



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

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

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Tema:

**GESTIÓN EMPRESARIAL EN LA MEJORA DEL SERVICIO DE  
ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL RESTAURANTE  
“LA SAZÓN DE LA GATA”**

Autora:

**Vélez Moreno Jacqueline Cinthia**

Tutor:

**Dr. C. Simón Alberto Illescas Prieto**

Guayaquil, Ecuador

**2019**



## **DEDICATORIA**

En primer lugar, dedico este logro con todo mi amor y profundo respeto a Dios, por ser mi luz, mi guía, por brindarme salud y voluntad día a día para poder culminar esta etapa de mi vida.

Con Amor, a mis amados padres por haber confiado en mí, por haberme inculcado valores morales y buenas costumbres; por el desvelo constante, esfuerzo y sacrificio que siempre han hecho, debido a que sin su ayuda no hubiese sido posible avanzar por la senda de saber y menos llegar a obtener mi título de Tecnóloga En Administración De Empresas.

**Vélez Moreno Jacqueline Cinthia**



## **AGRADECIMIENTO**

Al culminar otra etapa de desafíos y sacrificios, quiero infinitamente agradecer a Dios por permitirme estar con vida y disfrutar de este sublime momento.

Inmensa gratitud a mis padres, por haberme apoyado desinteresadamente en cada paso que he dado. Al Instituto Tecnológico Bolivariano que en sus aulas he forjado conocimientos, a todos los profesores que intervinieron en este proceso de aprendizaje transmitiendo sus múltiples enseñanzas.

Eterna gratitud a mi Tutor el PhD. Simón Illescas Prieto, por su tiempo, paciencia y voluntad en la dirección de este Proyecto de Titulación.

Gran reconocimiento a todas las personas que de una u otra manera me han brindado sus sabios consejos.

**Vélez Moreno Jacqueline Cinthia**



## INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

### CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

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

#### **CERTIFICO:**

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Gestión Empresarial en la mejora del servicio de atención al cliente en el restaurante “La sazón de la Gata”**. y problema de investigación: **¿Cómo incide la gestión empresarial en el servicio de atención al cliente del restaurante de comida “La Sazón de la Gata” ubicado en el cantón Guayaquil, provincia del Guayas, en el periodo fiscal 2019?** presentado por **Vélez Moreno Jacqueline Cinthia** como requisito previo para optar por el título de:

#### **TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

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

Egresada:

**Vélez Moreno Jacqueline C.**

Tutor:

**Dr. Simón Alberto Illescas Prieto**

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

Yo, **Vélez Moreno Jacqueline Cinthia** en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Gestión Empresarial en la mejora del servicio de atención al cliente en el restaurante “La sazón de la Gata”**, de la modalidad de semipresencial 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*.

Vélez Moreno Jacqueline Cinthia

Nombre y Apellidos de la Autora

No. de cédula: 093098575-9

\_\_\_\_\_

Firma



Factura: 001-005-000028089



20190901011D00745

**DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20190901011D00745**

Ante mí, NOTARIO(A) GONZALO XAVIER RODAS GARCES de la NOTARÍA DÉCIMA PRIMERA , comparece(n) JACQUELINE CINTHIA VELEZ MORENO portador(a) de CÉDULA 0930985759 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil CASADO(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 14 DE JUNIO DEL 2019, (9:30).

*Jacqueline Velez*  
JACQUELINE CINTHIA VELEZ MORENO  
CÉDULA: 0930985759

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





CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN  
DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Vélez Moreno Jacqueline Cinthia en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Gestión Empresarial en la mejora del servicio de atención al cliente en el restaurante “La sazón de la Gata”**, de la modalidad de semipresencial 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*.

Vélez Moreno Jacqueline Cinthia  
Nombre y Apellidos de la Autora  
No. de cédula: 093098575-9



Firma







## CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD

**Número único de identificación:** 0930985759

**Nombres del ciudadano:** VELEZ MORENO JACQUELINE CINTHIA

**Condición del cedulado:** CIUDADANO

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

**Fecha de nacimiento:** 3 DE JUNIO DE 1991

**Nacionalidad:** ECUATORIANA

**Sexo:** MUJER

**Instrucción:** BACHILLERATO

**Profesión:** ESTUDIANTE

**Estado Civil:** CASADO

**Cónyuge:** SOLIS BENITES WILMAN ABRAHAN

**Fecha de Matrimonio:** 30 DE MAYO DE 2011

**Nombres del padre:** VELEZ VERGARA WILSON GEOVANNY

**Nacionalidad:** ECUATORIANA

**Nombres de la madre:** MORENO UZHCA MARISOL CLEMENCIA

**Nacionalidad:** ECUATORIANA

**Fecha de expedición:** 19 DE JUNIO DE 2013

**Condición de donante:** NO DONANTE

Información certificada a la fecha: 14 DE JUNIO DE 2019

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



N° de certificado: 197-233-52504



197-233-52504

Lcdo. 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

CEDULA DE CIUDADANIA  
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL  
IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

No. **093098575-9**



APellidos y Nombres  
**VELEZ MORENO JACQUELINE CINTHIA**

LUGAR DE NACIMIENTO  
**GUAYAS GUAYAQUIL TARQUI**

FECHA DE NACIMIENTO **1991-06-09**

NACIONALIDAD **ECUATORIANA**

SEXO **F**

ESTADO CIVIL **CASADA**  
**WILMAN ABRAHAM SOLIS BENITES**




INSTRUCCIÓN **BACHILLERATO** PROFESIÓN / OCUPACIÓN **ESTUDIANTE**



APellidos y Nombres del Padre  
**VELEZ VERGARA WILSON GEOVANNY**

APellidos y Nombres de la Madre  
**MORENO UZHCA MARISOL CLEMENCIA**

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN  
**GUAYAQUIL 2013-06-19**

FECHA DE EXPIRACIÓN  
**2023-06-19**

V4333V444

DIRECTOR GENERAL FOMA DEL CEDULADO

**CERTIFICADO DE VOTACIÓN**  
24 - MARZO - 2019

0268 F JUNTA No. 0268 - 270 CERTIFICADO No. 0930985769 CEDULA No.

**VELEZ MORENO JACQUELINE CINTHIA**  
APELLIDOS Y NOMBRES



PROVINCIA **GUAYAS**

CANTÓN **GUAYAQUIL**

CIRCUNSCRIPCIÓN: **1**

PARROQUIA: **FEBRES CORDERO**

ZONA: **1**





**ELECCIONES SECCIONALES Y CPDS 2019**

CIUDADANA/O:  
ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED SUFRAGÓ EN EL PROCESO ELECTORAL 2019

*Zaida Velasco*  
PRESIDENTA DE LA JRY



## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN CEGESCIT**

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de Información Científica y Transferencia de Tecnología (CEGESCIT) nombrado por el consejo Directivo del Instituto 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 ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES** del ITB.

