



Revista EDUCATECONCIENCIA.

Volumen 20, No. 21.

E-ISSN: 2683-2836

ISSN: 2007-6347

Periodo: octubre - diciembre 2018

Tepic, Nayarit. México

Pp. 40 - 60

Doi: <https://doi.org/10.58299/edu.v20i21.67>

Recibido: 23 de agosto del 2018

Aprobado: 22 de octubre del 2018

Publicado: 30 de diciembre del 2018

Diagnóstico organizacional a la empresa restaurant Rincón Nayarita en Ixtlán del Río, Nayarit

Organizational diagnosis to the company restaurant Rincon Nayarita in Ixtlán del Río, Nayarit

Autores

Juan Diego Jara Aguiar

Universidad Autónoma de Nayarit, México
diego_ja7@hotmail.com

Miguel Ángel Martínez Soto

Universidad Autónoma de Nayarit, México
mike81pollo@gmail.com

Bricio Llamas Martínez

Universidad Autónoma de Nayarit, México
dbricio.llamas.23@outlook.com

Marco Antonio Cambero Gómez

Universidad Autónoma de Nayarit, México
marcocam65@hotmail.com

Diagnóstico organizacional a la empresa restaurant Rincón Nayarita en Ixtlán del Río, Nayarit

Organizational diagnosis to the company restaurant Rincon Nayarita in Ixtlán del Río, Nayarit

Autores

Juan Diego Jara Aguiar

Universidad Autónoma de Nayarit, México
diego_ja7@hotmail.com

Miguel Ángel Martínez Soto

Universidad Autónoma de Nayarit, México
mike81pollo@gmail.com

Bricio Llamas Martínez

Universidad Autónoma de Nayarit, México
dbricio.llamas.23@outlook.com

Marco Antonio Cambero Gómez

Universidad Autónoma de Nayarit, México
marcocam65@hotmail.com

Resumen

La aplicación de un diagnóstico organizacional, permite considerar las condiciones generales en todas las operaciones de la empresa. Hacer uso del método de encuestas, entrevistas y observación, permitiendo conocer las debilidades y amenazas que se encuentran y con ellos estructurar estrategias eficientes para obtener más fortalezas y nuevas oportunidades, que nos permitan tener una mejora continua, sin descuidar ninguna etapa de su operación y su administración. Las actividades son programadas, los responsables y los tiempos en que se van a ejecutar, se dividen en dos etapas, la pre operativa, donde se encuentra el plan de trabajo, y la etapa operativa, el desarrollo y el informe del diagnóstico.

Palabras clave: Diagnóstico organizacional, Empresa.

Abstract

The application of an organizational diagnosis allows us to take into account the general conditions in all the operations of the company. Make use of the method of surveys, interviews and observation, to know the weaknesses and threats that are found and with them to structure efficient strategies to obtain more strengths and new opportunities, that allow us to have a continuous improvement, without neglecting any stage of its operation

and your administration The activities are scheduled, those responsible and the times in which they will be executed, are divided into two stages, the pre-operative, where the work plan is, and the operative stage, the development and report of the diagnosis.

Keywords: Organizational diagnosis, Company.

Introducción

Es muy común que las empresas inicien laborando sin conocer que tan eficientes son en sus operaciones y si llegan a satisfacer los requerimientos de los clientes, el cual esto puede hacer que poco a poco los vayan perdiendo. Así como conocer las percepciones que tienen los clientes de los productos y servicios que ofrece la empresa, con el fin de que si están satisfaciendo sus necesidades y deseos. Una vez determinadas las irregularidades y deficiencias se realizarán las propuestas que ayuden a mejorar sus operaciones para una mayor eficiencia en su ejecución. (Carro Paz & González Gómez, 2012) Por lo anterior la presente investigación nos permite conocer la situación actual en el manejo administrativo y operativo de la empresa denominada “Restaurant Rincón Nayarita”.

La situación actual de la economía mundial se caracteriza por un acelerado desarrollo tecnológico, una economía globalizada y un enfoque al cliente, donde no se encuentra solamente en la posición de recibir, sino al contrario, en la de exigir cada día más y mejores cosas (Conacyt, 2018). Ya sea porque existen un número mayor de empresas que brindan el mismo servicio y/o producto, consumidores para un solo mercado, lo que ha permitido que la competencia sea más clara y más fuerte. El mencionar esto en la población de Ixtlán de Río, es darse cuenta que las empresas que existen allí, no están ajenas esa situación, por lo que también se tienen que esforzar a mejorar y transformar principalmente los resultados que se tienen, ya sea modificando los comportamientos y capacidades.

