



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÌA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,  
ADMINISTRATIVA Y CIENCIAS**

**Diseño de Investigación previo a la obtención del título de:**

**TECNÓLOGO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**Propuesta de un plan de capacitación al personal**

**para la mejora del servicio al cliente en la**

**Licorería Gentle Drink.**

**Autor: Chuya Chuya Carlos Humberto**

**Tutor: PHD. Luis Ricardo Rodríguez Ayala**

Guayaquil, Ecuador

**2019**

## **DEDICATORIA**

De manera especial a mi familia puesto que ellos son el principal cimiento para la construcción de mi vida profesional, y que también sentó en mi las bases de responsabilidad y el deseo de superación.

A mis padres ya que en ellos tengo el reflejo de sus virtudes y de su gran corazón que me llevan a seguirlos admirando, aunque ya no estén conmigo.

**Chuya Chuya Carlos Humberto**

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, a Dios por protegerme y estar conmigo brindándome fuerzas, y ganas de seguir adelante superando obstáculos y dificultades a lo largo de mi vida.

A mis padres y hermanos que son el motor principal en mi vida puesto que ellos me brindaron su apoyo mutuo en toda mi carrera universitaria.

**Chuya Chuya Carlos Humberto**

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor (a) del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### **CERTIFICO:**

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **PROPUESTA DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN AL PERSONAL PARA LA MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LA LICORERIA GENTLE DRINK** y problema de investigación: **¿COMO CONTRIBUIR A LA CAPACITACIÓN DEL PERSONAL, PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA LICORERÍA GENTLE DRINK, UBICADA EN LA CIUDADELA GUAYACANES DEL CANTÓN GUAYAQUIL, PROVINCIA DEL GUAYAS EN EL PERIODO 2018?**, presentado por **CARLOS HUMBERTO CHUYA CHUYA** como requisito previo para optar por el título de:

### **TECNÓLOGO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS.**

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresado:

**Chuya Chuya Carlos Humberto**

Tutor:

**PHD. Luis Ricardo Rodríguez Ayala**

## **CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN**

Yo, **Chuya Chuya Carlos Humberto** en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **PROPUESTA DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN AL PERSONAL PARA LA MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LA LICORERIA GENTLE DRINK. GUAYAQUIL**, de la modalidad **presencial** realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **Tecnología en Administración de Empresas** de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR.

Chuya Chuya Carlos Humberto

**Nombres y Apellidos del Autor**

**No. de cédula:** 0929188696

\_\_\_\_\_

**Firma**

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT**

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnología (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### **CERTIFICO:**

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES DEL ITB.

---

**Nombres y Apellidos del colaborador**  
**CEGESCIT**

---

**Firma**



## **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

### **TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de: Tecnólogo  
en Administración de Empresas

#### **TEMA:**

Propuesta de un plan de capacitación al personal para la mejora del  
servicio al cliente en la licorería Gentle Drink.

**Autor:** Chuya Chuya Carlos Humberto

**Tutor:** Phd Rodríguez Ayala Luis Ricardo

#### **Resumen**

El presente trabajo de investigación se basa en la propuesta de un plan de capacitación al personal para la mejora del servicio al cliente en la licorería Gentle Drink., el objetivo fue determinar las causas que afectan al dar un servicio de calidad, por parte del colaborador que labora en dicha empresa. A través del diagnóstico, se formulará un plan de mejora para el servicio de atención al cliente mediante una capacitación al personal. Este plan de capacitación servirá para los actuales y de los futuros colaboradores de la licorería Gentle Drink. Se utilizó el diseño de investigación aplicada y estudios exploratorios. Se aplicó la técnica de encuesta a los clientes y empleados el tamaño es de 100 personas. En el análisis e interpretación de resultados estadísticos se consideraron los objetivos propuestos. Se establecieron conclusiones y recomendaciones que permitirán alcanzar una gran calidad de servicio de atención al cliente.

Capacitación

Calidad

Servicio al cliente

Satisfacción



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de: tecnólogo en  
Administración de Empresas

**TEMA:**

Propuesta de un plan de capacitación al personal para la mejora del  
servicio al cliente en la licorería Gentle Drink.

**Autor:** Chuya Chuya Carlos Humberto

**Tutor:** Phd Rodríguez Ayala Luis Ricardo

**Summary**

This research work is based on the proposal of a training plan for the staff to improve customer service at the Gentle Drink liquor store. The objective was to determine the causes that affect the quality of service provided by the collaborator who works in said company. Through the diagnosis, an improvement plan for the customer service will be formulated through staff training. This training plan will serve the current and future employees of the Gentle Drink liquor store. The design of applied research and exploratory studies was used. The survey technique was applied to clients and employees. The size is 100 people. In the analysis and interpretation of statistical results, the proposed objectives were considered. Conclusions and recommendations were established that will allow to reach a high quality of customer service.

training

quality

Customer service

Satisfaction



## INDICE GENERAL

<b>CONTENIDOS:</b>	<b>Páginas</b>
<b>CARÁTULA</b> .....	<b>i</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>ii</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>iii</b>
<b>CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	<b>v</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>vi</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	<b>vii</b>

## CAPÍTULO I

<b>EL PROBLEMA</b> .....	<b>1</b>
<b>Situación conflicto</b> .....	<b>4</b>
<b>Delimitación del problema</b> .....	<b>6</b>
<b>Formulación del problema</b> .....	<b>6</b>
<b>Variables de la investigación</b> .....	<b>6</b>
<b>Objetivo de la investigación</b> .....	<b>6</b>
<b>Objetivos Específicos</b> .....	<b>6</b>
<b>Justificación e importancia</b> .....	<b>7</b>

## CAPÍTULO II

<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>8</b>
<b>Antecedentes Históricos .....</b>	<b>8</b>
<b>Importancia del servicio al cliente.....</b>	<b>9</b>
<b>Antecedentes Referenciales .....</b>	<b>10</b>
<b>Fundamentación legal .....</b>	<b>12</b>
<b>Definiciones conceptuales.....</b>	<b>13</b>

## CAPÍTULO III

<b>MARCO MTODOLOGICO .....</b>	<b>16</b>
<b>Diseño de la investigación .....</b>	<b>16</b>
<b>Investigación pura o teórica .....</b>	<b>16</b>
<b>Investigación aplicada.....</b>	<b>17</b>
<b>Investigación exploratoria .....</b>	<b>17</b>
<b>Investigación descriptiva .....</b>	<b>18</b>
<b>Investigación explicativa.....</b>	<b>19</b>
<b>Investigación cualitativa .....</b>	<b>19</b>
<b>Investigación cuantitativa .....</b>	<b>20</b>
<b>Tipo de investigación .....</b>	<b>21</b>
<b>Población .....</b>	<b>22</b>
<b>Características de la población .....</b>	<b>22</b>
<b>El tiempo.....</b>	<b>22</b>
<b>La cantidad.....</b>	<b>22</b>
<b>El espacio .....</b>	<b>23</b>
<b>Homogeneidad.....</b>	<b>23</b>
<b>Población finita .....</b>	<b>23</b>

<b>Población infinita .....</b>	<b>23</b>
<b>Muestra .....</b>	<b>24</b>
<b>Toma de Muestra .....</b>	<b>24</b>
<b>Tamaño de Muestra .....</b>	<b>24</b>
<b>Ventajas de estudiar una Muestra .....</b>	<b>25</b>
<b>Tipo de muestra .....</b>	<b>25</b>
<b>Método teóricos .....</b>	<b>26</b>
<b>Técnica de investigación .....</b>	<b>26</b>

#### **CAPÍTULO IV**

<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....</b>	<b>30</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>46</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>49</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>48</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>55</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1	Estrategias .....	5
TABLA 2	Tipología.....	21
TABLA 3	Comunidad .....	23
TABLA 4	Selección de Personal.....	25
TABLA 5	Procedimientos .....	26
TABLA 6	Trabajar bajo las órdenes de un jefe .....	44
TABLA 7	Establecer Objetivos Determinados .....	45
TABLA 8	Su jefe valora a todos por igual .....	46
TABLA 9	Forma de ser de su jefe es un buen ejemplo .....	47
TABLA 10	Problemas personales su jefe es accesible .....	48
TABLA 11	Interés en mi para un buen desarrollo .....	49
TABLA 12	Tiempo para recibir su pedido .....	50
TABLA 13	Buen servicio por parte de los empleados .....	51
TABLA 14	Atractiva las instalaciones de la empresa .....	52
TABLA 15	Aspecto pulcro al momento de dar el servicio .....	53
TABLA 16	Atención por parte de los empleados .....	54
TABLA 17	Disponibilidad en todo momento del empleado .....	55
TABLA 18	Atención de sus necesidades concretas .....	56
TABLA 19	Conocimiento para responder todas sus preguntas ...	57
TABLA 20	Prometido con el servicio.....	58

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>GRAFICO 1 Estructura de la empresa.....</b>	<b>15</b>
<b>GRÁFICO 2 Trabajo con su jefe .....</b>	<b>30</b>
<b>GRÁFICO 3 Objetivos de la empresa .....</b>	<b>31</b>
<b>GRÁFICO 4 Trato por iguales .....</b>	<b>32</b>
<b>GRÁFICO 5 Ejemplo a seguir.....</b>	<b>33</b>
<b>GRÁFICO 6 Accesibilidad de su jefe .....</b>	<b>34</b>
<b>GRÁFICO 7 Desarrollo personal .....</b>	<b>35</b>
<b>GRÁFICO 8 Tiempo de espera .....</b>	<b>36</b>
<b>GRÁFICO 9 Calidad de servicio.....</b>	<b>37</b>
<b>GRÁFICO 10 Instalaciones de la empresa .....</b>	<b>38</b>
<b>GRÁFICO 11 Servicio pulcro.....</b>	<b>39</b>
<b>GRÁFICO 12 Atención al cliente.....</b>	<b>40</b>
<b>GRÁFICO 13 Disponibilidad del empleado .....</b>	<b>41</b>
<b>GRÁFICO 14 Necesidades atendidas .....</b>	<b>42</b>
<b>GRÁFICO 15 Comportamiento de los empleados .....</b>	<b>43</b>
<b>GRÁFICO 16 Conocimiento del empleado .....</b>	<b>44</b>
<b>GRÁFICO 17 Promesa de servicio .....</b>	<b>45</b>

## **Anexos**

<b>Figura 1 Licoreria.....</b>	<b>57</b>
<b>Figura 2 Parte interna.....</b>	<b>57</b>
<b>Figura 3 Logotipo.....</b>	<b>58</b>

# CAPÍTULO I

## EL PROBLEMA

### Ubicación del problema en un contexto

En la reseña del comercio hace unos 150.000 años atrás ha existido lo que son productos y clientes en donde sobresale el servicio de atención al cliente. Desde que se inició el servicio de atención los primeros comerciantes y profesionales establecían sus ventas de cara a cara. El servicio que se le da al cliente es del buen trato en cuestión de la calidad del vendedor y parte de la empresa. (Jimenez Carreno , 2017)

La capacitación personal es una de las disciplinas importantes del comercio que los microempresarios no lo han podido desarrollar lo suficiente. Sin embargo, no ha sido fácil para las microempresas poder tener la fidelidad de sus clientes, porque al hablar de servicio, es satisfacer las necesidades del consumidor, ya que todas las personas tienen diferentes gustos y preferencias.

En la actualidad muchas organizaciones están orientadas más en captar clientes, cómo administrar los recursos económicos, humanos y materiales, dejando de lado una adecuada atención al cliente. De otra manera, no existe una preocupación por mejorarla, ni le dan importancia de cómo hacerlo en base a la competencia y a las estrategias orientadas a la retención de los clientes. (BOTIA FONSECA & RIVERA MORENO, s.f., pág. 120)

El concepto fundamental del buen servicio al cliente es la satisfacción de las necesidades y expectativas de nuestros clientes, fundamentando unos de los valores como la amabilidad, fidelidad y atención.

(HUMBERTO, 2006, pág. 19)

Hoy en día, el concepto que se le otorga al servicio, es de una estrategia empresarial que está orientada hacia la anticipación de las necesidades y expectativas que tienen los clientes hacia las empresas, en donde se busca asegurar la lealtad, fidelidad y permanencia tanto de los clientes actuales como la atracción de nuevos clientes. En las razones de la nueva visión de la empresa hay un fácil acceso a una gran cantidad de datos, y se requieren que los proveedores los conozcan en detalle, ya que tienen una gran variedad de opciones, que colocan el valor en la factibilidad, rapidez y conveniencia con que puedan adquirir el servicio esperado por el cliente.

En la situación del servicio el cliente tiene y valora los nuevos elementos de la atención tales como el tiempo, oportunidad, soluciones, individualización y amabilidad por parte del vendedor de la empresa.

