



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

**Facultad de Ingeniería Marítima, Ciencias Biológicas,
Oceánicas y Recursos Naturales**

Licenciatura en turismo

**“PROPUESTA DESIGN THINKING PARA MEJORAR LA
EXPERIENCIA DEL SERVICIO DE CATERING DE LA EMPRESA
HERMES”**

INFORME DE PROYECTO INTEGRADOR

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADA EN TURISMO

MARÍA BELÉN BOCCA RODAS

BETTY ALEXANDRA VERA ZAVALA

GUAYAQUIL – ECUADOR

AÑO: 2017



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

**Facultad de Ingeniería Marítima, Ciencias Biológicas,
Oceánicas y Recursos Naturales**

Licenciatura en turismo

**“PROPUESTA DESIGN THINKING PARA MEJORAR LA
EXPERIENCIA DEL SERVICIO DE CATERING DE LA EMPRESA
HERMES”**

INFORME DE PROYECTO INTEGRADOR

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADA EN TURISMO

MARÍA BELÉN BOCCA RODAS

BETTY ALEXANDRA VERA ZAVALA

GUAYAQUIL – ECUADOR

AÑO: 2017

AGRADECIMIENTOS

Agradezco infinitamente a mis padres que han sido mi luz y guía en todo momento, por apoyarme incondicionalmente en toda mi formación académica especialmente en el transcurso de mi carrera universitaria, donde pude valorar realmente todo el esfuerzo que ellos hacen, para siempre darme lo mejor. También a mi hermana mayor María Alejandra Bocca que me ha apoyado en todo el transcurso de elaboración de este proyecto.

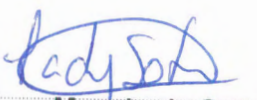
María Belén Bocca Rodas

AGRADECIMIENTOS

Hoy dedico estas cortas líneas, para dar gracias a Dios por ser mi fortaleza día a día y sobre todo a mis padres quienes han sido ejemplo de esfuerzo y trabajo; han sido mi motor para seguir en esta ardua lucha por culminar mi formación académica no me queda más que vivir eternamente agradecida con ustedes; también agradezco a mis hermanos José y Vanessa por su apoyo incondicional ya que de una u otra forma siempre estuvieron presentes, gracias por ser incondicionales en mi vida.


Betty Alexandra Vera Zavala

TRIBUNAL DE EVALUACIÓN



Msc. Lady Soto

DOCENTE TUTOR



Msc. Fanny Manner

COORDINADORA MATER A
INTEGRADORA

DECLARACIÓN EXPRESA

"La responsabilidad y la autoría del contenido de este Trabajo de Titulación, nos corresponde exclusivamente; y damos consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual"



María Belén Bocca Rodas



Betty Alexandra Vera Zavala

Índice General

AGRADECIMIENTOS	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
TRIBUNAL DE EVALUACIÓN	iv
DECLARACIÓN EXPRESA.....	v
RESUMEN EJECUTIVO	ix
CAPITULO 1	2
1. DATOS GENERALES DEL PROYECTO	2
1.1 Antecedentes	2
1.2 Justificación.....	4
1.3 Proyectos relacionados o complementarios	5
1.4 Objetivos del proyecto	8
1.4.1 Objetivo General	8
1.4.2 Objetivo Específico	8
1.5 Tipo de Proyecto	8
1.6 DIAGNÓSTICO Y PROBLEMA.....	8
1.6.1 Descripción de la situación actual del área del proyecto.....	8
1.6.2 Identificación y descripción del problema.....	9
1.6.3 Identificación y caracterización de la población objetivo	10
1.7 Revisión de la literatura.....	10
1.7.1 Marco Conceptual.....	10
Bases Teóricas.....	10
1.7.1.1 Catering:.....	10
1.7.1.2 Calidad de servicio:	11
1.7.1.3 Definición de calidad según diferentes autores:	11
1.7.1.4 Elementos básicos de la calidad de servicio:.....	12
1.7.1.4.1 Atributos de la calidad de la calidad en el servicio.	12
1.7.1.4.2 Satisfacción del cliente:	13
1.7.1.5 Design thinking:.....	14
1.7.1.6 Service Desing.	17
1.8 Metodología de diagnóstico.....	19
CAPITULO 2	20
2. Análisis de oferta y demanda.....	20

2.1 FODA.....	22
2.1.1 Análisis Foda	23
2.2 Áreas del servicio de Catering de la empresa Hermes.....	25
CAPITULO 3	28
3. PROPUESTA DIRIGIDA A LA EMPRESA HERMES.....	28
3.1 Proponer líneas de acción a fin de mejorar la calidad del servicio del establecimiento	29
> 3.1.1 El servicio al cliente	29
3.1.2 Planificación.....	32
3.1.3 Transporte	34
3.1.4 Área de Alimentos y bebidas:	35
3.2 Cronograma valorado de actividades	38
3.3 EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA.....	40
CONCLUSIONES	41
RECOMENDACIONES.....	42
Bibliografía.....	43
ANEXO	45

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Dos Consultores; esquemas metodológicos. (mapa). (n.d). costos de los procesos.....	12
Figura 2. Niveles de Satisfacción del usuario (n.d).....	13
Figura 3. Institute of Design of Stanford (n.d). MINDEST.....	15
Figura 4. Pasos de Design thinking	17
Figura 5. FODA aplicado a la empresa	22
Figura 6. Servicio al cliente	26
Figura 7. Design Thinking aplicado a la Empresa Hermes	28
Figura 8. Enfoque del empresario al cliente	30
Figura 9. Diagrama de Gantt	39

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto es una consultoría que se realizó al Servicio de Catering de la " Empresa Hermes" ubicada en la ciudad de Guayaquil, la misma se constituyó en Julio del 2016, por una familia de emprendedores, la finalidad es elaborar una propuesta para mejorar la experiencia del usuario a través de la herramienta design thinking, esta se aplicará

utilizando cinco sencillos, pero eficientes pasos; para esto, previamente fue necesario detectar varios problemas, percibidos por la empresa y algunos usuarios.

El estudio, inicio aplicando como metodología investigación el sondeo que conllevo a realizar una corta entrevista a usuarios que ya hayan recibido el servicio de la empresa, las respuestas obtenidas determinarían el grado de dificultades que la misma posee en cuanto al servicio y el producto.

Efectivamente se identificó una demanda de clientes insatisfechos, que consideran que las falencias dentro de la empresa son corregibles estableciendo líneas de acción, que aporten a la mejora positiva de la empresa.

No cabe la menor duda que dar un buen servicio es determinante y de hecho es la clave de éxito en ventas, pero aquí radica el problema de la empresa Hermes, puesto que, a pesar de que son atentos con sus clientes, no es suficiente ya que el servicio se lo califica como un todo y no por áreas, dicho esto, se detectan dificultades en la logística y en la presentación final del producto traduciéndose como pérdida importante de clientes quienes no solicitaran sus servicios otra vez en caso de no ejecutar cambios y presentar mejoras.

La propuesta está precisamente direccionada a dar soluciones concretas y de fácil ejecución, por lo tanto, estarán debidamente detalladas especificando el periodo de tiempo en el cual podrán ser ejecutadas.

Para evaluar la propuesta, a futuro se realizarán encuestas a los clientes a fin de verificar los aspectos en los cuales ha mejorado y en los que aún debe mejorar la empresa, para estar en constante renovación de servicios.

También se elaboró un diagrama de Gantt para medir las actividades a corto, mediano y largo plazo y así tener un mejor control.

Finalmente se tiene programado como recomendación realizar un Foda dentro de dos años para analizar cambios dentro de la empresa.

CAPITULO 1

1. DATOS GENERALES DEL PROYECTO

1.1 Antecedentes

El servicio de catering, por definición, es un servicio profesional y especializado que se dedica a la prestación externa del servicio de comida preparada; pero que también puede abastecer de todo lo necesario para la organización de un banquete o una fiesta.

El catering requiere de un proceso detallado para poder brindar un buen servicio, y el mismo comienza con la planificación. Un gerente de banquetes, debe llevar un registro de todas las actividades de producción y servicio cuidando cada detalle sin dejar cabos sueltos dentro de dicha planificación y el menú es el punto de partida. El gerente de banquetes, el chef y el capitán de banquetes, deben reunirse periódicamente, para discutir puntos clave en la programación de cada evento. El previo conocimiento, la cantidad de asistentes al evento, facilita la compra de las cantidades correctas de ingredientes y acompañantes de los platos seleccionados, la programación del personal, el estilo del montaje y servicio, tamaño del salón si es el caso en donde estén ofreciendo un servicio completo y los tiempos requeridos para estas actividades.

Categorías de empresas de catering por el sector en el que operan:

- Con respecto a las empresas de catering encontramos dos divisiones; primero tenemos las empresas según el sector en el que operan donde se encuentran: aéreo, ferrocarriles, buques, e industrial. Por otro lado, se encuentran las empresas según el motivo o razón de aplicación donde están: social y corporativo. (Alberto Melo y David Guambi, 2004).

Es importante mencionar que dentro de las empresas que operan según su servicio está la del servicio de catering aéreo la cual es un ejemplo dentro de este tipo de servicios ya que la misma debe cumplir altos estándares de calidad en la comida que ofrecen, es decir los alimentos no deben ser perecibles, deben tener un proveedor certificado garantizándole a los pasajeros que no tendrán problema alguno durante su viaje.

El catering aéreo en la actualidad es considerado por varias aerolíneas internacionales como una oportunidad que les permite posicionarse en la mente de los viajeros a través del servicio personalizado que brindan; además del minucioso trabajo de verificación de calidad en cada uno de sus productos. Las empresas que brindan este servicio a las diferentes aerolíneas cuentan con infraestructura adecuada cerca o incluso dentro de los aeropuertos. En el caso de Ecuador este tema es desconocido para la mayoría de personas, no existe bibliografía especializada en el tema y además las aerolíneas nacionales no brindan un documento investigativo.

(Aguirre Anangón, Yolanda Marcela (2014). Investigación del servicio de catering aéreo internacional y la influencia nutricional en los turistas nacionales y extranjeros en el aeropuerto internacional mariscal sucre). A pesar de que en los vuelos nacionales no existe un buen servicio de comidas durante los; el catering aéreo no deja de ser un buen ejemplo a seguir para empresas como Hermes que surgen por la necesidad de transmitir ciertas cualidades que creen deben distinguir a una empresa de catering. El nombre Hermes es una referencia al dios griego que trabajaba como mensajero de los dioses y que, a su vez, estaba relacionado con ciertos conceptos de salud. Esas cualidades: agilidad, responsabilidad y salud, son las que se deseó transmite en el momento de elegir el nombre. Esta empresa fue instaurada como una empresa familiar, en la ciudad de Guayaquil dando inicio el mes de junio del año 2016; dándose a conocer en el mercado brindando el servicio a la Escuela Politécnica del Litoral durante la Maestría y entre familiares que requirieron del servicio.

