos, contribuye a reducir de forma importante los gastos de evaluación o control de calidad así como las repercusiones de los fallos tanto internos como externos. La forma de cómo se manejan los procesos y la dirección evoluciona hacia un estilo más participativo.

### 3.12.4 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

Para visualizar la estructura organizacional de Yogurt Persa local "9 de Octubre", a continuación se presenta el siguiente organigrama:

**Figura 3.4.: "Organigrama del Local"**

#### ORGANIGRAMA DE YOGURT PERSA LOCAL "9 DE OCTUBRE"



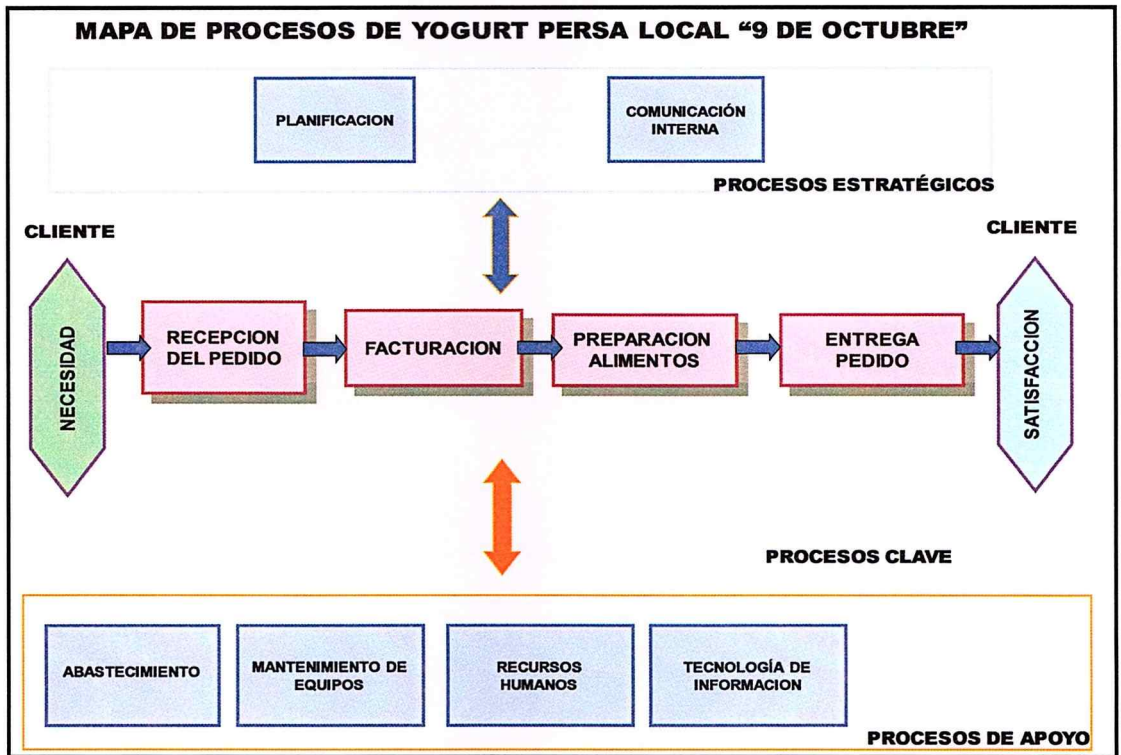
Elaborado: "Las Autoras"  
Fuente: Yogurt Persa 9 de Octubre



### 3.12.5 MAPA DE PROCESOS DE LA EMPRESA

Yogurt Persa de 9 de Octubre maneja diferentes tipos de procesos como son: estratégicos, claves y los de apoyo, a continuación se los representa en la siguiente gráfica:

Figura 3.5.: "Mapa de Procesos del Local"



Elaborado: "Las Autoras"  
Fuente: Yogurt Persa 9 de Octubre

### 3.12.6 PROCESOS ESTRATÉGICOS.

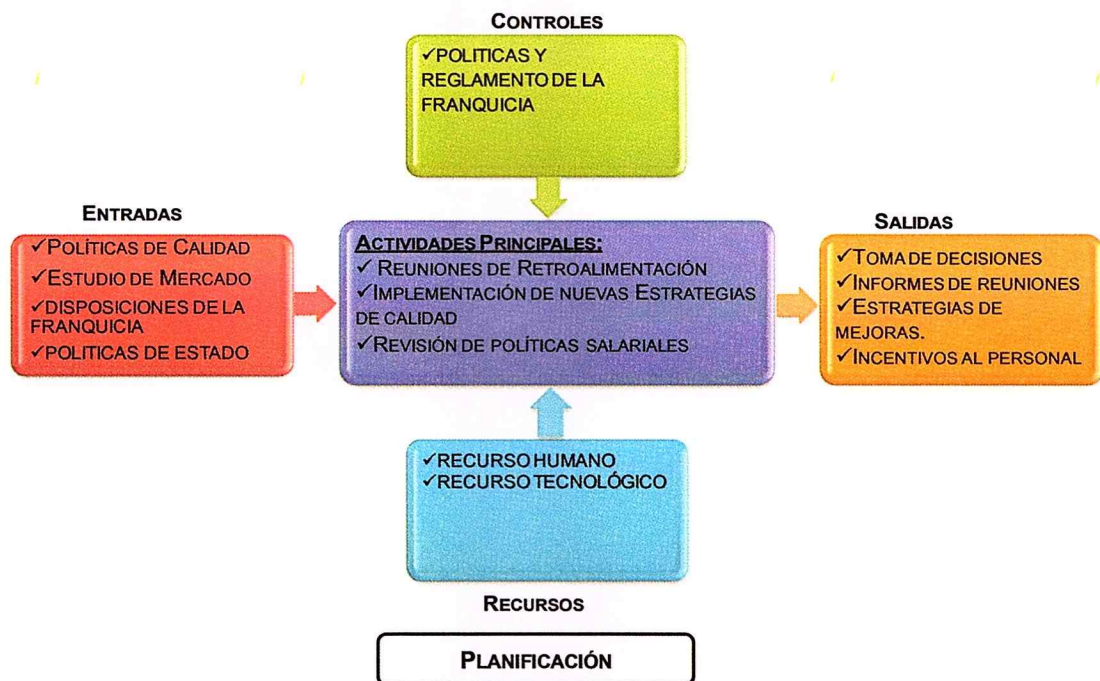
Los procesos estratégicos tienen como propósito alcanzar las metas propuestas por el local, para ello las directrices que se dicten aquí deberán estar alineadas estrechamente con los "Procesos claves" a fin de que las metas puedan ser alcanzables.

La responsabilidad de los procesos estratégicos es a nivel de dirección, ya que necesitan de recursos para su ejecución e información para un mejor control y gestión en la toma de decisiones.

#### ❖ Proceso de Planificación

Este proceso es de control y manejo de la dirección aquí se manejan las diferentes acciones para la toma de decisiones por lo que es de suma importancia la coordinación de elementos como: ideas, procesos materiales y recursos con las personas como parte importante para la administración del local.

Figura 3.6.: "Proceso de Planificación"



Elaborado: Las Autoras

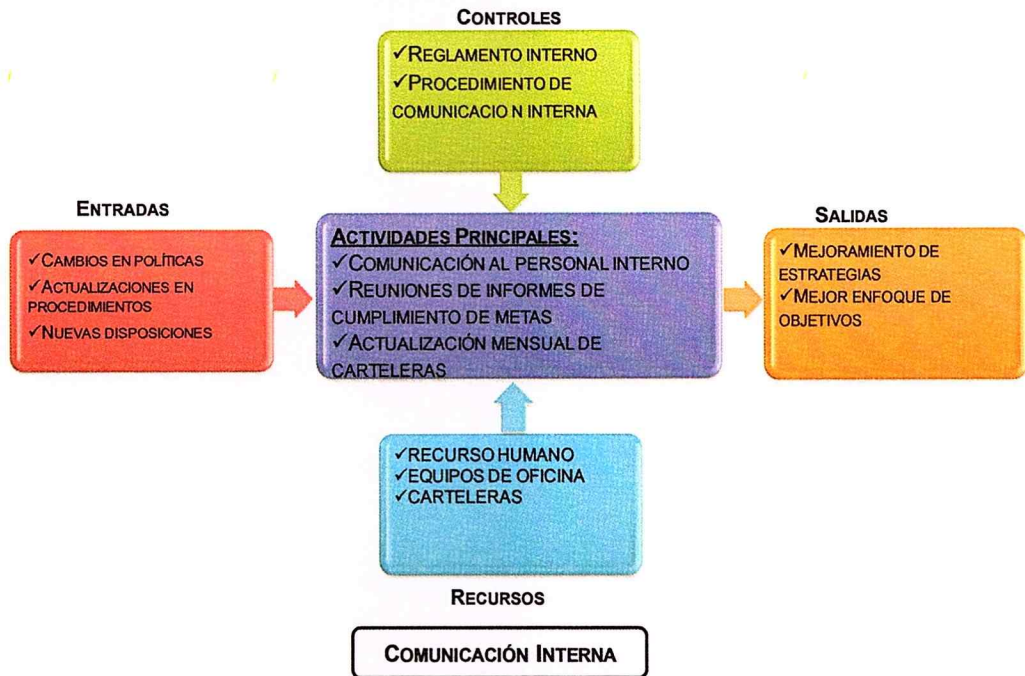
Fuente: "Yogurt Persa 9 de Octubre"

#### ❖ Proceso de Comunicación Interna

Este proceso de comunicación interna permite a la organización mantener informado a todo el personal de cambios y novedades relacionadas con los procesos, productos y servicio. Este proceso busca integrar a las diferentes áreas del local para que la ejecución de los procesos sea más eficaz.



Figura 3.7.: "Proceso de Comunicación Interna"



Elaborado: Las Autoras

Fuente: "Yogurt Persa 9 de Octubre"

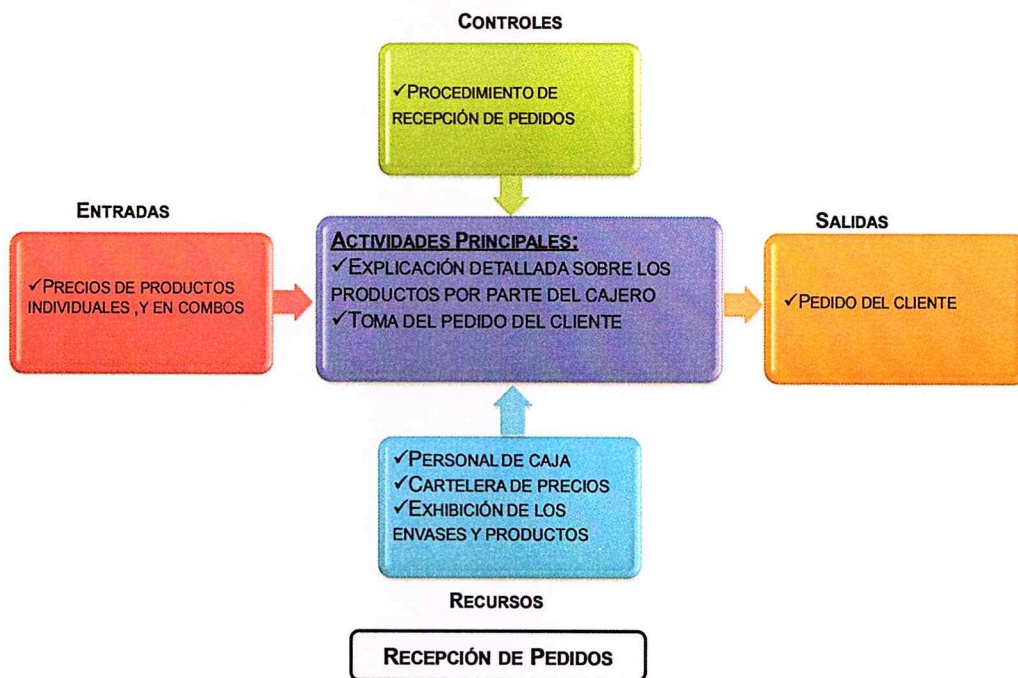
### 3.12.7 PROCESOS CLAVES

Estos procesos llamados también "Operativos" aseguran el funcionamiento del resto de procesos mediante una colección de actividades de evaluación, control, seguimiento con lo que proporcionan información a la alta dirección para la toma de decisiones.

❖ Recepción de Pedidos

Este proceso está dirigido al acercamiento inicial del Cliente hacia Yogurt Persa “9 de Octubre” donde se informa de sus productos en combos, platos a la carta, yogurt, pan de yuca, postres, etc.; y termina con la recepción del pedido.