---

Nombre y Apellidos del Colaborador

CEGESCYT

---

Firma



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES,  
ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS**

**DISEÑO DE INVESTIGACIÓN A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Tema:

**Gestión Empresarial en la mejora del servicio de atención al cliente  
en el restaurante “La sazón de la Gata”.**

**Autora:** Vélez Moreno Jacqueline Cinthia

**Tutor:** Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

Resumen

**El siguiente proyecto investigativo realizado en el restaurante “La sazón de la Gata” ubicado en sector sur de la ciudad de Guayaquil entre Huancavilca y Carchi. Se pudo identificar que en el siguiente local la gestión con que se viene desarrollando la misma, no es la más eficiente para el negocio debido a que el servicio de atención al cliente está presentando serios problemas que traen como consecuencias pérdidas de ingresos y de clientes que frecuentaban acudir al local al diario para la respectiva satisfacción de sus necesidades. La realización del trabajo es debido a que en la actualidad las empresas no dan prioridad al servicio de atención que brindan a sus clientes por lo que muchos de ellos optan por la elección de visitar otro lugar. Tiene como objetivo implementar un plan de gestión empresarial que mejore el servicio de atención. El tipo de investigación que se utilizó fue el descriptivo debido a que se describen las variables y el problema de la investigación. Los métodos de investigación que se emplearon son la encuesta y entrevista que permiten conocer más de la situación de la empresa mediante los respectivos análisis.**

**Atención**

**Cliente**

**Gestión**

**Servicio**



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES,  
ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS**

**DISEÑO DE INVESTIGACIÓN A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Tema:

**Gestión Empresarial en la mejora del servicio de atención al cliente  
en el restaurante “La sazón de la Gata”.**

**Autora:** Vélez Moreno Jacqueline Cinthia

**Tutor:** Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

Astract

The following research project carried out in the restaurant "El restaurant de la Gata" located in sector south of the city of Guayaquil between Huancavelica and Carchi. We were unable to identify that the following management with local that has been developing the same, it is not the most efficient for the business due to the fact that customer service is presenting serious problems that bring about consequence's loss of income and clients who frequented the local to the journal for the respective satisfaction of their needs. The realization of labor is due to the fact that companies today do not give priority to customer service they provide to their customers for what many of them opt for the choice to visit another place. Aims to implement a plan of business management that Improve customer service. The type of research that was used was the descriptive study, due to the fact that describes variables and the research problem. The research methods that were used are the survey and interview that allow you to know more about the situation of the company through the respective analysis.

Attention

Client

Managment

Service



## ÍNDICE GENERAL

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas:</b>
PORTADA .....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	iv
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN CEGESCIT .....	vi
Resumen.....	vii
Astract.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii

### CAPÍTULO I

#### EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema .....	1
Ubicación del Proyecto en un Contexto.....	3
Situación Conflicto.....	4
Delimitación del Problema .....	6
Formulación del Problema .....	6
Variables .....	6

Evaluación del Problema.....	6
Objetivos de la investigación.....	7
Objetivo General:.....	7
Objetivo Específicos .....	7
Interrogantes de la investigación .....	7
Justificación del Problema .....	8
Aspectos que justifican la investigación.....	9
Viabilidad de la investigación .....	11

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

Antecedentes Históricos.....	12
Antecedentes Referenciales .....	19
Fundamentación Legal .....	24
Variables de la Investigación .....	28
Variable Independiente.....	28
Variable Dependiente.....	29
Definiciones Conceptuales .....	30

### **MARCO METODOLÓGICO**

Datos de la entidad	
Diseño de investigación.....	38
Diseño de Campo.....	38
Diseño Bibliográfico .....	39
Investigación cualitativa.....	39
Investigación Cuantitativa .....	40
Población y muestra .....	41
Tipos de muestra.....	43

Muestra probabilística .....	43
Muestra no probabilística .....	43
Técnicas e instrumentos de investigación.....	44
Técnicas de Investigación.....	44
Método descriptivo .....	44
La observación .....	45
Encuesta .....	45
Entrevista.....	46

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

Análisis general de la entrevista.....	60
Plan de Mejora .....	61
Cronograma .....	62
Plan de Capacitación.....	62
Presupuesto .....	63
Conclusiones .....	64
Recomendaciones.....	65
Bibliografía.....	66
Anexos	

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas:</b>
Tabla 1: Entorno .....	4
Tabla 2: Investigación .....	39
Tabla 3: Tipos de investigación.....	40
Tabla 4: Población .....	42
Tabla 5: Procedimientos .....	44
Tabla 6: Servicio de atención.....	47
Tabla 7: Calificación del servicio.....	48
Tabla 8: Personal Capacitado.....	49
Tabla 9: Satisfacción de necesidades.....	50
Tabla 10: Mejoras del servicio .....	51
Tabla 11: Motivación.....	52
Tabla 12: Atención personalizada.....	53
Tabla 13: Procesos de atención.....	54
Tabla 14: Satisfacción del cliente.....	55
Tabla 15: Nuevos cambios .....	56
Tabla 16: Plan de mejoras .....	61
Tabla 17: Plan de capacitación .....	62
Tabla 18: Presupuesto.....	63





## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas:</b>
Gráfico 1: Ubicación de “La sazón de la gata” .....	3
Gráfico 2: Logotipo .....	36
Gráfico 3: Organigrama .....	36
Gráfico 4: Departamento a investigar.....	37
Gráfico 5: Servicio de atención .....	47
Gráfico 6: Calificación del servicio .....	48
Gráfico 7: Personal capacitado .....	49
Gráfico 8: Satisfacción de necesidades .....	50
Gráfico 9: Mejora del servicio .....	51
Gráfico 10: Motivación .....	52
Gráfico 11: Atención personalizada .....	53
Gráfico 12: Procesos de atención .....	54
Gráfico 13: Satisfacción del cliente .....	55
Gráfico 14: Nuevos cambios.....	56

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **Planteamiento del Problema**

La satisfacción al cliente es uno de los objetivos primordiales de toda organización; por ende, es vital importancia cumplir con las expectativas que tienen los usuarios respecto al negocio; un cliente satisfecho siempre será un punto fuerte para cualquier tipo de negocio; hace que este lugar sea bien visto por los clientes y que tenga una buena reputación por la manera en cómo se manejan al momento de otorga su servicio.