Dentro del negocio de catering, las exigencias son muy altas. Una empresa de catering aéreo debe comprometerse y estar en la capacidad de cumplir con las demandas de cada uno de sus clientes con la más alta calidad y efectividad en sus procesos. Las comidas de los aviones, en general, no deben tener ingredientes que puedan generar reacciones desfavorables en los pasajeros o comidas crudas que denotan un riesgo, así sea mínimo para la salud de los viajeros. Por otro lado, se deben realizar controles altamente efectivos para cada una de las piezas que se cargan en los aviones. Por ejemplo, los carros de servicio son pesados y chequeados cuidadosamente, de manera que no tengan cargas adicionales de contrabando de ningún tipo. (Juan Carlos Pocrull Monteagudo, 2012).

1.2 Justificación

El análisis a la empresa Hermes Catering se realiza con el fin de mejorar la calidad en el servicio que esta ofrece, específicamente en la entrega del producto final que es donde presentan algunas falencias. Como solución a la problemática identificada se ha propuesto utilizar la herramienta de desing thinking que aporta con ideas nuevas que hacen que la empresa se replantee mejorar en todas las áreas en las que sea necesario; ya que uno de los puntos fuertes en el design thinking es que no existe un enfoque correcto debido a que la primera idea que se genere no siempre será la perfecta por ello es preciso experimentar la prueba y error hasta encontrar la solución adecuada; debido que al poner a las personas como punto focal y ver como son su experiencias con un determinado servicio nos puede enseñar mucho más que ver las cifras de ventas del mes anterior.

Al utilizar el design thinking se logrará:

Desarrollar la cultura del prototipo; para generar ideas donde se puedan reunir todas las características principales del producto.

Utilizar el servicio design y sus fases para mejorar la satisfacción del cliente y la eficiencia operacional, respondiendo a preguntas dentro de la empresa de cómo, cuándo y dónde prestar un servicio y así poder crear buenas experiencias en los clientes.

Desarrollar la capacidad para solucionar problemas de manera creativa.

Observar a los clientes, sensibilizar y generar empatía.

Cabe mencionar que el desing thinking es un comportamiento no un departamento dentro de la empresa, en el cual se pueda contemplar las necesidades y deseos de los consumidores.

1.3 Proyectos relacionados o complementarios

- Estado de la cuestión

Resultados principales	Métodos	Autor	Variable	Resumen
Medidas a adoptar de Servicio de catering: <ul style="list-style-type: none"> • Mantener la calidad de los alimentos • Que sea rápido y eficiente 	Bases de datos y Estadísticas	Francisco García, Pedro García, Mario Gil Muela; 2007	Técnicas de servicio y atención al cliente	El desarrollo de habilidades y técnicas en el servicio de restauración es necesario para brindar un servicio eficaz y de calidad, tomando en cuenta todos los elementos que mencionan y que están relacionados con el servicio de catering.
Lograr coincidir necesidades de personas, para traducir lo que significa el valor para el cliente	Análisis de la Herramienta Design thinking	Tim Brown;2008	Design Thinking	Design thinking es una metodología, que se basa esencialmente en la creatividad y la innovación, se realiza mediante la observación directa, se enfoca en lo que las
	Análisis del Servicio de Catering	José Luis Sesmero;2010	Servicio de Catering	

<p>Comprender las funciones claves de un servicio de catering teniendo en cuenta las organizaciones que lo conforman.</p> <p>Logra una retroalimentación, la base para una mejora continua y puede ayudar a identificar las áreas que precisan mejorar en la organización y la determinación de las prioridades. (Juan Carlos Pocerull ,2012)</p>	<p>Investigación cualitativa; Exploratoria, Encuestas y Sondeo Piloto</p>	<p>Juan Carlos Pocerull Monteagudo; 2012</p>	<p>Evaluación de la calidad del servicio en la UEB Cuba Catering de Santa Clara</p>	<p>personas necesitan y quieren en su vida.</p> <p>La actividad del Catering requiere de varios elementos claves, es importante identificarlos y conocer las diferentes áreas y las funciones que desempeñan</p> <p>La medición de la calidad de servicio como parte fundamental para formular estrategias que permitan mejorar el desempeño de la organización y lograr la satisfacción del cliente.</p>
---	---	--	---	---

En estado de la cuestión se ha elaborado una tabla en la cual se podrá encontrar un pequeño resumen acerca de investigaciones anteriores realizadas por entes gubernamentales o educativos y personas expertas en temas relacionados a empresas de catering; los cuales servirán como respaldo y material de apoyo para llevar a cabo la investigación con datos de fuentes confiables.

La primera investigación se trata del desarrollo de habilidades y técnicas en el servicio de restauración que es necesario para brindar un servicio eficaz y de calidad, tomando en cuenta todos los elementos que mencionan y que están relacionados con el servicio de catering, investigación realizada por Francisco García, Pedro García y Mario Gil Muela; en el año 2007 teniendo como variables las técnicas de servicio y atención al cliente; obteniendo como resultado las medidas a adoptar en el servicio de catering; de cómo mantener la calidad de los alimentos y que sea rápido y eficiente en el servicio.

Por otra parte en una investigación realizada por Tim Brown en el año 2008 acerca del Design thinking señala que es una metodología, que se basa esencialmente en la creatividad y la innovación, se realiza mediante la observación directa, se enfoca en lo que las personas necesitan y quieren en su vida, utilizando como método de investigación el análisis de la Herramienta Design thinking, obteniendo como resultado lograr coincidir necesidades de personas, para traducir lo que significa el valor para el cliente.

En otra investigación encontramos la actividad del Catering que requiere de varios elementos claves, donde es importante identificarlos y conocer las diferentes áreas y las funciones que desempeñan, realizada por José Luis Sesmero en el año 2010 teniendo como variable el servicio de Catering y como método investigativo han realizado un análisis del servicio de Catering obteniendo como resultado la comprensión de las funciones claves de un servicio de catering teniendo en cuenta las organizaciones que lo conforman.

La investigación realizada por Juan Carlos Pocerull Monteagudo en el año 2012 busca medición de la calidad de servicio como parte fundamental para formular estrategias que permitan mejorar el desempeño de la organización y lograr la satisfacción del cliente, esta es otra más de las investigaciones que buscan realizar una evaluación de la calidad del servicio en la UEB Cuba Catering de Santa Clara, utilizando un método de Investigación cualitativo; Exploratoria, Encuestas y Sondeo Piloto, obteniendo como resultado una retroalimentación, la base para una mejora continua y puede ayudar a identificar las áreas que precisan mejorar en la organización y la determinación de las prioridades.

En las investigaciones encontradas los autores buscan aportar en el mejoramiento de la calidad del servicio, en tener conocimiento de las diferentes áreas además de las funciones que desempeñan donde se puede observar claramente que una herramienta simple pero eficaz como es el Design thinking pueden ayudar a resolver problemas sencillos mediante un análisis profundo de las falencias para poder convertirlas en fortalezas dentro de cualquier empresa.

1.4 Objetivos del proyecto

1.4.1 Objetivo General

Desarrollar una propuesta a través de Desing Thinking para mejorar las prácticas en el servicio de catering de la empresa Hermes.

1.4.2 Objetivo Específico

1. Diagnosticar las falencias percibidas por los clientes del servicio de catering de la empresa Hermes para fundamentar los cambios de la propuesta.
2. Analizar las áreas de servicio susceptibles de mejora estableciendo soluciones a través de la herramienta desing thinking.
3. Proponer líneas de acción a fin de mejorar la calidad del servicio del establecimiento.

1.5 Tipo de Proyecto

Consultoría al servicio de catering de la Empresa Hermes, sector terciario.

1.6 DIAGNÓSTICO Y PROBLEMA

1.6.1 Descripción de la situación actual del área del proyecto

La empresa de catering Hermes es producto de un emprendimiento familiar que se desarrolla debido a las diferentes habilidades del grupo, pertinentes para el desarrollo del

servicio de alimentación. Se constituyó e inició sus actividades en el mes junio del 2016, por lo tanto, se encuentra en su fase inicial.

1.6.2 Identificación y descripción del problema

El propósito del estudio es identificar las falencias en el servicio que ofrece la empresa de catering, observadas y documentadas a través de entrevistas; a partir de esta información se estableció que la empresa necesita de una planificación que mejore aspectos como:

- Impuntualidad en la entrega del servicio.
- Traslado inapropiado del producto final: El vehículo de transporte no cumple con los requisitos para la actividad, lo que resta calidad, debido a que la comida llega fría y mezclada dentro del envase.
- Porciones: las cantidades servidas no siempre satisfacen a los clientes, lo que impacta negativamente en la imagen y en la aceptación del servicio.
- Déficit en el Servicio de Atención al Cliente: El proceso de comunicación es ineficiente debido a que la información que proporciona quien recepta los pedidos no responde las expectativas del cliente como: dudas, requerimientos inusuales o cambios en el menú.
- Calidad del Producto final: variaciones negativas en la degustación de los alimentos entregados.

Actualmente la empresa desarrolla su actividad en la ciudad de Guayaquil, y para su sostenibilidad y crecimiento es necesario mantener estándares de calidad que fidelice a los clientes y capte nuevos usuarios.

La información de los aspectos a superar en la oferta del servicio de catering se obtuvo a través de entrevistas a los clientes que recibieron el servicio, lo que le da confiabilidad a los datos sobre los cuales se diseñara la propuesta de mejoramiento organizacional.

1.6.3 Identificación y caracterización de la población objetivo

Se ha identificado que la población objetivo para el estudio, son estudiantes de la Espol que se encuentran cursando una Maestría de Marketing, siendo profesionales y algunos profesores de la Espol, ellos hicieron uso del servicio de catering de la Empresa Hermes a la hora del almuerzo aproximadamente por un mes los fines de semana que son los días que no atienden los restaurantes y bares de la Espol después de algunos inconvenientes decidieron desistir del servicio.

1.7 Revisión de la literatura

1.7.1 Marco Conceptual

Bases Teóricas: Servicio de Catering, calidad de servicio, definición de calidad de servicio de acuerdo a diferentes autores (elementos básicos de la calidad del servicio y satisfacción del cliente), Desing Thinking y Service desing.