Figura 3.8.: “Proceso de Recepción de Pedidos”



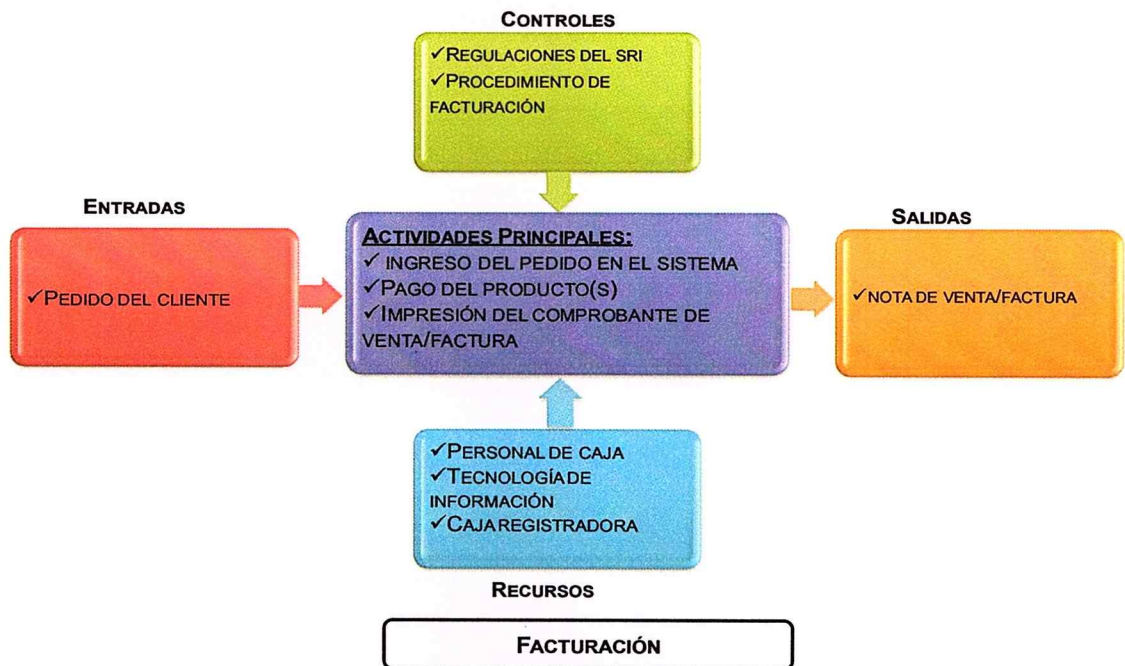
Elaborado: Las Autoras

Fuente: “Yogurt Persa 9 de Octubre”

❖ Facturación

En el proceso de Facturación se enmarcan las actividades principales como son el ingreso del pedido en el sistema, recepción del dinero y la impresión del comprobante de venta.

**Figura 3.9.: “Proceso de Facturación”**



Elaborado: Las Autoras

Fuente: “Yogurt Persa 9 de Octubre”



❖ Preparación de Alimentos

En este proceso se engloba la actividad más relevante que es la preparación del alimento una vez que el Cajero confirma por Alto parlante el pedido y la cantidad de los mismos.

**Figura 3.10.: "Proceso de Preparación de Alimentos"**



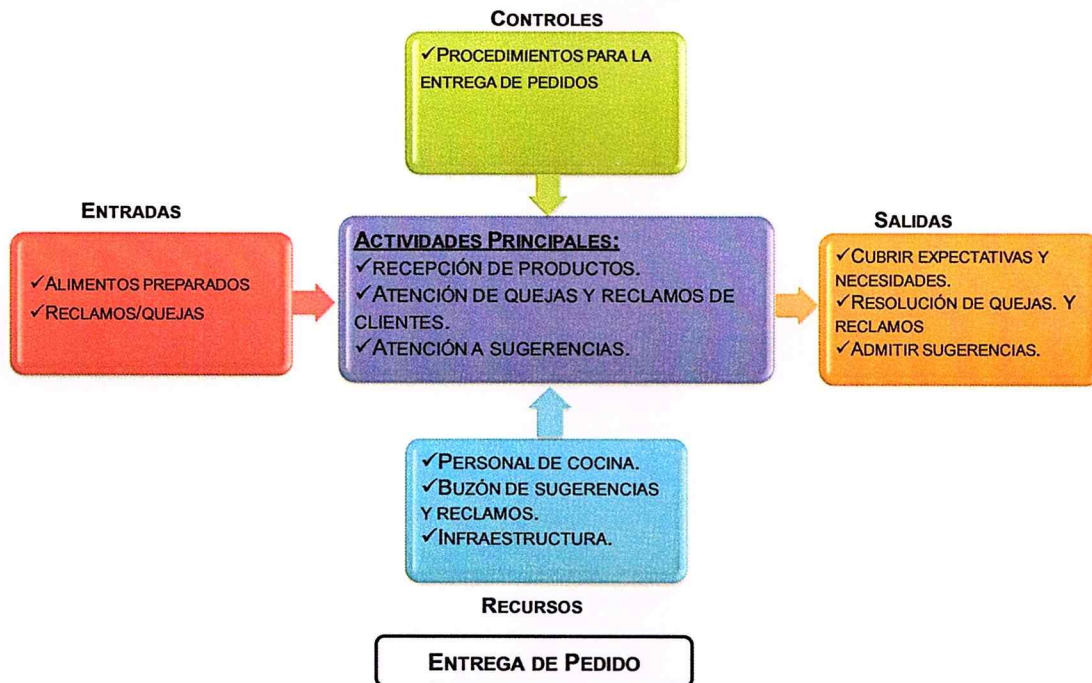
Elaborado: Las Autoras

Fuente: "Yogurt Persa 9 de Octubre"

❖ Entrega de Pedido

En este proceso se realiza la entrega del producto(s) al cliente, en esta etapa puede presentarse disconformidades que originen reclamos ó quejas por parte de los Clientes.

**Figura 3.11.: “Proceso de Entrega de Pedido”**



Elaborado: Las Autoras

Fuente: “Yogurt Persa 9 de Octubre”

### 3.12.8 PROCESOS DE APOYO

Los procesos de apoyo se consideran como transversales en la forma en que aportan los recursos necesarios en las fases del proceso de negocios. Estos procesos brindan al local los recursos necesarios como:

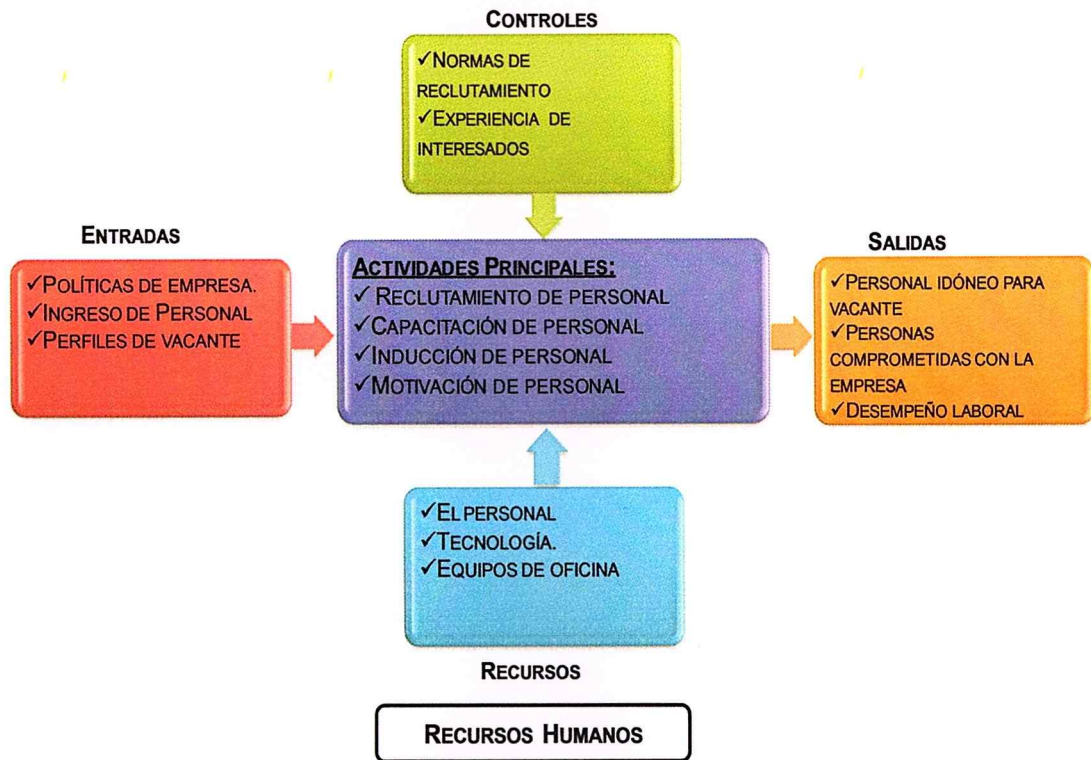
- a. El Talento Humano, ya que este incluye la selección y contratación, promulga la integración, el desarrollo de las personas en cuanto a la formación y a su vez las evalúa.
- b. Abastecimiento, se lo encaja dentro de este grupo de procesos ya que el proveedor es un recursos externo valiosísimo para la empresa. Siendo este Persa Industrial.
- c. Mantenimiento de equipos esta dentro de los procesos de apoyo ya que este tipo de mantenimiento es planificado que se efectúa no solo cuando el equipo presente un error o problema, se lo realiza en un momento determinado.

#### ❖ Proceso de Recursos Humanos

Este proceso se encarga de coordinar, alinear las políticas del talento humano dentro del local utilizándola como estrategia a través de las personas para el alcance de la metas de la organización. Está compuesta por diversos procedimientos como los que son el de reclutamiento, selección, contratación, capacitación e inducción del personal.



Figura 3.12.: “Proceso de Recursos Humanos”



Elaborado: Las Autoras

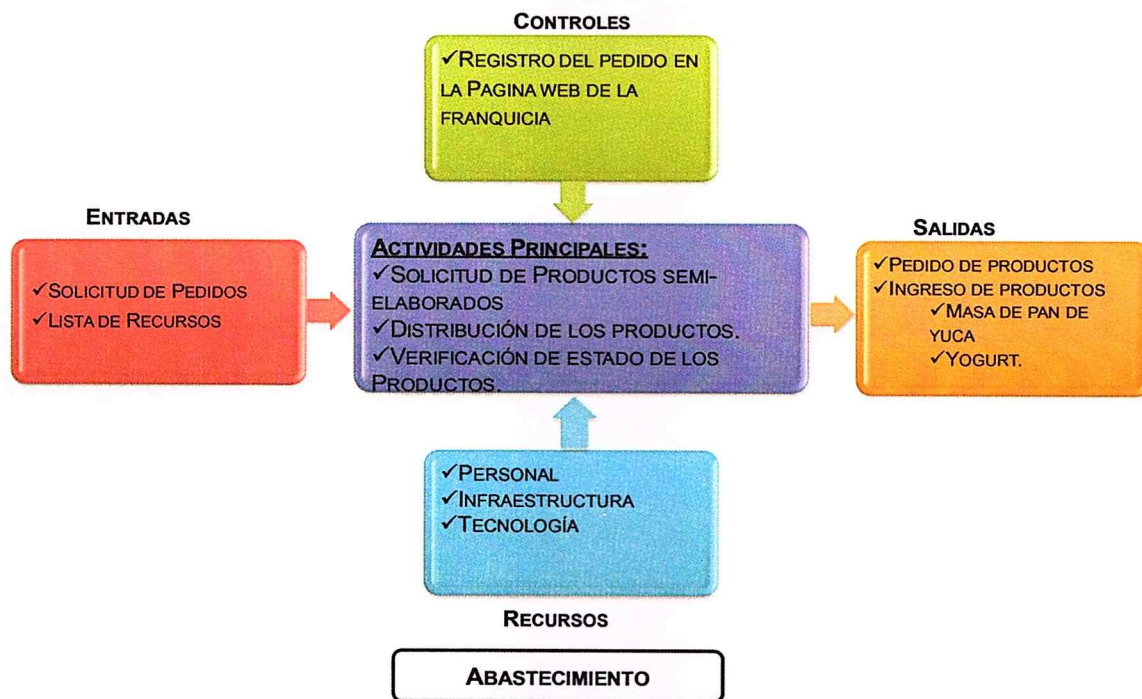
Fuente: “Yogurt Persa 9 de Octubre”

#### ❖ Proceso de Abastecimiento

El aprovisionamiento de los productos se lo coordina a través de la página web persa industrial en donde cada cadena franquiciada mantiene una cuenta y realiza los pedidos que necesita acorde a sus necesidades.

Luego estos se verifican y son entregados en un tiempo determinado establecido por Persa Industrial de acuerdo a la logística establecida por el mismo. Por lo que el local deberá realizar sus pedidos con anticipación de por lo menos veinticuatro horas.