Un servicio que presenta problemas es una amenaza, es sinónimo de que tarde o temprano las cosas van a salir mal y más si esto trae consigo serios problemas que compromete el futuro de la empresa. Algunos estudios afirman que el cliente cumple con un rol importante para cualquier organización por eso siempre se lo debe mantener satisfecho brindando lo mejor para ellos.

Según (Kotler, Marketing 14ta Edición, 2012) señala que el servicio:

“Es considerada como cualquier actividad o beneficio en donde una parte que ofrece a otra y son específicamente intangible; y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculado o como no con un producto físico” (pág. 26).

Según la apreciación de este concepto señala que el servicio puede ser brindado por otra persona; y que cualquier organización que este dedicada a la comercialización de cualquier tipo de productos están obligados a prestar su servicio ya sea por brindar información o por que el producto es novedoso y se ganó el interés del cliente. Mantener a los cliente satisfechos son roles importantes para cualquier tipo de organización que preste algún tipo de servicio de atención. El cliente es de vital importancia para el

crecimiento de estos negocios; por eso es que se debe cumplir con el protocolo correcto para la satisfacción de los usuarios. Debido a esto es importante mejorar de manera urgente el servicio que se está dando dentro del restaurante; ya que el número de problemas sigue en aumento y no es nada beneficioso para la dueña de este comedor.

Se ha identificado anomalías en el servicio que se le brinda al cliente; y debido a esto ellos se muestran descontento y a su vez optan por elegir a otro tipo de negocio en donde satisfagan sus necesidades. Por otra parte, se evidencia también que el personal está poco capacitado en temas de atención al cliente y la comunicación es otro de los aspectos negativos que influyen dentro de la problemática de este lugar.

Pero su principal y esencial problema se centra en el ineficiente servicio de atención del restaurante “La sazón de la gata” esto trae consigo consecuencias; como la pérdida de clientes que acuden frecuentemente al restaurante y esto genera pérdidas de ingresos para la empresa; pero no tan solo eso sino que los clientes acuden a la competencia y mal informa a otros clientes sobre el mal trato y pésimo servicio recibido por parte de los colaboradores que se encuentran en el área del servicio de atención al cliente.

El servicio de atención al cliente nace con el objetivo de satisfacer las necesidades de los consumidores. Gran parte de las organizaciones solo piensan en generar efectivo; en cómo vender y como ganar más clientes; pero en este tipo de negocios son pocos los administradores que deciden brindar mejoras e invertir para que el negocio sea prospero; y que no caigan en el hecho de que por ser el producto muy bueno; piensen que no deben hacer nada para mejorar su servicio y seguir con el mismo procedimiento de atención.

La serie de problemas actuales que se presenta dentro del restaurante son de manera serias y muy alarmante debido a que esto puede desencadenar en grandes consecuencias perjudiciales para el futuro del mismo; se deberán buscar las respectivas soluciones que minimice o erradique los

problemas por los cuales la organización está atravesando para aumentar la satisfacción de los usuarios.

### **Ubicación del Proyecto en un Contexto**

El restaurante “La sazón de la Gata” se encuentra ubicado en Huancavilca y Carchi, es un sitio armónico dedicado a satisfacer las necesidades de los usuarios mediante la venta de comidas, actualmente un almuerzo está valorado entre 2,50 c/u un precio muy accesible y está al alcance de cualquier persona que desee adquirir un plato apetitoso como los que prepara el restaurante.

En este restaurante se pudo detectar la ineficiente gestión con la que se lleva la atención al cliente trayendo como consecuencia el descontento por parte de los consumidores, mientras que otros optan por elegir otros lugares que cumplan con las perspectivas que ellos desean y satisfagan las necesidades que se presentan en un determinado momento.

### **Gráfico 1**

#### **Ubicación de “la sazón de la gata”**



Nota. Autora Vélez C, (2019)



## Situación Conflicto

Tabla 1

### Entorno

Causas	Consecuencias
<ul style="list-style-type: none"><li>• Servicio ineficiente</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Perspectivas negativas del restaurante “La Sazón De La Gata”</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Clientes insatisfechos</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Descontento por parte del cliente; no recibe el servicio acordado.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Personal poco capacitado y motivado</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Insuficiente compromiso con el negocio</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Escasa comunicación en los trabajadores</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Inexistente trabajo en equipo</li></ul>

Nota. Autora Vélez C, (2019)

El servicio ineficiente que recibe el cliente por parte de la persona que está encargada de atender al público en general, afecta de manera significativa e importante al restaurante debido a que el usuario genera perspectivas negativas y en mayor de los casos optan por elegir otro tipo de servicio que les brinde uno de calidad y sobre todo que estén dispuestos a satisfacer las necesidades de los usuarios. Los clientes son los principales y primordiales razón de ser de este local además de ser la única fuente ingreso que genera que el capital interno de este local vaya en aumento; debido a esto se los debe cuidar y mantener siempre una muy buena relación.

Otra de los problemas es que no se mantiene al cliente satisfecho; debido a que el servicio de atención no es el más idóneo para la organización; ya que semanalmente el restaurante representa pérdida de ingreso por el respectivo abandono del local de los clientes; los usuarios se muestran descontentos debido a los cambios que han tenido las personas que atienden dentro del local. Ellos evidencian una actitud negativa, mala ganas

de atender o el servicio de atención es tardío debido a esto las consecuencias repercuten en el consumidor final quien es el que no recibe el servicio acordado.