1.7.1.1 Catering: La palabra "catering" es un vocablo que proviene de la lengua inglesa e indica la acción de brindar servicio de abastecimiento de comidas y bebidas tanto aérea, como terrestre (banquetes, recepciones, escuelas, hospitales, etc.) (Jesús Felipe Gallego, 2008). Por ello, la función de la industria del catering es la de proporcionar alimentos y bebidas en cualquier momento del día o de la noche a personas de todas las edades, razas, creencias y de toda procedencia. (Ronald Kinton, 2000)

“El catering es definido como el servicio que ofrece un determinado tipo de comida de diferentes características. Para ser servido propiamente, el catering debe ser siempre contratado con anterioridad de modo que tanto los clientes como los profesionales del área puedan acordar las opciones de alimentos a servir, la cantidad, el costo y otros alimentos relacionados a la cuestión” Juan Carlos Pocerull, (2012). Evaluación de la calidad del servicio. (Tesis de la UEB Cuba Catering de Santa Clara); del mismo modo, las operaciones de catering se consideran como las funciones y actividades que conllevan a la realización y organización de un evento para su plena y exitosa realización. Y estas pueden ser indirecta o directamente relacionados con los procesos a seguirse pero que por su importancia y efecto en la organización de un evento de catering es imposible echarlo de menos y prestar a cada una de ellas el análisis necesario.

1.7.1.2 Calidad de servicio: “la calidad debe verse traducida en satisfacer las necesidades de los clientes; como consecuencia surge en las organizaciones la importancia de tener calidad en todas las áreas del servicio”. (Carlos Colunga Dávila,1994). La importancia de la calidad se traduce como los beneficios obtenidos a partir de una mejor manera de hacer las cosas; donde buscar la satisfacción de los clientes comprende: la reducción de costos, presencia y permanencia en el mercado y la generación de empleo.

1.7.1.3 Definición de calidad según diferentes autores:

Calidad es conformidad con los requerimientos; estos tienen que estar claramente establecidos para que no haya malentendido; las mediciones deben ser tomadas continuamente para determinar la conformidad; ya que la no conformidad detectada significaría ausencia de calidad, en resumidas palabras, se puede decir que calidad es: “cumplir con los requerimientos que necesita el cliente con un mínimo de errores y defectos”. (Phillip Crosby, 1979). Sin embargo, Conway por su parte plantea que “la calidad se alcanza al desarrollar la fabricación, administración y distribución de productos y servicios que el cliente quiera o necesite a bajo costo”. (Conway, 1988). Teoría que comparte Ishikawa; ya que el plantea que no importa que tan alta es la calidad, pues si el producto tiene un precio alto del recomendable, no podrá generar satisfacción en las expectativas del cliente. No se puede definir calidad sin haber considerado antes el precio; puesto que definiendo la calidad simplemente por su uso, se puede obviar esa dificultad. El

uso esta aparentemente ligado con las necesidades de los clientes, y sugiere conformidad con las características medibles del producto; en otras palabras: "Calidad es aquella que cumple con los requisitos de los consumidores e incluye los costos". (Ishikawa, 1988).



Figura 1. Dos Consultores; esquemas metodológicos. (mapa). (n.d). costos de los procesos.

Recuperado de: La página de Dos Consultores.

1.7.1.4 Elementos básicos de la calidad de servicio:

1.7.1.4.1 Atributos de la calidad de la calidad en el servicio.

Los atributos son los componentes del servicio que el cliente recibe, percibe y valora. También se debe investigar y determinar los diferentes grados de importancia que los clientes asignan a la satisfacción o insatisfacción de cada uno de ellos. (Johanna Vanessa Ordeñana Chávez, Jessy Stalony Rodríguez Ayala. (2013).

Entre los principales atributos de calidad de servicio están los siguientes:

- **Disponibilidad:** si están con predisposición las 24 horas del día los 365 días del año.
- **Accesibilidad:** el grado con que los clientes consiguen contactar a la empresa.
- **Cortesía:** si la empresa presenta un comportamiento cortés y formal.
- **Agilidad:** si atiende en un periodo de tiempo justo a sus clientes.

- **Confianza:** habilidades para prestar el servicio prometido de forma precisa y confiable.
- **Competencia:** el grado de conocimientos necesarios para prestar el servicio.
- **Comunicabilidad:** el grado con que el proveedor se comunica con sus clientes; a través de un lenguaje simple.

1.7.1.4.2 Satisfacción del cliente: Desde el punto de vista del usuario, la satisfacción de sus necesidades es la medida de eficacia en el servicio por excelencia. La opinión de los usuarios sobre la satisfacción o insatisfacción, deriva directamente de la calidad de un servicio. Además, se debe reconocer que la prestación del servicio está implícita en la satisfacción del usuario, estamos dando un valor subjetivo al propio concepto de satisfacción y a la relación servicio-usuario. En otras palabras, nunca será un servicio de calidad si el usuario no lo percibe así. Igualmente, hay que tener presente que el "standard" de servicio será diferente para cada usuario, y estará en función de sus expectativas. (Universidad de Barcelona; Carina Rey Martin,2000)

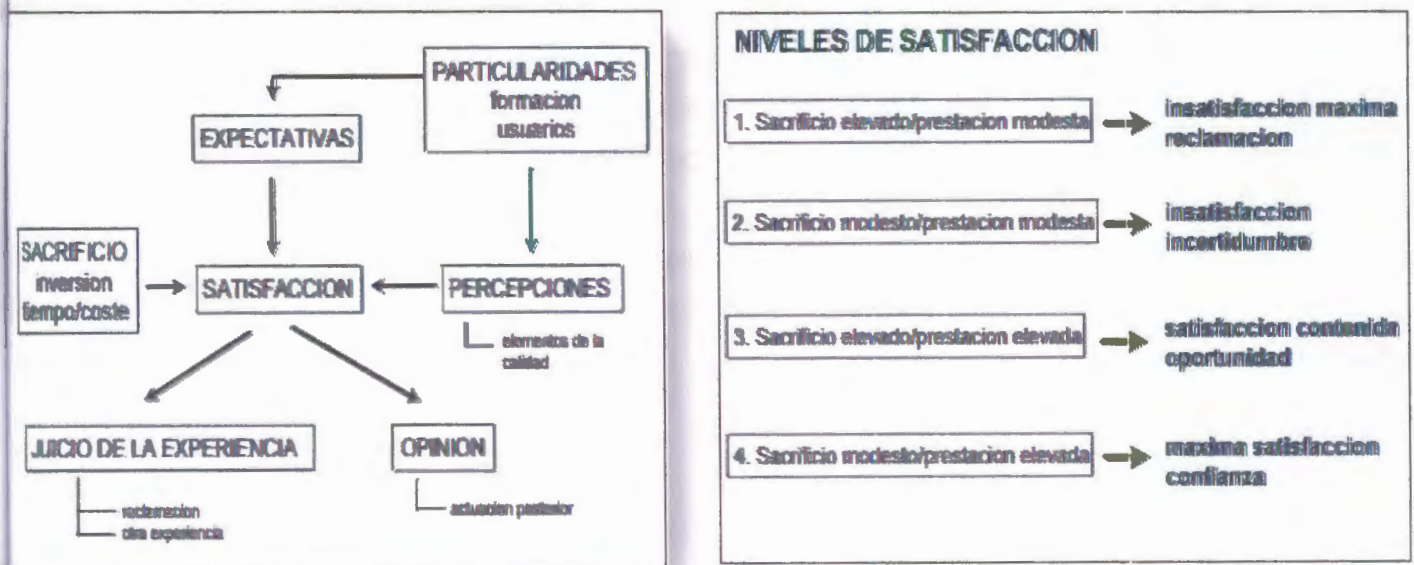


Figura 2. Niveles de Satisfacción del usuario (n.d).

Recuperado de: Revistas científicas de la Universidad de Murcia.

1.7.1.5 Design thinking:

Según un estudio de la Universidad de Stanford; California EEUU, (2008); el desing thinking más allá de ser una metodología es una herramienta que sirve para generar ideas innovadoras que centra su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales de los usuarios. El significado de este término proviene de la forma en la que trabajan los diseñadores de productos. De ahí su nombre, que en español se traduce de forma literal como "Pensamiento de diseño". El Desing Thinking se empezó a desarrollar de forma teórica a partir de los años 70; y la primera aplicabilidad con fines lucrativos la llevo a cabo la consultoría de diseño IDEO, siendo hoy en día la principal precursora. Design Thinking.

"El Design Thinking es una disciplina que usa la sensibilidad y métodos de los diseñadores para hacer coincidir las necesidades de las personas con lo que es tecnológicamente factible y con lo que unas estrategias viables de negociación pueden convertir en valor para el cliente, así como en una gran oportunidad para el mercado" (Tim Brown, Chief Executive Officer CEO; de IDEO). Por otra parte, para el socio de IDEO, Tom Kelley el design thinking es, "una mezcla de humanidad y de tecnología". Como declara en una entrevista a El Mundo: "Cuando pones en contacto a personas de diferentes partes de la economía o de la vida pública, una cosa en la que coinciden es en que son humanos. Si realizas una aproximación con sentido humano al negocio, a la política, al arte, cualquiera apoyará ese punto de vista o esa filosofía. Ese es el terreno común que nosotros fomentamos". Kelley también alerta: "La innovación a largo plazo no es cara, lo que es caro es ser mediocre". Y remacha que su modelo "es para optimistas".

El MINDEST, el cual está relacionado con el Design Thinking y muestra las premisas del proceso creativo



Figura 3. Institute of Design of Stanford (n.d). MINDEST

Recuperado de:

Página oficial de la Universidad de Stanford, 2008.

Además, el “Desing Thinking” cuenta con cinco pasos elementales durante su proceso de diseño:

- **Empatizar**

Es importante recordar que para innovar y crear cosas que sean significativas necesitas conocer a tus usuarios.

- **Definir**

Definir el problema adecuado para poder crear la solución correcta.

- **Idear**

Es necesario crear la mayor cantidad de ideas e ir descartando las que no sean tan relevantes.

- **Prototipar**

Generar ideas; construir para pensar y evaluar para aprender.

- **Evaluar**

Este paso te da la oportunidad de aprender de los usuarios para poder mejorar y dar posibles soluciones.