Figura 3.13.: "Proceso del Abastecimiento"



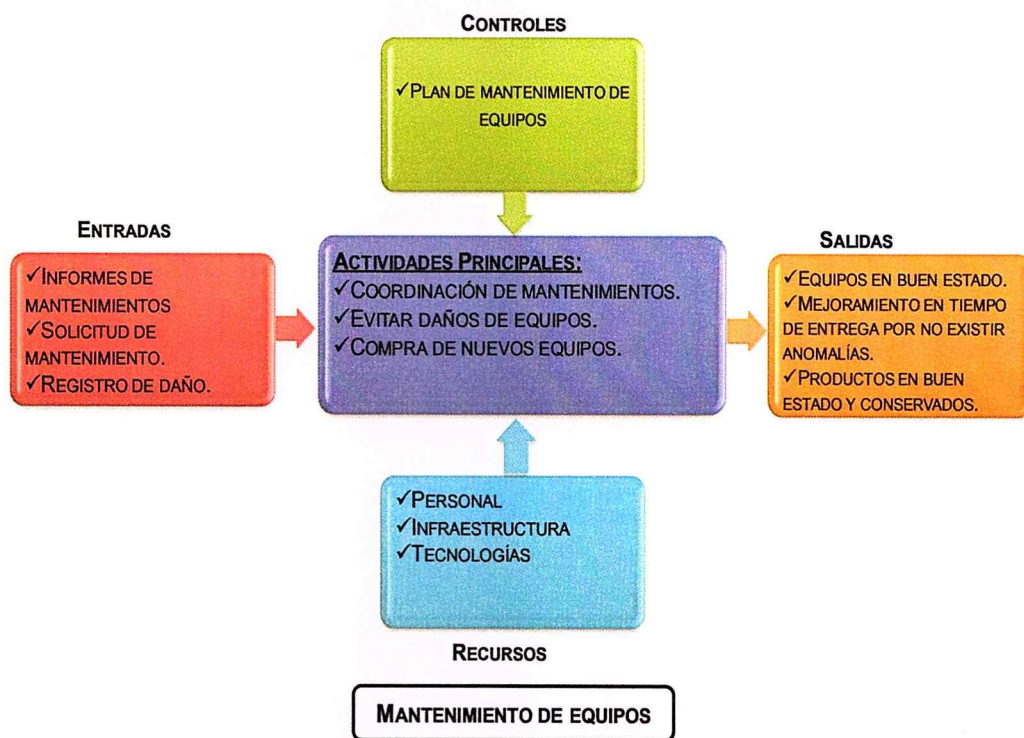
Elaborado: Las Autoras

Fuente: "Yogurt Persa 9 de Octubre"

❖ Proceso de Mantenimiento de Equipos

Este proceso hace referencia a la prevención de daños y mantenimiento adecuado de los equipos cada cierto tiempo, este tiempo es de acuerdo a la utilización de los mismos según el lugar donde se encuentra ubicado el local así lo estipula la franquiciadora.

Figura 3.14.: “Proceso de Mantenimiento de Equipos”



Elaborado: Las Autoras

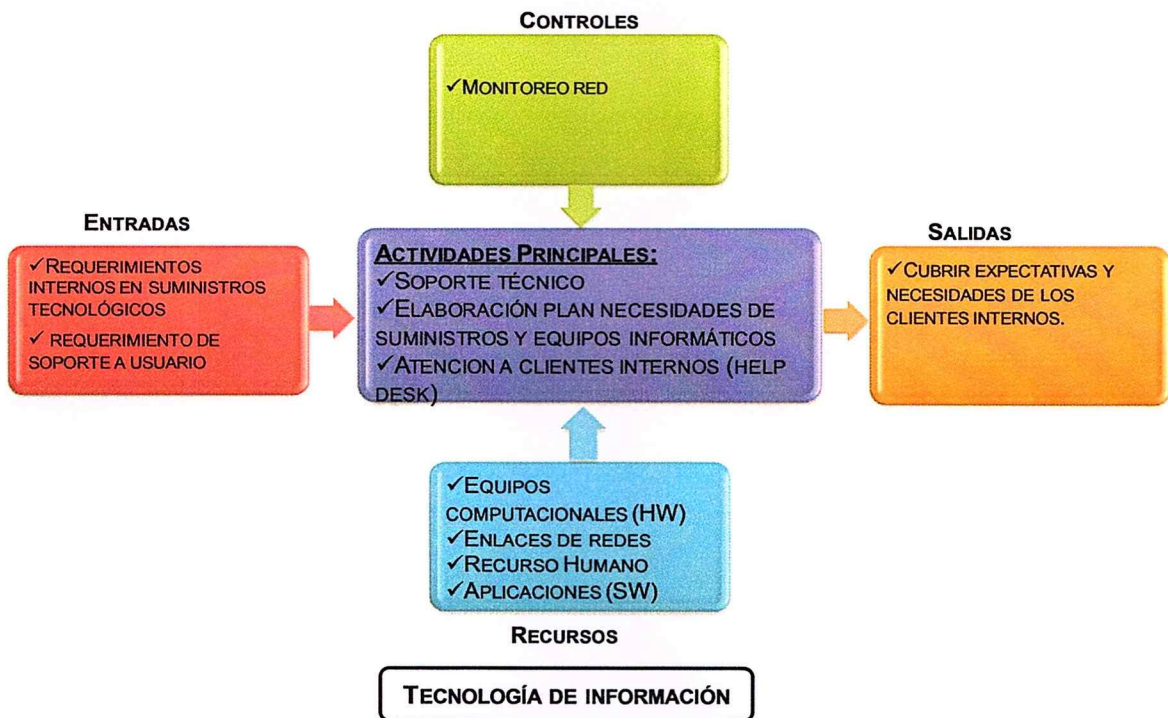
Fuente: “Yogurt Persa 9 de Octubre”



❖ Proceso de Tecnología de Información

Este proceso hace referencia a toda la infraestructura tecnológica de Hardware y Software que utiliza Yogurt Persa de 9 de Octubre para su funcionamiento.

Figura 3.15.: “Proceso de Tecnología de Información”




Elaborado: Las Autoras

Fuente: “Yogurt Persa 9 de Octubre”


## 3.13 FICHA DE PROCESOS

## 3.13.1 FICHA DEL PROCESO "PLANIFICACION"

	<b>FICHA DEL PROCESO</b>	<b>EDICIÓN:</b> 1
	<b>PLANIFICACION</b>	<b>FECHA:</b> 12 Julio 2010

<b>OBJETIVO</b>		<b>RESPONSABLE</b>
ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DEL LOCAL Y LA SUPERVISIÓN DE LA EJECUCIÓN DE LOS PLANES, PROGRAMAS Y ACTIVIDADES.		FRANQUICIADO (PROPIETARIO DEL LOCAL)
<b>ENTRADAS</b>	<b>SALIDAS</b>	
1. POLÍTICAS DE CALIDAD 2. ESTUDIO DE MERCADO 3. DISPOSICIONES DE LA FRANQUICIA 4. POLÍTICAS DE ESTADO	1. TOMA DE DECISIONES 2. INFORMES DE REUNIONES 3. ESTRATEGIAS DE MEJORA 4. INCENTIVOS AL PERSONAL	
<b>PROCESOS DE ENTRADA</b>	<b>PROCESOS DE SALIDA</b>	
1. RECURSOS HUMANOS 2. ABASTECIMIENTO	1. COMUNICACIÓN INTERNA	
<b>ACTIVIDADES</b>		
1. REUNIONES DE RETROALIMENTACION 2. IMPLEMENTACION DE NUEVAS ESTRATEGIAS DE CALIDAD 3. REVISIÓN DE POLÍTICAS SALARIALES 4. MEDICION DE SATISFACCION DE CLIENTES		
<b>REGISTROS</b>	<b>DOCUMENTOS ASOCIADOS</b>	
1. ESTADISTICAS DE VENTAS 2. INFORMES DE PEDIDO DE MATERIA PRIMA 3. ENCUESTAS DE SATISFACCION DE CLIENTES	- LEYES GUBERNAMENTALES DE ORGANISMOS DE CONTROL - DISPOSICIONES DE LA FRANQUICIA (CONTRATO)	
<b>SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DEL PROCESO</b>		
A) ENTREGA DE INFORME DE LAS VENTAS LOS PRIMEROS DÍAS DE CADA MES B) ENTREGA DE INFORMES SEMANALES DE PEDIDOS DE MATERIA PRIMA		
<b>ELABORADO POR</b>	<b>REVISADO POR</b>	<b>APROBADO POR</b>
ING. ROXANA CEDEÑO ECO. ALEXANDRA GUAMÁN	FRANQUICIADO	FRANQUICIADO


### 3.13.2 FICHA DEL PROCESO "COMUNICACIÓN INTERNA"

	<b>FICHA DEL PROCESO</b>	<b>EDICIÓN:</b> 1
	<b>COMUNICACIÓN INTERNA</b>	<b>FECHA:</b> 12 Julio 2010

<b>OBJETIVO</b>		<b>RESPONSABLE</b>
COMUNICAR DE MANERA OPORTUNA LOS CAMBIOS EN LOS PROCESOS PARA UN DESEMPEÑO OPERATIVO-EFICIENTE EN EL LOCAL		SUPERVISOR
<b>ENTRADAS</b>	<b>SALIDAS</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. CAMBIOS EN POLÍTICAS</li> <li>2. ACTUALIZACION DE PROCEDIMIENTOS</li> <li>3. NUEVAS DISPOSICIONES</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. MEJORAMIENTO DE ESTRATEGIAS</li> <li>2. MEJOR ENFOQUE DE OBJETIVOS</li> </ol>	
<b>PROCESOS DE ENTRADA</b>	<b>PROCESOS DE SALIDA</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. PLANIFICACION</li> <li>2. RECURSOS HUMANOS</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. PREPARACION DE ALIMENTOS</li> </ol>	
<b>ACTIVIDADES</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. COMUNICACIÓN AL PERSONAL INTERNO SOBRE CAMBIOS POLITICAS Y PROCEDIMIENTOS</li> <li>2. REUNIONES DE INFORMES DE CUMPLIMIENTO DE METAS</li> <li>3. ACTUALIZACION MENSUAL DE CARTELERAS</li> </ol>		
<b>REGISTROS</b>	<b>DOCUMENTOS ASOCIADOS</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. MEMORANDUM DE COMUNICACIÓN INTERNA</li> <li>2. ACTA DE REUNION DE COMUNICACION</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. REGLAMENTO INTERNO</li> <li>2. CODIGO DE CONDUCTA</li> <li>3. CÓDIGO DE TRABAJO</li> </ol>	
<b>SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DEL PROCESO</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>A) REVISION DE LOS MEMORANDUMS DE COMUNICACION INTERNA PUBLICADOS EN LA CARTELERA</li> <li>B) ACTAS DE REUNIONES DE COMUNICACIONES</li> </ol>		
<b>ELABORADO POR</b>	<b>REVISADO POR</b>	<b>APROBADO POR</b>
ING. ROXANA CEDEÑO ECO. ALEXANDRA GUAMÁN	SUPERVISOR	SUPERVISOR



### 3.13.3 FICHA DEL PROCESO "RECEPCIÓN DEL PEDIDO"

	<b>FICHA DEL PROCESO</b>	<b>EDICIÓN:</b> 1
	<b>RECEPCION DEL PEDIDO</b>	<b>FECHA:</b> 12 Julio 2010


<b>OBJETIVO</b>		<b>RESPONSABLE</b>
CONOCER LAS NECESIDADES DEL CLIENTE PARA BRINDARLE EL NIVEL DE SATISFACCION QUE DESEA.		CAJERO
<b>ENTRADAS</b>	<b>SALIDAS</b>	
1. PRECIOS DE PRODUCTOS INDIVIDUALES Y COMBOS	1. PEDIDO DEL CLIENTE	
<b>PROCESOS DE ENTRADA</b>	<b>PROCESOS DE SALIDA</b>	
1. NECESIDAD DEL CLIENTE	1. FACTURACION	
<b>ACTIVIDADES</b>		
1. ASEGURARSE QUE LO QUE EL CLIENTE SOLICITO, SE CUMPLA AL MOMENTO DE LA RECEPCION 2. INGRESO DEL PEDIDO EN EL SISTEMA		
<b>REGISTROS</b>	<b>DOCUMENTOS ASOCIADOS</b>	
1. NOTA DE VENTA 2. REGISTRO DE QUEJAS	• REGLAMENTO DEL SRI PARA LA ENTREGA DE NOTAS DE VENTAS	
<b>SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DEL PROCESO</b>		
A) CIERRE Y CUADRE DE CAJA B) BUZON DE SUGERENCIAS C) TIEMPO DE ATENCION DE LOS PEDIDOS		
<b>ELABORADO POR</b>	<b>REVISADO POR</b>	<b>APROBADO POR</b>
ING. ROXANA CEDEÑO ECO. ALEXANDRA GUAMÁN	SUPERVISOR CAJERO	SUPERVISOR

### 3.13.4 FICHA DEL PROCESO "FACTURACION"

	<b>FICHA DEL PROCESO</b>	<b>EDICIÓN:</b> 1
	<b>FACTURACION</b>	<b>FECHA:</b> 12 Julio 2010

<b>OBJETIVO</b>		<b>RESPONSABLE</b>
GENERAR DE MANERA AGIL Y OPORTUNA LA FACTURACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE		CAJERO
<b>ENTRADAS</b>	<b>SALIDAS</b>	
1. PEDIDO DEL CLIENTE	1. NOTA DE VENTA/FACTURA	
<b>PROCESOS DE ENTRADA</b>	<b>PROCESOS DE SALIDA</b>	
1. RECEPCION DEL PEDIDO	1. PREPARACION DE ALIMENTOS	
<b>ACTIVIDADES</b>		
1. ELABORACION DEL REPORTE MENSUAL DE FACTURACION 2. GENERACION CONTABLE DE LA FACTURACION 3. ELABORAR ESTADISTICAS DEL VOLUME N DE FACTURACION		
<b>REGISTROS</b>	<b>DOCUMENTOS ASOCIADOS</b>	
1. INFORME DE FACTURACION DETALLADO POR CADA TIPO DE SERVICIO OFRECIDO	1. LISTA DE PRECIOS	
<b>SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DEL PROCESO</b>		
A) ENTREGA DE INFORME FACTURACIÓN LOS PRIMEROS DÍAS DE CADA MES		
<b>ELABORADO POR</b>	<b>REVISADO POR</b>	<b>APROBADO POR</b>
ING. ROXANA CEDEÑO ECO. ALEXANDRA GUAMÁN	SUPERVISOR CAJERO	SUPERVISOR