Según (Kotler, Fundamentos De Marketing 6ta edición, 2003) señala que:

“Un cliente insatisfecho le será más fácil de cambiar de marca o proveedor de manera inmediata debido a la mala experiencia obtenida ya sea con ese servicio o producto” (pág. 24).

Mediante la apreciación del siguiente concepto se puede concretar que un cliente insatisfecho es un gran problema para las empresas; debido a que buscaran ir a un lugar en donde se los trate de una manera cordial, amable, y sobretodo se le brinde un excelente en donde ellos se sientan importantes y que la empresa este comprometida con el servicio que se les brinda a todas las personas con el mismo trato, entusiasmo y ganas.

Algunos estudios afirman que mantener a un cliente satisfecho ayuda a que transmita el mensaje de positivismo a una o dos personas mientras que por otra parte el cliente insatisfecho les comunica a dos o mas personas del mal servicio que recibieron en un determinado lugar. El hecho de que el cliente no transmita su malestar por el servicio recibido en el momento, no quiere decir que a el, se le olvide del mal trato o servicio prestado por la persona encargada de esta area; y lo mas seguro es que el cliente no acudira mas a este sitio y optara por visitar nuevos lugares.

Otra de las falencias por la que se ve afectada la empresa es debido a el desánimo de los trabajadores; la mala actitud; el poco entusiasmo y la ausencia de la motivación laboral. A simple vista se evidencia que los trabajadores no están dando lo mejor de ellos y para que toda entidad pueda cumplir con sus objetivos y metas planteados por la empresa se debe contar con un personal capacitado, dispuesto y comprometido con la empresa como si ellos fueran los dueños de la misma. El insuficiente compromiso que los trabajadores muestran dentro del espacio laboral es

debido al poco incentivo que la empresa le brinda al trabajador; las escasas capacitaciones y la poca confianza que existen entre los mismos.

La mala comunicación es otra de las causas que originan a la problemática de esta empresa, la ineficiente comunicación por parte de los trabajadores entre ellos mismo, ha puesto en evidencia que cada uno de los colaboradores trabaje de manera individual y que desarrolle sus funciones de manera independiente cuando la mejor manera de realizar las cosas es en conjunto; ya que esta es la forma adecuada de trabajar; el trabajo en equipo siempre será el más adecuado para cualquier tipo de organización.

### **Delimitación del Problema**

**Campo** : Administración de Empresas

**Área** : Cliente

**Aspectos** : Gestión empresarial, atención al cliente

**Tema** : Gestión Empresarial en la mejora del servicio de atención al cliente en el restaurante “La sazón de la Gata”.

### **Formulación del Problema**

¿Cómo incide la gestión empresarial en el servicio de atención al cliente del restaurante de comida “La Sazón de la Gata” ubicado en el cantón Guayaquil, Provincia del Guayas; en el periodo fiscal 2019?

### **Variables**

Variable Independiente : Gestión empresarial

Variable Dependiente : Atención al cliente

### **Evaluación del Problema**

**Evidente** : Esta ubicado en un lugar muy transitado y visitado por muchos clientes que acuden a deleitar de la buena sazón del lugar por lo que se debe manejar una buena atención.

**Claro** : Con el desarrollo de la gestión empresarial se pretenderá mejorar la productividad, competitividad y el servicio de atención al cliente del restaurante, además de evaluar el desenvolvimiento de cada uno de los trabajadores que permita conocer sus puntos débiles y así brindar la respectiva capacitación.

**Factible** : El rendimiento de sus trabajadores será más óptimo y se conocerá la situación actual en que se encuentra el negocio.

**Relevante** : Se brindará un mejor servicio de atención al cliente y se mantendrá a los usuarios satisfechos y fidelizados.

**Delimitado** : Los usuarios gocen y se sientan satisfechos del servicio.

### **Objetivos de la investigación**

#### **Objetivo General:**

- Realizar un plan de capacitación en el área de servicios al cliente, para la mejora de atención de los usuarios

#### **Objetivo Específicos**

- Fundamentar las bases teóricas referentes a la gestión empresarial y la atención al cliente
- Diagnosticar la metodología del problema que ayuden al desarrollo del proyecto.
- Aplicar un plan de capacitación del servicio al cliente en la satisfacción de los usuarios mediante la buena atención.

#### **Interrogantes de la investigación**

- ¿En que afecta la falta de la gestión empresarial en el área del servicio de atención al cliente?

- ¿Por qué es importante la metodología y técnicas de un buen servicio de atención al cliente?
- ¿Cómo se implementa un plan de capacitación a los trabajadores del área del servicio al cliente en una empresa?

### **Justificación del Problema**

La elección del proyecto busca realizar un plan de gestión empresarial al cliente para la mejora del servicio. La mayoría de empresas en la actualidad no se preocupan que el usuario se sienta satisfecho, por otra parte, se busca mejorar la calidad del servicio al cliente, ya que de esta manera se tratará de disminuir la perspectiva negativa que se ha formado en contra de la organización.

Para el funcionamiento de un negocio es de vital importancia contar con un personal capacitado y que sienta comprometido con la función que desempeña dentro de su lugar de trabajo; ellos son los que proporcionan la reputación del negocio mediante su servicio y es importante mantenerlos motivados para que den lo mejor de sí.

Según (Parra, 2013) define que la atención al cliente es:

“El conjunto de actividades desarrolladas por cualquier organización con el fin de identificar las necesidades de los clientes para satisfacerlas, logrando de esta manera cumplir con las expectativas para aumentar la satisfacción del cliente” (pág. 4)

El buen manejo del servicio de atención es importante dentro de cualquier organización; debido a que este da mucho de qué hablar y más si se maneja una buena atención. Mantener un cliente satisfecho es muy importante debido al alto nivel de competencia que existen en el mercado local, para ellos resulta más fácil buscar otro tipo de local que les brinde lo que ellos desean a que esperar que el servicio mejore. Por tal razón se deben erradicar de manera ágil y estratégicas los problemas que asechan

a este restaurante, o de lo contrario las consecuencias serían fatales y estaría en peligro la existencia de dicho establecimiento. Dentro de cada organización siempre va a ser importante su ambiente interno que este compuesto por los trabajadores; ellos deben manejar una cultura que fomente la unión y el trabajo en equipo además de estos contar con una buena predisposición para responder a las necesidades de la empresa para posteriormente brindar un excelente servicio y así lograr satisfacción de los usuarios.