La capacitación llega a los Estados Unidos durante el siglo XVIII donde se desarrolla en México por la industria que dio lugar a la creación de grandes fábricas o regiones y se concreta la actividad económica. Las empresas grandes y muy grandes dieron gran importancia a la capacitación personal, aunque de manera individual, analizaron y diseñaron sus propios subsistemas de capacitación. (García Ramírez, 2013)

El buen servicio al cliente trata de que los clientes regresen y se vayan lo suficientemente felices, a cambio de recibir comentarios positivos de un futuro cliente, que posteriormente podrá probar el producto o servicio y convertirse en un cliente más de la empresa. Una de las esencias primordiales del buen servicio es formar una relación con los clientes,



recordando el secreto del servicio: “Serás juzgado por lo que haces, no por lo que dices”. (Sativan, 2012)

Unas de las preocupaciones de las empresas nacionales son de no contar con un gran personal capacitado y productivo, ya que eso ha llevado a varias empresas al fracaso. Se puede fortalecer los objetivos, proyectos y visión de la empresa con una gran organización que nos lleve al éxito. En las empresas nacionales se deben actualizar los conocimientos tanto en la tecnología, capacitación personal, y métodos de trabajo que les permitiera ser más competitivos y contribuir al desarrollo profesional. (RIVAS, 2011)

En Guayaquil unas de las falencias más comunes son, esperar mucho y no ser atendido como debería ser; cuando se desarrolla una ruptura de atención, los colaboradores de la empresa no saben cómo manejar la situación y peor aún al no existir un mecanismo para la solución de las quejas de nuestros clientes, la situación empeora. La principal solución del servicio consiste en poder trabajar tanto en la cultura y la sociedad en donde abarquen los valores necesarios para poder llegar al mercado laboral, y así exista una atención ajustada a los requerimientos de cada cliente. (MOREIRA, 2018)

En este siglo XXI los cambios que afrontan todas las empresas como bares y licorerías, no solo se orientan en satisfacer las nuevas tendencias y exigencias de la demanda, sino también en lograr los niveles adecuados frente a la competencia, en cuanto a sus modos de organización y producción donde la calidad de servicio juega un papel importante en la gestión de las empresas. (Vasquez Bautista & Cajo Salazar, 2016)

Guayaquil es una de las ciudades que constantemente se encuentra en movimiento, debido a esto el número de licorerías está creciendo; los fines de semanas se han convertido en noches de fácil acceso en conseguir el producto deseado por lo que se encuentran a una cierta distancia de un local a otro.

Estos tipos de empresas se deben integrar un poco más en la satisfacción de los clientes para que en sus estrategias puedan mantenerse en el mercado, aprendiendo a gestionar y a medir esta satisfacción, para diferenciarse de la competencia.

La Licorería Gentle Drink de la ciudad de Guayaquil en el sector de la ciudadela Guayacanes, fue creado por una asociación de hermanos que tiene a cargo al Sr José Chuya. Es una buena alternativa, puesto que no solo brinda un buen servicio, sino que además tiene como misión, implantar en sus clientes el concepto de la cultura licorera. Dentro de la calidad de los productos o servicios, constan los valores agregados, tales como su presentación hasta el servicio brindado por el personal que los suministra.

### **Situación del conflicto**

En la licorería Gentle Drink de la ciudad de Guayaquil en el sector de la ciudadela Guayacanes existe una gran tendencia en las ventas y la demanda es muy creciente, sin embargo, la calidad en los servicios no es lo suficientemente adecuada debido al gran número de clientes inconformes con la atención que ofrece el personal.

Es necesario aplicar y fortalecer la gestión de las personas que trabajan en el servicio al cliente, y lo que implica para la empresa, de brindar un sistema de calidad para optimizar los resultados de atención y servicio para una mejora de excelencia a nuestros clientes. (SILVA, s.f.)

Una investigación exploratoria previa nos permitió evaluar que la mayor parte de los clientes entrevistados de la licorería GENTLE DRINK opinan que la mala calidad de servicio se debe al trato inadecuado en la atención y al retraso de la entrega del producto.

Por otro lado, esta solo es la percepción de los clientes, puesto que el personal de la licorería entrevistado cree que el problema radica en la sobredemanda de clientes frente a la reducida oferta de la licorería.

Además, se considera otro factor que afecta la calidad del servicio es el contar con ambientes inadecuados lo cual no les permite trabajar apropiadamente por la incomodidad que se genera en el local.

Finalmente, mencionan que no contar con recursos tecnológicos actualizados, causa incomodidad en el personal.

Si satisfacer es una de las expectativas más importante como se lo ha ido mencionando, entonces sería muy necesario disponer de la información adecuada sobre los clientes.

Esta información debe contener aspectos relacionados con sus necesidades, y dimensiones en donde se los determinaran el nivel de la calidad conseguido por parte de la empresa.

Es así que la importancia de conocer la calidad de servicio que brinda actualmente la licorería, es fundamental para encontrar una herramienta de solución óptima que se adecue a la realidad de este local. (TAMARA., 2015)

**Tabla 1**

*Estrategias*

<b>Causas</b>	<b>Consecuencias</b>
Limitada tolerancia con los clientes	Insatisfacción en la atención
Falta de capacitación al personal	Baja calidad en el servicio
calidad de servicio	Inconformidad en la atención

Autor: Chuya, C.2019

**Delimitación del Problema**

- **Campo** : Administración
- **Área** : Talento Humano
- **Aspectos** : Capacitación personal, servicio, cliente
- **Tema** : Propuesta de un plan de capacitación al personal para la mejora del servicio al cliente de la licorería Gentle Drink.

## **Formulación del Problema**

¿Cómo contribuir a la capacitación del personal, para mejorar el servicio al cliente en la Licorería Gentle Drink, ubicada en la ciudadela Guayacanes del cantón Guayaquil, provincia del Guayas en el periodo 2018?

## **Variación de la investigación**

- **Variable independiente:** Capacitación al personal
- **Variable dependiente:** Servicio al cliente

## **Objetivos de la investigación**

### **Objetivo General**

Organizar un plan de capacitación del personal para desarrollar la integridad del colaborador y de la empresa, analizando y fortaleciendo el conocimiento necesario para una mejora de la calidad del servicio, facilitando el incremento de la demanda y el mejoramiento del servicio al cliente. (Illesca Carrillo, 2012)

### **Objetivos Específicos**

- Proponer la capacitación al personal de servicio al cliente.
- Desarrollar métodos y técnicas de investigación del problema planteado.
- Diseñar un plan de capacitación en la licorería Gentle Drink.
- Detectar las necesidades de formación y adiestramiento y clasificarlas.

## **Justificación e importancia**

La importancia del problema es la capacitación permanente del colaborador tanto en actualizaciones de información como en nuevos

productos, y el objetivo de la empresa es obtener el liderazgo de un factor determinante en la calidad del servicio.

Se Implementará una verdadera cultura de servicio en la empresa y que los colaboradores cuenten con una misión y visión claramente establecidas fomentando un compromiso, y sentirse parte de un equipo y que los respaldara en los momentos difíciles (recordar la caza de errores), necesitan personas a las cuales imitar, y del liderazgo en el servicio.

[\(Manene, 2010\)](#)

El beneficiario de este plan de capacitación de servicio es para la empresa ya que constara con una mejora del personal incrementando sus conocimientos, habilidades, actitudes, y de cómo afrontar a un cliente enojado, o cómo manejar una queja o un reclamo.

La retroalimentación constante es fundamental debido a los resultados que se logran cuando existe un compromiso y la convicción total del colaborador en su función y cuando se tiene claramente definido que se debe hacer (conocimientos), como se debe hacer (desarrollo de habilidades) y porque se debe hacer (actitudes) y todo se logra a través de la formación que en general elevarían la calidad, productividad y competitividad en el actual proceso de cambio. [\(CONTACTUSCC, 2013\)](#)

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **Antecedentes Históricos**

Desde la antigüedad, el hombre siempre ha buscado satisfacer sus necesidades hasta en estos tiempos, los mercados son un punto fijo en donde se puede obtener un producto cualquiera ya que hay más variedad de los mismos.

Los empresarios cada día van mejorando la calidad de sus productos debido a una alta competitividad que existe en el medio, pero en la actualidad ya no es suficiente la calidad del producto, es por ello que los empresarios han hecho un estudio de enfoque en la venta del producto, que en la actualidad se lo conoce como servicio al cliente. (Cesar & Evelin, s.f.)

Se ha venido poniendo a prueba el popular adagio en el servicio: "El cliente siempre tiene la razón" que ha venido dominando y consolidando desde la década de los noventa, que coloca al cliente y a sus necesidades como el centro de todas las decisiones de negocios. (HERNANDEZ, 2011)

La filosofía de un buen servicio es mantener la comunicación cercana y directa y orientarse a los esfuerzos de una organización establecida como es la satisfacción de las necesidades de los consumidores. La atención al cliente no se debe limitarse tanto el buen trato en el momento que se realiza la venta, si no implicar esfuerzos de investigación ya sea de mercados o prever las tendencias de los clientes alineando los requerimientos tanto de productos y servicios manteniendo un trato siempre cercano. (Diaz, 2018)

En medida los negocios y los sectores de servicios enfrentan una mayor competencia y se agudizan en las necesidades de una diferenciación competitiva en donde se incluye una búsqueda de un mejor desempeño. Se considera necesario aplicar un diagnóstico en el cual nos permita determinar las necesidades y deseos del cliente evaluando los distintos puntos que sea importantes para la satisfacción y una mejoría en el servicio. En el servicio se deberá reconocer las expectativas, tendencias, y los gustos en donde el cliente piensa y opina. (Picazo Manriquez & Manriquez Villegas, 1991)

### **Importancia del servicio al cliente**

Los estudios realizados por fidelización en el servicio reconocen que es más fácil en mantener un cliente fidelizado que captar uno nuevo. Según la publicación hecha en el 2013, se dice que mantener a un cliente fidelizado cuesta siete veces más que un cliente nuevo. Cabe recalcar que un cliente satisfecho es un cliente feliz y es aquel que volverá en un futuro y seguirán consumiendo todos nuestros productos y servicios que se les brinda una y otra vez, y que divulgará entre las demás personas una imagen positiva de del servicio ofrecido. (importancia del servicio al cliente, 2013)

Es muy importante brindar un buen servicio o atención al cliente que en una competencia cada vez es mayor, y que se van equiparando en la calidad y precio, por lo que es necesario buscar una diferenciación con los demás competidores. En estos tiempos la mayor parte de los clientes ya no sólo buscan calidad, ni precio, sino una buena atención, en donde se pueda reflejar un ambiente agradable, un trato personalizado, un servicio eficaz.

La importancia de un servicio al cliente debe ser un pilar fundamental en todos los aspectos del negocio donde se haya alguna interacción respecto al ingreso del cliente, ya sea el saludo del personal, y por último hasta en las llamadas contestadas. Debemos de capacitar a todos nuestros

colaboradores ya que deberán estar motivados a dar un buen servicio mostrando siempre un carisma, trato amable y ser cordial con nuestros clientes.

En el proceso de compra siempre deberá darse un buen servicio, ya sea antes y después de la misma, como por ejemplo, en el momento de llamar a nuestro cliente y dar conocer el producto, para saber cuál será su impresión del servicio ofrecido o enviarles cartas de saludos a todos los clientes de la empresa. (Estudio, 2017)

### **Antecedentes Referenciales**

El trabajo especial de grado realizado por: Paola Yohana Alvarado Rodríguez, Tatiana del Rocío Granados Ramírez, Ana flora Guale Tomalá, especialistas en Ingeniería comercial con sus proyectos titulado: Programa de capacitación basados en competencias laborales para el personal del departamento de talento humano de la empresa “Mi Ángel” atraviesa por un problema en cuanto al talento humano, en donde carece de conocimientos actualizados para obtener en mejor contacto con los clientes, es por eso que se sugiere que la empresa brinde capacitaciones con el fin de mejorar las habilidades y destrezas de quienes laboran en esta organización. .

La capacitación es una herramienta muy fundamental para el progreso de la organización, en donde existen varios tipos de capacitaciones: según el puesto de trabajo que desempeña el empleado, según las capacidades que poseen, según el entorno laboral.

La motivación también juega un rol importante, no sólo en el dinero sino en lo intelectual, mientras más sienta el empleado que es capaz de cumplir con sus obligaciones laborales la empresa tendrá mejores resultados. (Rodriguez, 2013)

El trabajo especial de grado realizado por Intriago Ortiz Evelyn Paulina, Mendoza Jiménez Mariuxi Ángela, especialistas en Ingeniería Comercial, con sus proyectos titulados: Aplicación de modelo SERVQUAL para



potencializar la calidad del servicio en el Disney Park, Quito. En la presente investigación se diseñó el modelo SERVQUAL para la satisfacción del servicio al cliente y contribuir a una potencia denominada calidad del servicio, en el Disney-Park de la ciudad de Quito, con una propuesta proyectada al 2017, en donde se aplicó las metodologías como: deductiva, inductiva, cuantitativa, bibliográfica y de campo, mediante una encuesta de preguntas que se basa en componentes como: responsabilidad, confiabilidad, seguridad.