Metodología

Para la realización de este trabajo de investigación se plantea los medios y herramientas que se utilizaron para la obtención de información necesaria para la conclusión del mismo, y una vez que se obtuvo dicha información se procedió al análisis de

estos, con el fin de emitir una propuesta de mejora en cuanto a la problemática que se estudia. El artículo es resultado de una investigación descriptiva, cualitativa y exploratoria.

Las herramientas que se utilizaron para recabar la información de campo consistieron en cuestionarios que se utilizó para encuestar a los clientes, así como entrevistas semi-estructuradas que se aplicaron al propietario y empleados de la empresa, con el fin de saber cuál es la percepción que los clientes tienen con respecto a los productos y servicios que brinda la empresa.

Para la aplicación de los instrumentos de la empresa se le aplicaron un cuestionario al dueño de la empresa, a los trabajadores y a 20 clientes seleccionados al azar.

Una vez que se aplicaron los instrumentos de evaluación del servicio, se procedió a procesar la información obtenida para detectar como perciben los clientes los productos o servicios que la empresa ofrece. Con esto, nos dio elementos para proponer soluciones de mejora para la empresa. Por último, todo lo anterior llegamos a la conclusión del presente trabajo de investigación.

Objetivo general

- Realizar un diagnóstico organizacional en la empresa “Restaurant Rincón Nayarita” en las áreas administrativa y ventas, aplicando el modelo seis casillas y Quality Funtion Deployment (QFD) la voz de cliente.

Objetivos específicos

- Analizar la situación actual de los trabajadores aplicando el modelo de casillas.
- Evaluar el servicio al cliente.
- Determinar la forma administrativa.
- Establecer la filosofía de la empresa.

Marco teórico

1. El diagnóstico organizacional: elementos, métodos y técnicas

1.1 El termino diagnóstico

Definición de diagnóstico viene del griego diagnosis que quiere decir "conocer a través de". El diagnóstico es esencial para conocer la situación sobre la que se desea actuar. En nuestro caso, el permanente diagnóstico de los procesos de comunicación de la organización se hace indispensable para poder intervenir en ella. El diagnóstico implica siempre una evaluación de la situación y toda evaluación corresponde a un proceso que permite valorar acciones y/o resultados en relación con ciertos objetivos que los generaron. Según Restrepo y Rubio (1992) afirman un diagnóstico, "es una investigación sobre lo esencial, lo particular, lo singular, lo inherente a una situación para evaluarla, comprenderla y poder actuar sobre ella". Es, en síntesis, una investigación sobre lo individual. Andrade (1968), define el diagnóstico como: "Un método de conocimiento y análisis del desempeño de una empresa o institución, interna y externamente, de modo que pueda facilitar la toma de decisiones". Aludiendo al diagnóstico comunicacional agrega: se trata en primer lugar de reconocer la situación de la institución, dentro del contexto, local, regional y nacional, y en segundo de reconocer los fenómenos comunicacionales vividos dentro de ella (Andrade, 1968).

1.2 Diagnóstico Organizacional

Se puede definir al diagnóstico como un proceso analítico que permite conocer la situación real de la organización en un momento dado para descubrir problemas y áreas de oportunidad, con el fin de corregir los primeros y aprovechar las segundas.

En el diagnóstico se examinan y mejoran los sistemas y prácticas de la comunicación interna y externa de una organización en todos sus niveles y también las producciones comunicacionales de una organización tales como historietas, metáforas, símbolos, artefactos y los comentarios que la gente de la organización hace en sus conversaciones diarias. Para tal efecto se utiliza una gran diversidad de herramientas,

dependiendo de la profundidad deseada, de las variables que se quieran investigar, de los recursos disponibles y de los grupos o niveles específicos entre los que se van a aplicar.

El diagnóstico no es un fin en sí mismo, sino que es el primer paso esencial para perfeccionar el funcionamiento comunicacional de la organización.