En la actualidad mayor parte de los negocios están en constante evolución, innovando su estructura, servicio y producto con el objetivo de estar un paso delante de la competencia, es importante que muchos cambios mejoren el funcionamiento organizativo para así poder brindar un mejor servicio a los usuarios.

El servicio de atención al cliente es una de las tantas cartas de presentación que contiene la empresa; por ende, las personas encargadas de relacionarse con el cliente deben mostrarse dispuesta a ganarse la confianza y brindar un trato amable donde el cliente se sienta valorado e importante. Para una excelente atención y que el rendimiento laboral de la empresa sea siempre alto, se debe mantener al personal interno motivado para que así ellos puedan dar lo mejor de sí y sientan compromiso con la organización en donde desarrollan sus actividades laborales. Por eso es importante trabajar en conjunto de manera interna para lograr la plena satisfacción de los usuarios.

La beneficiada será la propietaria del restaurante quien gozará de un servicio de atención mejorado que permita suplir las necesidades de los clientes y que esto a su vez genere nuevos ingresos para el restaurante. Por otra parte, se beneficiarán los clientes que acuden con frecuencia a degustar de los principales platos que prepara dicho establecimiento, debido a que se los recibirán con un buen trato y un servicio totalmente renovado y personalizado que cumpla con la satisfacción plena de ellos y así que la organización tenga el favoritismo que tanto anhela.



## **Aspectos que justifican la investigación**

### **Convivencia**

Por lo general se propone mantener una excelente convivencia dentro de la organización y aplicar las debidas estrategias que permitan alcanzar la satisfacción plena de los clientes ofreciendo un servicio total de calidad que mejore las perspectivas de los clientes que acuden al lugar a satisfacer sus necesidades, por otra parte, se busca mejorar la relación con los clientes debido a que son la principal razón de ser de la organización y son fuentes de ingresos al restaurante.

### **Relevancia Social**

Debido a la implementación de nuevas estrategias y acciones que se efectuaran dentro del restaurante, se busca fortalecer y mejorar el ambiente laboral agradable para todos los que conforman la empresa, mejorar la manera de solucionar problemas de clientes insatisfechos, mantener una excelente estructura organizativa, que permita mejorar los procesos internos para mejorar la relación con los clientes mediante un servicio de atención que ayude a satisfacer las principales necesidades de ellos.

### **Valor Teórico**

La siguiente investigación brindar información oportuna y veraz a los empresarios tanto nuevos como antiguos de pequeñas o grandes empresas acerca de cómo afecta la mala atención al cliente y el mal manejo de la gestión empresarial al crecimiento de una organización.

### **Utilidad Metodológica**

Mediante los resultados obtenidos con la aplicación de los métodos investigativos desarrollados en el trabajo investigativo, se puede evidenciar algunas anomalías que asechan a la organización, debido a esto se puede confirmar que el mal manejo de la gestión empresarial repercute en la atención del cliente que los trabajadores ofrecen y existe por ende existe una baja productividad y perdida para la organización.

## **Viabilidad de la investigación**

### **Viabilidad Técnica**

En el desarrollo de la investigación se puede deducir que la factibilidad de la viabilidad técnica es positiva debido a que mejorara el rotundamente el servicio de atención al cliente y de esa manera se mejorar las perspectivas del restaurante de comida “La Sazón de la Gata”, logrando atraer más clientes y mejorar el vínculo con los clientes potenciales que cuente la entidad. También se obtendrá una estructura interna funcional la cual consiste en mejorar aspectos internos y fortalecer el ambiente laboral que de desarrolla dentro del restaurante.

### **Viabilidad Económica**

La investigación es viable económicamente también, debido a que el servicio que se le ofrece al cliente genera satisfacción en los usuarios logrando que los mismos vuelvan a elegir el mismo producto o servicio una y otra vez, debido al buen trato y el excelente servicio que la empresa oferta a sus principales clientes, todo esto genera que el cliente totalmente satisfecho y fidelizado sin ganas de ir a la competencia, trayendo para la empresa un ingreso económico fijo.

### **Viabilidad Administrativa**

La siguiente investigación es viable administrativamente debido a que se pretende mejorar los procesos internos administrativos y la gestión con la que se desarrolla el restaurante, para así lograr mantener un ambiente agradable, el cual permita realizar todas las actividades de una manera ordenada y excelentemente planificada para el buen desenvolvimiento de los trabajadores.

### **Viabilidad Financiera**

El proyecto de investigación es viable financieramente debido a que el restaurante “La Sazón de la Gata” asumirá el costo de los procesos investigativos a desarrollar para determinar los principales factores que amenazan a la organización para así brindar una solución inmediata que reduzca la perdida de clientes potenciales del restaurante.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **Antecedentes Históricos**

Según, (Mendoza, 2014)

El desarrollo de la gestión empresarial comienza desde que se ha derivado varias ramas de la administración, la cual se la ha venido utilizando desde muchos años atrás, exactamente desde los antiguos egipcios o los comerciantes sumerios los cuales se basaban en métodos organizativos, conforme paso el tiempo las empresas utilizaban estos métodos sin importan si eran grandes o pequeñas, fue hasta el siglo XLX cuando se crearon las primeras publicaciones donde se relató la administración pero de una forma más científica y así mismo apareció la revolución industrial. (pág. 2)

La revolución industrial tuvo un papel fundamental que dio paso a la administración, esta revolución fue el cambio que se produjo en la producción y consumo de bienes por la utilización de instrumentos cuyos movimientos dependían de la energía de la naturaleza, hasta el siglo XVIII el hombre solo tenía habilidades con herramientas cuya eficiencia dependía de la fuerza física y con la aparición de la maquina a vapor, transportes tanto terrestres como marítimos tuvo una repercusión inmediata en los procesos de comercialización, dando paso a que en este siglo la administración evolucionara a medida que las organizaciones se fueron haciendo más complejas por este cambio.