El indicador puesto a prueba nos da un resultado de menor calificación que fue la empatía en un 54,07% y la seguridad en 60,96% por causa de una limitada capacitación y políticas de protección en el cuidado de los bienes de los clientes ya sea en el interior del establecimiento como el exterior. La empresa se ha propuesto en diseñar alternativas para una implementación de cámaras de seguridad y de un plan de capacitación para el talento humano, fortaleciendo los conocimientos de los colaboradores. ([Intriago Ortiz & Mendoza Jimenez, 2017](#))

De acuerdo a las investigaciones realizadas, se ha podido establecer que los autores mencionados son los que aportan a mis antecedentes, y el objetivo es llevarlos a perfeccionar el concepto de la calidad de servicio en la cual se planteara en este documento. Se implementará una estrategia de una excelente calidad de servicio desde la compra y entrega del producto al cliente con las metodologías de campo y el objetivo de saber cuáles son los puntos débiles y como serán solucionados, para así retener y poder captar futuros clientes mediante un buen servicio.

## Fundamentación Legal

### Plan nacional desarrollo del buen vivir

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria

La generación de trabajo y empleo es una preocupación permanente en los diálogos. En ellos se propone la dinamización del mercado laboral a través de tipologías de contratos para sectores que tienen una demanda y dinámica específica. Asimismo, se proponen incentivos para la producción que van desde el crédito para la generación de nuevos emprendimientos; el posicionamiento de sectores como el gastronómico y el turístico –con un especial énfasis en la certificación de pequeños actores comunitarios–; hasta la promoción de mecanismos de comercialización a escala nacional e internacional.

A partir de 2007, se inició un proceso político que cambió estas relaciones de poder, gracias a la Constitución aprobada en 2008. Allí se indica que uno de los objetivos del régimen de desarrollo es “construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable”

**(CE, 2008, art. 276, núm. 2).** Con ello presente, el Estado recuperó su rol estratégico en el desarrollo del país, dejando atrás la sociedad de mercado, para construir una sociedad con mercado, incluyente, que procure el bienestar y la prosperidad por medio de una adecuada generación y distribución de la riqueza. Como lo señaló el Programa de Gobierno, “el mercado es nuestro servidor, no nuestro patrón” (Movimiento Alianza PAIS, 2017, 5).

La considerable inversión pública que ha realizado el Estado permite contar con niveles de conectividad adecuados, infraestructura productiva, seguridad, talento humano y entorno para los negocios, lo cual se convierte en una oportuna plataforma de condiciones para cerrar brechas

de competitividad, que debe ser aprovechada por el sector privado para dinamizar la producción nacional, con lo que se permita atender al mercado interno y explotar sus oportunidades comerciales en los mercados externos.

En ello las empresas públicas han tenido y tienen un rol importante, debido a que son agentes que promueven su desarrollo económico y social a través de su intervención estratégica en mercados, la provisión de bienes y servicios de calidad, y la gestión eficiente de los recursos de los sectores estratégicos.

### **Definiciones Conceptuales**

**Capacitación:** se la denomina como un conjunto de actividades que está orientadas en ampliar los conocimientos, habilidades y aptitudes del personal que labora en una empresa. También les permite a los trabajadores poder desempeñarse en sus cargos, y adaptarse a las exigencias del entorno. ([Definista C. G., 2011](#))

**Personal:** Es un conjunto de personas que trabajan en una misma organización y empresa. es el total de los trabajadores que se desempeñan en la organización ([Merino, 2010](#))

**Servicio:** Es una actividad y secuencia de servir o también le diríamos que es un verbo que se emplea para dar una condición de algún colaborador que está a disposición del otro para hacer lo que se exige u ordena la empresa. ([Merino, 2008](#))

**Cliente:** Es aquel que recibe los servicios de alguien a cambio de un pago que se realiza en el momento de la compra. Un cliente es aquel que desea ser atendido a la medida de la exigencia por quien presta el servicio. ([Definista C. G., 2011](#))

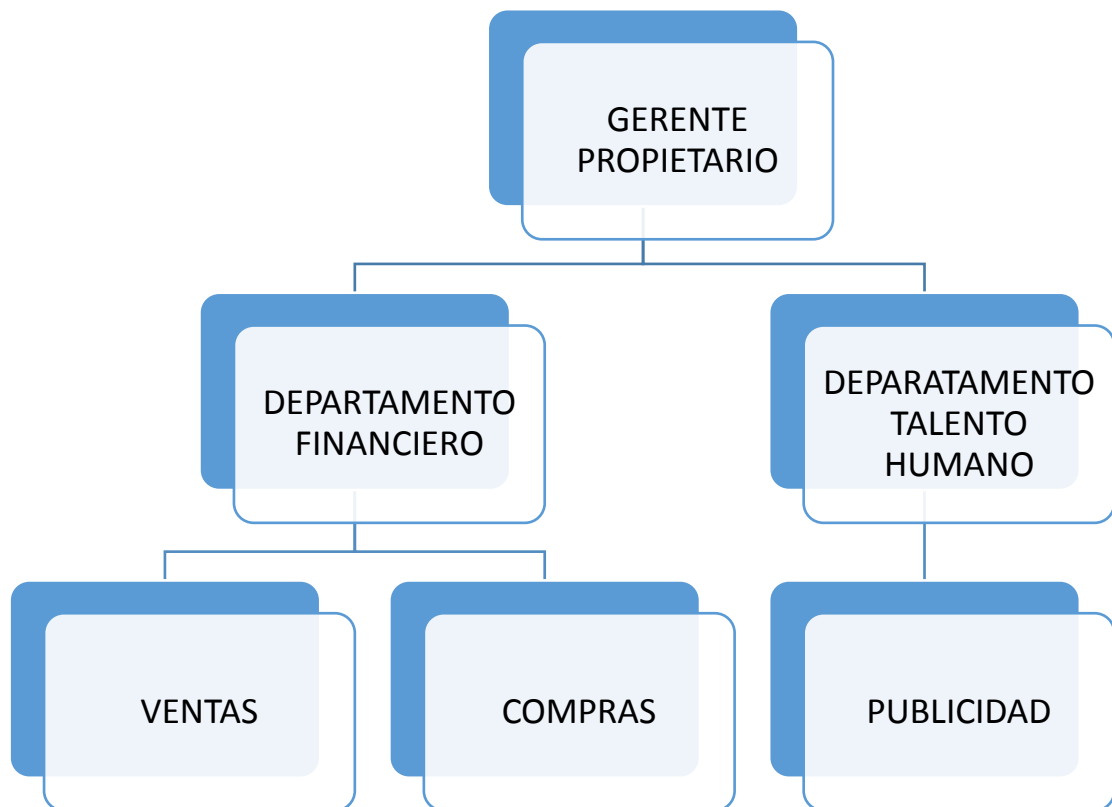
**Capacidad de respuesta:** Es un sistema que, en su probabilidad media se reproduce frente a una demanda o una respuesta de calidad aceptable. En el caso específico entre los dirigentes y el pueblo, hay una mayor capacidad de respuesta en la medida de las prioridades de los dirigentes. ([Espinosa., s.f.](#))

**Empatía:** Es una capacidad de la posición del cliente en donde el colaborador está dispuesto en entender su frustración. En el momento que entendemos la frustración del cliente ya sea los temores o algo por el estilo, podemos iniciar el proceso de brindar una mejor experiencia para los futuros clientes. (<http://www.mujeresdeempresa.com/empatia-como-brindar-una-buena-atencion-al-cliente/>, 2000)

## CAPÍTULO III

GRAFICO 1

### ESTRUCTURA DE LA EMPRESA



## **Misión**

Somos una empresa que brindamos a nuestros clientes la más variada selección de licores importados y nacionales, ofreciendo con estándares de calidad en tiempo y forma, satisfaciendo las necesidades y expectativas en nuestros productos con el mejor servicio para los gustos más exigentes de cada uno de nuestros clientes

## **Visión**

Nos focalizamos en ser una empresa de primer nivel en el mercado de licores más reconocido a nivel local y nacional mediante el continuo mejoramiento de su variedad, calidad de productos y servicios.

## **Principios y Valores**

Responsabilidad

Honestidad

Transparencia

Respeto

Trabajo en Equipo

Disciplina

## MARCO METODOLÓGICO

### Diseño de investigación

La investigación es llevar a cabo diferentes acciones o estrategias con el fin de descubrir algo, obteniendo y aplicando nuevos conocimientos. Una investigación explica la realidad determinada a obtener cuestiones y situaciones de interés, como es base del conocimiento científico, si bien no toda investigación es científica.

Para que la investigación sea científica es necesario que se ha de forma sistemática, con unos objetivos claros y que puedan ser comprobados y replicados. Los resultados obtenidos deben ser analizados de forma objetiva y tomar en cuenta las diversas variables que pueden afectar al fenómeno estudiado. (Mimenza, s.f.)

### Investigación pura o teórica

Es una investigación que tiene como un gran objetivo aportar elementos teóricos al conocimiento científico, pero sin tomar en cuenta las intenciones de corroborar dicha información, en donde se formulan las nuevas teorías que modifican lo existente. La investigación se la denomina como fundamental o básico, y es una herramienta que se utiliza en el muestreo, para ampliar los descubrimientos, más allá del hecho que se está estudiando.

(<https://tiposdeinvestigacion.org/teorica/>,

s.f.)

## **Investigación aplicada**

La investigación aplicada es un tipo de investigación en donde el problema está establecido y se centra en encontrar mecanismos o estrategias que permitan lograr un objetivo concreto, en donde se lo utiliza para dar respuesta específica.

El ámbito al que se aplica es muy específico, ya que no se trata de explicar una amplia variedad de situaciones, sino que más bien se intenta abordar un problema.

El énfasis del estudio está en la resolución práctica de problemas y se centra solo en llevar a la práctica las teorías en generales, tanto como la motivación que va desde los problemas resueltos y lo que se está planteando para un momento específico. (Rodríguez, s.f.)

## **Investigación exploratoria**

Este tipo de investigación se pretende dar una visión general y centrarse en analizar e investigar los aspectos concretos de la realidad. La investigación se lo realiza cuando el tema no ha sido lo suficientemente tratado ni reconocido y más aún cuando se lo empieza a formular una hipótesis precisa o de cierta generalidad.

Por sus características, la investigación exploratoria no forma parte de teorías muy detalladas, sino que aparece cuando se trata de un fenómeno en donde no se admite una descripción sistemática y cuando los recursos no resultan lo suficiente para emprender un proyecto más profundo.

Los estudios exploratorios sirven para aumentar el grado de familiaridad con los fenómenos relativamente desconocidos, y en obtener más información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación



completa sobre un contexto particular basado a la vida real. Las preguntas básicas para una investigación exploratoria son: ¿para qué?, cual es el problema? ¿Y que se podría investigar?

En los estudios exploratorios hay pocas ocasiones que se constituyen un fin en sí mismos, "por lo general determinan tendencias, identifican relaciones potenciales entre variables y establecen el `tono' de investigaciones posteriores más rigurosas".

Se caracterizan por ser los más flexibles en la metodología y en comparación con los estudios descriptivos o explicativos, que son más amplios y dispersos que los otros dos tipos. Asimismo, implican un mayor "riesgo" y requieren gran paciencia, serenidad y receptividad por parte del investigador. (Morales, s.f.)

### **Descriptiva**

Este tipo de investigación es únicamente de establecer una descripción lo más completa posible de un proyecto, situación o elemento concreto, sin buscar ni causas ni consecuencias de éste.

La descriptiva busca especificar las prioridades de personas, grupos, o comunidades que sea sometido a ser analizado y se evalúen diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar.

En muchas ocasiones estos tipos de investigación no se pregunta por la causalidad de los fenómenos si no del "por qué ocurre lo que se observa". En resumen, simplemente se trata de obtener una imagen esclarecedora del estado de la situación.

El proceso de la descripción no es exclusivamente la obtención y la acumulación de datos, sino que se relaciona con condiciones y conexiones existentes, prácticas que tienen validez, opiniones de las personas, puntos de vista, actitudes que se mantienen y procesos en marcha.

Las investigaciones descriptivas no solamente se centran en medir los explicativos sino en descubrirlo, y el investigador debe definir que va a medir y a quienes va a involucrar en esta medición. (Martinez, s.f.)

### **Explicativa**

Es una investigación más frecuente y en lo que la ciencia se centra más con el fin de intentar determinar las causas y consecuencias de un fenómeno concreto.

En esta investigación se busca no solo el qué sino el porqué de las cosas, y cómo han llegado al estado en cuestión. Para ello se puede utilizar los diferentes métodos como la observacional, correlacional o experimental.

El objetivo de la investigación es crear modelos explicativos con el que puedan observarse las secuencias de causa-efecto, si bien estas no tienen por qué ser lineales.

La investigación es la que constituye el conjunto organizado de principios, inferencias, descubrimientos y afirmaciones, por medio del cual se interpreta una realidad y los supuestos deben ser coherentes a los hechos relacionados con el tema de estudio. (Yanez, s.f.)