### 3.13.5 FICHA DEL PROCESO "PREPARACION DE ALIMENTOS"

	<b>FICHA DEL PROCESO</b>	<b>EDICIÓN:</b> 1
	<b>PREPARACION DE ALIMENTOS</b>	<b>FECHA:</b> 12 Julio 2010

<b>OBJETIVO</b>		<b>RESPONSABLE</b>
GENERAR DE MANERA EFICAZ, EFICIENTE Y RÁPIDA LA PREPARACION DE LOS ALIMENTOS		PERSONAL DE COCINA
<b>ENTRADAS</b>	<b>SALIDAS</b>	
1. COPIA DE NOTA DE VENTA 2. PEDIDO DEL CAJERO POR ALTAVOZ	1. ALIMENTOS PREPARADOS	
<b>PROCESOS DE ENTRADA</b>	<b>PROCESOS DE SALIDA</b>	
1. RECEPCION DE PEDIDO 2. ABASTECIMIENTO	1. ENTREGA DEL PEDIDO	
<b>ACTIVIDADES</b>		
1. VERIFICACION DEL STOCK DE ALIMENTOS PREPARADOS 2. VERIFICACION DEL STOCK DE MATERIA PRIMA 3. DETERMINACION DE LA CONSISTENCIA DE LOS ALIMENTOS		
<b>REGISTROS</b>	<b>DOCUMENTOS ASOCIADOS</b>	
1. NOTA DE VENTA	1. LISTA DE PRECIOS	
<b>SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DEL PROCESO</b>		
A) TIEMPO ESTABLECIDO PARA LA PREPARACION DE ALIMENTOS		
<b>ELABORADO POR</b>	<b>REVISADO POR</b>	<b>APROBADO POR</b>
ING. ROXANA CEDEÑO ECO. ALEXANDRA GUAMÁN	SUPERVISOR CAJERO	SUPERVISOR



### 3.13.6 FICHA DEL PROCESO "ENTREGA DE PEDIDO"

	<b>FICHA DEL PROCESO</b>	<b>EDICIÓN:</b> 1
	<b>ENTREGA DE PEDIDO</b>	<b>FECHA:</b> 12 Julio 2010


<b>OBJETIVO</b>		<b>RESPONSABLE</b>
ATENCIÓN OPORTUNA DE LOS PEDIDOS EFECTUADOS POR LOS CLIENTES EN CUANTO A CALIDAD, TIEMPO.		PERSONAL DE COCINA
<b>ENTRADAS</b>	<b>SALIDAS</b>	
1. ALIMENTOS PREPARADOS 2. RECLAMOS/QUEJAS	1. CUBRIR EXPECTATIVAS Y NECESIDADES 2. RESOLUCION DE QUEJAS Y RECLAMOS 3. ADMITIR SUGERENCIAS	
<b>PROCESOS DE ENTRADA</b>	<b>PROCESOS DE SALIDA</b>	
1. PREPARACION DE ALIMENTOS	1. SATISFACCION DEL CLIENTE	
<b>ACTIVIDADES</b>		
1. REVISAR EL PEDIDO VERSUS LO DESPACHADO 2. MEDIR TIEMPO QUE TRANSCURRE EN LA ENTREGA DEL PEDIDO 3. ENTREGAR PEDIDO AL CLIENTE 4. ATENCION DE RECLAMOS		
<b>REGISTROS</b>	<b>DOCUMENTOS ASOCIADOS</b>	
1. REPORTE DE PEDIDO SOLICITADOS VS. PEDIDOS DESPACHADOS 2. REGISTRO DE ATENCION DE RECLAMOS 3. ENCUESTA DE SATISFACCION AL CLIENTE		
<b>SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DEL PROCESO</b>		
A) SATISFACCION DEL CLIENTE, MEDIANTE BUZON DE SUGERENCIAS B) NIVEL DE DESPERDICIOS		
<b>ELABORADO POR</b>	<b>REVISADO POR</b>	<b>APROBADO POR</b>
ING. ROXANA CEDEÑO ECO. ALEXANDRA GUAMÁN	SUPERVISOR CAJERO	SUPERVISOR

### 3.13.7 FICHA DEL PROCESO "ABASTECIMIENTO"

	<b>FICHA DEL PROCESO</b>	<b>EDICIÓN:</b> 1
	<b>ABASTECIMIENTO</b>	<b>FECHA:</b> 12 Julio 2010

<b>OBJETIVO</b>		<b>RESPONSABLE</b>
IDENTIFICAR LAS NECESIDADES DE CONSUMO DE LOS CLIENTES PARA ASEGURAR LA CANTIDAD EXACTA DE MATERIA PRIMA PARA LA ELABORACION DE LOS PRODUCTOS.		SUPERVISOR
<b>ENTRADAS</b>	<b>SALIDAS</b>	
1. SOLICITUD DE PEDIDOS 2. LISTA DE RECURSOS	1. PEDIDO DE PRODUCTOS 2. INGRESO DE PRODUCTOS	
<b>PROCESOS DE ENTRADA</b>	<b>PROCESOS DE SALIDA</b>	
1. FACTURACION 2. PLANIFICACION		
<b>ACTIVIDADES</b>		
1. RECEPCION Y REVISION DE MATERIA PRIMA Y SUMINISTROS EN GENERAL 2. ALMACENAR Y ADMINISTRAR INVENTARIO (INGRESOS Y EGRESOS) 3. CONTROL DE FECHA DE EXPIRACION DE BIENES QUE INGRESAN A LA BODEGA 4. ENTREGA MENSUAL DE REPORTE DE INVENTARIOS		
<b>REGISTROS</b>	<b>DOCUMENTOS ASOCIADOS</b>	
1. COPIA DE SOLICITUD DE PEDIDO 2. REGISTRO DE INGRESO DE MERCADERIA 3- REGISTRO DE UTILIZACION DE MERCADERIA	<ul style="list-style-type: none"> <li>DISPOCIONES DE LA FRANQUICIA PARA EL PEDIDO DE MATERIA PRIMA</li> </ul>	
<b>SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DEL PROCESO</b>		
A) ENTREGA DE REPORTE CONSOLIDADO DE INGRESOS DE MERCADERIA, LOS PRIMEROS DÍAS DE CADA MES		
<b>ELABORADO POR</b>	<b>REVISADO POR</b>	<b>APROBADO POR</b>
ING. ROXANA CEDEÑO ECO. ALEXANDRA GUAMÁN	SUPERVISOR CAJERO	SUPERVISOR


### 3.13.8 FICHA DEL PROCESO "MANTENIMIENTO DE EQUIPOS"

	<b>FICHA DEL PROCESO</b>	<b>EDICIÓN:</b> 1
	<b>MANTENIMIENTO DE EQUIPOS</b>	<b>FECHA:</b> 12 Julio 2010

<b>OBJETIVO</b>		<b>RESPONSABLE</b>
CONTAR CON INSTALACIONES EN OPTIMAS CONDICIONES EN TODO MOMENTO PARA ASEGURAR LA DISPONIBILIDAD DEL SISTEMA Y PROCURAR UN DESEMPEÑO CONTINUO QUE PERMITA OPERAR BAJO LAS MEJORES CONDICIONES TECNICAS		SUPERVISOR
<b>ENTRADAS</b>	<b>SALIDAS</b>	
1. INFORME DE MANTENIMIENTO 2. SOLICITUD DE MANTENIMIENTO 3. REGISTRO DE DAÑO	1. EQUIPOS EN BUEN ESTADO 2. MEJORAMIENTO EN TIEMPO DE ENTREGA 3. PRODUCCION EN BUEN ESTADO	
<b>PROCESOS DE ENTRADA</b>	<b>PROCESOS DE SALIDA</b>	
1. PLANIFICACION 2. FACTURACION	1. PREPARACION DE ALIMENTOS	
<b>ACTIVIDADES</b>		
1. REVISION MENSUAL DE LOS EQUIPOS 2. REPARACION DE EQUIPOS (MANTENIMIENTO CORRECTIVO) 3. ELABORACION DE INFORME MENSUAL DE EQUIPOS EN MAL ESTADO		
<b>REGISTROS</b>	<b>DOCUMENTOS ASOCIADOS</b>	
1. REGISTRO DE ULTIMO MANTENIMIENTO 2. REGISTRO DE NUEVO MANTENIMIENTO 3. REGISTRO DE ANOMALIAS	1. DISPOSICIONES DE LA FRANQUICIA	
<b>SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DEL PROCESO</b>		
A) ESTADISTICAS DE DAÑOS REPORTADOS EN EL MES.		
<b>ELABORADO POR</b>	<b>REVISADO POR</b>	<b>APROBADO POR</b>
ING. ROXANA CEDEÑO ECO. ALEXANDRA GUAMÁN	SUPERVISOR	SUPERVISOR




### 3.13.9 FICHA DEL PROCESO "RECURSOS HUMANOS"

	<b>FICHA DEL PROCESO</b>	<b>EDICIÓN:</b> 1
	<b>RECURSOS HUMANOS</b>	<b>FECHA:</b> 12 Julio 2010

<b>OBJETIVO</b>		<b>RESPONSABLE</b>
MANEJO Y CONTROL DE TODO EL PERSONAL. DAR UNA MEJOR ATENCIÓN Y CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE INTERNO (EL EMPLEADO)		SUPERVISOR
<b>ENTRADAS</b>	<b>SALIDAS</b>	
1. POLITICAS DE LA EMPRESA 2. INGRESO DE PERSONAL 3. PERFILES DE VACANTES	1. PERSONAL IDONEO PARA VACANTES 2. PERSONAS COMPROMETIDAS CON LA EMPRESA 3. DESEMPEÑO LABORAL	
<b>PROCESOS DE ENTRADA</b>	<b>PROCESOS DE SALIDA</b>	
1. PLANIFICACION	1. COMUNICACIÓN INTERNA	
<b>ACTIVIDADES</b>		
1. CONTROL DE ASISTENCIA DEL PERSONAL 2. MANEJO DEL ARCHIVO DE RECURSOS HUMANOS 3. ELABORACIÓN DE REPORTES SOBRE ATRASOS, FALTAS, PERMISOS DEL PERSONAL Y VACACIONES 4. ELABORACION DE ROLES DE PAGO DE LOS EMPLEADOS 5. CONTRATACION DE NUEVO PERSONAL 6. DESVINCULACION DEL PERSONAL 7. CAPACITACION DEL PERSONAL		
<b>REGISTROS</b>	<b>DOCUMENTOS ASOCIADOS</b>	
1. REGISTRO DEL CONTROL DE ASISTENCIA 2. REGISTRO DE CAPACITACIONES 3. REGISTRO DE ACTUALIZACION DATOS EMPLEADO 4. REGISTRO DE HORAS EXTRAS	1. RESOLUCIONES DEL IEES 2. CÓDIGO DE TRABAJO 2. CONTRATO DE PERSONAL	
<b>SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DEL PROCESO</b>		
A) INFORMES MENSUALES DE ATRASOS, FALTAS Y PERMISOS LOS PRIMEROS DÍAS DE CADA MES		
<b>ELABORADO POR</b>	<b>REVISADO POR</b>	<b>APROBADO POR</b>
ING. ROXANA CEDEÑO ECO. ALEXANDRA GUAMÁN	SUPERVISOR	SUPERVISOR


### 3.13.10 FICHA DEL PROCESO "TECNOLOGÍA DE INFORMACION"

	<b>FICHA DEL PROCESO</b>	<b>EDICIÓN:</b> 1
	<b>TECNOLOGIA DE INFORMACION</b>	<b>FECHA:</b> 12 Julio 2010

<b>OBJETIVO</b>		<b>RESPONSABLE</b>
ORGANIZAR, CONTROLAR, Y COORDINAR EL FUNCIONAMIENTO TECNOLÓGICO, TÉCNICO Y ADMINISTRATIVO		SUPERVISOR
<b>ENTRADAS</b>	<b>SALIDAS</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>REQUERIMIENTOS INTERNOS EN SUMINISTROS TECNOLÓGICOS</li> <li>REQUERIMIENTOS DE SOPORTE A USUARIO</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>CUBRIR EXPECTATIVAS Y NECESIDADES DE LOS CLIENTES INTERNOS.</li> </ol>	
<b>PROCESOS DE ENTRADA</b>	<b>PROCESOS DE SALIDA</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>PLANIFICACION</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>COMUNICACIÓN INTERNA</li> </ol>	
<b>ACTIVIDADES</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>SOPORTE TÉCNICO</li> <li>ELABORACIÓN DEL PLAN DE SUMINISTROS Y EQUIPOS INFORMÁTICOS</li> <li>ATENCION A CLIENTES INTERNOS</li> <li>ADQUISICION DE EQUIPOS INFORMATICOS</li> </ol>		
<b>REGISTROS</b>	<b>DOCUMENTOS ASOCIADOS</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>REGISTRO DE SOPORTE A USUARIOS INTERNOS</li> <li>REGISTRO DE INCONVENIENTES ENLACES</li> <li>REGISTRO PARA CAMBIO DE EQUIPOS</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>DISPOSICIONES DE LA FRANQUICIA</li> </ol>	
<b>SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DEL PROCESO</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>INFORME MENSUAL DE INCONVENIENTES ENLACES</li> <li>INFORME MENSUALES DE SOPORTES A USUARIOS INTERNOS</li> </ol>		
<b>ELABORADO POR</b>	<b>REVISADO POR</b>	<b>APROBADO POR</b>
ING. ROXANA CEDEÑO ECO. ALEXANDRA GUAMÁN	SUPERVISOR	SUPERVISOR