En el año 1920-1930 se crea el concepto de división del trabajo, en el cual los trabajadores recibían un salario por realizar operaciones simples,

monótonas y repetitivas, luego vino la segunda guerra mundial donde los empresarios comenzaron a darse cuenta que sus trabajadores podían realizar trabajos más creativos con eficiencia, responsabilidad y eficacia de productividad para la empresa.

Después de la crisis económica de la década de los 70's los empresarios comenzaron a buscar maneras de aumentar el recurso económico, además de otros objetivos como la diversificación de productos e inclinación por las tendencias de personificación, entre otros.

El siglo XX inicia con grandes avances tecnológicos y científicos, a parte que se caracteriza por la globalización de la economía, la existencia y proliferación de cualquier tipo de empresa y también de múltiples estilos de gestión y avances administrativo, por lo que la administración empresarial toma gran importancia para la obtención de las metas que la empresa se propone y el aumento de la competitividad.

En la actualidad cuando se habla de gestión, nos referimos a una ciencia social que estudia los recursos que componen una empresa, además de los procesos por los que pasa y sus resultados. Para tener una excelente gestión empresarial implica un manejo excelente de la información, es decir la manera en la que se almacena y se recupera para obtener respuestas con eficiencia y rapidez, otra facultad que tiene la gestión empresarial y repercute mucho en las empresas es la forma en que determina como una mala decisión repercute en los costos, proyectos o el producto, dando paso a controlar los gastos que genera la empresa de una manera razonable.

Según Gómez, (2014) señala que:

La gestión empresarial es fundamental en lo que hace a la dinámica de una economía de mercado; dicha gestión remite a la capacidad de un individuo, el empresario, de observar escenarios dentro de la economía que garantizan una rentabilidad razonable como para generar en los mismos bienes y servicios. (pág. 52)

Lo que trata de decir el párrafo es que la gestión empresarial recae en el empresario teniendo un rol el cual es darse cuenta de las oportunidades económicas y a partir de esta visión movilizar el capital hacia la misma.

El ingeniero en gestión estratégica empresarial va hacer el encargado de manejar la gestión de la empresa buscando nuevos métodos y procesos en los cuales encontrara la forma de abordar los problemas que se presenten, haciendo uso de la competitividad para tener una empresa exitosa y con esto sustituir la administración tradicional que se basa en las funciones corrientes.

Ha quedado demostrado por muchas empresas en la actualidad el logro de metas al implementar una excelente gestión empresarial y los beneficios son:

1. Administración integral de la compañía
2. Eficiencia en todos los niveles
3. Empleados más involucrados
4. Manejo de software más especializado
5. Análisis de la información en tiempo real
6. Mejor comunicación interna
7. Automatización de acciones y procesos
8. Predicciones de futuro
9. Buscar innovaciones
10. Buscar mejores formas de producir.
11. Reducción de costo

Conforme pasa el tiempo y la tecnología avanza se hace más fácil obtener una gestión empresarial de buena calidad debido a los programas o software de gestión que son utilizados comúnmente en muchas empresas hoy en día.

Según Barcos, (2016) señala que:

Un software de gestión empresarial es la columna vertebral de tu negocio. Gracias a él puedes hacer las facturas, gestionar el



inventario y controlar la contabilidad, también controlar las ventas de tu negocio, tener una comparativa completa de los ingresos y gastos que hubo cada mes, así como llevar un control de las facturas impagadas. (pág. 20)

Es decir, es una herramienta imprescindible que las empresas utilizan para ejecutar tareas tales como el control de la calidez entre otras, y de esta manera llegar más rápido al cumplimiento de los objetivos de la organización.

Para lograr que la gestión empresarial cumpla una buena función también debemos también tomar en cuenta la atención al cliente que la empresa proporciona a sus clientes, debido a que no solo se trata de crecer internamente si no también externamente.

Según Flores, (2011) menciona que:

Desde tiempo antiguos, el ser humano se ha visto en la obligación de satisfacer sus necesidades mediante lo que ellos producían, con el pasar del tiempo la forma de abastecerse cambio debido a que por lo general tenían que recorrer muchos metros. Por lo que empezaron aparecer centros de abastecimientos como lo son el mercado ya que estos constan con una variedad de productos (pág. 5).

Después los cultivadores perfeccionaron sus bienes, debido al sin número de competencias que existían en el mercado, debido a esto aparece un nuevo enfoque llamado servicio al cliente o atención al cliente.

En las primeras apariciones de este nuevo enfoque esta como herramienta primordial el teléfono, quien tuvo el dominio completo de la comunicación, el cual hizo más fácil y rápida la manera de comunicarse acortando distancias y aumentando la satisfacción de las personas.

En los años 80 la tecnología comenzó a crecer y puso al mundo fascinado con el invento de la computadora, a la cual no todas las personas tenían

acceso, este invento dio énfasis al concepto de recibir un servicio individual, personal y en cierto grado privado.

Con el pasar del tiempo llegó el internet y su forma de comunicación, el cual contaba con el correo electrónico que fue una herramienta muy útil hasta la actualidad la cual permitió expresar por escrito todo inconveniente o preguntas, con la certeza de obtener respuestas, además que también permitió dejar registro de la comunicación para mejorar la calidad del servicio.

Con el auge que tuvo el internet, a principios del 2000 el servicio fue creciendo hasta el punto que muchos clientes esperaban la llegada de una carta de presentación por parte de las organizaciones para exhibir sus productos y servicios, lo que conocemos hoy en día como página web. Esta nueva forma de servicio recortó tiempo de búsqueda de los usuarios para obtener los productos necesarios para satisfacer sus necesidades, a esta evolución del servicio al cliente se le añadió el chat en línea, con el objetivo de resolver dudas o inquietudes lo más rápido posible y de una manera eficiente para obtener la retención o fidelidad de los clientes y que ellos salgan satisfechos con el servicio prestado. Luego de ese suceso le sigue la importancia de los móviles, dispositivo que se vuelve cada vez más necesario en la actualidad, debido a la personificación, trayendo consigo nuevas maneras de comunicación entre el cliente y la organización, ya que el proceso es más rápido y ágil. La última faceta y que se mantiene hasta ahora son los medios sociales donde se encuentran clientes activos, los cuales preguntan y exigen cada vez más un servicio de calidad. En fase ha obligado prácticamente a todas las organizaciones a añadir canales sociales y esforzarse para evitar una voz a voz o rumores negativos.