## **Cualitativa**

Investigación cualitativa es aquella que se basa en la obtención de datos en principio no cuantificables, basados en la observación. Se centra en aspectos descriptivos y los datos obtenidos son subjetivos y poco controlables que no permiten una explicación clara de los fenómenos. Sin embargo, los datos que se obtienen de dichas investigaciones pueden ser operatividades con el fin de poder ser analizados, y el fenómeno estudiado sea más completa.

La investigación cualitativa se basa en lo que es la observación de comportamientos ya sea naturales o discursos, en donde la respuesta abierta interpreta el significado de la investigación. El análisis cualitativo es aquel que revela cuáles son las propiedades y características específicas de algo, así como su valor distintivo. (<https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodologia-cualitativa>, 2018)

## **Cuantitativa**

Es un procedimiento de decisiones que se pretende señalar, el estudio y análisis de la realidad a través de diferentes procedimientos basados en la medición, usando magnitudes numéricas que pueden ser tratadas mediante herramientas del campo de la estadística.

Permite un mayor nivel de control, siendo posible realiza experimentos y obtienen explicaciones a partir de las hipótesis. Los resultados de estas investigaciones se basan en la estadística y son generalizables. Por eso la investigación cuantitativa se produce por la causa y efecto de las cosas

Para una metodología cuantitativa se requiere que haya entre los elementos del problema de investigación una mayor relación cuya

naturaleza sea representable por algún modelo numérico ya sea lineal, exponencial o similar.

Es decir, que haya claridad entre los elementos de investigación y los que conforman el problema, sea posible definirlo, limitarlos y saber exactamente dónde se inicia el problema, en qué dirección va y qué tipo existe entre elementos.

[https://es.wikipedia.org/wiki/Investigación\\_cuantitativa](https://es.wikipedia.org/wiki/Investigación_cuantitativa), 2018)

Las dos teorías que se llevaría a cabo en este proyecto es la investigación aplicada en donde el problema está establecido y lo que también se centraría en buscar mecanismos o estrategias que permitan lograr un objetivo concreto, y los estudios exploratorios nos indica que sirven para aumentar el grado de familiaridad con los fenómenos relativamente desconocidos, y en obtener más información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación completa sobre un contexto.

## Tipos de investigación

**Tabla 2**

*Tipología*

<b>Explorativo</b>	<b>Explicativo</b>	<b>Descriptivo</b>	<b>Correlacional</b>
<p>La investigación es efectuada en los temas de objetos ya sea desconocidos o poco estudiados, en donde sus resultados serán constituidos por una visión que se aproxima de dicho objeto, es decir, de un nivel superficial de conocimientos estudiados. Según el autor (GARCIA, 2012)</p>	<p>El explicativo se encarga de buscar y analizar el porqué de los hechos mediante un establecimiento de relaciones causa-efecto. En el sentido de la investigación pueden ocuparse tanto de la determinación de causas como los efectos mediante una prueba de hipótesis. Según el autor (GARCIA, 2012)</p>	<p>Consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Según el autor (GARCIA, 2012)</p>	<p>Determina si dos variables están correlacionadas o no. Esto significa analizar si un aumento o disminución en una variable coincide con un aumento o disminución en la otra variable. Según el autor (GARCIA, 2012)</p>

Nota: Chuya, C (2018)

Se relacionan con la investigación explicativa porque se encarga de los hechos causa-efecto mediante una prueba de hipótesis y la investigación descriptiva se caracteriza en el fenómeno de un hecho con el fin de reestablecer su estructura.

### **Población**

A toda población se la considera como un conjunto de individuos o elementos que comparten y poseen algunas características comunes dentro de un contexto determinado y unos de estos rasgos se deberían considerarse como una selección de individuos y que se hagan parte de la población de estudio efectuado.

### **Características de la población**

La población deberá tener muy en cuenta de algunos rasgos ya sea parámetros en el momento de elegir lo que se va a estudiar

### **El Tiempo**

Es donde la población se la estudia mediante un momento cronológico o depende si la población que se va estudiar será localizada cronológicamente durante los primeros cinco años, caso contrario, se lo encontrará en el presente.

### **La Cantidad**

Hace alusión al número de personas que conforman una población, es decir, a su tamaño. Y el tamaño de la población es uno de los ítems más importantes de una investigación, ya que determinará el tamaño de los segmentos (muestras) de estudio.

Por otro lado, el tamaño de la población dependerá de la disponibilidad de tiempo y recursos por parte del ente investigador.

### **El Espacio**

Es el lugar donde la población es física y se o estudia el tamaño, la extensión del área, pero dependerá del tiempo y de los recursos que tenga el investigador del espacio.

### **Homogeneidad**

Trata de una similitud de los rasgos y miembros seleccionados en relación al tema de una investigación. (Jervis, s.f.)

### **Población finita**

Son unas de las que poseen dimensiones contables y definidas como las que puede contar y estudiar con una mayor facilidad a sus integrantes.

### **Población infinita**

Es un elemento incontable como por ejemplo tenemos inmensas poblaciones donde es muy difícil contabilizar a sus integrantes, y suele tomarse en cuenta una pequeña porción de la población a la hora de ser estudiado, como una muestra. (Lugo, s.f.)

**Tabla 3**

#### **Comunidad**

Población	Cantidad
Gerente	1
Administrador	2
Empleados	3
Total	6

Nota: Chuya, C (2018)

Se elabora un cuadro estratégico para la empresa conformada de seis personas en donde desarrollaran su talento en cada uno de sus puestos asignados y se contribuirá con un plan capacitación del personal, para mejorar el servicio al cliente.

### **Muestra**

La muestra es tomada en cuenta como uno de los segmentos o subconjunto importante de una población, y dentro de cualquier proceso investigativo de un amplio espectro, es esencial de seleccionar una gran muestra. Tienden a ser lo suficientemente útil como para hacerse de una gran idea de la totalidad de las poblaciones. Son elegidas de manera muy rigurosa, y el estudio arroja datos certeros de una población en general.

### **Toma de muestra**

Se lo puede tomar de muchas maneras, como por ejemplo tenemos la dependencia de los intereses de un investigador. La calidad del estudio y de los rasgos van a ser analizado y se determinarán de qué tipo de muestra que se deberá elegir.

- Aleatorio: se basa en la selección de los miembros de una población y se caracteriza porque todos los miembros de la población cuentan con igualdad de oportunidades para ser parte de la muestra.
- Estratificación: consiste en la división por grupos o estratos de una población. Estos grupos se forman teniendo en cuenta los rasgos que se quieran investigar y cada uno de estos se selecciona de forma proporcional con relación a la población.
- Sistemático: identifica un patrón para seleccionar a los individuos de una población y el criterio de selección establecido es casi siempre es numérico.

### **Tamaño de una muestra**

Hace referencia al número de individuos que serán incluidos dentro de la misma. Es así como la cantidad de individuos incluidos dentro de la



muestra dependerá de la precisión que se quiera alcanzar con el estudio de la misma. Se deben estudiar muestras más grandes, pues éstas arrojarán datos de forma más acertada sobre la población general, pero sin embargo el tamaño de la muestra está a la disponibilidad de tiempo y recursos por parte del investigador.

### **Ventajas de estudiar una muestra**

Estudiar una muestra en vez de estudiar una población puede ofrecer las siguientes ventajas:

- **Tiempo:** permite ahorrar con un grupo más reducido de individuos.
- **Costos:** al requerir de una menor cantidad de recursos, se ahorra costos dentro del proceso de investigación.
- **Factibilidad:** estudiar la totalidad de una población casi siempre es una tarea improbable, pero al estudiar una muestra, se garantiza que todos los miembros de la misma serán analizados.
- **Selección puntual:** hace posible elegir un grupo de características homogéneas, incrementando las posibilidades de analizar los rasgos o características más relevantes de forma puntual.

**Tipo de muestra:** Probabilístico, Aleatorio Simple, Aleatorio Sistemático, Aleatorio estratificado, Aleatorio por conglomerados, Por cuotas, Intencional o de conveniencia, Discrecional.

**Tabla 4**

#### **Selección de personal**

Población	Cantidad
Gerente	1
administrador	2
empleados	3
Total	6

Autor. Chuya. C (2018)

La muestra de población a trabajar en la empresa es de seis personas. En la cual se ha elegido el muestreo aleatorio simple por lo que selecciona

una muestra del tamaño de una población y cada elemento tiene una probabilidad de inclusión y es conocida, también es sencillo y de fácil comprensión, en calcular lo más rápido de medias y varianzas.

### **Métodos teóricos**

Son los que permiten obtener nuevos conocimientos y el análisis consiste en la separación de las partes de esas realidades hasta llegar a conocer sus elementos fundamentales. La inducción expresa el movimiento de lo particular a lo general, o sea se llega a generalizaciones partiendo del análisis de casos particulares.

### **Técnicas de investigación**

**Tabla 5**

#### **Procedimientos**

Técnicas	Instrumentos
Entrevista	Formulario
Encuesta	Cuestionario

Nota: Autor: Chuya. C (2018)

**Entrevista:** Es un intercambio de ideas y opiniones recíprocas donde el entrevistado utiliza técnicas de recolección mediante una conversación bien estructurada que se da entre una, dos o más personas totalmente libre (<https://concepto.de/que-es-entrevista/>, s.f.)

**Encuesta:** es un procedimiento en la cual permite recopilar datos dentro de los diseños de una investigación descriptiva mediante un cuestionario previo, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información ya sea para entregarlo en forma de tríptico, gráfica o tabla. (<https://definicion.de/encuesta/>, s.f.)

Nombre:

Edad:

Apellido:

Sexo:

### **ENCUESTA AL PERSONAL DE LA EMPRESA**

1.- ¿Le gustaría trabajar bajo las órdenes de un jefe inmediato?

Si

No

2.- ¿Su jefe establece objetivos determinados para el futuro de la empresa?

Si

No

3.- ¿Su jefe valora a todos por igual?

Si

No

4.- ¿La forma de ser de su jefe es un buen ejemplo a seguir para desempeñar mi trabajo?

Si

No

5.- ¿Cuando usted tiene problemas personales su jefe es accesible?

Si

No

6.- ¿La empresa demuestra tener interés en mi para un buen desarrollo personal?

Si

No

Nombre:

Apellido:

### **Encuesta del servicio al cliente**

1.- ¿Usted tuvo que esperar mucho tiempo para recibir su pedido?

Bueno

Regular

Malo

2.- ¿Siente haber recibido un buen servicio por parte de los empleados de la empresa?

Bueno

Regular

Malo

3. ¿Le parece atractiva las instalaciones de la empresa?

Bueno

Regular

Malo

4.- ¿Los empleados tienen un aspecto pulcro al momento de dar el servicio?

Bueno

Regular

Malo

5.- ¿Como usted fue atendido por parte de los empleados?

Bueno

Regular

Malo

6.- Los empleados estuvieron dispuestos a ayudarlo en todo momento

Bueno

Regular

Malo

7.- Siente usted que los empleados atendieron sus necesidades concretas

Bueno

Regular

Malo

8.- Como lo califica el comportamiento de los empleados y si le genero confianza

Bueno

Regular

Malo

9.- los empleados que lo atendieron contaban con el suficiente conocimiento para responder todas sus preguntas

Bueno

Regular

Malo

10.-Piensa usted que el restaurante cumplió con lo prometido en relación con el servicio

Bueno

Regular

Malo

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

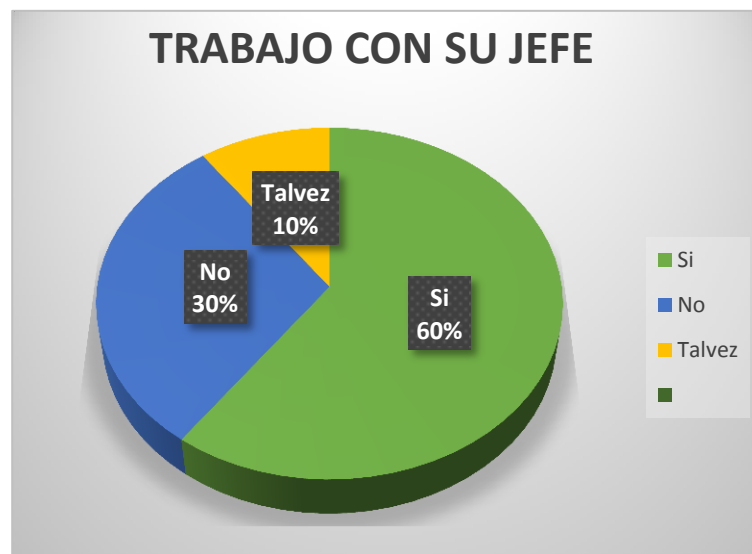
#### Encuesta al personal de la empresa

1.- Le gustaría trabajar bajo las órdenes de un jefe inmediato?