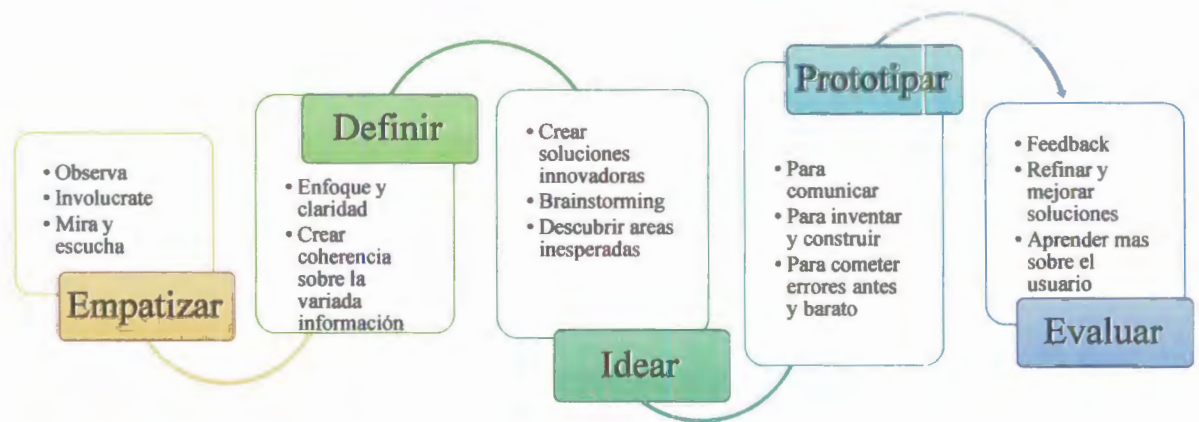


Figura 4. Pasos de Design thinking

Fuente: Elaboración propia

1.7.1.6 Service Desing.

El "Service design" pone a disposición un número nada despreciable de herramientas para entender cómo es la relación con el usuario del servicio, la evolución de la experiencia del cliente a lo largo de la interacción con la organización y cómo se pretende dar respuesta a los problemas identificados en la misma y, sobre todo, como diseñar de una forma estructurada y razonablemente predecible. Es un sutil pero importante cambio de filosofía: la base del proceso, y donde entraña su poder, es pasar de diseñar el servicio desde el punto de la Empresa, basado muchas veces en suposiciones, para hacer un diseño de

servicio centrado en el usuario, entendiendo e integrando su comportamiento, necesidades y motivaciones además de la coreografía de procesos que componen el servicio, entendiéndolos como un todo. (Javier Megias, 2011).

Por otra parte, la experiencia del cliente tiene que ver con las emociones, con cómo se siente el cliente cuando interactúa con nuestra organización (y el proceso es largo, empieza mucho antes de que lleve a cambio la adquisición de nuestros productos o servicios).

La experiencia de cliente es algo deliberado, que debe ser analizado, planificado y diseñado por la organización acorde a los parámetros correctos y alineado con sus valores y oferta.

Según (Fred Reichheld, 2003) creador de una métrica, el Net Promoter Score (*NPS, herramienta de gestión que puede usarse para medir la lealtad de las relaciones con los clientes de una empresa. Sirve como una alternativa a la investigación de satisfacción del cliente tradicional y afirma que se correlaciona con el crecimiento de los ingresos.*); permite medir la experiencia del cliente de una forma muy sencilla, ya que se basa en la respuesta a la siguiente pregunta:

“En una escala del 0 al 10, ¿recomendaría usted (esta marca) a un familiar o a un amigo cercano?”

Esta métrica permite identificar de forma temprana a:

Detractores: Puntuaciones de 1 a 6

Pasivos: Puntuaciones de 7 a 8

Promotores: Puntuaciones de 9 a 10

Este indicador puede ser enlazado con aspectos tales como el crecimiento en ventas o margen de productos y servicios, y habitualmente tienen una correlación clara o directa con la retención del cliente y su fidelidad (de hecho, se considera prácticamente inexpugnables para la competencia clientes con NPS (Net Promoter Score) superior a 8).

1.8 Metodología de diagnóstico

Diagnosticar las falencias percibidas por los clientes del servicio de catering de la empresa Hermes para fundamentar los cambios de la propuesta.

El método de investigación utilizado corresponde al sondeo debido a que necesitamos conocer la opinión o criterio de las personas que han recibido este servicio mediante un breve cuestionario de preguntas; la investigación es netamente de carácter cualitativa y exploratoria. Por eso requiere de un análisis que responda la problemática que se busca resolver y a través de una entrevista realizada a las personas que han recibido el servicio de comida de la empresa Hermes catering poder realizar una propuesta que aporte al mejoramiento de su servicio.

Los resultados que se van a adquirir en el sondeo, aportará a la obtención de diversas opiniones de un determinado grupo de personas que se llevará a cabo a través preguntas claras y cortas.

Preguntas del sondeo a realizar a los clientes de la empresa Hermes:

1. ¿Qué falencias encuentra con respecto al servicio que ofrece la Empresa Hermes?
2. ¿En qué aspectos debería mejorar el servicio de la empresa Hermes?
3. ¿Qué falencias encuentra con respecto al producto que ofrece la Empresa Hermes(comida)?
4. ¿En qué aspectos debería mejorar el producto de esta empresa?
5. ¿Volvería a utilizar los servicios de Hermes?
6. ¿Se encuentra satisfecho con la calidad del producto y servicio?
7. ¿Recomendaría esta empresa a otras personas?

CAPITULO 2

2. ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA

La entrevista fue dirigida a profesores de la maestría de la Universidad de la Escuela Politécnica de Litoral (ESPOL), quienes expusieron algunos pro y contra con respecto al producto y servicio de la empresa Hermes. Algunos de ellos alegaron que recibieron el servicio de dicha empresa en dos ocasiones, donde la primera vez que presentaron su producto lo calificaron como muy bueno e incluso su atención al cliente fue excelente, el personal encargado era muy amable.

La segunda oportunidad que se requirió del servicio solo prevaleció la buena atención en cuanto a la amabilidad al momento de atender alguna inquietud de sus clientes, no siendo así; en el producto, allí presentaron algunas inconsistencias que fueron explicadas al detalle, una de las primeras cosas que se criticaron con respecto al producto fue la impuntualidad, debido a esto la comida llegaba fría, y en ocasiones también cruda, el sabor de la comida no es consistente; para ello recomendaron cuidar la cantidad de sal, azúcar y demás condimentos para lograr estandarizar la calidad de los mismos, cuidar la cantidad de los alimentos servidos dado que las proporciones por plato varían, los alimentos también llegan mezclados además que hacían hincapié que aunque los recipientes en los cuales se llevaban servidos los alimentos estaban bien, el medio de transporte, no era el adecuado para el traslado de la comida, ya que lo realizaban en un auto, en resumidas palabras consideran que los errores residen en el producto más que en el servicio, por lo tanto dejaron claro que aunque no quedaron muy satisfechos, si volverían a requerir de su asistencia aunque actualmente no los recomendarían hasta que realicen una modificación para mejorar tanto en el producto como en el servicio.

En otros comentarios hacen referencia que es un servicio normal, que podrían encontrar en cualquier otro proveedor de servicio de catering, y que en cuanto al tema de los alimentos deberían mejorar su sazón. Por otra parte, el personal que trabaja en el área de la distribución del servicio deben ser más organizados entre ellos, dado que llegan a un punto en que el cliente es el que debe estar organizando; en otras palabras, deben contar ya, con algunos parámetros previo al evento. Todos estos factores negativos encontrados tanto en

el producto como en el servicio, se presta para ser un blanco a comparar con otras empresas que al igual que ellos no llevan mucho tiempo en el mercado, pero se recalca que si utilizan ciertos estándares de calidad que deja bien vista la imagen de su empresa.

Aunque los comentarios estaban divididos resaltaron que volverían a utilizar su servicio, en caso de que realizaran una degustación donde muestren una mejora en el servicio que están ofreciendo. Sin embargo no todo fue negativo en los comentarios y señalaron que les parecía muy bueno que chicos jóvenes hayan emprendido ya que están contribuyendo al desarrollo del país además que las falencias que presentan no las tienen siempre; y que si se pueden identificar algunos puntos fuertes en la empresa como es el tema del uniforme que muestra ese lado de la higiene que se debe tener al momento de presentarse ante el cliente; pero de cualquier forma se debe tener en cuenta que en este y en cualquier otro tipo de negocios se debe ser consistente con la calidad ya que de eso depende el despegue de un futuro prometedor para el crecimiento de una empresa, se puede concluir que a pesar, de todas las dificultades que presentan tanto en el producto como en el servicio, tienen la oportunidad de mejorar; dado que gracias a las críticas expuestas por personas que recibieron sus servicios podrán convertirlas en una oportunidad para, renovar e innovar de acuerdo a las exigencias del mercado que cada vez se convierte más dinámico.

2.1 FODA



Figura 5. FODA aplicado a la empresa

Fuente: Elaboración propia

2.1.1 Análisis Foda

Fortaleza

La empresa Hermes Catering nace como el desarrollo de un emprendimiento de jóvenes que aportan al desarrollo del país, han demostrado su predisposición y actitud positiva de seguir adelante, han creado su propio distintivo, que lo diferencia de la competencia como es el logo oficial, la importancia de incorporar todos los elementos en una sola imagen.

Demostrar una buena presentación del personal en todo momento, y específicamente al momento de la entrega, da una buena imagen, que se basa en factores muy específicos como: el vestuario, la personalidad, el carisma, actitud y confianza.

Oportunidades

En Guayaquil existen muchas empresas que solicitan el servicio de catering de lunes a viernes a la hora del almuerzo, debido a la comodidad que este presta, pero es necesario buscar alianzas estratégicas donde se logre fidelizar hacia una nueva cartera de clientes.

Aprovechar los alimentos como: Frutos y vegetales que nos ofrece cada estación del año para minimizar costos.

Actualmente las redes sociales son herramientas necesarias y claves para dar a conocer marcas, servicios que se ofrecen, y contactarse con la empresa por estos medios para solicitar sus servicios y esperar una respuesta inmediata.

La utilización de nuevos métodos que ayudan a la organización de las actividades, y Menús.

Tomar en cuenta las personas que tienen otros hábitos alimenticios como: dieta, vegetarianos, alérgicos, debido que este mercado no se encuentra bien atendido en Guayaquil.

Debilidades

La ausencia en las redes sociales, promoción y publicidad de la Empresa, da ventaja para sus competidores.

La falta de técnicas en el personal de cocina es demostrada en la calidad del producto y criticada por algunos de los usuarios, es elemental mejorar en este aspecto que afecta a las bases del servicio de catering, así mismo debido al poco tiempo que tienen en el mercado la insuficiente experiencia, se demuestra en el tiempo que demoran en llegar al destino en este caso : impuntualidad y en la gestión de entrega de los envases con los almuerzos, debido que se demoran un determinado tiempo en revisar y entregar el pedido respectivo de cada cliente.