1.3 Elementos del diagnóstico organizacional

Podemos dividir al diagnóstico organizacional en tres etapas principales:

1. Generación de información, la cual abarca a su vez tres aspectos:
 - a. La forma en que se recolecta la información, las herramientas y los procesos utilizados.
 - b. La metodología utilizada para recopilar la información, la cual sigue dos corrientes, los métodos usados para obtener información desde el cliente (entrevistas, cuestionarios) y los usados para obtenerla desde el consultor (observación).
 - c. La frecuencia con que se recolecta la información, la cual depende de la estabilidad del sistema.
2. Organización de la información, en donde es necesario considerar tres aspectos claves:
 - a. El diseño de procedimientos para el proceso de la información.
 - b. El almacenamiento apropiado de los datos.
 - c. El ordenamiento de la información, de modo que sea fácil de consultar.
3. Análisis e interpretación de la información, que consiste en separar los elementos básicos de la información y examinarlos con el propósito de responder a las cuestiones planteadas al inicio de la investigación

1.4 Métodos y técnicas

Dentro de la perspectiva funcionalista los métodos más usados son la entrevista, el cuestionario, el análisis de las redes de comunicación, la entrevista grupal, el análisis de experiencias críticas de comunicación, y el análisis de la difusión de mensajes.

Las técnicas aplicables son:

- Entrevista. Esta técnica se complementa con el cuestionario y permite recoger información que puede ser investigada hasta en sus mínimos detalles en una conversación personal con los miembros de una organización.
- Cuestionario. Permite recoger mayor cantidad de información de mayor cantidad de gente y de una manera más rápida y más económica que otros métodos; y facilita el análisis estadístico.
- Análisis de transmisión de mensajes. Consiste en un cuestionario especializado que descubre el proceso de difusión de un mensaje en la organización, desde su punto de origen hasta que logra alcanzar a los diferentes miembros de la misma. Este método revela el tiempo que toma la difusión de un mensaje, su proceso comunicativo, quienes bloquean la comunicación, las redes de comunicación informal y la manera como se procesa la información.
- El análisis de experiencias críticas de comunicación. Sirve para conocer las experiencias positivas y negativas que existen dentro de la organización y la efectividad o inefectividad de las mismas.
- Análisis de redes de comunicación. Analiza la estructura de comunicación de una organización y su efectividad. Se evalúa quien se comunica con quién, que grupos existen en la organización, qué miembros actúan como puente entre los grupos, los bloqueos que sufre la información, el contenido de la comunicación y la cantidad de información difundida.
- La entrevista grupal. Esta técnica selecciona un cierto número de miembros representativos de la organización para ser entrevistados como grupo. La entrevista se suele centrar en aspectos críticos de la comunicación organizacional

Resultados de la investigación

2. Aplicación del diagnóstico

2.1 Informe de los empleados y propietario

Al realizar la encuesta nos dimos cuenta que el 100 de los empleados no tienen bien en claro cuál es la misión y visión de la empresa (lo cual nos lo define el propietario y en coincidencia están de acuerdo que no se tiene una misión ni visión).

Además dentro de la empresa no se toma en cuenta a los empleados en la formulación de nuevos objetivos para mejorar la empresa donde el 70% de ellos opinan que les gustaría ser tomados en cuenta para mejorar la empresa (la propietaria nos comenta que en ocasiones si los toma en cuenta pero no siempre a veces solo ella toma las propias decisiones).

Al igual el 100% empleados no tienen muy en claro cuál es la meta principal de la empresa por lo cual al momento de pedirles la meta principal su reacción fue que no sabían y no estaban completamente informados que había un documento formal en el cual está plasmada la meta principal de la empresa (por lo contrario la propietaria nos dice que si hay una meta bien definida la cual es seguir creciendo y mejorando cada día).

Dentro de la empresa solo a una persona de cinco se le pide opinión para algunos aspectos de la misma aunque desde el momento en que entran a trabajar los empleados respondieron que se les señalaron las reglas y condiciones de empleo a si mismo dándose cuenta ellos que no pueden violar ni sobrepasar esas condiciones propuestas por los patrones (además de que el propietario nos menciona como les comenta e indica al momento de entrar ella indica claramente las reglas y que no deben sobrepasar).

El 80% de los empleados consideran que su buen desempeño en el trabajo realizado ayuda a mejorar el funcionamiento de la empresa y que siga por un buen camino como hasta ahora (en concordancia la propietaria cree lo mismo que el capital humano ayuda a crecer a la empresa).

Acerca del plan que se tiene para este año en seguir mejorando no se ha dado a conocer al 0% de los empleado se desconoce la razón pero en las estadísticas nos damos cuenta que no tienen una planificación (en este aspecto la propietaria nos dice lo contrario que si se les informó la planificación).

Dentro de lo que cabe a ningún empleado se hace participar aportando ideas para la empresa por lo cual ellos piden ser parte y tomados en cuenta para ello (por lo contrario el propietario dice que si saben sobre ello).

De la empresa no tienen mucho conocimiento y acerca de cómo está estructurada no tienen la menor idea ni está informados quien lleva el orden cuando no se encuentra el patrón(es correcto el propietario dice que no tiene conocimientos los empleados sobre eso).