Tabla 6

SI	70	60%
NO	25	30%
TALVEZ	5	10%
TOTAL	100	100%

GRAFICO II



Chuya. C (2019)

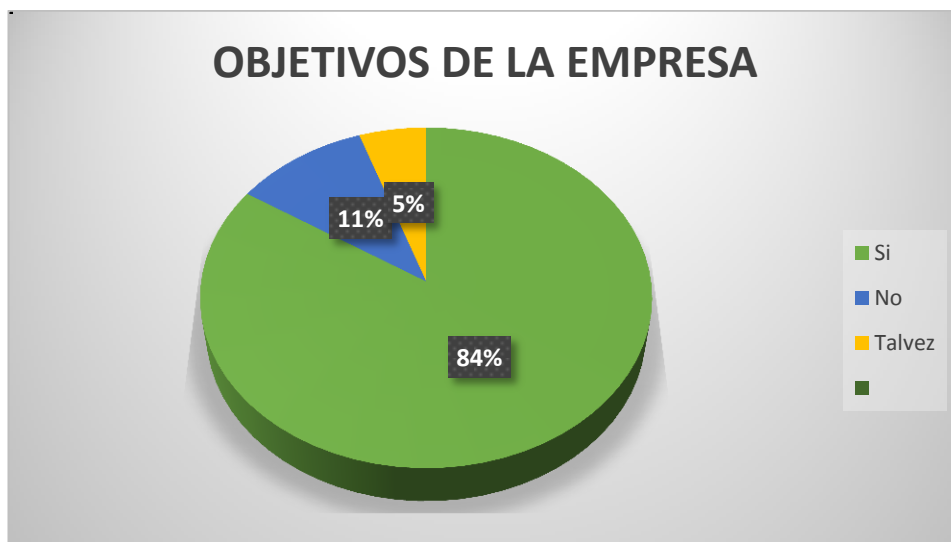
Según la encuesta realizada hay un 60% de que, si le gusta trabajar con un jefe inmediato, pero hay un 30% de que no quieren trabajar por lo que temen a equivocarse en algún momento y de ser multado, también hay un 10% que está indeciso por lo que pueda pasar.

2.- Su jefe establece objetivos determinados para el futuro de la empresa

**Tabla 7**

SI	88	84%
NO	9	11%
TALVEZ	3	5%
TOTAL	100	100%

**GRAFICO III**



Chuya. C (2019)

De acuerdo a lo realizado hay un 84% de que el jefe si establece objetivos para una mejora de la empresa, pero hay un 11% que dicen del jefe que no ha propuesto objetivos para la empresa, pero hay un 5% que aún no sabe si hay algún objetivo para la mejora de la empresa

### 3.- Su jefe valora a todos por igual

Tabla 8

SI	85	82%
NO	3	5%
TALVEZ	12	13%
TOTAL	100	100%

GRAFICO IV



Chuya. C (2019)

El 82% del personal está conforme con el trato de que se les da por parte de su jefe, hay un 5% que no están del todo bien con lo que su jefe se lo propone, y así con el restante del personal que aún no se deciden si se sienten bien o no con las reglas de la empresa.

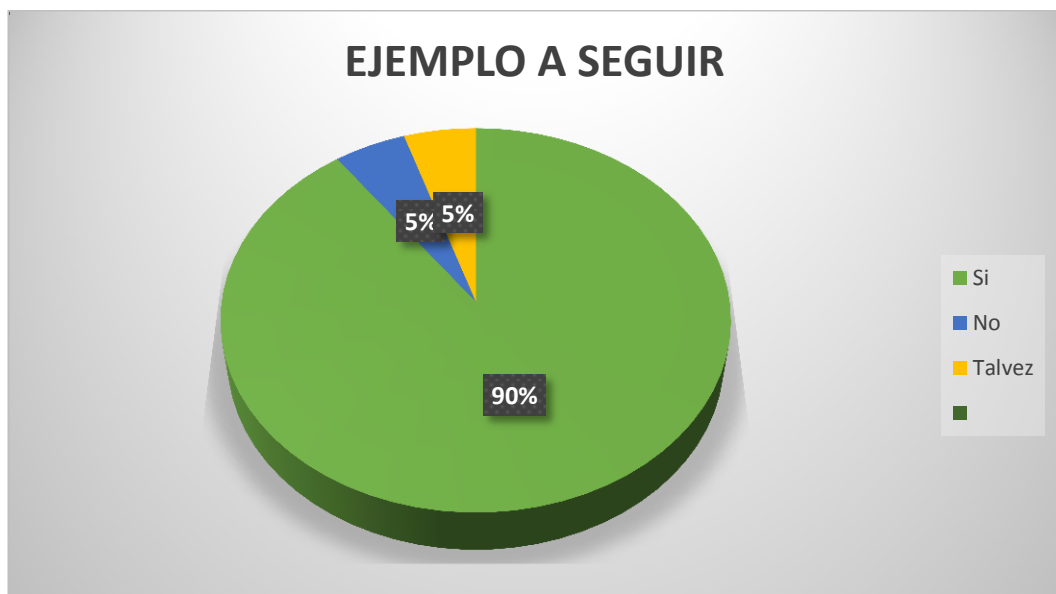


#### 4.- La forma de ser de su jefe es un buen ejemplo a seguir para desempeñar mi trabajo

Tabla 9

SI	94	90%
NO	3	5%
TALVEZ	3	5%
TOTAL	100	100%

GRAFICO V



Chuya. C (2019)

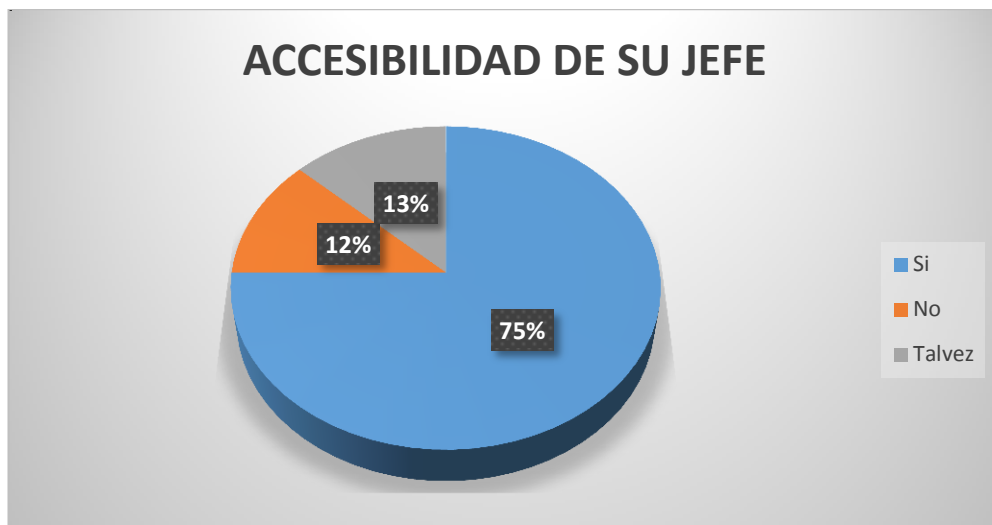
Con el gráfico demostrado de un 90% señala de que si es un gran ejemplo a seguir por las cualidades de que se les dan a cada uno, pero el 5% piensa en lo contrario y el restante no lo dan como ningún de las dos alternativas ya que prefieren de no comentar nada. Pero a ese porcentaje se tendrá que ponerle más atención para así poder ir mejorando.

5.- Cuando usted tiene problemas personales su jefe es accesible

**Tabla 10**

SI	70	75%
NO	10	12%
TALVEZ	20	13%
TOTAL	100	100%

**GRAFICO VI**



Chuya. C (2019)

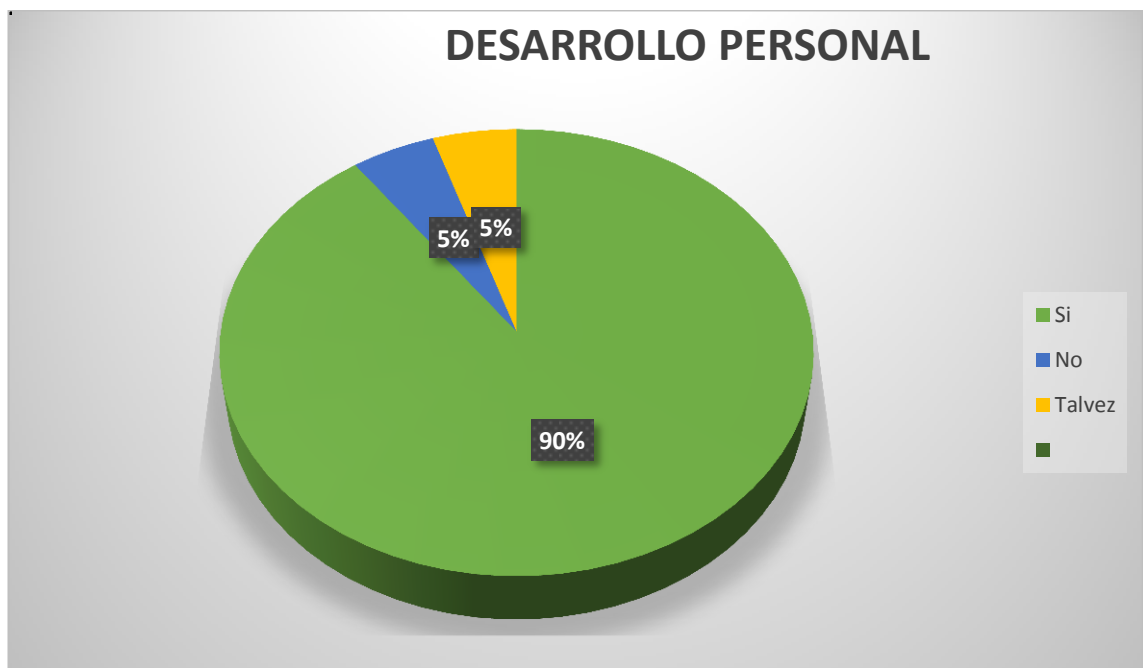
Según el porcentaje adquirido hay un 75% que el jefe si es accesible de casi todos los problemas que presente de sus colaboradores, en donde por otro lado tenemos un 12% dice que no lo es por ciertos motivos que ocurren en la empresa y hay el 13% de que no comentan sobre el trato del jefe inmediato.

6.- La empresa demuestra tener interés en mi para un buen desarrollo personal

Tabla 11

SI	80	90%
NO	10	5%
TALVEZ	10	5%
TOTAL	100	100%

GRAFICO VII



Chuya. C (2019)

Según en la encuesta el 90% dicen que la empresa si demuestra el interés en el desarrollo del personal, pero hay un 5% que no están satisfecho por lo que la empresa le ofrece y otro 5% se dice que aún no han visto lo que la empresa tiene propuesto para su desarrollo.

## Encuesta del servicio al cliente

1.- Usted tuvo que esperar mucho tiempo para recibir su pedido?

Tabla 12

SI	85	80%
NO	10	15%
TALVEZ	5	5%
TOTAL	100	100%

GRAFICO VIII



### Chuya.C.2019

Mediante esta grafica se demuestra que el 80% está satisfecho por la rapidez que demuestra los empleados de la licorería y un 15% lo califican como regular, y dejando con un 5% de inconforme y que se deben arreglar para alcanzar un 100% de puntaje.

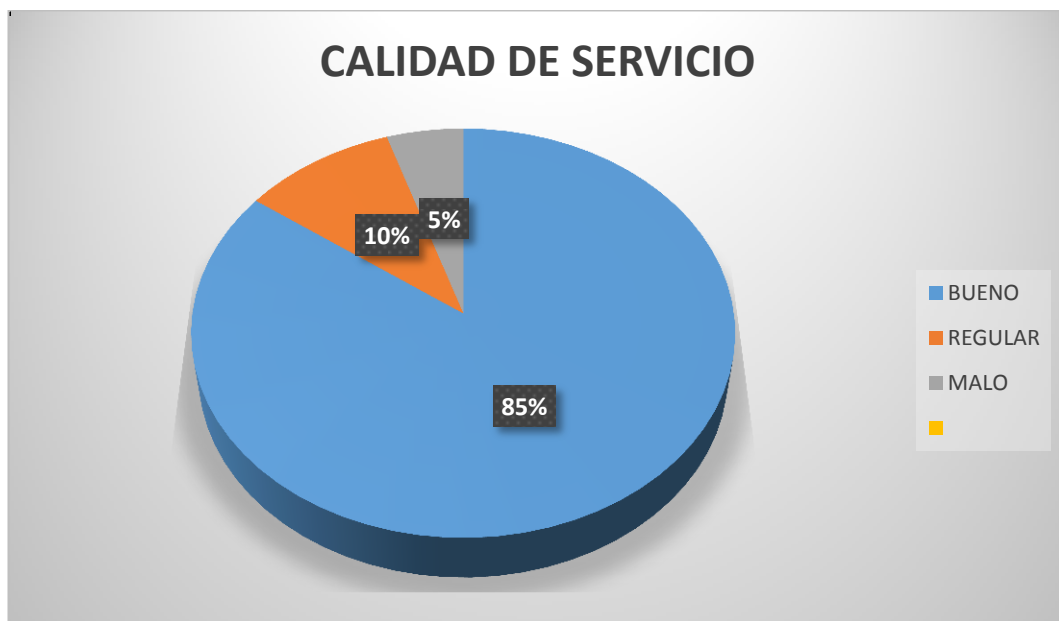
Esto demuestra que no es necesario de esperar mucho tiempo ya que el desarrollo por parte de los empleados de la empresa es casi perfecto en la atención.