### 3.14 FICHA DE PROCEDIMIENTOS

#### 3.14.1 PROCEDIMIENTO DE ATENCION DE RECLAMOS

	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b>	Rev. No. 1
	<b>PROCEDIMIENTO DE ATENCION DE RECLAMOS</b>	Página: 1 de 2
	Yogurt Persa Local 9 de Octubre	Código: PRO001

#### INDICE

<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁG.</b>
1. OBJETO .....	2
2. ALCANCE .....	2
3. RESPONSABLE.....	2
4. PROCEDIMIENTO .....	2
5. REGISTRO .....	2

<b>ELABORADO</b>	<b>REVISADO</b>	<b>APROBADO</b>
ING. ROXANA CEDEÑO ECO. ALEXANDRA GUAMÁN		
Fecha: 15 Julio 2010	Fecha:	Fecha:



	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b>	Rev. No. 1
	<b>PROCEDIMIENTO DE ATENCION DE RECLAMOS</b>	Página: 2 de 2
	Yogurt Persa Local 9 de Octubre	Código: PRO001

**1. OBJETO**

Establecer el método de recolección de información en Yogurt Persa de 9 de Octubre, que permita analizar y cuantificar los reclamos de los clientes para la toma acciones correctivas inmediatas.

**2. ALCANCE**

Este procedimiento aplica a todas las reclamaciones realizadas por los clientes.

**3. RESPONSABLE**

- Supervisor del Local.


**4. PROCEDIMIENTO**

1. Los reclamos de los Clientes son atendidos por el Supervisor del Local en conjunto con su personal a cargo. El reclamo debe ser reportado en el "REGISTRO DE ATENCIÓN DE RECLAMOS".
2. El REGISTRO DE ATENCIÓN RECLAMOS debe llenarse en las secciones correspondientes y ser consignados con la firma del Supervisor.
3. Al final de la semana, se realiza una evaluación de los reclamos presentados durante el periodo y se determina las acciones preventivas y correctivas a fin de evitar que se repitan.

**5. REGISTRO**

- Registro de Atención de Reclamos


### 3.14.2 PROCEDIMIENTO DE INGRESO DE PEDIDO EN EL SISTEMA

	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b>	Rev. No. 1
	<b>PROCEDIMIENTO DE INGRESO DE PEDIDO EN EL SISTEMA</b>	Página: 1 de 2
	Yogurt Persa Local 9 de Octubre	Código: PRO002

#### INDICE

<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁG.</b>
1. OBJETO .....	2
2. ALCANCE.....	2
3. RESPONSABLE .....	2
4. PROCEDIMIENTO .....	2
5. REGISTRO .....	2

<b>ELABORADO</b>	<b>REVISADO</b>	<b>APROBADO</b>
ING. ROXANA CEDEÑO ECO. ALEXANDRA GUAMÁN		
Fecha: 15 Julio 2010	Fecha:	Fecha:

	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b>	Rev. No. 1
	<b>PROCEDIMIENTO DE INGRESO DE PEDIDO EN EL SISTEMA</b>	Página: 2 de 2
	Yogurt Persa Local 9 de Octubre	Código: PRO002

**1. OBJETO**

Describir el procedimiento de ingreso de pedidos en el sistema de tal manera que se facilite su registro.

**2. ALCANCE**

Este procedimiento es aplicable a todos los pedidos realizados por nuestros clientes.

**3. RESPONSABLE**

- Cajero

**4. POLÍTICAS**

- Es responsabilidad del Cajero tomar claramente el pedido del cliente e ingresarlo correctamente en el sistema.

**5. PROCEDIMIENTO**


1. El Cajero receipta el pedido del Cliente y lo ingresa en el sistema registrando los siguientes campos; código del producto, cantidad del producto y forma de pago.
2. El Cajero confirma con el Cliente, el pedido ingresado previo a la impresión del comprobante de venta.
3. El Cajero receipta el dinero e imprime el comprobante de venta.

**6. REGISTRO**

- Nota de Venta




### 3.14.3 PROCEDIMIENTO DE CONTRATACION DE PERSONAL

	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b>	Rev. No. 1
	<b>PROCEDIMIENTO DE CONTRATACION DE PERSONAL</b>	Página: 1 de 2
	Yogurt Persa Local 9 de Octubre	Código: PRO003

#### INDICE

<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁG.</b>
1. OBJETO .....	2
2. ALCANCE.....	2
3. RESPONSABLE .....	2
4. PROCEDIMIENTO .....	2
5. REGISTRO .....	2

<b>ELABORADO</b>	<b>REVISADO</b>	<b>APROBADO</b>
ING. ROXANA CEDEÑO ECO. ALEXANDRA GUAMÁN		
Fecha: 15 Julio 2010	Fecha:	Fecha:

	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b>	Rev. No. 1
	<b>PROCEDIMIENTO DE CONTRATACION DE PERSONAL</b>	Página: 2 de 2
	Yogurt Persa Local 9 de Octubre	Código: PRO003

**1. OBJETO**

Describir el procedimiento de Contratación de Personal el cual cumple con las disposiciones vigentes de la Franquicia

**2. ALCANCE**

Este procedimiento es aplicable para todos los puestos y cargos requeridos por Yogurt Persa de 9 de Octubre.

**3. RESPONSABLE**

- Supervisor


**4. PROCEDIMIENTO**

1. El Supervisor receipta del nuevo empleado la documentación requerida: copia de cédula y papel de votación a color, hoja de vida actualizada, fotocopias de cursos/seminarios realizados, record policial, copia de títulos de estudios y certificados originales de referencias laborales y el registro de actualización de datos del empleado.
2. El Supervisor registra en el sistema los datos del empleado
3. El Supervisor informa la fecha de ingreso al trabajo y coordinan fecha y hora para firma de contrato.
4. El Supervisor entrega los uniformes al nuevo empleado
5. El supervisor coordina fechas de capacitaciones para el nuevo empleado.

**5. REGISTRO**

- Registro de Actualización de Datos del Empleados
- Registro de Capacitaciones


### 3.14.4 PROCEDIMIENTO DE ACTUALIZACION DE CARTELERAS

	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b>	Rev. No. 1
	<b>PROCEDIMIENTO DE ACTUALIZACION DE CARTELERAS</b>	Página: 1 de 2
	Yogurt Persa Local 9 de Octubre	Código: PRO004

#### INDICE

<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁG.</b>
1. OBJETO .....	2
2. ALCANCE.....	2
3. RESPONSABLE .....	2
4. PROCEDIMIENTO .....	2
5. REGISTROS .....	2

<b>ELABORADO</b>	<b>REVISADO</b>	<b>APROBADO</b>
ING. ROXANA CEDEÑO ECO. ALEXANDRA GUAMÁN		
Fecha: 15 Julio 2010	Fecha:	Fecha:

	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b>	Rev. No. 1
	<b>PROCEDIMIENTO DE ACTUALIZACION DE CARTELERAS</b>	Página: 2 de 2
	Yogurt Persa Local 9 de Octubre	Código: PRO004

**1. OBJETO**

Describir la sistemática a seguir para el procedimiento de Actualización de Carteleras

**2. ALCANCE**

Este procedimiento es aplicable a todas las carteleras existentes en Yogurt Persa de 9 de Octubre, con excepción de la cartelera al público, donde sólo se informa de los productos y mejor empleado del mes.

**3. RESPONSABLE**

- Supervisor

**4. PROCEDIMIENTO**


1. El Supervisor elabora el memorándum de comunicación interna con la información a publicarse en la cartelera, considerando los siguientes temas:
  - Mejor empleado del mes
  - Novedades en productos y/o servicios
  - Actualizaciones en procedimientos
  - Cambios en políticas
  - Nuevas Disposiciones de la Franquicia
  - Cumplimiento de las metas
2. El Supervisor imprime el memorándum y lo coloca en la cartelera
3. El Supervisor comunica al personal la actualización de la cartelera

**4. REGISTRO**

- Registro de Comunicación Interna




### 3.14.5 PROCEDIMIENTO DE INGRESO DE MATERIA PRIMA EN BODEGA

	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b>	Rev. No. 1
	<b>PROCEDIMIENTO DE INGRESO DE MATERIA PRIMA EN BODEGA</b>	Página: 1 de 2
	Yogurt Persa Local 9 de Octubre	Código: PRO005

#### INDICE

<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁG.</b>
1. OBJETO .....	2
2. ALCANCE.....	2
3. RESPONSABLE .....	2
4. PROCEDIMIENTO .....	2
5. REGISTROS .....	2

<b>ELABORADO</b>	<b>REVISADO</b>	<b>APROBADO</b>
ING. ROXANA CEDEÑO ECO. ALEXANDRA GUAMÁN		
Fecha: 15 Julio 2010	Fecha:	Fecha:

	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b>	Rev. No. 1
	<b>PROCEDIMIENTO DE INGRESO DE MATERIA PRIMA EN BODEGA</b>	Página: 2 de 2
	Yogurt Persa Local 9 de Octubre	Código: PRO005

**1. OBJETO**

Describir la sistemática a seguir para el procedimiento de ingreso de materia prima en la bodega de Yogurt persa de 9 de octubre.

**2. ALCANCE**

Este procedimiento es aplicable a todas las materias primas que adquiere el local por medio de la franquicia.

**3. RESPONSABLE**

- Supervisor

**4. PROCEDIMIENTO**

1. El Supervisor se contacta por radio con el Transportista y confirma la hora de llegada de la materia prima
2. Una vez que el transportista ha llegado al local, el Supervisor verifica que la materia prima solicitada sea ingresada a la bodega del local.
3. El Supervisor verifica contra el pedido que lo ingresado a la bodega coincida, de existir novedades solicitará al Transportista las respectivas correcciones.
4. Con la confirmación del pedido, el supervisor procede a firmar el acta de entrega/recepción de la materia prima y entrega la copia del documento al Transportista.
5. El Supervisor solicita al personal de Cocina encargado de la bodega llenar el registro de ingreso de bodega para el respectivo control.
6. Al final del mes, el supervisor elabora un informe de los ingresos de materia prima a la bodega.

**7. REGISTRO**

- Registro de Ingreso de Bodega

### 3.14.6 PROCEDIMIENTO DE MEDICION DE SATISFACCION DEL CLIENTE

	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b>	Rev. No. 1
	<b>PROCEDIMIENTO DE MEDICION DE SATISFACCION DEL CLIENTE</b>	Página: 1 de 2
	Yogurt Persa Local 9 de Octubre	Código: PRO006

#### INDICE

<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁG.</b>
1. OBJETO .....	2
2. ALCANCE.....	2
3. RESPONSABLE .....	2
4. PROCEDIMIENTO .....	2
5. REGISTROS .....	2

<b>ELABORADO</b>	<b>REVISADO</b>	<b>APROBADO</b>
ING. ROXANA CEDEÑO ECO. ALEXANDRA GUAMÁN		
Fecha: 15 Julio 2010	Fecha:	Fecha:

	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b>	Rev. No. 1
	<b>PROCEDIMIENTO DE MEDICION DE SATIFACCION DE CLIENTES</b>	Página: 2 de 2
	Yogurt Persa Local 9 de Octubre	Código: PRO006

**1. OBJETO**

Describir la sistemática a seguir para el procedimiento de la medición de satisfacción de los clientes de Yogurt persa de 9 de octubre.

**2. ALCANCE**

Este procedimiento es aplicable a todos los productos y/o servicios que los clientes hayan consumido en el local.

**3. RESPONSABLE**

- Supervisor

**4. PROCEDIMIENTO**

1. El Supervisor, el primer día laborable de cada semana, recoge las encuestas de satisfacción de clientes que se encuentran en el buzón de sugerencias.
2. El supervisor, realiza la tabulación de la encuesta en una hoja de Excel donde presenta gráficamente los resultados de la calificación.
3. Las novedades identificadas como regulares y buenas serán revisadas en conjunto con el Franquiciado para sus acciones correctivas.
4. El Supervisor, al fin del mes elaborará un consolidado de de las encuestas para ser presentadas al Franquiciado.