Por lo cual los empleados no conocen o están restringidos sobre la información de la empresa tanto que no tienen idea si existe un organigrama en la empresa o dicho así no se los han mostrado (además de no conocer el nivel dice la propietaria).

Mediante ello no se sabe si existe un nivel jerárquico por lo cual nadie tiene poder ni autoridad (el propietario es quien decide todas las soluciones y propuestas de la empresa).

Cada empleado no tiene en claro que puesto ocupa tanto que cuando no se presenta algún compañero los otros ocupan su lugar y así sucesivamente (por lo contrario la propietaria comenta que cada empleado solo realiza su función o puesto y no deben meterse en las funciones del otro).

Las funciones de cada empleado solo fueron verbalmente y no por escrito ni formalmente (en contradicción el propietario comenta que si se les hizo llegar a cada empleado por escrito que es lo que aria).

Todos los empleados se encuentran con el mismo poder de decisión y si hay un problema entre ambos se ayudan (así es como la propietaria nos comenta que todos tienen el mismo nivel de autoridad y a ninguno trata desigual).

Ellos nos dieron a conocer que se ayudan mutuamente y realizan actividades las cuales no van con su puesto aunque no se molestan ya que dicen que para eso están ayudarse y tener buena relación (por lo contrario dice la propietaria que cada uno tiene su responsabilidad y sus funciones dentro de la empresa solo cuando alguno falta el otro toma el lugar).

El 100% de los empleados se encuentran satisfechos con su trabajo y lo que realizan cada día aunque como siempre existe un pero en este caso es que no les gusta el horario de salida que si tienen uno de entrada pero no es de salida y eso les disgusta (ella cree que si porque nunca le han comentado lo contrario).

Al parecer dentro el 100% de los empleados se sienten motivados dentro de la empresa en sus actividades que realizan todo esto por la buena relación que tienen dentro de la organización y el ambiente que les rodea (en concordancia la propietaria cree que se sienten motivados ya que tienen un buen ambiente laboral y una buena relación como compañeros).

Además de su ayuda mutua que día con día crece más y saben que todos están hay por un mismo fin el cual es ayudarse entre sí cuando tengan un problema o alguno no se presente dentro de la empresa y hacía con los clientes (si es verdad lo que dicen los empleados ellos pueden comunicarse directamente con sus superiores y comentarles algún disgusto).

Ellos tratan de quedar lo mejor con ellos y si ellos tienen un problema los empleados tienen la autoridad de solucionar el inconveniente presentado (ya sea si se presenta un problema no es necesario ir con la propietaria ellos pueden solucionarlo ya que tienen la autoridad para hacerlo).

Además que tienen muy buena relación con el patrón además de que conviven y tienen un ambiente laboral con sus superiores, la relación que existe entre todos los empleados es muy buena ya que entre todos tratan de no tener conflictos y si tienen alguno

buscan la manera de solucionarlo (además de que se tiene esa buena relación con el propietario y confianza para decirle el problema con el que cuentan y cómo solucionarlo).

El 100% de los empleados dejan sus problemas en su casa ya que en el trabajo deben de andar alegres para que así puedan atender bien a los empleados, solamente dos de ellos no los dejan en su casa en su trabajo también andan pensando en sus problemas (por supuesto dice la propietaria que los problemas se dejan en casa y hay en la empresa se va a trabajar y recibir muy bien a los clientes).

La relación laboral que tienen los empleados les hace que tengan un ambiente laboral muy bueno ya que todos opinan lo mismo. La relación laboral les beneficia mucho ya que tienen a trabajar en equipo y así atender mucho mejor a los clientes (por lo general la propietaria cree que si tienen una buena relación tendrán una mejor motivación para mejorar la relación laboral ya que son una familia por el tiempo que están juntos que es la mayoría).

Los empleados no creen adecuado el sueldo que les pagan por sus funciones ya que se les hace muy pesado todo lo que realizan solo uno de ellos si está satisfecho de su salario (el sueldo que percibe cada trabajador es justo de acuerdo a las actividades que el realiza dentro de la empresa, dentro de ella existen incentivos para los colaboradores, así como también las tareas extras realizadas son recompensadas, la cual considera es la adecuada, dichas recompensas van ligadas con el cumplimiento de objetivos, así como también es equitativa para todos sus colaboradores).