2.-Siente haber recibido un buen servicio por parte de los empleados de la empresa?

Tabla 13

SI	60	85%
NO	30	10%
TALVEZ	10	5%
TOTAL	100	100%

GRAFICO IX



Chuya. C (2019)

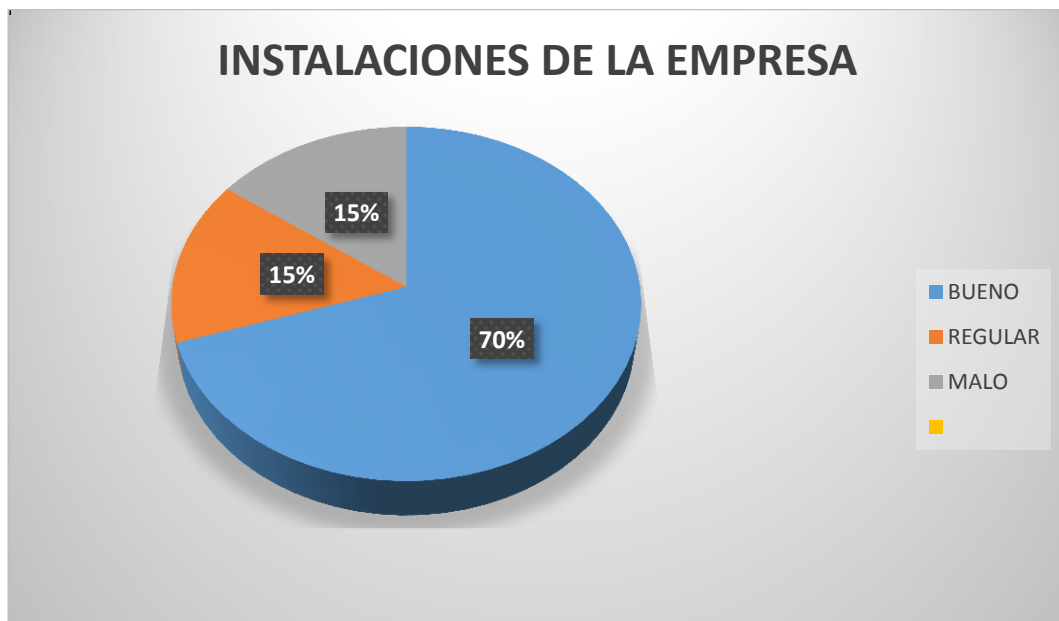
En el gráfico dos, se puede observar que el 85% de los clientes están conforme con el servicio recibido, el 10% lo califican de regular por lo que aún no tienen la suficiente capacitación los empleados y es por eso que también hay un 5% de una mala atención que aún no satisface al cliente lo suficiente.

### 3. Le parece atractiva las instalaciones de la empresa

**Tabla 14**

SI	80	70%
NO	10	15%
TALVEZ	10	15%
TOTAL	100	100%

**GRAFICO X**



Chuya, C (2019)

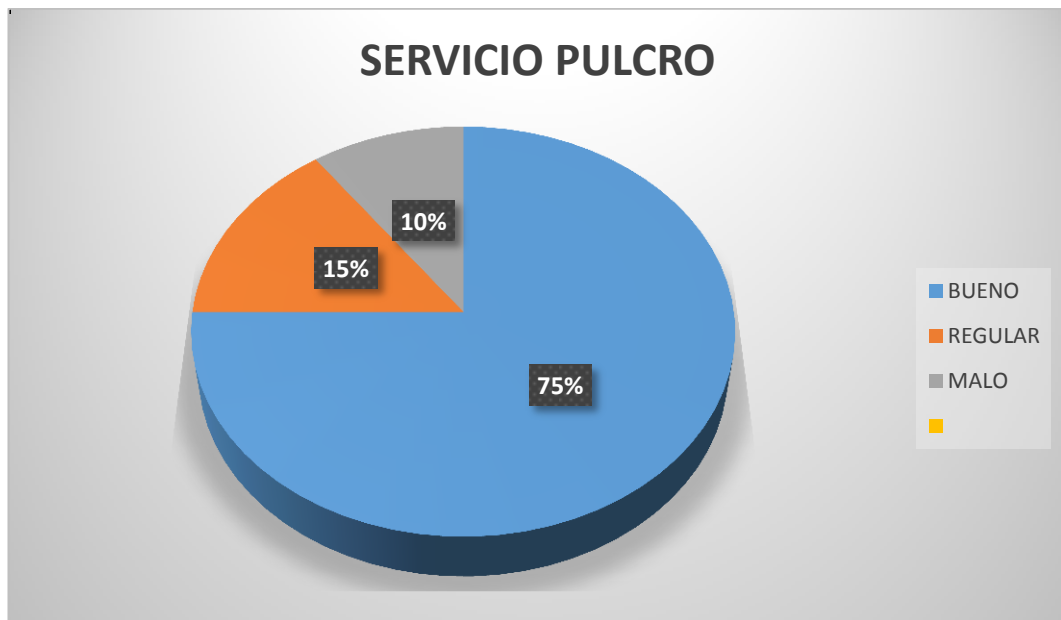
En el cuadro tres, nos da un resultado del 70% de que las instalaciones están casi a la medida de lo que se espera, pero un 15% de clientes lo dan como un ambiente bueno y un poco estable pero también hay un 15% donde no lo es suficiente como para su gusto de algunos clientes.

4.-Los empleados tienen un aspecto pulcro al momento de dar el servicio

**Tabla 15**

SI	80	75%
NO	15	15%
TALVEZ	5	10%
TOTAL	100	100%

**GRAFICO XI**



Chuya, C (2019)

Se puede observar que las repuesta a esta pregunta tienen una gran diferencia en donde el 75% de la población opino que los empleados que los atendieron si tenían un aspecto pulcro y el 15% opina lo contrario, también un 10% considera que no al todo lo convence del servicio.

5.- Como usted fue atendido por parte de los empleados

**Tabla 16**

SI	85	75%
NO	10	15%
TALVEZ	5	10%
TOTAL	100	100%

**GRAFICO XII**



Chuya, C (2019)

En esta grafica se observa que la mayoría de los clientes están satisfecho con la calidad del servicio brindado por los empleados, en donde ocupa un 75% de bueno, y un 15% de regularidad, dejando el restante es del 10% malo, sin embargo, no se debe dejar de lado el que no estuvo de acuerdo, esto tal vez se debió a demoras en la entrega del producto.

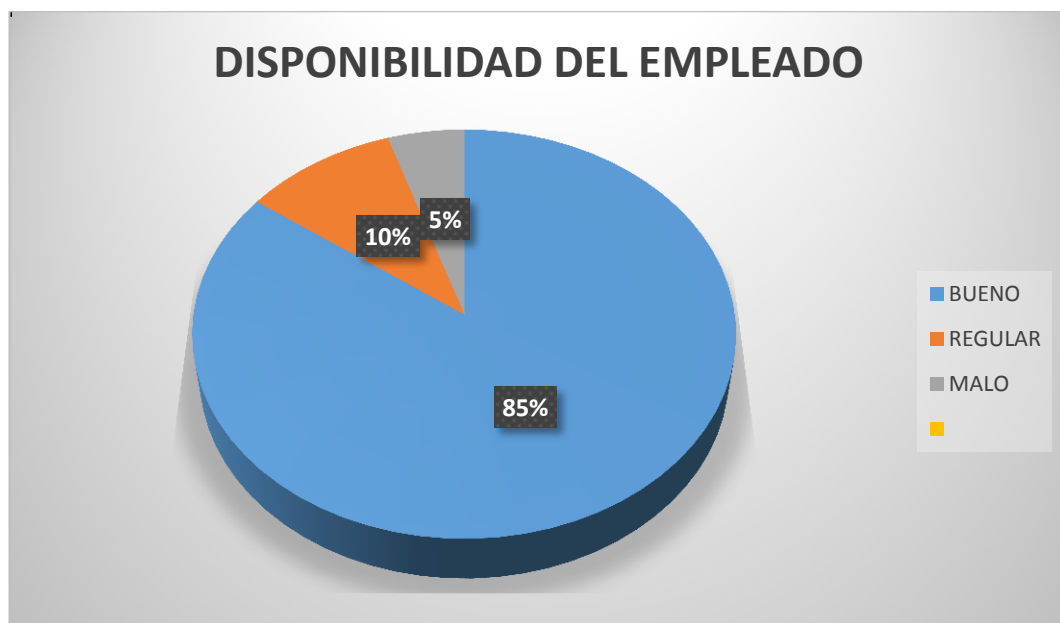


6.- Los empleados estuvieron dispuesto a ayudarle en todo momento

**Tabla 17**

SI	80	85%
NO	15	10%
TALVEZ	5	5%
TOTAL	100	100%

**GRAFICO XIII**



**Chuya, C (2019)**

Los empleados son muy cordiales y amables en el servicio de atención, en la cual se crea una relación de empatía entre clientes y ellos, esto se aprecia en el porcentaje obtenido que es un 85%, y a pesar de que los empleados estén muy ocupados están dispuestos a ayudarlos con lo que este necesite. Además de estar pendiente de todo momento esta cordialidad de los empleados es un factor determinante al momento de ser calificado.

7.- Siente usted que los empleados atendieron sus necesidades concretas

**Tabla 18**

SI	85	80%
NO	14	19%
TALVEZ	1	1%
TOTAL	100	100%

**GRAFICO XIV**



Chuya. C (2019)

En el grafico podemos ver que hay un 80% de satisfacción por parte de los clientes encuestado, contamos con un 19% de una regularidad que a pasar del tiempo se tendrá que ir mejorando, esto demuestra que esta variable de la empatía llega a ser uno de los fuertes de la empresa, y el 1% lo califican de mala atención, esto puede darse debido a confusiones de los empleados al llevar el producto.

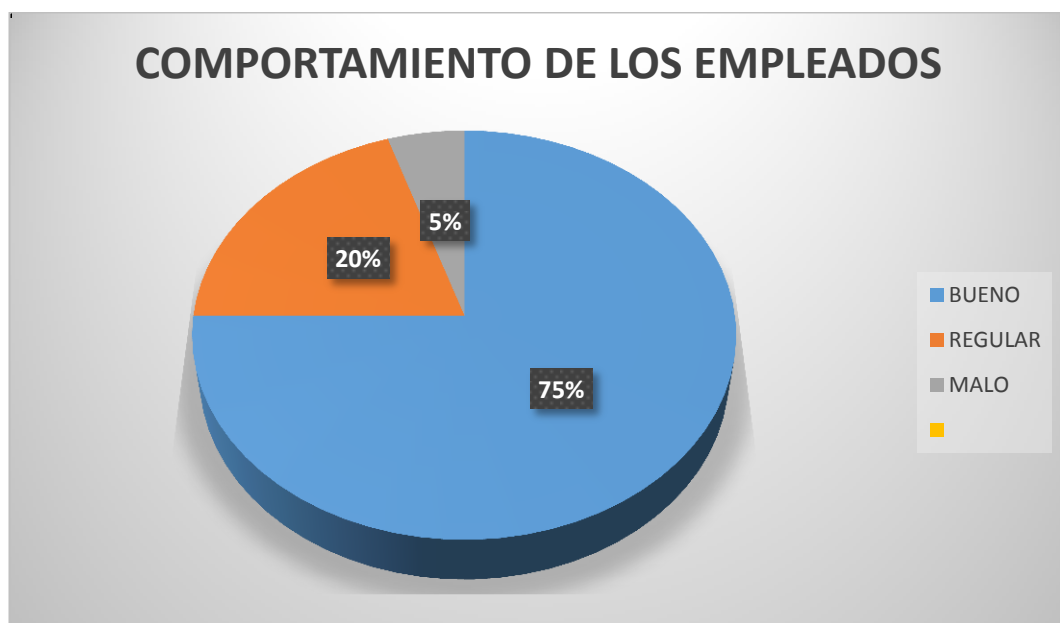
Hay que tomar en cuenta que los clientes son muy exigentes al momento de pedir el producto, es por eso que se debe preocupar en no cometer y evitar el 1%.

8.- Como lo califica el comportamiento de los empleados y si le genero confianza

**Tabla 19**

SI	85	75%
NO	10	20%
TALVEZ	5	5%
TOTAL	100	100%

**GRAFICO XV**



Chuya. C (2019)

En el comportamiento y la generación de confianza y respeto es muy importante para nuestros clientes, empleados y para la empresa, ya que, si se genera esta relación, se haría que el cliente se sienta más cómodo, además de otorgarle un 75% de bueno y un 20% de regularidad, esto hace que cada día vayamos mejorando porque aún tenemos un 5% de malo que aun debemos mejorar la calidad para el bien de la empresa.