Amenazas

En nuestro país actualmente se desarrolla un proceso de elecciones presidenciales, creando incertidumbre en los cambios que ocurran más adelante en la situación económica.

Empresas de catering especializadas en un sector específico de la demanda (diabéticos, vegetarianos, etc.)

El alza de los precios de los alimentos en general (precio de la libra de papa, carne, etc.)

Fuerza del marketing de los competidores.

2.2 Áreas del servicio de Catering de la empresa Hermes

Analizar las áreas de servicio susceptibles de mejora estableciendo soluciones a través de la herramienta desing thinking.

Área:

➤ Servicio al cliente:

Una función estratégica que contiene un conjunto de elementos, detalles y actores claves como; persona que recepta los pedidos, personal encargado de la logística, mesero, el costo del servicio, la originalidad del menú y cantidades a servir, todo conforma parte de ofrecer un buen servicio y mejorar, debido que una persona que solicita el servicio de catering para un evento, analiza todo esto.

Además de todo lo mencionado, hay ciertos aspectos que deben ser cuidados exclusivamente por el servicio al cliente de catering como:

Contacto inicial: Se debe dar una primera impresión de la atención que le prestan al cliente en cuanto rapidez de respuesta, disponibilidad de tiempo.

Es necesario mejorar la comunicación entre el futuro cliente y la empresa Hermes que actualmente atienden pedidos vía telefónica, tienen una página en la red social Facebook que no está actualizada ni en uso, hoy en día la tecnología, las redes sociales es parte de nuestro diario vivir, fácil, accesibilidad de contactar con el cliente y al mismo tiempo promocionar y ofrecer su producto.

Asesoramiento: La empatía y cordialidad en la comunicación con el cliente es necesario en el momento ofrecerle diferentes opciones a elegir al cliente asesorarlo según sus necesidades o preferencias, en ocasiones cuando son vegetarianos o alérgicos

Entrega de producto final: Serviciales, con los mejores ánimos y actitud, impecables en su vestimenta, pero más que eso también es necesario mencionar la calidad, presentación del producto final, en este caso es la comida (almuerzo).

Luego de haber culminado el servicio preguntar al cliente que tan satisfecho quedó con el servicio que se brindó para poder tomar en cuenta las recomendaciones y sugerencias y poder tener una retroalimentación constante de esta manera mantener una estándar de calidad.

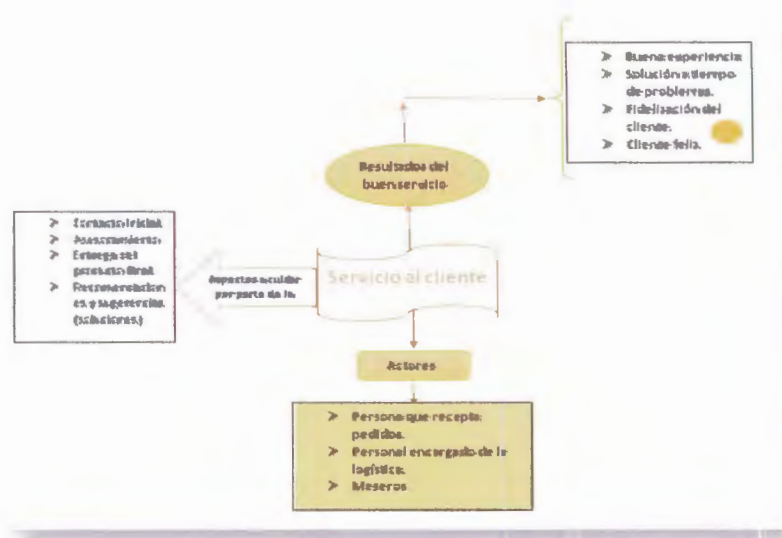


Figura 6. Servicio al cliente

Fuente: investigación propia.

- **Planificación:** Coordinar y organizar con tiempo los pedidos, la preparación de los alimentos, deben ser recién preparados y fresco y al mismo tiempo debe llegar caliente al usuario y ser puntual en la entrega
- **Transportación:** Se debe utilizar un vehículo acondicionado para esta actividad, el traslado de los alimentos es un proceso con el que se debe tener cuidado dado que eso garantiza que el producto final llegue en perfectas condiciones.

- **Área de Alimentos y bebidas:** Se identifica esta área como clave y de gran importancia, aquí es donde se desarrolla la producción de los alimentos, requiere de personal capacitado y políticas de trabajo, para realizar los diferentes menús que ofrece diariamente la empresa, es necesario tener en cuenta los pequeños detalles tanto en sabor, cantidades y presentación del producto final, es lo que el cliente va a tomar en cuenta la próxima vez que pida este servicio, aquí también deben tomarse en cuenta las consideraciones específicas de los clientes ya sea de índole dietético o religioso. Las medidas de ingredientes también es un factor clave debido que debe quedar al punto en sabor en cuanto al uso de condimentos e cada menú.

CAPITULO 3

3. PROPUESTA DIRIGIDA A LA EMPRESA HERMES

Se muestra de forma grafica como han sido aplicados los cinco pasos del design thinking a la empresa Hermes, donde se podra encontrar una breve explicación que aportará a conocimientos previos de las falencias que esta presenta.



Figura 7. Design Thinking aplicado a la Empresa Hermes

Fuente: Investigación propia.

3.1 Proponer líneas de acción a fin de mejorar la calidad del servicio del establecimiento

Propuesta para mejorar la calidad del servicio de la empresa Hermes.

Con la finalidad de mejorar la calidad del servicio en la empresa Hermes se ha planteado proponer líneas de acción que se perciban como una guía relacionada al campo del servicio que puedan implementarse en la empresa para renovar su oferta en el mercado.

Los problemas que presenta la empresa Hermes están direccionados netamente en el servicio y el producto, por tal motivo es inevitable evadir el inconveniente que presentan.

Como puntos a mejorar tenemos:

➤ 3.1.1 El servicio al cliente

La empresa debe entender las necesidades y gustos de los clientes, no se debe dejar ningún detalle por fuera, puesto que el método que utilicen para atenderlos determinara que esa persona que contrato sus servicios se convierta en un cliente fiel; el reto es posicionarse en el mercado como una empresa fuerte, estable y quedarse en la mente de sus clientes como la primera opción para cubrir cualquier tipo de evento.



Figura 8. Enfoque del empresario al cliente

Fuente: investigación propia.

El procedimiento correcto que deben seguir las empresas para mantener la calidad del servicio que ofrecen a usuarios y clientes.

Para la resolución a este problema se plantea lo que se debería de hacer según cada área:

1.- Contar con un abanico de opciones en el menú, esto implica:

- Especificar las porciones por plato.
- Tipo de comida según el evento, es decir, si es un evento social, corporativo, seminario, exposiciones, ferias, etc.
- Brindar degustaciones, para mostrar los nuevos productos.
- Ofrecerles a los clientes un menú versátil, donde los alimentos contrasten en color, sabor, textura, consistencia y métodos de preparación, recordando siempre

mantener la armonía en la distribución de los alimentos en el plato para una buena degustación.

- Ofrecerles la opción de poder fusionar alimentos, con la finalidad de salirse un poco de lo cotidiano, además de tomar en cuenta la época del año para ofrecer alimentos de temporada.
- Presentación de los servicios; si es tipo buffet, plato servido, tipo cóctel, coffee break, brunch, lunch y otras (desayunos de trabajo, aperitivos, etc.).
- Establecer costos, desde el más económico de los servicios hasta el más caro; cabe mencionar que nunca se tendrá un valor fijo para cada tipo de evento; ya que el precio varía de acuerdo a los requerimientos de cada cliente, sin embargo, si se puede establecer un precio de referencia.

Un menú ideal es diseñado a partir de la buena elección de los alimentos y teniendo en cuenta el gusto de los clientes. Cuidar estos aspectos ayuda al organizador de eventos a tener una mejor logística, y así evitar comidas demasiado ligeras o demasiado pesadas.

- Ampliar canales de contacto, y llegar a los clientes a través de las redes sociales como: Facebook e Instagram, dado que son de gran ayuda al momento de promocionar sus servicios.
- Ofrecer un menú variado al cliente, siendo estos dietéticos, saludables o normales.
- Newsletter, herramienta donde a través del correo electrónico se enviará información detallada donde constará con el logo de la empresa y el menú semanal.
- Branding: Hermes Catering deberá mostrar el logo de su empresa en el uniforme, en las servilletas, en el vehículo donde transportan los alimentos; esto se implementará con la finalidad de promocionar en todo momento sus servicios, además de posicionar su marca, ya que esto se traduce como la suma y valor total de la empresa.
- Mantener la comunicación: para garantizar una relación a largo plazo con el cliente, es necesario la comunicación, seguimiento y retroalimentación de este mediante un buzón de sugerencias además de enviar una encuesta vía correo electrónico, para conocer los puntos débiles a fin de utilizar esta información y encaminarla a mejorar cada día el servicio.

Crear soluciones: darle al cliente la oportunidad de expresar su malestar; no tomarlo como un error sin solución, demostrar preocupación por ayudarlo, el cliente siempre tiene la razón; ofrecerle un descuento en su factura, o algún aperitivo (no es un compromiso seguir este procedimiento, pero si sería una buena opción como disculpa); cabe recordar una frase que dice: "un cliente feliz se lo dirá a una o dos personas, y uno infeliz se lo hará saber a 10 persona".

3.1.2 Planificación

Seguir estos pasos serán determinantes dentro de la empresa para poder tener una mejor logística y a la vez brindar a los clientes comodidad para poder realizar sus pedidos y así asegurar una mejor organización al momento de entrega del mismo.

Planificar es importante, dado que ayuda en todo momento a tener una buena organización, a trazar objetivos y a cumplir metas. Esto conlleva a regirse a un orden y cumplir una serie de pasos, que posteriormente permitirá ejecutar planes de forma directa.

Esta propuesta sugiere llevar un canal de comunicación ordenado con los usuarios, la estructura en el proceso de tomar su pedido como el momento de la entrega del mismo, son cruciales para tener éxito.

Primero se establecerá un formato, en donde se detallará información relevante a la empresa y su servicio, que a la vez sea de fácil entendimiento al momento de pedir el menú. Se procederá a enviar un correo masivo a través del Newsletter, allí los usuarios encontrarán:

- Número telefónico
- Dirección de sus instalaciones
- Horarios de respuestas a correos
- Menú
- Instrucciones de cómo escoger su menú.