Dice el 50% de ellos que si les dan incentivos y el otro 50% dice que no, además de que sus horas extras que trabajan no son recompensadas solo a dos de ellos si se las recompensan cuatro de ellos también se sienten contentos con sus incentivos que son recompensados y otros dos no les dan incentivos. El 50% dice que de acuerdo a sus objetivos el patrón les recompensa conforme hagan su desempeño en la empresa. Y el otro 50% dice que no les da ninguna recompensa por lo que realizan en su trabajo, el 90% dice que no hay equidad a la hora de dar incentivos porque a unos le dan y a otros no y el 1% dice que si hay equidad. Y eso es lo que les desmotiva a trabajar a parte por su horario es

muy pesado (se desconoce qué es lo que les desmotiva a sus colaboradores a seguir colaborando dentro de la empresa).

Todos tienen la gran confianza con su líder ya que él les da la confianza para que le cuenten sus problemas o a alguna duda que tengan (si existe un tipo de relación con sus colaboradores, pues en todo trabajo debe haber confianza y comunicación entre los miembros de la empresa, por lo que considera que si crea un ambiente de trabajo propicio para el buen desempeño de la empresa, en la empresa deben existir ciertos valores, que los más importantes son, la responsabilidad, puntualidad y ante todo compromiso hacia su trabajo, no se comparte información sobre la empresa a sus colaboradores ni los objetivos y metas que estén bien definidas que se quieran lograr para un mejor servicio a los clientes).

El patrón crea un ambiente de trabajo muy propicio para que los empleados se sientan a gusto a la hora que están realizando su trabajo (a los colaboradores no les pregunta sus opiniones ante determinadas situaciones de la empresa, por lo que en ciertos casos, es necesario informarles y pedirles su opinión para que entre todos resuelvan la situación y así crear un buen equipo de trabajo. Se les sugieren ideas a su capital humano para que contribuyan a mejorar aspectos en la empresa).

El líder les inculca valores para que los trabajadores estén bien orientados de la manera de atender el cliente el 100% lo afirma (existe una buena comunicación entre sus colaboradores, entre todos ellos se llevan muy bien y se tiene confianza. Al igual, que también existe una buena comunicación entre el propietario y sus colaboradores, debe haber confianza para que a la hora de que los colaboradores tengan ciertas situaciones tengan el valor de hablar con el propietario).

El líder a nuestro punto de vista no les comparte información la mitad de los empleados dijo que sí y la otra mitad dijo que no. El líder no pide opinión a los empleados para alguna modificación que tienen pensado hacer en la empresa solo lo hace por sí solo, el líder les sugiere ideas que contribuyan con la organización para que sean más amables con los clientes, los empleados se la llevan muy bien ya que todos tienen una muy buena comunicación y eso hace que tengan un ambiente laboral muy bueno en conjunto con su

líder ya que ella también tienen comunicación con ellos nos lo dicen las encuestas realizadas con un 90% .

Existen todas las herramientas que ellos necesitan es por eso que su trabajo lo realizan sin la menor interrupción de algo el 85% de los empleados lo dice (se cuenta con todas las herramientas necesarias para que los colaboradores desempeñen sus tareas, pero no existe una buena evaluación hacia sus trabajadores de forma escrita, sino de una simple forma visual).

Ellos no son evaluados por su líder a la hora de estar realizando su trabajo ya que ellos saben que es lo que tiene que hacer cada uno (el capital humano, si sabe cómo hacer cambios para mejorar su trabajo y así poder cumplir con los objetivos de la empresa para la realización de un mejor servicio y un buen equipo de trabajo).

La mayoría sabe cómo solucionar los problemas que se le presenten dentro de la empresa ya que dos de ellos no saben que es lo que deben de hacer (no existen conflictos entre los trabajadores y la administración, pues cada colaborador sabe lo que tiene que realizar. Las expectativas que espera del capital humano, es que, puedan desempeñar bien su trabajo, atender bien a los clientes).

Los empleados reciben el 100% de la motivación para que realicen su trabajo muy bien (considera que sus colaboradores se sienten motivados en la empresa, pues entre ellos si existe una buena relación y un ambiente adecuado).

Para esto, se capacito al capital humano para desempeñar mejor su trabajo y así los clientes queden satisfechos. , ya que a la mayoría de ellos se les capacito para que desempeñaran su trabajo muy bien solo a dos de ellos no les dieron capacitación (el capital humano es muy importante, ya que sin los empleados no se brinda un buen servicio que aunque falte uno puede ocasionar ciertas situaciones o desacomodos).