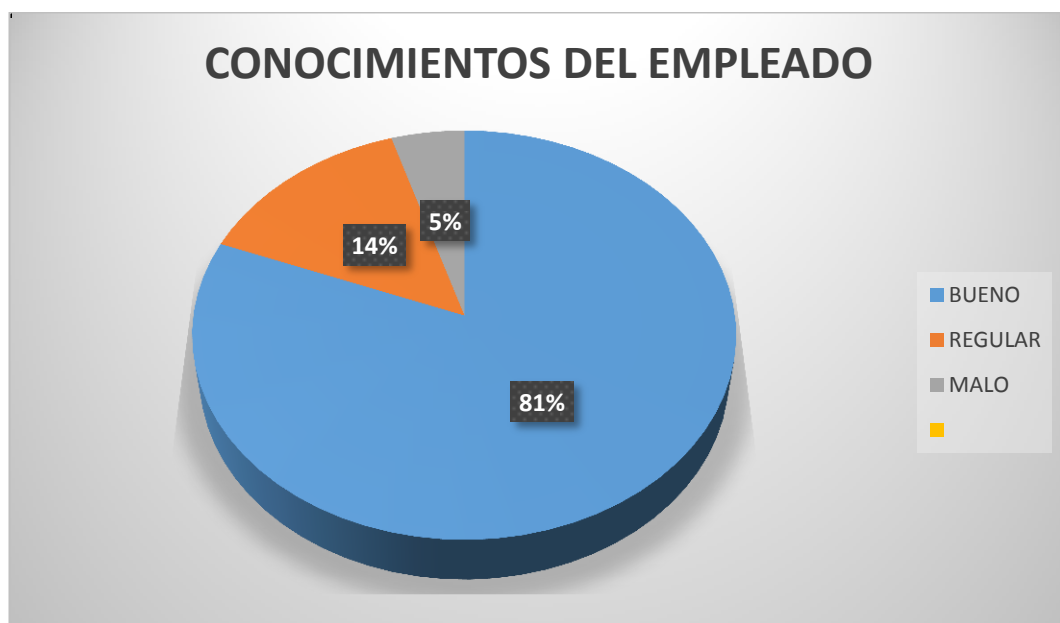
Es muy importante la calificación por lo que la generación de empatía con el cliente no es tan sencilla de ganárselo, ya que la personalidad de los clientes varia cada día.

9.- Los empleados que lo atendieron contaban con el suficiente conocimiento para responder todas sus preguntas

**Tabla 19**

SI	89	81%
NO	8	14%
TALVEZ	3	5%
TOTAL	100	100%

**GRAFICO XVI**



Chuya. C (2019)

Evidentemente este resultado demuestra que la licorería es atendida por sus propietarios al tener un 81% de clientes que aseguran que los empleados tienen un gran conocimiento como para responder sus dudas y se los demuestra las personas que laboran allí deben tener un amplio conocimiento del negocio y de la forma en que se lo desarrolla.

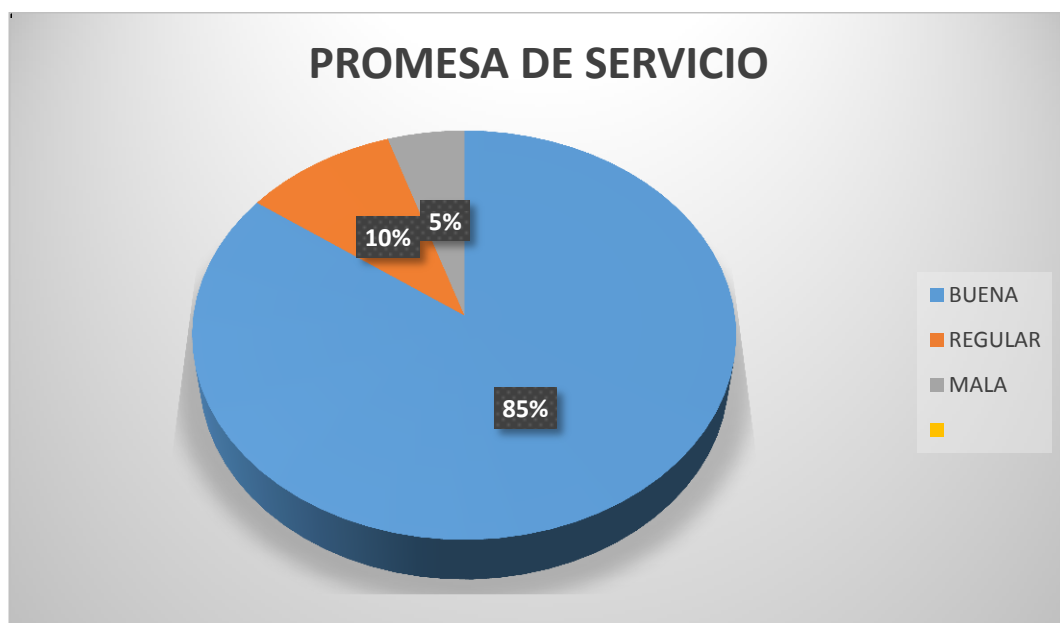
Hay un 14% que se lo considera como regular, ya que la empatía es una variable muy crucial en el momento de la atención al cliente, ya que no todos los clientes son iguales, y tenemos un 5% que debemos mejorarla.

10.-Piensa usted que LA LICORERIA cumplió con lo prometido en relación con el servicio

**Tabla 20**

SI	83	85%
NO	13	10%
TALVEZ	4	5%
TOTAL	100	100%

**GRAFICO X**



**Chuya. C (2019)**

Con el gráfico demostrado, de un 85% aceptado por los clientes de que, si se ha cumplido con lo prometido en relación con el servicio que se les otorgado al momento de servirles, es decir que se les atendió a tiempo lo que requerían, sin embargo, hay un 10% considerado bueno y está un 5% de regular los que no están satisfecho del todo. Pero para esto se debe prestar atención a la variable de confianza en la que se genera la lealtad del cliente hacia los demás.

## **PROPUESTA DE MEJORAMIENTO**

En este proyecto investigativo se expone una propuesta de capacitación al servicio al cliente.

En primer lugar, nos enfocaremos en los beneficios de implementar unas actividades de servicio al cliente y de las estrategias para establecer una buena cultura mediante la capacitación.

Se realizará dos capacitaciones cada seis meses para así ir mejorando en lo que se respecta el servicio de atención al cliente.

De acuerdo a las encuestas realizadas hay falencias por mejorarla en el servicio ya que hay una demora e impaciencia por parte de los colaboradores en el momento de la entrega de los productos a nuestros clientes.

Se capacitará a todo el personal para así tener un mejor rendimiento ya sea en el trato y la eficacia de la entrega del producto.

## **CONCLUSIONES**

De acuerdo al trabajo de investigación realizado para la capacitación del personal en la calidad del servicio es satisfacer al cliente porque es la persona más importante dentro de nuestra empresa. Para ofrecer un servicio de calidad es hacer las cosas de la mejor manera, formulando una capacitación para la mejora, sin sentir peso alguno de realizar nuestro trabajo. Mostrar siempre una actitud positiva y disposición de ayudar al otro. Igual de importante es la actitud con los clientes internos para mantener una relación sana y de armonía.

En la actualidad existe una gran tendencia en las ventas y la capacitación en una empresa y en la vida debe entenderse como la oportunidad que se tiene para aumentar la capacidad y competitividad de una persona o empresa. Sin embargo, la calidad en los servicios no es lo suficiente ni adecuado debido a la falta de estudio sobre una capacitación que conlleva al gran número de clientes inconformes con la atención que ofrece el personal.

La inteligencia emocional es una gran herramienta para mantener el control de nuestras emociones, para así ofrecer confianza a los demás. Esa será la clave para hacer sentir bien a un cliente y será necesario fortalecer la gestión de las personas que trabajan en el servicio en lo que implica para la empresa. Brindar un sistema para optimizar el resultado de la atención y servicio como para una mejora de calidad a nuestros clientes.

Una de las preocupaciones que tiene una empresa nacional es no poder tener un personal calificado y productivo, aunque se debe entender que un programa de capacitación no garantiza el éxito de la empresa ni sus colaboradores comprometidos con ella, si no que una parte de la organización deberá realizar manteniendo la competitividad reduciendo los costos ya sea de capacitación, oportunidad y de clientes insatisfechos por una mala ejecución de los procesos de la empresa.

Por tal motivo es relevante que un programa de capacitación estructurado no sea solo de manera inicial, sino que mantenga un programa de seguimiento constante en los empleados. En general, los colaboradores sienten que hay una buena comunicación entre ellos y su jefe. El grupo de colaboradores en su mayoría acostumbra dar ideas y sugerencias a su jefe, y sin embargo hay pocos colaboradores que se manifiestan dando su opinión cuando algo no están de acuerdo.

La opinión de los empleados se divide en que unos manifestaron que su jefe tiene buena planeación, pero no cuenta con el suficiente apoyo para resolver los problemas de trabajo. Todos poseen el conocimiento básico como para dar un buen servicio, ser honrados, puntuales, cuidadosos con su cargo, y su interés es en dar un buen servicio al cliente.



## **Recomendaciones**

Concientizar al cliente a que no maneje cuando salga del lugar de donde estuvo ingiriendo bebidas alcohólicas, a través de redes sociales como por ejemplo Facebook, Instagram, etc. Implementar un mobiliario con pantallas grandes como para ver los partidos de futbol ecuatoriano, o la liga de campeonos. Mejorar con la ventilación implementando aire acondicionado

Seleccionar una buena mix de música, como para que no suene desagradable al oído del cliente. Capacitar al personal en el tema de atención personalizada, para así lograr que los colaboradores y las instalaciones sean factores influyentes como para que los clientes se fidelicen con Gentle Drink.

Motivar a los colaboradores mediante incentivos como por ejemplo tenemos: elogiar al empleado o realizar un reconocimiento público por el buen desempeño o por algún trabajo bien realizado dentro de la empresa, otro ejemplo tenemos, dar beneficios como vacaciones o gratificaciones por fechas especiales, para que así ellos se identifiquen y se sientan comprometidos con la empresa.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- BOTIA FONSECA, O., & RIVERA MORENO, D. P. (s.f.).  
<http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/4111/T11.08%20B657p.pdf>. Obtenido de  
<http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/4111/T11.08%20B657p.pdf>.
- Cesar, J., & Evelin. (s.f.). <http://importacionesan.blogspot.com/2011/05/marco-teorico.html>. Obtenido de  
<http://importacionesan.blogspot.com/2011/05/marco-teorico.html>.
- Chauvin, S. (2000). <http://www.mujeresdeempresa.com/empatia-como-brindar-una-buena-atencion-al-cliente/>.
- CONCEPTO DE ENTREVISTA. (s.f.).
- CONTACTUSCC. (30 de ENERO de 2013). <https://contactuscc.com/2013/01/30/personal-capacitado-equivale-a-un-servicio-al-cliente-eficaz/>. Obtenido de
- Definista, C. G. (2011). <https://conceptodefinicion.de/capacitacion/>.
- Definista, C. G. (2011). <https://conceptodefinicion.de/cliente/>.
- Diaz, M. F. (2018). <https://www.cuidatudinero.com/13125381/historia-del-servicio-al-cliente>. Recuperado el 04 de junio de 2018, de
- Española, R. (2005). En BRAE.
- Española, R. (2013). DICCIONRIO. BRAE.
- Espinosa., M. Á. (s.f.).  
<http://www.eumed.net/diccionario/definicion.php?dic=3&def=182>.
- Estudio, H. (2017). <https://coachlatinoamerica.com/la-importancia-del-servicio-al-cliente/>. (L. i. cliente, Editor) Obtenido de
- Forbes. (febrero de 2013). importancia del servicio al cliente.
- Friego, E. (lunes de agosto de 2012).  
<http://www.forodeseguridad.com/artic/rrhh/7011.htm>.
- Garcia Ramirez, P. M. (2013).  
<http://desarrollodelostemasfinales.blogspot.com/2013/06/51-concepto-y-evolucion-de-la.html>. Recuperado el Lunes de Junio de 2013, de
- GARCIA, G. (2012). METODOS INVESTIGATIVOS.
- Hennink.M.H. (2014). *Understaning Focus Group*. California.