**5. REGISTRO**

- Registro de Satisfacción de Clientes



### 3.15 CONTROL DE REGISTROS

#### 3.15.1 REGISTRO DE ATENCION DE RECLAMOS

	<h2>REGISTRO DE ATENCION DE RECLAMOS</h2>	
Yogurt Persa 9 de Octubre	Código:	


FECHA DE RECLAMO:	
CLIENTE:	
<u>CIUDAD:</u>	
MOTIVO DE RECLAMO:	
<u>PERSONA QUE ATIENDE EL RECLAMO:</u>	
<u>PERSONA QUE DEBE SOLUCIONAR EL RECLAMO:</u>	

FECHA DE RECLAMO:	
CLIENTE:	
<u>CIUDAD:</u>	
MOTIVO DE RECLAMO:	
<u>PERSONA QUE ATIENDE EL RECLAMO:</u>	
<u>PERSONA QUE DEBE SOLUCIONAR EL RECLAMO:</u>	


### 3.15.2 REGISTRO DE INGRESO DE BODEGA

 <b>REGISTRO DE INGRESO DE BODEGA</b>						
FECHA	COD. ART.	DESCRIPCION	CANTIDAD	FECHA PRODUCCION	NO. LOTE	OBSERVACIONES

### 3.15.3 REGISTRO DE COMUNICACIÓN INTERNA

	<h2>COMUNICACIÓN INTERNA</h2>	Fecha:
YOGURT PERSA 9 DE OCTUBRE	Asunto: _____	
De : _____	Para: _____	Código:
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>		

### 3.15.4 REGISTRO DE ACTUALIZACION DE DATOS DEL EMPLEADO


	<b>ACTUALIZACION DE DATOS DEL EMPLEADO</b>			
<b>Apellido Paterno</b>	<b>Apellido Materno</b>	<b>Nombres</b>	<b>código</b>	
Dirección domiciliaria <input style="width: 100%;" type="text"/>				
Ciudad	<input style="width: 100%;" type="text"/>	Provincia	<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>
cédula		No. Libreta Militar		
No. Afiliación IESS		teléfonos		
Celular		En caso de emergencia contactar a:		
Ciudad y Fec. de Nacim.	<input style="width: 100%;" type="text"/>	Cédula Ciudadanía	<input style="width: 100%;" type="text"/>	casado <input style="width: 20px;" type="text"/>
Profesión u Ocupación	<input style="width: 100%;" type="text"/>	Fecha Matrimonio	<input style="width: 100%;" type="text"/>	unión libre <input style="width: 20px;" type="text"/>
No. Afiliación IESS	<input style="width: 100%;" type="text"/>	Pasaporte/ nacionalidad	<input style="width: 100%;" type="text"/>	Soltero <input style="width: 20px;" type="text"/>
<b>Nombre de Hijos/Pareja</b>	<b>Fecha de Nacimiento aa/mm/dd</b>	<b>Nombre de Hijos/Pareja</b>	<b>Fecha de Nacimiento aa/mm/dd</b>	
<b>ESTUDIOS</b>	<b>NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN</b>	<b>AÑOS</b>	<b>TÍTULO OBTENIDO ESPECIALIDAD</b>	<b>FECHA DE CULMINACIÓN</b>
SECUNDARIA				
SUPERIOR				
<b>FIRMA DEL EMPLEADO</b>			<b>FECHA</b>	



### 3.15.5 REGISTRO DE CAPACITACION

 <b>REPORTE DE CAPACITACIÓN</b>					
NOMBRE DEL EMPLEADO:					
PROCESO	ACTIVIDAD	FECHA	HORA	CAPACITADOR	FIRMA EMPLEADO

### 3.15.6 REGISTRO DE SATISFACCION DEL CLIENTE

	<b>ENCUESTA DE SATISFACCION DEL CLIENTE</b> <b>YOGURT PERSA 9 DE OCTUBRE</b>
---	---

#### CALIFICACION

1: EXCELENTE  
2: MUY BUENO

3: BUENO  
4: REGULAR


CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO	PUNTUACIÓN
AMABILIDAD DEL PERSONAL	
CAPACIDAD DE ATENCION	
PUNTUALIDAD EN LA ENTREGA	
CALIDAD DEL PRODUCTO	
RESOLUCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS	
OPINION GLOBAL DEL LOCAL	

### 3.16 MANUAL DE FUNCIONES

#### 3.16.1 FUNCIONES DEL FRANQUICIADO

		<b>Descripción de Funciones Administración</b>			
<b>YOGURT PERSA</b>		<b>DF Franquiciado</b>			
<b>Descripción del Puesto:</b>	<b>Área:</b>	<i>Administración</i>			
	<b>Reporta a:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>No Aplica</i></li> </ul>			
	<b>Personal bajo Supervisión:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Supervisor.</i></li> </ul>			
<b>Requisitos de Calificación</b>	<b>Educación:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Estudios Superiores.</i></li> </ul>			
	<b>Entrenamiento:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Supervisión</i></li> </ul>			
	<b>Experiencia:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>No Indispensable en el manejo de negocios o comidas rápidas</i></li> </ul>			
	<b>Habilidades:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Buen manejo de relaciones interpersonales.</i></li> <li>• <i>Liderazgo.</i></li> <li>• <i>Capacidad de organización y trabajo bajo presión.</i></li> </ul>			
<b>Responsabilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Visitas periódicas al local.</i></li> <li>• <i>Mantener comunicación permanente con el Supervisor del local.</i></li> <li>• <i>Coordinar la logística del reaprovisionamiento de materia prima para la elaboración de los alimentos y demás suministros necesarios para el local.</i></li> <li>• <i>Ejecutar el plan anual de mantenimiento preventivo y minimizar el mantenimiento correctivo a todos los equipos del local (congeladores, hornos, etc.)</i></li> </ul>				
<b>Comunicación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Interna: Supervisor</i></li> <li>• <i>Externa: Proveedores</i></li> </ul>				
<b>Firma del Jefe de Área:</b>			<b>Firma Titular del Puesto:</b>		
Elaborado por:	Aprobado por:	Fecha:	Versión:	Documento:	Página:
			1.0	DF Franquiciado	

### 3.16.2 FUNCIONES DEL SUPERVISOR

		<b>Descripción de Funciones Administración</b>
<b>YOGURT PERSA</b>		<b>DF Supervisor</b>
<b>Descripción del Puesto:</b>	<b>Área:</b>	<i>Administración</i>
	<b>Reporta a:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Franquiciado</i></li> </ul>
	<b>Personal bajo Supervisión:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Cajero</i></li> <li>• <i>Personal del Mantenimiento</i></li> <li>• <i>Auxiliares de Cocina</i></li> </ul>
<b>Requisitos de Calificación</b>	<b>Educación:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Ingeniero en Administración o carreras afines</i></li> </ul>
	<b>Entrenamiento:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Supervisión</i></li> </ul>
	<b>Experiencia:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Mínima 2 años en cargos similares.</i></li> </ul>
	<b>Habilidades:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Trabajo en equipo</i></li> <li>• <i>Liderazgo y motivación</i></li> <li>• <i>Manejo de PC con Windows, Word y Excel</i></li> </ul>
<b>Responsabilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Uso eficaz de los Recursos (personal, maquinarias y materiales).</i></li> <li>• <i>Controlar y asegurar el desarrollo y cumplimiento de tiempos establecidos en la elaboración de la preparación de los alimentos.</i></li> <li>• <i>Asegurar que los parámetros de calidad son cumplidos.</i></li> <li>• <i>Atender las inquietudes o necesidades del personal a su cargo.</i></li> <li>• <i>Coordinar con el Franquiciado, el Plan Anual de Entrenamiento para el personal</i></li> <li>• <i>Mantener comunicación permanente con los trabajadores.</i></li> <li>• <i>Optimizar el consumo de materiales y reducir el nivel de desperdicio.</i></li> <li>• <i>Coordinar con el personal a su cargo los inventarios de fin de mes.</i></li> <li>• <i>Atender reclamos de los clientes en caso de existir.</i></li> <li>• <i>Verificar que se cumpla con la limpieza y orden permanente del área</i></li> <li>• <i>Comunicar al Franquiciado cuando se presente algún inconveniente en cuanto a labores de mantenimiento se refiere.</i></li> </ul>	
<b>Comunicación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Interna: Colaboradores</i></li> <li>• <i>Externa: Clientes, Proveedores</i></li> </ul>	
<b>Firma del Jefe de Área:</b>		<b>Firma Titular del Puesto:</b>




Elaborado por:	Aprobado por:	Fecha:	Versión: 1.0	Documento: DF Supervisor	Página:
----------------	---------------	--------	-----------------	-----------------------------	---------

### 3.16.3 FUNCIONES DEL CAJERO

		<b>Descripción de Funciones Administración</b>			
<b>YOGURT PERSA</b>		<b>DF Cajero</b>			
<b>Descripción del Puesto:</b>	<b>Área:</b>	Administración			
	<b>Reporta a:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisor</li> </ul>			
	<b>Personal bajo Supervisión:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No Aplica</li> </ul>			
<b>Requisitos de Calificación</b>	<b>Educación:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudiante de Administración o carreras afines</li> </ul>			
	<b>Entrenamiento:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo bajo presión</li> <li>• Contabilidad</li> </ul>			
	<b>Experiencia:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mínima 2 años en cargos similares.</li> </ul>			
	<b>Habilidades:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de PC con Windows, Word y Excel</li> </ul>			
<b>Responsabilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Efectuar apertura y cierre de Caja.</li> <li>• Elaborar reportes de Cuadratura de Caja (registrar sobrantes o faltantes)</li> <li>• Reportar al Supervisor cualquier novedad presentada por faltante en Caja.</li> </ul>				
<b>Comunicación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interna: Supervisor</li> <li>• Externa: Clientes</li> </ul>				
<b>Firma del Jefe de Área:</b>			<b>Firma Titular del Puesto:</b>		
Elaborado por:	Aprobado por:	Fecha:	Versión:	Documento:	Página:
			1.0	DF Cajero	

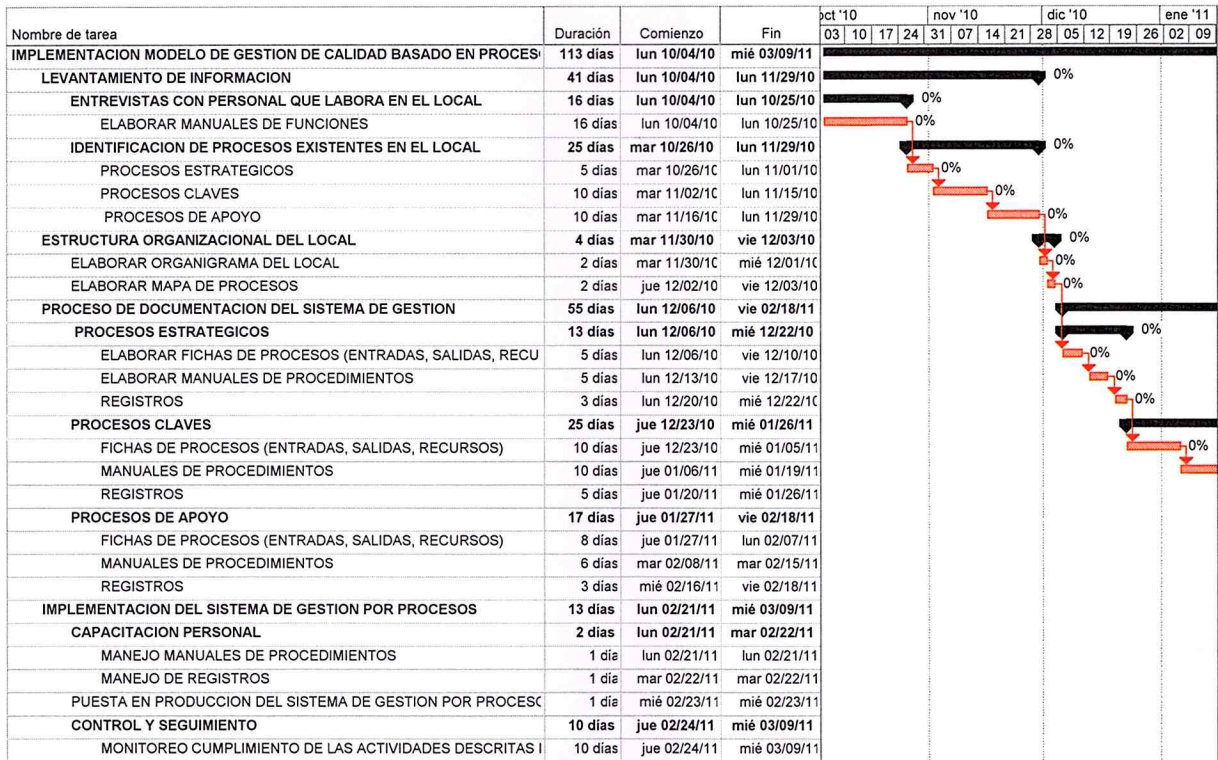
### 3.16.4 FUNCIONES DE LOS AUXILIARES DE COCINA