El 100% de los empleados no sabe que es el recurso humano así que no saben qué tan importantes son ellos para la empresa, existen varios complicitos dentro de la organización junto con su administración, ellos esperan de la empresa que sean

comprendidos y que toen en cuenta sus peticiones: como tener seguro de vida, mejor sueldo, respetar el horario y darles incentivos.

2.2 Informe clientes.

En las encuestas realizadas a los clientes de la empresa el rincón nayarita de las cuales se obtuvieron los siguientes datos:

El 60% de los clientes entrevistados opinan que el sabor de los platillos de la empresa son excelentes, 35% dicen que son muy buenos y 5% dice que es bueno, lo cual nos dice que a la mayoría de sus clientes le gusta el sabor de los platillos, esto es muy bueno para la empresa porque demuestra que tiene satisfechos a sus clientes en ese aspecto. El 40% opinan que la cantidad de comida en los platillos individuales es bastante bien y el 60% opinan que están bien.

El 50% de los clientes opinan que la empresa es mucho mejor en su servicio y platillos que ofrece en comparación con otros restaurantes, el 35% opinan que es algo mejor, el 10% que es igual y el 5% que es algo peor.

En una escala del 1 al 10 los clientes indicaron el grado de satisfacción en el servicio que ofrece la empresa el cual el 60% de los clientes dieron un 10 el cual les parecía excelente, el 25% dieron un 9 el cual es muy bien y el 15% dieron un 8 el cual es bueno.

El 70% de los clientes dijeron que el precio de los platillos es aceptable y el 30% dijo que eran regulares y en comparación con otros restaurantes de la región el 30% dijo que eran baratos y el 60% dijo que eran iguales.

El 100% de los clientes dijeron que no tardaron mucho tiempo en ser atendidos por el personal de la empresa el cual esto es muy bueno ya que los empleados están al pendiente en el momento que ingresa un cliente a la empresa.

El 40% de los clientes dijeron que era excelente los productos y servicios de la empresa y que cumplían con sus expectativas, el 50% dijo que muy bien y el 10% que bien.

El 70% de los clientes dijeron que si han recomendado a otras personas consumir en su empresa y el 30% dijeron que no así que la mayoría si lo ha hecho lo cual es muy bueno para la empresa.

El 100% de los clientes dijeron que si recomendarían consumir en la empresa lo cual es muy bueno y habla de que les gusto el servicio que se ofrece. Pero también el 100% de los clientes opinaron que si les gustaría que la empresa tuviera promociones algunos días de la semana.

Los clientes valoraron del 1 al 10 los siguientes atributos de la empresa:

- Bien organizada: el cual el 50% de los clientes dio un 10, el 30% dio un 9 y el 20% dio un 8 esto nos dice que la mayoría opina que está bien organizada.
- Profesionalidad: el 50% dio un 10, el 20% dio un 9, el 25% dio un 8 y el 5% dio un 7 lo cual hay que mejorar un poco en este aspecto.
- Orientada a satisfacer al cliente: el 60% dio un 10, el 20% dio un 9, el 15% dio un 8 y el 5% dio un 7 el cual también hay que trabajar más en ello ya que es importante.
- Ambientación del lugar: el 45% dio un 10, el 45% dio un 9 y el 10% dio un 8 esto indica que a los clientes si les gusta su ambiente.
- Comodidad de las sillas: el 35% dio un 10, el 30% dio un 9, el 15% dio un 8, el 15% dio un 7 y el 5% dio un 6 lo cual hay que cambiar o mejorar un poco las sillas.
- Limpieza del lugar: el 40% dio un 10, el 35% dio un 9, el 20% dio un 8 y el 5% dio un 7 el cual hay que mejorar más porque es la primera impresión que tienen los clientes de su empresa.
- Servicio al cliente: el 55% dio un 10, el 30% dio un 9, el 10% dio un 8 y el 5% dio un 7 por lo que hay que mejorar más este aspecto.

Estos mismos atributos pero qué valor tiene para los clientes el que tenga los tenga muy bien establecidos ellos opinaron lo siguiente basándose igual en la escala del 1 al 10.

- Bien organizada: el 85% dio un 10, el 10% dio un 9 y el 5% dio un 8 lo cual es muy importante para los clientes el que la empresa este bien organizada.
- Profesionalidad: el 75% dio un 10, el 20% dio un 9 y el 5% dio un 8.
- Orientada a satisfacer al cliente: el 90% dio un 10, el 5% dio un 9 y el 5% dio un 8 lo cual la empresa debe estar orientada a satisfacer al cliente.
- Ambiente del lugar: el 70% dio un 10, el 25% dio un 9 y el 5% dio un 8.
- Comodidad de las sillas: el 75% dio un 10 y el 25% dio un 9.
- Limpieza del lugar: el 80% dio un 10 y el 20% dio un 9.
- Servicio al cliente: el 85% dio un 10 y el 15% un 9.