Los usuarios podrán planificar su pedido con tres días de antelación, es decir; que el correo masivo llegará los viernes de cada semana indicándoles el nuevo menú, así se evitarán

errores al tomar el pedido, se ahorrará tiempo y se tendrá mejor logística al momento de entregar el mismo.

Se darán dos opciones en el menú, uno dietético y el otro un menú normal.

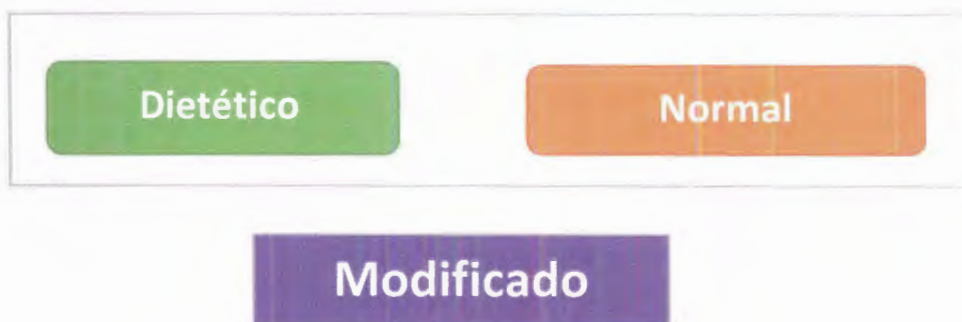
¿Porque sugerir un menú dietético?

El menú dietético se lo sugiere como una alternativa, para aquellos clientes que desean algo diferente a lo cotidiano, o que sencillamente no desean el menú normal porque son vegetarianos; en muchas ocasiones suele suceder que no existe variedad en el menú; dado el caso se ven obligados a no contratar los servicios de la empresa por no tener diversidad y eso se ve reflejado como pérdida de clientes.

- Para programar el menú dietético se considerarán los alimentos a usar, variedad estacional de alimentos como: (verduras, proteínas y frutas), la calidad de los alimentos, las raciones; además dar garantía de la variedad en la dieta incluyendo alimentos distintos por semana, teniendo en cuenta ingredientes principales que aporten a la ingesta energética necesaria para el cuerpo. Cabe mencionar que este tipo de menú está sujeto a modificaciones.
- El menú normal, se centrará en ser variado, equilibrado y completo. Este será un tipo de menú cíclico partido, es decir; se ofrece a los clientes que desean variedad, pero sin dejar de recibir con frecuencia los alimentos o preparaciones favoritas.

Para mejorar la logística al momento de entregar el pedido, se les asignarán etiquetas a los envases. La etiqueta contara con un color que especificara el tipo de menú; es decir, si es dietético o normal. El menú modificado hace referencia al menú normal, pero con ciertos cambios en la proteína o en los vegetales que este lleve.

Ejemplo:



Los envases serán de color blanco, puesto que siempre se debe mantener la armonía en los platos, y el tono blanco en los envases ayudan a que se visualicen mejor los colores de los alimentos servidos; además, los envases deberán cumplir con las normas de higiene alimentaria.

3.1.3 Transporte

En el país, los alimentos por lo general se trasladan en camiones, camionetas o incluso en autos de una manera totalmente antigénica; este es uno de los aspectos que se puede mejorar en el transporte para que no influya en la sanidad.

Se recomienda a la empresa la compra de un vehículo para esta actividad, dado que así se podrán llevar los alimentos de mejor manera cuidando la higiene de los mismos.

El vehículo que utilice la empresa deberá ser apto para el traslado de alimentos y en base a los siguientes lineamientos deberán encaminar sus esfuerzos para mejorar el servicio:

- La parte interna del vehículo deberá ser de material inoxidable y que pueda mantenerse convenientemente cerrado para evitar contaminaciones, además de contar con contenedores independientes, a fin de separar los productos que se estén trasladando. Este tipo de vehículos destinados a transportar alimentos deberá garantizar que la comida llegue en buen estado a su destino final.

- Adicionalmente la empresa deberá contar con una ficha técnica, la cual tendrá por contenido todas las especificaciones técnicas de un producto en un documento interno, donde se recogerá información básica con datos claves de la misma.

- Las fichas técnicas serán usadas internamente, las mismas servirán como soporte para clasificarlos como producto conforme o producto no conforme.

Es importante especificar bien los datos que reflejara la ficha, ya que; será la que calificara el producto para bien o para mal; deben ser datos que den prueba de veracidad ya que se está tratando de un producto alimenticio seguro.

La ficha especificará datos relevantes tales como:

- Nombre del producto
- El peso
- Ingredientes, (importante mencionar aquellos componentes alérgenos).
- El vehículo deberá llevar impreso el logo de la empresa en la parte externa, como un método de promoción (branding).

3.1.4 Área de Alimentos y bebidas:

- Se debería obtener la Certificación Iso 9001
- Para garantizar la calidad y salubridad de los alimentos que el establecimiento ofrece, es importante poder obtener la Certificación Iso 9001, para estandarizar los procesos de los servicios que se ofrecen, y una mejora continua, con esto se obtendrá
 - Ventaja competitiva
 - Satisfacción del cliente
 - Ventaja competitiva
 - Reputación de su organización
- Realizar capacitaciones al personal de cocina

Los cocineros deberían recibir capacitaciones sobre temas de interés y desarrollo de técnicas innovadoras en la cocina, una vez cada seis meses durante cuatro años de tres horas para mantenerse en la vanguardia.

Temas :

- Sanidad e Higiene de la cocina
- -Manipulación de Alimentos
- -Equivalencias y medidas Culinarias
- -Buenas Prácticas de Manufactura
- -Cocción de vegetales
- -Cocción de proteínas
- -Tendencias
- -Repostería básica
- -Presentación y montaje de platos

Los objetivos de las capacitaciones

- Aumentar la calidad y productividad de trabajo
 - Eliminar la desconfianza a la ignorancia individual o incompetencia
 - Mejorar la comunicación entre los individuos
 - Convierte en una empresa de calidad y organizada entre los trabajadores
 - Ampliar los conocimientos indiferentemente del cargo que tenga
- Se sugiere establecer un recetario con diferentes opciones de menú de la empresa Hermes que sea utilizada como guía para los cocineros, donde indiquen las cantidades precisas de ingredientes y los procesos de preparación a seguir, equilibrar la relación entre número de clientes y alimentos y costo, sirva al momento de preparar para la ayuda de los cocineros de esta manera garantizar el éxito del producto final.

PROPUESTA			
	Corto (3 meses)	Mediano (1 año)	Largo (4 años)
Servicio al cliente	<p>Objetivo: Obtener mejor comunicación constante con los clientes a través del uso de redes sociales , correo y tomar en cuenta la opinion de los usuarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ampliar canales de comunicacion, y a través de las redes sociales como: Facebook e Instagram. •Receptar sugerencias y realizar encuestas para hacer una retroalimentación. 	<p>Objetivo: Ampliar las opciones de menu para que los usuarios puedan elegir según su gustos y preferencias.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer un menú diverso, siendo estos dietéticos, saludables o normales. 	<p>Objetivo: Lograr extender el portafolio de servicio a ofrecer .</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentación de los servicios para eventos ; si es tipo buffet, plato servido, tipo cóctel, coffe break, brunch, lunch y otras (desayunos de trabajo, aperitivos, etc.).
Planificación	<p>Objetivo: Organizar por medio de métodos eficientes los pedidos y el instante de la entrega y distribución del producto.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Newsletter, herramienta donde a través del correo electrónico se enviará información y el menú semanal. •Para indentificar los envases tendra una etiqueta que contara con colores que especificara el tipo de menú; es decir, si es dietético o normal. 		
Transporte		<p>Objetivo: obtener informacion básica que servirá como soporte para clasificarlos como producto conforme o no conforme.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Contar con una ficha donde se encuentren las especificaciones técnicas del producto final. 	<p>Objetivo: Evitar contaminaciones, además de contar con contenedores independientes, a fin de separar los productos que se estén trasladando.</p> <ul style="list-style-type: none"> •El vehiculo debe ser específicamente el traslado de alimentos. La parte interna del vehiculo deberá ser de material inoxidable y que pueda mantenerse convenientemente cerrado.
Alimentos y bebidas	<p>Objetivo : Ampliar los conocimientos indiferentemente del cargo que tenga</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones sobre temas de interés y desarrollo de técnicas innovadoras en la cocina, una vez cada seis meses , tres horas, durante cuatro años 	<p>Objetivo : Mantener y estandarizar la calidad del producto final y que sirva de guía para el cocinero.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Establecer un recetario con diferentes opciones de menú de la empresa Hermes que sea utilizada como guía para los cocineros 	<p>Objetivo : Garantizar la calidad y salubridad de los alimentos que el establecimiento ofrece, para estandarizar los procesos de los servicios que se ofrecen, y una mejora continua.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Obtener ISO 9001.

3.2 Cronograma valorado de actividades

Actividades servicio al cliente.

- A. Crear páginas en redes sociales para difusión y retroalimentación del servicio ofrecido.
- B. Diversificación del menú a ofrecer.
- C. Creación de servicios de eventos.

Actividades de planificación.

- D. Creación de herramienta Newsletter.
- E. Creación de etiquetas para identificación de envases.

Actividades de transporte.

- F. Compra y adecuación del vehículo de la empresa.
- G. Crear una ficha donde se encuentren las especificaciones técnicas del producto final.

Actividades de alimentos y bebidas.

- H. Obtener ISO 9001.
- I. Capacitaciones al personal de la empresa
- J. Crear un recetario con diferentes opciones de menú de la empresa Hermes que sea utilizada como guía para los cocineros.