		<b>Descripción de Funciones Administración</b>			
<b>YOGURT PERSA</b>		<b>DF Auxiliares de Cocina</b>			
<b>Descripción del Puesto:</b>	<b>Área:</b>	Administración			
	<b>Reporta a:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisor</li> </ul>			
	<b>Personal bajo Supervisión:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No Aplica</li> </ul>			
<b>Requisitos de Calificación</b>	<b>Educación:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachiller</li> </ul>			
	<b>Entrenamiento:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo bajo presión</li> </ul>			
	<b>Experiencia:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mínima 1 año en cargos similares.</li> </ul>			
	<b>Habilidades:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de PC con Windows, Word y Excel</li> <li>• Facilidad para trabajo en equipo</li> </ul>			
<b>Responsabilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control y Despacho de pedidos.</li> <li>• Optimizar tiempo de atención al cliente.</li> <li>• Verificar la limpieza y cuidado en la preparación de los alimentos.</li> </ul>				
<b>Comunicación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interna: Supervisor</li> <li>• Externa: Clientes</li> </ul>				
<b>Firma del Jefe de Área:</b>			<b>Firma Titular del Puesto:</b>		
Elaborado por:	Aprobado por:	Fecha:	Versión:	Documento:	Página:
			1.0	DF Aux.Cocina	

### 3.17 PROPUESTA DE MEJORA

#### 3.17.1 CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN

Para cumplir la aplicación del Sistema de Gestión de Calidad por Procesos Claves se ha establecido un cronograma de implementación, el mismo que se detalla a continuación:





### 3.17.2 PRESUPUESTO

El monto presupuestado de acuerdo a los costos de los recursos que se han determinado durante la implementación del sistema de gestión de calidad basado en procesos claves por un periodo de seis meses, es el siguiente:

**Tabla 3.1.: "Recursos para la implementación"**

<b>Computadores</b>	<b>\$1.200,00</b>
<b>Impresora</b>	<b>\$250,00</b>
<b>Tóners para impresora</b>	<b>\$265,00</b>
<b>Papelería (Impresión Manuales)</b>	<b>\$400,00</b>
<b>Buzón de Sugerencias</b>	<b>\$50,00</b>
<b>Scanner</b>	<b>\$120,00</b>
<b>Capacitación Empleados</b>	<b>\$500,00</b>
<b>Asesoría Consultores</b>	<b>\$14.400,00</b>
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>\$1.200,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$18.385,00</b>

Elaborado: Las Autoras

Esta inversión permitirá a futuro mejorar los niveles de rentabilidad, ya que la implementación de la gestión por procesos estará encaminada a detectar las deficiencias en los procedimientos relacionados directamente con la calidad, atención y satisfacción al cliente para corregirlos y optimizarlos en el menor tiempo posible, lo que a su vez lograría aumentar la presencia de la marca en el mercado ecuatoriano de cadenas de comidas rápidas.

Tabla 3.2.: "Detalle Mensual del Presupuesto"

RECURSOS	Octubre 2010	Noviembre 2010	Diciembre 2010	Enero 2011	Febrero 2011	Marzo 2011
Computadoras	1.200					
Impresoras	250					
Toners	265					
Papelería	400					
Buzón Sugerencias					50	
Scanner	120					
Capacitación Empleados						500
Asesoría Consultores	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400
Gastos Administrativos	200	200	200	200	200	200
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$4.835</b>	<b>\$2.600</b>	<b>\$2.600</b>	<b>\$2.600</b>	<b>\$2.650</b>	<b>\$3.100</b>
<b>TOTAL</b>						<b>\$18.385</b>

Elaborado: Las Autoras

Yogurt persa de 9 de octubre tiene ventas mensuales aproximadas de \$30.000, en el siguiente cuadro se puede observar el costo aplicado por cada mes que dura la implementación del sistema de gestión de calidad por procesos claves:

**Tabla 3.3.: "Ventas vs. Costo de Implementación"**

	Octubre 2010	Noviembre 2010	Diciembre 2010	Enero 2011	Febrero 2011	Marzo 2011
Ventas (-)	\$30.000	\$30.000	\$30.000	\$30.000	\$30.000	\$30.000
Costo implementación	\$4.835	\$2.600	\$2.600	\$2.600	\$2.650	\$3.100
(=)	\$21.165	\$27.400	\$27.400	\$27.400	\$27.350	\$26.900

Elaborado: Las Autoras

## CONCLUSIONES

La implementación de un sistema de gestión de calidad basada en procesos claves nos hace hincapié en una completa predisposición de parte del Franquiciado del local de Yogurt Persa "9 de Octubre", además de que hace referencia a una perspectiva de que la calidad se la deba considerar como aquella que realiza un producto o servicio de primera, cumpliendo con las especificaciones, apto para el consumidor, logrando esto a través de la mejora continua de sus procesos en los cuales se ven involucrados el personal del local, también de cumplir con valores inherentes a la seguridad, generando productos y servicios que dan mayor valor agregado para los consumidores.

Todo esto conlleva a grandes esfuerzos, los mismos que se verán recompensados por beneficios económicos posibles de medir, en la optimización de sus procesos, observando de esta manera la calidad en todos sus procesos y estructuras, lo que permite que el cliente se sienta atraído hacia los productos y servicios que se brindan asegurando el mercado que mantiene y que desea abarcar, además de superar a la competencia, a través de una ventaja competitiva mayor, efectiva de mejoramiento continuo.

Lo que permitirá mantener una trayectoria, en donde se debe considerar que la implementación de éste sistema de gestión de calidad basado en procesos claves no es un lujo, ni costos elevados sino la consecución de la satisfacción de los consumidores y de Yogurt Persa "9 de Octubre".



## RECOMENDACIONES

Con el fin de mejorar el desempeño del Local de Yogurt Persa 9 de Octubre, se desarrolló la documentación requerida para establecer el Sistema de Gestión de Calidad basado en procesos claves, no obstante este es un proceso largo y continuo en el cual la documentación desarrollada se convierte en la base para la organización de los procesos y el mejoramiento del servicio, por lo cual sugerimos las siguientes recomendaciones:

- Establecer un compromiso real por parte de la Dirección del local para el gestionamiento e implementación del Sistema de Gestión de Calidad basado en Procesos Claves.
- Dar a conocer la documentación concerniente al Sistema de Gestión de Calidad a toda la organización en especial al personal directamente implicado en la prestación del servicio y comprometerla con este proceso.
- Mantener actualizados los documentos y registros implementados en la gestión por procesos.

Aunque los resultados de la implementación puede ser vistos a mediano plazo, debemos tener en consideración que la visión de Yogurt Persa de 9 de Octubre es el de seguir innovando y ofrecer siempre lo mejor al cliente, además de la preocupación de mantener su posicionamiento en el mercado al asegurar la calidad en sus productos y servicios entregados.

Además, recomendamos gestionar aspectos que le permitan de forma sistemática mejorar las debilidades detectadas en el resultado de la encuesta, tales como:

- ❖ **Atención de quejas**, el Supervisor del Local de 9 de Octubre participará activamente en verificar que el personal cumpla correctamente con los procesos claves especialmente en la preparación de los alimentos, y estar atento para actuar de inmediato cuando se presenten quejas y no sólo limitarse hasta que el empleado lo solicite cuando ya el cliente se encuentra exaltado.
  
- ❖ **Exactitud en los pedidos**, el Cajero previo a la generación de la Nota de Venta, repetirá al cliente con claridad su pedido, así como también se sugiere al Supervisor el manejo adecuado del volumen del equipo de sonido que se tiene dentro del local, ya que se ha notado que el exceso de volumen interfiere en la exactitud del pedido.
  
- ❖ **Amabilidad del personal**, implementar una capacitación periódica (anual) por parte de la franquiciada en el manejo adecuado de la Atención al Cliente a todo el personal, considerando el volumen de rotación del personal que podría existir se sugeriría que a futuro se modifique la frecuencia a semestral.
  
- ❖ **Calidad del Producto**, implementar procedimientos adecuados debidamente documentados para el manejo de la preparación de los alimentos donde se especifique con claridad las porciones necesarias para cada ingrediente que interviene en la preparación del alimento. Este documento debe convertirse en el "manual operativo para la preparación de alimentos" del personal de yogurt persa de 9 de octubre.

- ❖ **Precio de los Productos,** Evaluar los precios y servicios de la competencia de empresas ecuatorianas y extranjeras mediante un estudio de mercado, analizar si los precios que se tiene actualmente están realmente acordes con lo que se está ofreciendo.
  
- ❖ **Confort del Local,** Es necesario que se implemente un plan anual de remodelación en sillas, mesas, pintada del local, adecuación de los baños de damas y caballeros.
  
- ❖ **Higiene del Local,** se deberá solicitar al Supervisor la contratación del personal para limpieza del local, a fin de evitar que el mismo empleado se traslade también a la cocina para ayudar en las tareas.
  
- ❖ **Seguridad – Ubicación del local,** se deberá realizar la contratación de una empresa de seguridad que brinde protección a los clientes ya sea fuera de la instalación ó dentro del local.

## BIBLIOGRAFÍA

### LIBROS:

1. Cervera, Joseph. "La Transición a Las Nuevas ISO 9000:2000 y su Implantación", Editorial Díaz de Santos, España 2002.
2. Esponda, Alfredo "Hacia Una Calidad Más Robusta Con ISO 9000:2000" Editorial Panorama, México 2001.
3. Juran, J. M. "La Calidad Por El Diseño". Editorial Días Santos S.A., España 1996.
4. Lloréns, Francisco Javier. "Gestión De La Calidad Empresarial" Editorial Pirámide, 2005, tercera edición.
5. Miranda González, Francisco J. "Calidad Total En La Gestión De Servicios". Editorial Delta Publicaciones, España 2001.
6. Norma Técnica Colombiana Ntc-Iso 9000:2000. "Sistemas De Gestión De La Calidad, Fundamentos Y Vocabulario". Colombia, 2000.
7. Peralta, Gilberto Alemán. "Filosofía De La Calidad Al Sistema De Mejora Continua". Panorama Editorial S.A., México 2002.
8. Perez, José A. "Gestión De La Calidad Empresarial Calidad En Los Servicios Y Atencion Al Cliente". Calidad Total. Esic Editorial, España 2008
9. Pérez, José A. "Gestión Por Procesos". Esic Editorial, España 2009, tercera edición



10. Pérez, José A. "Gestión Por Procesos: Reingeniería y Mejora de los procesos de la empresa". Esic Editorial, España 1996, tercera edición
11. Sánchez, Juan. "Introducción A La Gestión De La Calidad, generalidades y control estadístico. Teoría y Práctica". Editorial Pirámide, España
12. Vavra, Terry G. "Cómo Medir La Satisfacción Del Cliente Según La ISO 9001:2000", Editorial Confemetal, España 2002, primera edición.
13. Valencia, Jorge "Cómo aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa". Editorial Ecasa, México, 1997.
14. Zeithaml, Valarie A. "Calidad total en la gestión de servicios"  
Editorial: Editorial Díaz De Santos, España

#### **INTERNET:**

15. [http://www.buscarportal.com/Articulos/Iso\\_9001\\_2000\\_Gestion\\_Calidad.Htm](http://www.buscarportal.com/Articulos/Iso_9001_2000_Gestion_Calidad.Htm)
16. [http://monografias.com/Iso\\_9001\\_2000](http://monografias.com/Iso_9001_2000)
17. <http://www.calidad.org>
18. <http://www.monografias.com/Trabajos15/Calidad-Serv/Calidad-Serv.Shtml>
19. [http://www.Wikilearning.com/Gestion\\_De\\_Calidad\\_En\\_Los\\_Servicios-Wkc-11501.Htm](http://www.Wikilearning.com/Gestion_De_Calidad_En_Los_Servicios-Wkc-11501.Htm)

20. [http://www.wikilearning.com/La Administracion La Calidad Personal Y La Calidad En El Servicio Al Cliente-Wkc-11503.Htm](http://www.wikilearning.com/La_Administracion_La_Calidad_Personal_Y_La_Calidad_En_El_Servicio_Al_Cliente-Wkc-11503.Htm)
21. <http://www.gestiopolis.com/Canales6/Ger/Herramientas-De-La-Administracion-De-La-calidad-Total.Htm>
22. <http://www.gestiopolis.Com/Canales7/Ger/Herramientas-Estadisticas-De-Control-Decalidad.Htm>
23. <http://www.solocursos.net>
24. <http://es.wikipedia.org>
25. [http://es.wikipedia.org/Wiki/Cadena De Valor](http://es.wikipedia.org/Wiki/Cadena_De_Valor)
26. <http://books.google.Com.Ec/Books>
27. [http://ws.wikipedia.Org/wiki/diagrama de flujo](http://ws.wikipedia.Org/wiki/diagrama_de_flujo)
28. <http://www.disfrutalasmaticas.com/definiciones/muestra.html>
29. [www.ucla.edu.ve/dmedicin/departamentos/.../SEB/.../muestreo.pdf](http://www.ucla.edu.ve/dmedicin/departamentos/.../SEB/.../muestreo.pdf)
30. [www.monografias.com/Matematicas/Estadistica](http://www.monografias.com/Matematicas/Estadistica)
31. [www.monografias.com/trabajos10/foda/foda.shtml](http://www.monografias.com/trabajos10/foda/foda.shtml)