Según Barrera, (2013) menciona que:

El servicio que se le brinda al cliente se ha desarrollado de manera rápida debido a las principales competencias que existen en el mercado, esto se relaciona de manera favorable para los

usuarios debido a que ellos se encuentran en disposición de adquirir el lugar o mercado que desea gastar su dinero, de manera que este siempre preste las exigencias y cumpla con las expectativas del cliente. (pág. 25).

Según este párrafo la importancia de la atención al cliente es fundamental o primordial para las empresas, debido a que conforme pasa el tiempo los clientes exigen más comodidades el cual las empresas tienen que satisfacer, caso contrario la empresa se verá en problemas como por ejemplo el decrecimiento económico o hasta el cierre de la misma ya que de eso depende el ingreso económico de la organización.

Para dar un servicio de calidad a nuestros clientes o consumidores tiene que poseer ciertas características esenciales para lograr conseguir la satisfacción de cliente y posiblemente su fidelidad.

Según Solórzano Barrera, (2013), algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, son las siguientes:

- Debe cumplir sus objetivos
- Debe servir para lo que se diseño
- Debe ser adecuado para el uso
- Debe solucionar las necesidades
- Debe proporcionar resultados. (pág. 26)

Así mismo, existen otras características más específicas mencionadas por Verdú (2013), las cuales estarán a cargo del personal que labora en las entidades, ya que son habilidades necesarias, sobre todo para aquellos que están en contacto directo con los clientes, estas pueden ser:

- Formalidad: honestidad en la forma de actuar, la capacidad para comprometerse en los asuntos con seriedad e integridad

- **Iniciativa:** ser activo y dinámico, con tendencia a actuar en las diferentes situaciones y dar respuesta rápida a los problemas.
- **Ambición:** tener deseos inagotables por mejorar y crecer; es decir, tener afán de superación.
- **Autodominio:** tener capacidad de mantener el control de emociones y del resto de aspectos de la vida.
- **Disposición de servicio:** es una disposición natural, no forzada, a atender, ayudar, servir al cliente de forma entregada y con dignidad.
- **Don de gentes:** tener capacidad para establecer relaciones calidad y afectuosas con los demás, y además, disfrutarlo.
- **Colaboración:** ser una persona que gusta de trabar en equipo, le agrada trabajar con otros para la consecución de un objetivo en común.
- **Enfoque positivo:** es la capacidad para ver el lado bueno de las cosas con optimismo.
- **Observación:** es la habilidad para captar o fijarse en pequeños detalles no siempre evidentes a todo el mundo.
- **Habilidad analítica:** permite extraer lo importante de lo secundario, descomponer un discurso o problema en partes, para poder analizar cada una de las ideas principales y, en función de ese análisis, ofrecer una solución global.
- **Imaginación:** es la capacidad de generar nuevas ideas y, de ofrecer alternativas al abordar una situación.
- **Recursos:** tener el ingenio y la habilidad para salir airoso de situaciones comprometidas.
- **Aspecto externo:** es la importancia de una primera impresión en los segundos iniciales. (pág. 26)

La importancia de cubrir las características mencionadas por los dos autores anteriormente, radica en la calidad del servicio, debido a que se ha convertido en un factor primordial en la decisión de comprar de los clientes por dos razones:

1. La competencia es cada vez mayor y llaman la atención del cliente mediante una diversidad de servicios que le agregan valor al producto que ofrecen.
2. La cantidad de productos iguales disponibles en cualquier lugar o los costos bajos. (pág. 29)

Pero esto no lo es todo porque conforme pasa el tiempo la actitud del cliente se vuelve más selectiva y provoca a que este mejor informado, dándole a elegir entre multitud de ofertas y servicios diferentes para mantener satisfechos a los usuarios.

De esta manera poco a poco las exigencias del cliente en cuanto a calidad aumentan hasta terminar deseando lo mejor, no comprender este hecho causa el fracaso en algunas empresas las cuales se han dado cuenta muy tarde del error cometido.

### **Antecedentes Referenciales**

**Autoras** : Maggi Vera Wendy Angelica (2018)

**Tema** : Evaluación de la calidad de atención al cliente en relación con la satisfacción de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica Hospital General de Milagro.

**Resumen** : El presente trabajo para el tema elegido propone mejorar la atención a los clientes mediante estrategias las cuales fueron garantizar limpieza, evaluar falencias, capacitar personal entre otras con el fin de dar un buen servicio a los ciudadanos que dependen del Hospitales.



**Semejanza** : Evaluar la atención al cliente para ver cuál es el grado de satisfacción de los usuarios.

**Diferencia** : Está dirigido a una institución pública de salud y la otra a una privada. Por lo general las empresas del estado nunca se preocupan por dar un buen servicio al cliente, te hacen esperar de demasiado tiempo, los empleados de dichas instituciones creen que le están haciendo un favor, pero no es porque ellos ganan el dinero de todos los ciudadanos del país y entonces ¿Por qué no se brinda un buen servicio?, porque que empresas piensas que ellas les están haciendo al favor al cliente, cuando es lo contrario.

**Autoras** : Intriago Ortiz Evelyn Paulina y Mendoza Jiménez Mariuxi (2017).

**Tema** : Aplicación de modelo Servqual para potenciar la calidad en el servicio en el Disney-park, Quito.

**Resumen** : Este proyecto busca aplicar un modelo que les permita medir la de contribución que los usuarios puedan añadir a la mejora del servicio que ofrece el Disney-Park de la ciudad de Quito.