- HERNANDEZ, M. Y. (2011). <https://www.cuidatudinero.com/13125381/historia-del-servicio-al-cliente>. Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/13125381/historia-del-servicio-al-cliente>.
- <https://concepto.de/que-es-entrevista/>. (s.f.). Obtenido de <https://concepto.de/que-es-entrevista/>.
- <https://definicion.de/encuesta/>. (s.f.). Obtenido de <https://definicion.de/encuesta/>.
- [https://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci3n\\_cuantitativa](https://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci3n_cuantitativa). (19 de noviembre de 2018). Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci3n\\_cuantitativa](https://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci3n_cuantitativa).
- <https://tiposdeinvestigacion.org/teorica/>. (s.f.). Obtenido de <https://tiposdeinvestigacion.org/teorica/>.
- <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodologia-cualitativa>. (2018). Obtenido de <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodologia-cualitativa>.
- HUMBERTO, G. S. (2006). <http://importacionesan.blogspot.com/2011/05/>. Obtenido de <http://importacionesan.blogspot.com/2011/05/>.
- Illesca Carriillo, J. (20 de Mayo de 2012). <https://es.slideshare.net/yezkas-yeye/objetivos-y-funciones-de-la-capacitacin>. Obtenido de <https://es.slideshare.net/yezkas-yeye/objetivos-y-funciones-de-la-capacitacin>: <https://es.slideshare.net/yezkas-yeye/objetivos-y-funciones-de-la-capacitacin>
- Intriago Ortiz, E. P., & Mendoza Jimenez, M. (2017). Aplicacion de modelo servqual para potencializar la calidad del servicio en el Disney-Park, Quito . *DISEÑO DE CALIDAD*. UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20625/1/TESIS%20FINAL%2009-05-2017%20.pdf>
- J, D. (1987). <http://servicioalcliente.blogspot.blogspot.com/p/conceptos-de-autores-sobre-servicio-al.html>. (Sativan, Ed.) Recuperado el 1 de marzo de 2012, de <http://servicioalcliente.blogspot.blogspot.com/p/conceptos-de-autores-sobre-servicio-al.html>: <http://servicioalcliente.blogspot.blogspot.com/p/conceptos-de-autores-sobre-servicio-al.html>
- Jervis, T. M. (s.f.). <https://www.lifeder.com/poblacion-muestra/>. Obtenido de <https://www.lifeder.com/poblacion-muestra/>.
- Jimenez Carreno , C. (29 de JUNIO de 2017). <https://www.brandembassy.com/resources/blog/la-historia-del-servicio-de-atenci3n-al-cliente>. Obtenido de <https://www.brandembassy.com/resources/blog/la-historia-del-servicio-de-atenci3n-al-cliente>.
- Josué, Y. C. (13 de MARZO de 2012). <http://nolycarrillo.jimdo.com/unidad-1/objetivos-y-funciones-de-la-capacitaci3n/>, consultado el día 13 de Marzode 2012. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/estrategia/capacitacion-dentro-de-la-empresa.htm>, consultado el día

13 de Marzo de 2012.: <https://es.slideshare.net/yezkas-yeye/objetivos-y-funciones-de-la-capacitacin>

Lugo, Z. (s.f.). <https://www.diferenciador.com/poblacion-y-muestra/>. Obtenido de <https://www.diferenciador.com/poblacion-y-muestra/>.

Manene, L. M. (27 de agosto de 2010). <http://www.luismiguelmanene.com/2010/08/27/la-cultura-en-la-organizacion-empresarial/>. Obtenido de <http://www.luismiguelmanene.com/2010/08/27/la-cultura-en-la-organizacion-empresarial/>.

Martinez, C. (s.f.). <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>.

Merino, J. P. (2008). <https://definicion.de/servicio/>.

Merino, J. P. (2010). <https://definicion.de/personal/>. Obtenido de <https://definicion.de/personal/>.

Mimenza, O. C. (s.f.). <https://psicologiaymente.com/miscelanea/tipos-de-investigacion>. Obtenido de <https://psicologiaymente.com/miscelanea/tipos-de-investigacion>.

Morales, N. (s.f.). <https://www.lifeder.com/investigacion-exploratoria/>. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-exploratoria/>.

MOREIRA, O. R. (26 de abril de 2018). <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/04/26/nota/6731814/atencion-cliente-falencias-ecuador>. Obtenido de

PATRICIA, K. (2005). *ESTADISTICAS ELEMENTAL*.

Picazo Manriquez, L., & Manriquez Villegas, F. (1991). *Ingeniería de servicios*. Mexico.

RAE. (2014). *DICCINARIO*.

Reyes, R. (2012). *POBLACION TIPOS*. Montevideo.

RIVAS, P. (2011). <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2015/capacitacion.html>. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2015/capacitacion.html>.

Rodríguez, D. (s.f.). <https://www.lifeder.com/investigacion-aplicada/>. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-aplicada/>.

RUTH EVELING CAJO SALAZAR, M. V. (s.f.). SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA LICORERIA –LOUNGE TAKE IT, DE LA CIUDAD DE CHICLAYO, 2015. *LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA*. UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO, CHICLAYO – PERÚ 2016.

Santa Palella , S., & Martins, F. (2010). *Metodología de la investigación cualitativa*.

Sativan. (marzo de 2012). <http://servicioalcliente.blogspot.blogspot.com/p/conceptos-de-autores-sobre-servicio-al.html>. Obtenido de

<http://servicioalcliente.blogspot.blogspot.com/p/conceptos-de-autores-sobre-servicio-al.html>.

SILVA, L. G. (s.f.). <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/18362/1/Tesis-Leonardo-Escandon-Calidad-de-Servicios.pdf>. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/18362/1/Tesis-Leonardo-Escandon-Calidad-de-Servicios.pdf>.

TAMARA., B. V. (2015).

[http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/741/1/TL\\_VasquezBautistaAmbar\\_LopezTafurAbanto.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/741/1/TL_VasquezBautistaAmbar_LopezTafurAbanto.pdf). Obtenido de

[http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/741/1/TL\\_VasquezBautistaAmbar\\_LopezTafurAbanto.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/741/1/TL_VasquezBautistaAmbar_LopezTafurAbanto.pdf).

Vasquez Bautista, M., & Cajo Salazar, R. E. (2016).

<http://tesis.usat.edu.pe/handle/usat/670>. Recuperado el 2016, de

<http://tesis.usat.edu.pe/handle/usat/670>.

VICENTE, J. J. (febrero de 2014). Obtenido de

<http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/43/Camacho-Jackelyn.pdf>

WIGODSKI, J. (2010). *POBLACION Y MUESTRA*.

Yanez, D. (s.f.). <https://www.lifeder.com/investigacion-explicativa/>. Obtenido de

<https://www.lifeder.com/investigacion-explicativa/>.

## ANEXO 1



Figura 1 LICORERIA



Figura 2 Parte interna

**ANEXO**

**LOGOTIPO**



## Urkund Analysis Result

Analysed Document: CARLOS CHUYA TESIS APN 15-16.docx (D48072457)  
Submitted: 2/19/2019 2:45:00 AM  
Submitted By: carlos-9911@live.com  
Significance: 11 %

### Sources included in the report:

TESIS TERMINADA.docx (D40645577)  
Propuesta Plan de Capacitación al Personal Contratado del Registro Civil para la satisfacción de los usuarios.docx (D44962878)  
Tesis Final Samaniego Del Pozo Juan Fernando.docx (D36728790)  
Conteña\_Barríos\_Avance4\_Nuevoformato.docx (D40210705)  
Tesis\_Final\_NABP.docx (D42943315)  
Tesis Final 8-2-2019.docx (D47832722)  
Balladares Panta Néstor Andrés 1.docx (D43455137)  
<https://www.gestiopolis.com/calidad-en-el-servicio-al-cliente-como-llevarla-a-la-practica/>  
<https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis356.pdf>  
<https://tiposdeinvestigacion.org/teorica/>,  
<https://conceptodefinicion.de/capacitacion/>  
<https://conceptodefinicion.de/cliente/>  
<http://www.eumed.net/diccionario/definicion.php?dic=3&def=182>.  
<https://coachlatinoamerica.com/la-importancia-del-servicio-al-cliente/>  
<http://importacionesan.blogspot.com/2011/05/>  
<https://es.slideshare.net/yezkas-yeye/objetivos-y-funciones-de-la-capacitacin>  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20625/1/TESIS%20FINAL%202009-05-2017%20.pdf>  
<http://servicioalclienteblogspot.blogspot.com/p/conceptos-de-autores-sobre-servicio-al.html>  
<https://www.diferenciador.com/poblacion-y-muestra/>  
<https://definicion.de/servicio/>  
<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2015/capacitacion.html>.

### Instances where selected sources appear:





Factura: 001-005-000022867



20190901011D00227

**DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20190901011D00227**

Ante mi, NOTARIO(A) GONZALO XAVIER RODAS GARCES de la NOTARÍA DÉCIMA PRIMERA , comparece(n) CARLOS HUMBERTO CHUYA CHUYA portador(a) de CÉDULA 0929188696 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLAUSULA DE AUTORIZACION PARA LA PUBLICACION DE TRABAJOS DE TITULACION, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 25 DE FEBRERO DEL 2019, (12:12).

CARLOS HUMBERTO CHUYA CHUYA  
CÉDULA: 0929188696



\_\_\_\_\_  
NOTARIO(A) GONZALO XAVIER RODAS GARCES  
NOTARÍA DÉCIMA PRIMERA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Chuya Chuya Carlos Humberto** en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **PROPUESTA DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN AL PERSONAL PARA LA MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LA LICORERIA GENTLE DRINK. GUAYAQUIL**, de la modalidad **presencial** realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **Tecnología en Administración de Empresas** de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR.

Chuya Chuya Carlos Humberto

**Nombres y Apellidos del Autor**

**No. de cédula: 0929188696**

**Firma**



# CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD

**Número único de identificación:** 0929188696

**Nombres del ciudadano:** CHUYA CHUYA CARLOS HUMBERTO

**Condición del cedulado:** CIUDADANO

**Lugar de nacimiento:** ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/PASCUALES

**Fecha de nacimiento:** 15 DE AGOSTO DE 1991

**Nacionalidad:** ECUATORIANA

**Sexo:** HOMBRE

**Instrucción:** SUPERIOR

**Profesión:** ESTUDIANTE

**Estado Civil:** SOLTERO

**Cónyuge:** No Registra

**Fecha de Matrimonio:** No Registra

**Nombres del padre:** CHUYA ZHANGALLINBAY JOSE

**Nacionalidad:** ECUATORIANA

**Nombres de la madre:** CHUYA ZHINDON LETICIA

**Nacionalidad:** ECUATORIANA

**Fecha de expedición:** 28 DE MARZO DE 2018

**Condición de donante:** NO DONANTE

Información certificada a la fecha: 25 DE FEBRERO DE 2019

Emisor: LIZETH CAROLINA SANCHEZ BAZANTES - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 11 - GUAYAS - GUAYAQUIL



N° de certificado: 193-201-34931



193-201-34931

Ldo. Vicente Taiano G

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación


Documento firmado electrónicamente




**REPÚBLICA DEL ECUADOR**  
 DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL,  
 IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CÉDULA DE CIUDADANÍA  
 APELLIDOS Y NOMBRES  
**CHUYA CHUYA CARLOS HUMBERTO**  
 LUGAR DE NACIMIENTO  
**GUAYAS GUAYAQUIL PASCUALES**  
 FECHA DE NACIMIENTO **1991-08-15**  
 NACIONALIDAD **ECUATORIANA**  
 SEXO **HOMBRE**  
 ESTADO CIVIL **SOLTERO**





N. **092918869-6**






INSTRUCCIÓN **SUPERIOR**      PROFESIÓN / OCUPACIÓN **ESTUDIANTE**  
 APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE **CHUYA ZHANGALLINBAY JOSE**  
 APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE **CHUYA ZHINDON LETICIA**  
 LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN **GUAYAQUIL 2018-03-28**  
 FECHA DE EXPIRACIÓN **2028-03-28**

V383302222

DIRECTOR GENERAL      FIRMA DEL CEDULADO




**CERTIFICADO DE VOTACIÓN**  
 4 DE FEBRERO 2018

**009**      **009 - 275**      **0929188696**  
 JUNTA No      NUMERO      CÉDULA

**CHUYA CHUYA CARLOS HUMBERTO**  
 APELLIDOS Y NOMBRES

GUAYAS      CIRCUNSCRIPCIÓN:  
 PROVINCIA      GUAYAS  
 GUAYAQUIL      CANTÓN      ZONA: 2  
 TARQUI      PARROQUIA





**REFERENDUM Y CONSULTA POPULAR 2018**

**CIUDADANA (O)**

ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE LISTED  
 SUFRAGO EN EL REFERENDUM Y  
 CONSULTA POPULAR 2018

ESTE CERTIFICADO SIRVE PARA TODOS  
 LOS TRAMITES PUBLICOS Y PRIVADOS



F. PRESIDENTE DE LA JURY



## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor (a) del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### **CERTIFICO:**

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **PROPUESTA DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN AL PERSONAL PARA LA MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LA LICORERIA GENTLE DRINK** y problema de investigación: **¿COMO CONTRIBUIR A LA CAPACITACIÓN DEL PERSONAL, PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA LICORERÍA GENTLE DRINK, UBICADA EN LA CIUDADELA GUAYACANES DEL CANTÓN GUAYAQUIL, PROVINCIA DEL GUAYAS EN EL PERIODO 2018?**, presentado por **CARLOS HUMBERTO CHUYA CHUYA** como requisito previo para optar por el título de:

### **TECNÓLOGO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS.**

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.



Egresado:

**Chuya Chuya Carlos Humberto**



Tutor:


**PHD. Luis Ricardo Rodríguez Ayala**

## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnología (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES DEL ITB.

*Luis Alberto Abad*  *Alberto Abad*

Nombres y Apellidos del colaborador **CEGESCIT** Firma