El 100% de los clientes dicen que no han tenido ningún inconveniente con el servicio que presta el personal de la empresa, pero el 5% dice que en caso de haber tenido un inconveniente la empresa lo resolvería rápidamente y el 95% dice que pues no se les ha presentado pero si en su caso ocurriera la empresa lo resolvería rápidamente.

Los clientes valoraron en una escala del 1 al 10 el aspecto que tiene los empleados a la hora de atenderlos estos aspectos se mencionan a continuación:

- Traer el uniforme: el 15% dijo que no aplica porque los empleados no usaban uniforme, el 25% dio un 10, el 25% dio un 9, el 15% dio un 8 el 5% dio un 7 y el 15% dio un 1.
- Limpieza en el uniforme: el 10% dio un no aplica, el 50% dio un 10 porque los empleados andaban limpios, 20% dio un 9, el 15% dio un 8 y el 5% dio un 1.
- Presentación en el uniforme: 10% dio un no aplica, el 45% dio un 10, el 20% dio un 9, el 20% dio un 8 y el 5% dio un 1.
- Vocabulario utilizado por el personal: el 60% dio un 10, el 25% dio un 9, el 10% dio un 8 y el 5% dio un 7.
- Conocimientos de los platillos: el 65% dio un 10, el 30% dio un 9 y el 5% dio un 8.
- Cortesía, amabilidad: el 75% dio un 10, el 15% dio un 9 y el 10% dio un 8.

- Disponibilidad, rapidez en la atención: el 65% dio un 10, el 30% dio un 9 y el 5% dio un 8.

Estos mismos aspectos pero ahora qué importancia tiene para los clientes igual con una escala del 1 al 10.

- Traer el uniforme: el 55% dio un 10, el 15% dio un 9, el 5% dio un 8, el 5% dio un 6, el 10% dio un 3 y el 10% dio un 1.
- Limpieza en el uniforme: el 80% dio un 10 y el 20% dio un 9.
- Presentación en el uniforme: el 85% dio un 10, el 10% un 9 y el 5% dio un 6.
- Vocabulario utilizado por el personal: el 90% dio un 10 y el 10% dio un 9.
- Conocimiento de los platillos: el 95% dio un 10 y el 5% dio un 9.
- Cortesía, amabilidad: el 95% dio un 10 y el 5% dio un 9.
- Disponibilidad, rapidez en la atención: el 95% dio un 10 y el 5% dio un 9.

En una escala del 1 al 10 los clientes indicaron el grado de satisfacción del servicio que le brinda el personal de los cuales el 50% dio un 10, el 45% dio un 9 y el 5% dio un 8.

El 100% de los clientes dicen que el personal siempre estuvo dispuesto en ayudarlo en todo momento así como también fueron corteses en todo momento.

El 25% de los clientes dijeron que han esperado menos de un minuto en ser atendidos por el personal, el 40% dice que espero de 1 a 3 minutos, el 25% dice que espero de 3 a 5 minutos y el 10% dijo que espero entre 5 y 7 minutos.

El 25% de los clientes opina que las instalaciones a la vista le parecen excelentes, el 40% dice que están muy bien, el 30% dice que están bien y el 5% dice que están regular.

El 90% de los clientes dicen que el acceso y desplazamiento en la empresa es fácil y el 10% dice que es regular.

Los clientes opinan que la empresa contara con más personal con más sucursales, que el personal utilizara ropa adecuada para trabajar así como también diferentes tipos de guarnición, más limpieza en los sanitarios, que contara con red wifi gratis.

También opinaron que en las mesas hubiese una jarra de café para que ellos pudieran tomar el necesario, al igual que las sillas fueran más cómodas y que los colores de las paredes fueran más claros y el techo no fuese de ese tipo de material.

2.3 Informe del cliente misterioso

1. Cuando llegue al restaurante pase, y elegí una mesa, tardaron 2 minutos en llevarme el menú, solo había una mesa ocupada.
2. Al momento de entregarme la carta el mesero solo se acercó diciendo buenas noches, mientras sonreía.
3. Cuando pregunte por el sabor del agua que tenían, el mesero se hizo a un lado para poder saber que sabores tenían.
4. En el transcurso del tiempo que estuve ahí, llegaron más clientes y fueron cuatro mesas las que requerían de servicio, y solo era un mesero encargado de esas cuatro mesas.
5. Mi orden tardo 10 minutos en llegar lo considero algo razonable, pero la de mi acompañante tardo 18 minutos.
6. Me pude percatar que el piso del restaurante estaba sucio.