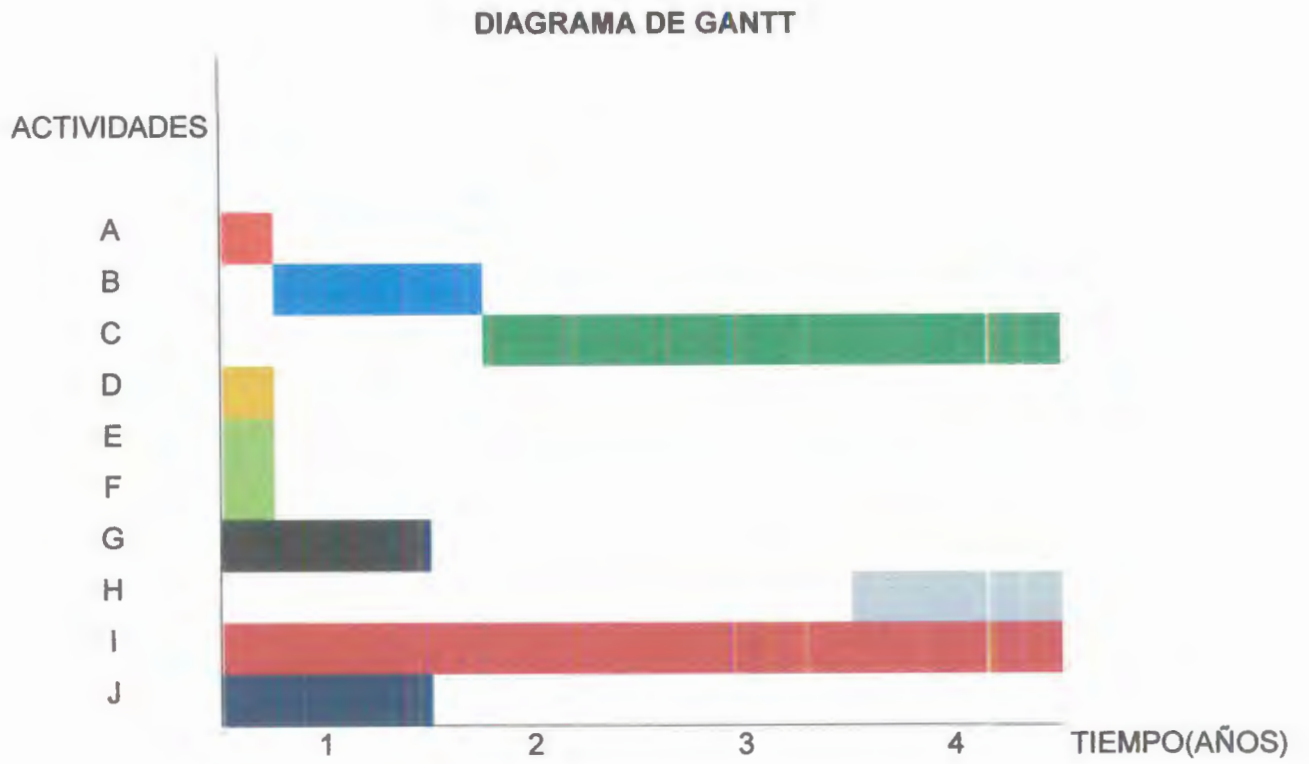


Figura 9. Diagrama de Gantt

Fuente: Elaboración propia

3.3 EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA

- Todas estas actividades serán evaluadas por el cliente mediante la distribución de encuestas donde estos expresarán sus sugerencias y comentarios los cuales se analizarán para saber en qué puntos se está fallando y poder mejorarlos de la mejor manera.
- Mediante el uso del diagrama de Gantt para llevar un control de las actividades del proyecto.
- En el caso de las capacitaciones al personal, se los evaluara mediante ejercicios prácticos y teóricos.
- Realizar un análisis Foda en el año dos, para verificar los aspectos en que la empresa ha mejorado.

CONCLUSIONES

- Estudiar a esta empresa aportó a tener una perspectiva amplia y concisa acerca de cómo se debe llevar el manejo de una empresa de catering, puesto que esta, presenta dificultades internamente tanto en su logística como en la presentación final del producto y eso conlleva a que se planifique de mejor manera los emprendimientos y a tomar en cuenta siempre la opinión del cliente y estar dispuesto a aceptar mejoras.
- Al inicio de la investigación fue difícil contactarse con la empresa sin embargo el mayor reto fue conversar con los dueños y exponerles la propuesta dirigida a Hermes Catering acerca de mejorar la experiencia de los clientes, pero sin que lo tomen como una injuria con respecto al servicio que ellos ofrecen.
- La herramienta design thinking, invita al lector a realizar un análisis profundo al problema que se desea resolver; y a pesar que; son cinco sencillos pasos aportan a la elaboración de soluciones de fácil aplicación, como realizar una lluvia de ideas hasta crear un prototipo de resultado.

RECOMENDACIONES

- Utilizar las redes sociales como canales de difusión y promoción de la empresa así mismo como una herramienta de comunicación.
- Es importante tener en cuenta que el cliente siempre tendrá la razón, por eso es necesario estar en constante comunicación para lograr cumplir con las expectativas.
- Es necesario realizar las capacitaciones si es posible con más frecuencia de lo previsto, ayudara a mejorar la calidad del producto final.
- Dirigir sus esfuerzos a un nuevo segmento del mercado; como el de los adultos mayores, dado que es un target, que no le han dado relevancia las empresas que ofrecen servicio de catering.
- Contratar los servicios de un nutricionista, que cumpla la función de asesorar y crear menús de dietas según sea el requerimiento sobre todo si se trata de personas con enfermedades, tercera edad.

BIBLIOGRAFÍA

González, F. (2012). Guía dl proceso creativo. 14/11/16, de Institute of Design at Stanford Sitio web:

<https://dschool.stanford.edu/sandbox/groups/designresources/wiki/31fbd/attachments/027aa/GU%C3%8DA%20DEL%20PROCESO%20CREATIVO.pdf?sessionID=bef23daa7cc7c1d9e7f454f972105619a28d08ba>

Bernal, A. C. (2015). DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CATERING. 14/11/16, de UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR Sitio web:

<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8800/TESIS%20ANA%20CRISTINA%20BERNAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Colunga Dávila, C. (1994). La calidad en el Servicio. 23/11/16, de Editorial Panorama Sitio web: <http://www.ipesad.edu.mx/repositorio1/TSUSP-TSUSP11-11.pdf.pdf>

Rey Martin, C. (2000). La satisfacción del Usuario. 23/11/16, de Universidad de Barcelona Sitio web:

<http://revistas.um.es/index.php/analesdoc/article/viewFile/2451/2441>

García, F. García, P. Gil Muela, M. (2007). La Restauración. En Técnicas de servicio y atención al cliente (73). Av. Filipinas 25 Madrid, ESPAÑA: Ediciones Paraninfo S.A.

Pocurull Monteagudo, J. C. (2012). Evaluación de la calidad de servicio UEB Cuba Catering de Santa Clara. 2016, de Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas Sitio web:

<http://dspace.uclv.edu.cu/bitstream/handle/123456789/5633/Juan%20Carlos%20Pocurull%20Monteagudo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Brown, T. (2008). Design thinking. 2016, de Harvard Business Review America Latina Sitio web:

http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/43520771/p02_brown-design-thinking.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1479946425&Signature=Mtza1WtWhC3luGabTo2I9uLX6Ko%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DP02_brown_design_thinking.pdf

Megias, J. (2010). Service Design. Recuperado de <http://javiermegias.com/blog/2010/04/experiencia-de-cliente-cuando-la-satisfaccion-no-es-suficiente/>

Sesmero, J. Luis. (2010). Introducción. En Servicio de Catering (30). España: Publicaciones Vértices S.L.

ANEXO

FORMATO DE ENTREVISTA A LA EMPRESA HERMES

1. ¿Cómo nació esta empresa?
2. ¿Cómo se origina el nombre de la empresa?
3. ¿Cuántos tiempos de funcionamiento tiene su empresa?
4. ¿Cómo se dieron a conocer al mercado?
5. Actualmente ¿Cuáles son los medios que usan para promocionarse?
6. ¿Cuáles creen que son las necesidades más importantes a cubrir al servicio de catering?
7. ¿Brindan atención personalizada?
8. ¿Han percibido algún tipo de problema en el equipo de trabajo?
9. ¿Han percibido algún tipo de problema en cuanto al servicio que ofrecen?
10. ¿Han receptado sugerencias de sus clientes?
11. ¿Qué tipo de eventos ofrecen?
12. ¿Tienen un proveedor único?
13. ¿Tienen la opción de ofrecer degustaciones?
14. ¿Cuentan con una cartera de clientes fijos? (Si puede que mencione con que empresas trabajan)
15. ¿Dónde laboran en una instalación o en una casa?
16. ¿Realizan capacitaciones al personal de trabajo?
17. ¿Usan uniformes?
18. ¿Cómo transportan el producto final? si tiene transporte propio y de qué tipo
19. ¿Tienen suficiente menaje para la capacidad de personas que solicitan sus servicios?
o alquilan
20. ¿Qué empresas consideran que sean sus competidores directos?
21. ¿Consideran que existe algún aspecto que deberían mejorar, cuáles y por qué?
22. ¿Cuáles son sus planes a futuro?

ENTREVISTA A LA EMPRESA HERMES

1. ¿Cómo nació esta empresa?

La empresa nació por la necesidad de obtener un ingreso económico adicional para mi familia. Se decidió formar una empresa familiar en la que nos beneficiemos de las habilidades de todos: cocina, administración y logística. Por esta razón elegimos una empresa de catering.

2. ¿Cómo se origina el nombre de la empresa?

El nombre de la empresa (Hermes) surge por la necesidad de transmitir ciertas cualidades que creemos deben distinguir a una empresa de catering. El nombre Hermes es una referencia al dios griego que trabajaba como mensajero de los dioses y que, a su vez, estaba relacionado con cierto concepto de salud. Esas cualidades: agilidad, responsabilidad y salud, son las que se deseó transmitir en el momento de elegir el nombre.

3. ¿Cuánto tiempo de funcionamiento tiene su empresa?

La empresa tiene aproximadamente 6 meses de funcionamiento (desde que se tramitó el RUC hasta la fecha).

4. ¿Cómo se dieron a conocer al mercado?

La forma en que Hermes Catering Service se dio a conocer en el mercado fue mediante contactos del Director comercial de la empresa (Kevin Córdova), él concretó visitas con cliente potenciales que, al final, culminó en dos contratos (Supercines y Maestría de Turismo Espol)

5. Actualmente ¿Cuáles son los medios que usan para promocionarse?

La promoción actual funciona de la misma forma en la actualidad: visitas del Director comercial a los clientes potenciales. También se usa, en menor grado, la promoción por redes sociales.

6. ¿Cuáles creen que son las necesidades más importantes a cubrir al servicio de catering?

El servicio de Catering debe cubrir necesidades como: alimentos adecuados y de calidad según el evento, servicio adecuado y de calidad según los requerimientos del cliente. Esto incluye respetar los tiempos previstos para el trabajo.

7. ¿Brindan atención personalizada?

Sí, la atención que se brinda es personalizada, para poder ofrecer servicios y productos a medida.

8. ¿Han percibido algún tipo de problema en el equipo de trabajo?

Al inicio, como es normal, existieron problemas en la empresa. Los problemas radicaban en la falta de experiencia del personal y en la poca coordinación del mismo. Sin embargo, con paciencia y esfuerzo en el mejoramiento continuo, se pueden sortear las dificultades y mejorar.