32. [http://es.wikipedia.org/wiki/Análisis DAFO](http://es.wikipedia.org/wiki/Análisis_DAFO)
33. [www.misrespuestas.com/que-es-un-analisis-foda.html](http://www.misrespuestas.com/que-es-un-analisis-foda.html)
34. [www.emprendedoresnews.com/tips/analisis-estrategico.html](http://www.emprendedoresnews.com/tips/analisis-estrategico.html)
35. [www.gestiopolis1.com/.../estrategia-y-el-analisis-estrategico.htm](http://www.gestiopolis1.com/.../estrategia-y-el-analisis-estrategico.htm)
36. [www.wikilearning.com/...estrategica... analisis estrategico/11888-14](http://www.wikilearning.com/...estrategica... analisis estrategico/11888-14)
37. [www.fing.edu.uy/.../02.EtapasProyectoAnalisisEstrategico-2007.pdf](http://www.fing.edu.uy/.../02.EtapasProyectoAnalisisEstrategico-2007.pdf)
38. [www.monografias.com/.../analisis-estrategico.../analisis-estrategico-marca.shtml](http://www.monografias.com/.../analisis-estrategico.../analisis-estrategico-marca.shtml)
39. [www.upm.es/innovacion/calidad/.../Gestion\\_Procesos.ppt](http://www.upm.es/innovacion/calidad/.../Gestion_Procesos.ppt)
40. <http://gestionporprocesos.com/>
41. [html.rincondelvago.com/estrategia-comercial-de-empresa-de-comida-rapida.html](http://html.rincondelvago.com/estrategia-comercial-de-empresa-de-comida-rapida.html)
42. [www.monografias.com](http://www.monografias.com) › Estudio Social
43. [winred.com/...empresarial.../gmx-niv102-con1632.htm](http://winred.com/...empresarial.../gmx-niv102-con1632.htm)
44. [www.emprendedoresnews.com/tips/analisis-estrategico.html](http://www.emprendedoresnews.com/tips/analisis-estrategico.html)
45. [www.joseacontreras.net/direstr/cap57d.htm](http://www.joseacontreras.net/direstr/cap57d.htm)

46. [www.wikilearning.com/...matriz de evaluacion.../13135-4](http://www.wikilearning.com/...matriz de evaluacion.../13135-4)

47. [www.gestiopolis.com/recursos/.../gestiprocesos.htm](http://www.gestiopolis.com/recursos/.../gestiprocesos.htm)

48. [www.emagister.com/implementacion-al-sistema-gestion-calidad-norma-iso9000-2000](http://www.emagister.com/implementacion-al-sistema-gestion-calidad-norma-iso9000-2000)



# ANEXOS

## ANEXO # 1 FORMATO DE LA ENCUESTA

### ENCUESTA

En cuanto al servicio brindado por Yogurt Persa local "9 de Octubre" tome en consideración los siguientes aspectos y de acuerdo a la escala 1 al 5 elija su respuesta. Marque con una X cada respuesta.

**ESCALA:**

- 1- Totalmente de acuerdo = Excelente
- 2- Parcialmente de acuerdo = Muy Bueno
- 3- Indiferente = Regular
- 4- Parcialmente en desacuerdo = Mejorable
- 5: Total desacuerdo = Malo

EDAD \_\_\_\_\_

SEXO \_\_\_\_\_

**PERSONAL**

- |   |   |                          |   |                          |   |                          |   |                          |   |                          |
|---|---|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|
| 1. El personal que brinda el servicio tiene voluntad de responder sus preguntas, solicitudes o quejas | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 2. Sus pedidos siempre son atendidos con exactitud  | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 3. El servicio recibido es ejecutado y concertado de modo correcto                                    | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 4. Existe atención, respeto y amabilidad por parte del personal de Yogurt Persa                       | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
|   |   | —                        |   | —                        |   | —                        |   | —                        |   | —                        |

**PRODUCTO**

- |  |   |                          |   |                          |   |                          |   |                          |   |                          |
|--|---|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|
| 5. El precio cobrado por el producto es asequible para su bolsillo | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 6. Considera que los productos de Yogurt Persa son de alta calidad | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
|  |   | —                        |   | —                        |   | —                        |   | —                        |   | —                        |

**INSTALACIONES**

- |  |   |                          |   |                          |   |                          |   |                          |   |                          |
|--|---|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|
| 7. Considera que el local es cómodo y acogedor para usted y su familia | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 8. La ubicación del local es accesible                                 | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 9. Existe disponibilidad de estacionamiento vehicular                  | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 10. El Local se encuentra siempre limpio                               | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 11. El horario de atención al público es conveniente                   | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |

## ANEXO # 2 PROCESO INDUSTRIAL DE YOGURT PERSA

### TROVICA S.A.

En el año 1997 observando el desarrollo del negocio, se construye la segunda planta denominada TROVICA S.A. la que estaba compuesta por *un área láctea, un área de carnes y un área de polvos*. En ella se elaboraba el Yogurt, bajo la marca: "Yogurt Persa", las pastillas de hamburguesa y el tradicional Pan de Yuca. Transcurrido aproximadamente dos años, se ve la necesidad de ampliar la línea láctea y se comienza a madurar la idea de crear una planta de lácteos. Es así, como en Diciembre del año 2000 se adquiere un terreno adjunto a TROVICA S.A. y se empieza a construir.

Lo que nació como un proyecto de planta para fabricar yogurt, se convirtió en un complejo industrial de 379 m<sup>2</sup> completamente aislado y climatizado para darle una seguridad alimenticia y un buen ambiente de trabajo. Se procedió a la adquisición y construcción de equipos en Italia que la sitúan como una de las más modernas procesadoras de lácteos con tecnología de punta.

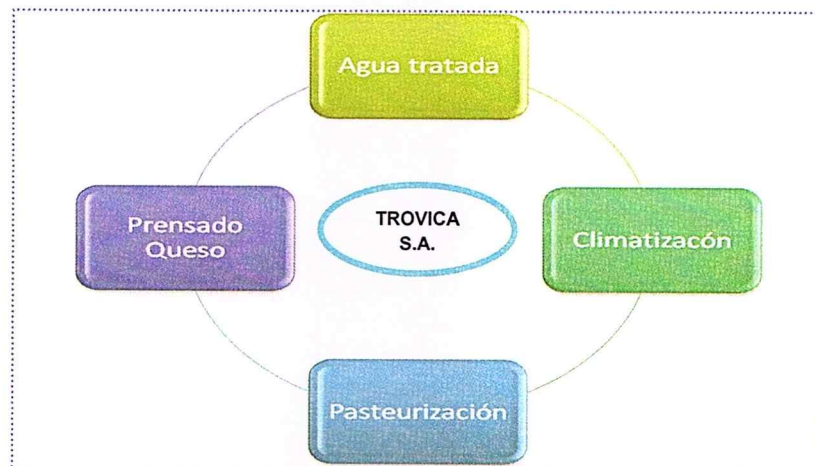
Esta planta, por su potencial instalado se visualizó como un proyecto de negocio independiente del manejo de **TROVICA S.A.** y se lo denominó PersaIndustrial S.A.

PersaIndustrial S.A. no descuidó ningún detalle en su montaje desde la recepción de la materia prima hasta la terminación de cada proceso; cuenta con un sistema de control de mandos y operaciones computarizados que permiten encender motores y bombas desde un terminal y a la vez ejercer un control de pesos por área y productos,

para lo cual todos los equipos y tanques por donde circula la leche cuentan con celdas de carga.



Algunas de sus áreas de proceso podemos visualizarlas en el siguiente grafico.



Además es importante detallar cuáles son los procesos más importantes en la planta de productos lácteos y como se llevan a cabo:

❖ Elaboración de la Leche y Yogurt Persa



❖ Elaboración del pan de yuca



Para llevar a cabo la producción de la leche se ha equipado con la capacidad requerida, la planta está diseñada para producir 5.000 litros de leche por hora, y puede laborar los 365 días del año; se han seleccionado proveedores y haciendas de leche; las cuales, fueron sometidos a análisis y pruebas rigurosas con el fin de que la materia prima llegue a la planta fresca, segura y fría a una temperatura de 4°C.

**Recepción de Leche.-** Al llegar los tanqueros a la planta, se procede a una toma de muestra por parte del personal de control de Calidad, y con la ayuda de los más modernos aparatos de laboratorio se analizan para dar el visto bueno de su descargue y recepción en los silos de almacenamiento.

**Pasteurización.-** La Leche es enviada al procesador que montado en un bastidor cuenta con un Panel de Control computarizado, pasteurizador de

placas, descremadora (autolimpiante, estandarizadora), desaireador (velocidad variable) y holding time (tiempo de retención tubular).

Este es el pulmón donde se pasteuriza la leche y por medio del cual se eliminan los gérmenes patógenos que puedan causar enfermedades. El equipo instalado permite pasteurizar la leche bajo el sistema **H.T.S.T. (alta temperatura corto tiempo)**, por medio del cual esta mantiene todas sus cualidades y características propias; luego de pasteurizada la leche en el mismo equipo se procede a calentarse a temperaturas de incubación para Yogurt o queso.

**Incubación.-** La leche es enviada a los tanques maduradores, por medio de un sistema de tuberías de acero inoxidable, para posteriormente agregarle en forma aséptica un cultivo leofilizado que contiene cepas seleccionadas de lactobacilos bulgaricus y estreptococcus termófilos, que le dan el aroma, sabor y textura característico de nuestro **YOGURT PERSA**. Este proceso tiene una duración de 4 a 5 horas y se realiza en reposo; luego de transcurrido este tiempo, el departamento de Control de Calidad realiza los análisis respectivos para luego proceder al corte de la acidificación y su inmediato enfriamiento.

**Enfriamiento.-** Este se realiza en un enfriador tubular en el cual el producto es empujado con aire filtrado (aire culinario), hasta los tanques de envasado.

**Envasado.-** El yogurt llega a los tanques de sala de envase por medio de tuberías de acero inoxidable, para procederse a su envasado en máquinas llenadoras, en donde el material de polietileno es desinfectado por medio de



una lámpara de U.V. (Ultra-violeta) y se forma el tubo de llenado, un controlador secuencial dosifica la cantidad exacta de producto procediendo a realizarse el sellado transversal tanto superior como inferior del envase.

**Almacenamiento.-** Los envases son colocados en gavetas plásticas previamente desinfectadas y enviados a cámara de refrigeración o congelación dependiendo del tipo de producto elaborado. Durante todo el proceso el Departamento de Control de Calidad realiza el monitoreo de cada una de las etapas del proceso; y verifica que se cumplen todos los parámetros y las normas establecidas.



**Reseña de la elaboración:** El personal capacitado y con experiencia de más de 15 años en la misma empresa avala la calidad del pan de yuca. La masa se prepara cuidando el mínimo detalle en cuanto a la calidad de los productos usados, como son el almidón de yuca, la leche, el queso, huevos, mantequilla y demás ingredientes que hacen del producto final un exquisito Pan de Yuca.

Una vez colocados todos los ingredientes poco a poco, se mezclan en la respectiva máquina industrial para después ponerlos en fundas de 8 kilos herméticamente selladas para su distribución.

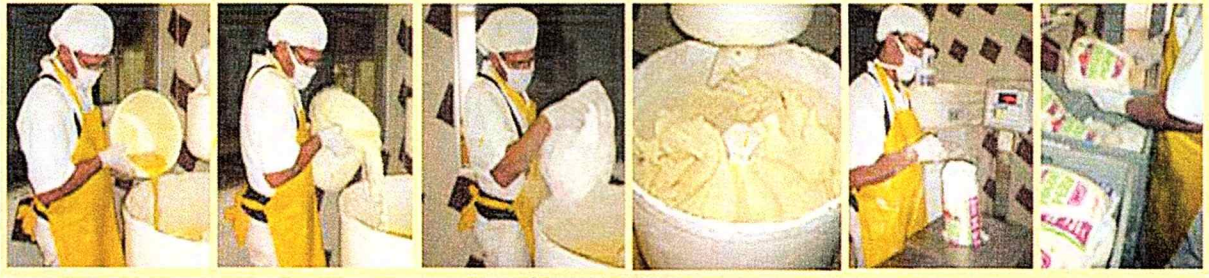
El pan de yuca es un producto muy sano, con un gran sabor y con un costo bajo, por ello se ha convertido en un alimento apetecido por todos los Ecuatorianos.

**Forma de Uso:** La masa deberá descongelarse con 1 día de anticipación y luego debe estar a temperatura ambiente (25°C - 30°C) luego de esto deberá ser amasada totalmente hasta obtener una temperatura indicada. El panadero tiene que amasar y luego pesar 1 libra de masa, para posteriormente dividirla en 20 pedazos; procederá a formar bolitas y debe realizar una prueba de 3 a 4 panes. El horno deberá tener una temperatura de 350° F.

**No debe:** Utilizarse congelada o semi-congelada, porque al introducir las bolitas de pan al horno este se resquebraja y no toma su tamaño normal.

Los procesos industriales son realizados adecuadamente y bajo los parámetros de calidad.





**ANEXO # 3 FOTOS DEL LOCAL**