2.4 Propuestas

2.4.1 Empleados

1. Que los empleados cuenten con uniforme oficial o al menos tener una playera que los distinga como colaborador de la empresa.
2. Utilizar malla para el pelo en caso de las mujeres.
3. Estar más atentos con los clientes tanto los que ya se encuentran disfrutando de los platillos como los que van ingresando a la empresa.
4. Recibir a los clientes con buena actitud.

5. No dejar desapercibido al cliente que va ingresando aunque estén atendiendo a otros clientes.
6. Que esté un empleado en la caja todo el tiempo.
7. Que los meseros tengan mejor presentación.
8. Que el propietario les proporcione todas las herramientas necesarias para su buen desempeño laboral.

2.4.2 Instalaciones

1. Que las sillas estén más cómodas y ligeras. Como son sillas de madera calan al estar mucho rato sentado.
2. Poner pantallas donde se muestre algún programa o música para tener más comodidad hacia el cliente.
3. Que sea más visible la contraseña de wiki.
4. Mejorar las condiciones de la entrada.
5. Cambiar los colores de las paredes por colores más claros

2.4.3 Empresa

1. Establecer misión y visión
 - a. Misión. Contar siempre con excelente calidad y servicio, previendo alimentos frescos de primera calidad, precios accesibles, rapidez y salubridad, para mantener satisfechos a los clientes brindando un buen trato y un servicio agradable
 - b. Visión. Ser el restaurant más conocido de la región, con nuevas sucursales en distintos municipios reconocida por un excelente servicio y una variedad en platillos de muy buena calidad, cumpliendo con las necesidades de nuestros clientes

2.4.4 Clientes

1. Mejor comodidad en las sillas
2. Más personal
3. Jarras de café en las mesas
4. Diferentes tipos de guarnición
5. Mejor limpieza en los baños

Conclusiones

1. En el diagnóstico organizacional a la empresa rincón nayarita, concluimos en esta investigación la importancia de conocer el estado en el que se encuentran los trabajadores, ya que como sabemos los recursos humanos son el alma de la organización, y esto se ve reflejado en el buen desempeño que tienen los colaboradores para desempeñar su labor y cumplir las metas de la empresa.
2. En la actualidad la competencia empresarial es cada vez más fuerte, por lo cual cada vez vuelve más exigentes con la calidad en los productos y el servicio que se brinda a los clientes, es por ello la necesidad de tener un personal bien capacitado, remunerado, capacitado y comprometido en cumplir tanto objetivos personales como los de la empresa.
3. En la parte de la filosofía de la empresa si es necesario estructurarla, redactarla, exhibirla, comunicarla a todos los colaboradores de la empresa, para que ellos se sientan más comprometidos en lo que hacen para cumplir con la misión y la visión de la empresa.
4. Darle una mejor remuneración a los colaboradores por lo que realizan ya que hacen más cosas de lo que le corresponde.
5. A los colaboradores les gustaría ser tomados en cuenta en las decisiones que se tomen en la empresa, esto ayudará a que aumente más el compromiso hacia la empresa.
6. El planear las actividades que se tienen que realizar u objetivos a alcanzar hará que exista un punto más claro de hacia dónde se quiere llegar, de lo que se quiere hacer. eficientando los esfuerzos y recursos al logro de los objetivos.
7. Incentivar los esfuerzos realizados por los colaboradores, las horas extras que aplican, ya que varios mencionaron que no se les incentivan.
8. En lo referente a los clientes, hay que tener más comunicación y contacto con ellos. Para conocer como les gustan los productos y servicio que se les ofrece.

Referencias

- Andrade S. T (1968). *Diccionario profesional de Relaciones Públicas y comunicación y glosario de términos angloamericanos*, Sao Paulo
- Carlos A. (2014) *Desarrollo Organizacional y consultoría*, Editorial Trillas. México
- Carro P. R. & González G. D. (2012) *Operaciones en un entorno global*. En Estrategias de producción. Mar de Plata Universidad Nacional de Mar de Plata
- Conacyt (2018) Conacyt. Obtenido de Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Recuperado de <https://www.conacyt.gob.mx/index.php/el-conacyt/desarrollo-tecnologico-e-innovacion>.
- Restrepo M. & Rubio Á. J. (1992). *Intervenir en le organización*. Santafé de Bogotá, Significantes de Papel Ediciones