9. ¿Han percibido algún tipo de problema en cuanto al servicio que ofrecen?

En cuanto al servicio, nunca se reportaron problemas.

10. ¿Han receptado sugerencias de sus clientes?

Hermes catering tiene como política la retroalimentación de información proveniente de los clientes. Por ese motivo se realizan encuestas constantes para que éstos valoren la calidad del servicio y del producto, puesto que ambos son aspectos separados, pero complementarios, de lo que ofrece la empresa. Las sugerencias se discuten con el personal adecuado para su adecuado procesamiento.

11. ¿Qué tipo de eventos ofrecen?

Se ofrece servicio de catering para servicios variados. Los eventos no los organiza Hermes Catering Service, pero, según requerimientos del cliente, la empresa puede encargarse de todos los aspectos del servicio de comida.

12. ¿Tienen un proveedor único?

No. Debido al giro del negocio (alimentación) los insumos necesarios cambian según lo que requiera el cliente, por lo que siempre se acude a proveedores distintos.

13. ¿Tienen la opción de ofrecer degustaciones?

Por el momento la empresa cuenta con esta opción.

14. ¿Cuentan con una cartera de clientes fijos? (Si puede que mencione con que empresas trabajan)

Por el momento se cuenta con una cartera fija de clientes, uno empresarial y otro particular. La empresa en cuestión es Supercines. Se provee de almuerzos y meriendas al personal de la sucursal de Ceibos. Los clientes personales realizan pedidos específicos de forma constante, por lo que se les considera fijos también.

15. ¿Dónde laboran en una instalación o en una casa? ¿Dónde se encuentra ubicada?

Se labora en una casa, ubicada al sur de Guayaquil.

16. ¿Realizan capacitaciones al personal de trabajo?

En Hermes Catering se promueve el aprendizaje autodidacta, en el caso del personal de cocina, se le ofrece retroalimentación constante de la calidad de su trabajo, así como material de aprendizaje para que lo utilicen a su conveniencia. En cuanto al personal administrativo, el proceso es el mismo. Las reuniones con el personal son constantes.

17. ¿Usan uniformes?

Sí, en Hermes Catering Service se usan uniformes:

**18. ¿Cómo transportan el producto final? si tiene transporte propio y de qué tipo**

El producto final se transporta mediante el vehículo de la empresa (que es parte de la inversión que se realizó). Aunque también en caso, de solicitarlo el cliente, se puede hacer uso de transporte proporcionado por el mismo (se dio el caso en la Maestría de Turismo Espol, donde la Espol proveía el transporte).

19. ¿Tienen suficiente menaje para la capacidad de personas que solicitan sus servicios? o alquilan

Por el momento sí, los materiales, instalaciones e instrumentos han sido suficientes. En caso de necesitar algo adicional, se optaría por alquilar.

20. ¿Qué empresas consideran que sean sus competidores directos?

Toda empresa que ofrezca alimentos a empresas es competidor directo de Hermes Catering Service.

21. ¿Consideran que existe algún aspecto que deberían mejorar, cuáles y por qué?

Siempre existen aspectos a mejorar. La poca capacidad de invertir más en instalaciones e instrumentos es uno de esos aspectos, puesto que reduce la capacidad de la empresa para ofrecer servicios y productos a clientes que pasen de cierto volumen en sus pedidos.

22. ¿Cuáles son sus planes a futuro?

Los planes a futuro son, por supuesto, la expansión, tanto de las infraestructura y personal como de los servicios a ofrecer.

23. Tarifas que utilizan

Las tarifas varían sustancialmente dependiendo del tipo de comida y servicio que solicite el cliente. Siempre se definen previa cotización.

- Disculpe por la poca formalidad, nos hubiese gustado que sea una entrevista en persona, pero debido a la poca disponibilidad de tiempo no se pudo. Gracias de antemano por su atención prestada, y disculpe las molestias.

Sondeo

Entrevista a los alumnos de la Maestría de Marketing Turístico

1. ¿Qué falencias encuentra con respecto al servicio que ofrece la Empresa Hermes?
2. ¿En qué aspectos debería mejorar el servicio de la empresa Hermes?
3. ¿Qué falencias encuentra con respecto al producto que ofrece la Empresa Hermes(comida)?
4. ¿En qué aspectos debería mejorar el producto de esta empresa?
5. ¿Volvería a utilizar los servicios de Hermes?
6. ¿Se encuentra satisfecho con la calidad del producto y servicio?
7. ¿Recomendaría esta empresa a otras personas?

Respuestas de las entrevistas:

Msc. Lady Soto

Profesora de la Escuela Superior politécnica del Litoral

1. Antes de todo como tal el emprendimiento me parece que es súper bueno, ya que son chicos jóvenes que están contribuyendo al desarrollo del país. Sin embargo, si se presentaron algunas falencias que constaté en las dos ocasiones que recibí el servicio, en el primer día llegaron a tiempo y el servicio me pareció muy bueno, en cuanto a la segunda ocasión no fueron puntuales, la comida estaba fría además se habían mezclado los alimentos, el arroz no estaba bien presentado y el juego muy dulce.
2. Deberían tener un mejor medio de transporte el vehículo debe ser el adecuado para el traslado de la comida, además de cuidar la puntualidad que es un factor importante e influye bastante en el servicio.
3. Deben cuidar la cantidad de sal y azúcar y buscar la manera de que los alimentos lleguen caliente.

4. Si volvería a requerir de los servicios de la Empresa Hermes a fin de verificar si han realizado alguna modificación para mejorar.
5. No, con lo que experimente no me siento satisfecha con su servicio.
6. No, me encuentro satisfecha con la calidad del producto
7. Lo recomendaría, si volvería a requerir de su servicio y obtuviera una experiencia positiva; de lo contrario no me atrevería a recomendarla.

Msc Julio Gavilanes

Profesora de la Escuela Superior politécnica del Litoral

1. Es un servicio normal que podría encontrar en cualquier proveedor de servicios de catering.
2. Debe mejorar en varios aspectos, por ejemplo, en el tema del alimento debe mejorar su sabor o su sazón, también el personal que trabaja en el servicio deben ser más organizado entre ellos porque cuando están proveyendo del servicio se desorganizan, a tal punto que el usuario es el que tiene que organizar un poco la distribución de los alimentos cuando es algo que les compete a ellos y además de esto tener separado los envases de los almuerzos que contienen carne, pollo y los postres.
3. Cuidar bastante de tener una previa organización.
4. Deberían mejorar en el sabor de los alimentos.
5. Si volvería a utilizar sus servicios, pero no antes de que me inviten a una previa degustación para constatar las mejoras en el producto y servicio.
6. No, por el sabor y no por la organización, además que provoca siempre que los compare con la Cafetera.
7. No, hasta que presenten mejoras.

Msc. Sebastián Calle

Profesora de la Escuela Superior politécnica del Litoral

1. En cuanto a logística deben mejorar ya que no ofrecen un buen servicio.
2. Deben mejorar en cuanto al tema de los alimentos ya que viene muy poco y en comparación a los envases que son grandes estéticamente se ve mal, los jugos vienen muy azucarados y en cuanto al servicio como tal no llegan a tiempo, por ende, la comida llega fría y al momento de repartir los alimentos no tienen una buena logística, algo además que acoto es que es al inicio daban postre, aunque era pequeño, pero ya después no daban.
3. Las falencias que encuentro en el producto es que no cuentan con un recetario porque la comida llega con mucha o poca sal, llega fría el jugo muy azucarado y las porciones realmente pequeñas, y el producto no es equivalente al precio.
4. El producto es netamente el servicio de catering que ellos ofrecen, y en si deben mejorar en todos los aspectos que ya mencioné anteriormente.
5. No, no volvería a utilizar los servicios a menos que presenten cambios positivos.
6. No, para nada.
7. No lo recomendaría, hasta nuevas mejoras.

Msc Felipe Moscoso

1. Los alimentos estaban buenos pero el problema que yo constate es que llegaban muy tarde, además que servían muy poco en las porciones, aunque para mi so estaba el precio relativo al producto, aunque pienso que, si hubieran cobrado un poco más, pero si ponían más porciones más grandes.
2. Deberían mejorar en la variedad porque solo ofrecían pollo y carne y eso si no me gusto porque prácticamente caían en la rutina.
3. El único problema que encuentro es en las porciones y que llegaba tarde.
4. Mejoraría en la ser más puntuales en la entrega.
5. Si, si utilizaría sus servicios.

6. Si me encuentro satisfecho a pesar de esos inconvenientes.
7. Si lo recomendaría.

Msc. Raizza Maquizaca

1. Las falencias que encuentro con respecto al servicio es precio vs calidad, las porciones son muy pocas.
2. Si atienden bien son muy amables.
3. El sabor de la comida y en pequeños detalles como el corte de la carne.
4. Mejorar en la sazón.
5. No volvería a utilizar.
6. No del todo satisfecho.
7. No por el momento.

Msc. Ricardo Andrade

1. Respecto al servicio es precio vs calidad, no estoy de acuerdo además las porciones son muy poca y también
2. Si atienden bien son muy amables en todo momento.
3. El sabor de la comida y en pequeños detalles como el corte de la carne y comidas muy repetitivas
4. Cuidar en aspectos técnicos en la cocina, y su sazón.
5. No volvería a utilizar, hasta que alguien me recomiende porque ya hayan mejorado.
6. No me encuentro satisfecho.
7. No, recomendaría por ahora.

Lcda. Karina Sánchez

1. La comida es buena, el primer día que ofrecieron el servicio de comida para la maestría, llegaron puntuales y muy bien presentados. Iniciaron muy bien pero cuando se requerido nuevamente el servicio ya se presentaron ciertos

inconvenientes por ejemplo la comida llegaba cruda; nos siempre pasaba esto, pero si generaba malestar, porque tengo casi 50 estudiantes que usaban el servicio de ellos y ya se estaban fijando los inconvenientes que estaban teniendo y ya para la siguiente semana no deseaban utilizar los servicios de Hermes.

2. El servicio me parece que estaban bien, si cumplían casi siempre con los tiempos además de ser muy amables al momento de atender a los clientes.
3. Presentan ciertas falencias en las porciones que sirven.
4. Deberían mejorar la sazón y en contar con algún recetario donde se les indique la cantidad de condimentos que debe contener cada menú.
5. Si volvería a utilizar su servicio en caso de presentar mejoras.
6. Si me encuentro satisfecha a pesar de los inconvenientes que presenta en el producto.
7. Si recomendaría la empresa, pero antes deben presentar cambios.