**Semejanza** : Mejorar la calidad en el servicio para una mayor satisfacción todo encaminado para las mejoras.

**Diferencia** : La aplicación de modelo Servqual contra el un plan de servicio de satisfacción al cliente.

**Autora** : Nubia Esperanza Gaitán Moreno (2017).

**Tema** : Proyecto de mejora de servicio al cliente en la empresa Distribuciones AC SAS

**Resumen** : El trabajo busca cambiar o modificar la manera en el que la empresa Distribuciones AC SAS ofrece su servicio, pasando de un estado malo o regular a uno satisfactorio.

**Semejanza** : Están relacionada a mejorar el servicio al cliente con relación a la calidad del servicio y brindar un plan de acción de mejora en el servicio, realizando un estudio de cómo trabaja el cliente interno.

**Diferencia** : Que no se realizará en la misma ubicación geográfica ya que será en Bogotá Colombia y la otra en Ecuador Guayaquil por lo cual son diferentes zonas, preferencias y habitantes.

**Autoras** : Castro Peralta Yajaira Jenniffer y Contreras Ponce Ingrid Azucena (2015).

**Tema** : Calidad del servicio al cliente en el sector Bancario de la ciudad de Guayaquil período 2010- 2014

**Resumen** : Este proyecto trata sobre la importancia de la calidad que tiene el servicio que se le ofrece al cliente en el sector bancario y además la manera en la que los bancos de la ciudad de Guayaquil pueden mejorar el servicio y tener clientes satisfechos.

**Semejanza** : Interés por mejorar el servicio de atención al cliente en la ciudad de Guayaquil.

**Diferencia** : Va dirigido al sector bancario y por lo general los bancos no se preocupan por cómo fueron atendidos los clientes si no solo cuando el cliente llama para comunicar que va a retirar todos sus ahorros ahí es cuando el banco se preocupa por el cliente.

**Autoras** : Betzi Andrade Brito y María Escalante Alfonzo (2015).

**Tema** : Análisis del servicio al cliente para mejorar el proceso de comercialización de la empresa Bultrims S.A ubicada en la ciudad de Guayaquil en el año 2014.

**Resumen** : Trata de implementar estrategias para dar a conocer los gustos, preferencias, clase social, educación, ocupación entre otros aspectos de los clientes, para que la empresa pueda ofrecer el producto que ellos desean a un precio adecuado y cumpliendo con sus expectativas

**Semejanza** : Se preocupan por mejorar el servicio al cliente para incrementar la comercialización de la empresa Bultrims S.A. para incrementar los ingresos de la empresa.

**Diferencia** : La empresa Bultrims S.A busca mejorar la comercialización y Chavela discoteca restaurante busca mejorar el servicio al cliente para la satisfacción del mismo y retenerlo.

**Autora** : Lourdes Yessenia Riofrio Oyarvide (2015-2016)

**Tema** : Estudio de mercado para determinar el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa IVAN BOHMAN C.A., para crear un plan de gestión de calidad al cliente en la ciudad de Guayaquil.

**Resumen** : Este proyecto implementara un plan de gestión de calidad para el servicio al cliente y lograr fidelizar la mayoría de los clientes y empoderar el mercado.

**Semejanza** : Determinar qué tan satisfechos quedan los clientes de la empresa después de adquirido el producto y haber recibido el servicio de atención al cliente.

**Diferencia** : Lourdes con su tema de investigación para la empresa IVAN BOHMAN C.A., implemento un plan de gestión de calidad al cliente y Karla elaborara un plan de servicio al cliente en la satisfacción del usuario.

**Autores** : Mariuxi Cárdenas Rivera, Néstor Mora Cabrera y Andrea Sánchez Mechan (2014).

**Tema** : Análisis del servicio al cliente en el restaurante la Rivera y su impacto en la calidad del servicio e imagen del establecimiento.

**Resumen** : Trata de buscar soluciones a este restaurante mediante la mejoría de la calidad y calidez del servicio que brindan los meseros a los clientes.

**Semejanza** : Realizar un análisis del servicio al cliente y ver cuál es la importancia en brindar un servicio de calidad.

**Diferencia** : Medir la calidad del servicio y que tanto influye esto en la imagen y reputación de la empresa y está enfocado en un restaurante.

**Autor** : Olortegui Quispe Victor Jefferson (2014).

**Tema** : La calidad de servicios y ventas en el área de atención al cliente en la veterinaria Pet's Family Eirl Chiclayo.

**Resumen** : Busca implementar a los empleados de dicha empresa un entrenamiento en habilidades y capacitación de técnicas de calidad de servicios.

**Semejanza** : La calidad del servicio en la atención al cliente y aplicar mejoras para los futuros y actuales usuarios ya sean en la veterinaria o en la discoteca restaurante, mejorar la calidad de servicio sirve para toda organización sin excepción a que se dediquen todo este proceso se puede dar por que la empresa no obtiene ingreso debido a quejas por su mal servicio y los clientes optan por elegir a la competencia.

**Diferencia** : Se enfoca también en la calidad de las ventas y su mejora está centrada en una veterinaria que se encuentra ubicada en la ciudad de Pimentel en Perú.

**Autor** : Quispe Apaza Lily Sucy (2014).

**Tema** : La Gestión Empresarial y el Impacto en el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, gestionado a través del Convenio Binacional ALBA-TCP, entre el Estado Plurinacional de Bolivia y la República Bolivariana de Venezuela, en las gestiones 2006-2012”

**Resumen** : Este proyecto busca identificar las estrategias empresariales que no se tomaron en cuenta para mejorar el desarrollo económico y social de las empresas, y que beneficios tuvieron las mismas.

**Semejanza** : Ambos proyectos buscan mejorar la gestión empresarial para obtener resultados favorables.

**Diferencia** : este proyecto trata la gestión empresarial de manera general abarcando varias empresas de diferentes tipos e incluyendo convenios, mientras que el proyecto actual solo abarca una empresa.

## **Fundamentación Legal**

### **Ley orgánica de defensa del consumidor**

**CAPÍTULO II** (OMPI, 2000, págs. 3-4)

### **Derechos y Obligaciones de los Consumidores**

**Art. 4 Derechos del Consumidor.** - Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derechos a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y

completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;

5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuario, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor; y
10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención sanciones y oportuna reparación de su lesión;
11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,
12. Derecho a que las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

**Art. 5 obligaciones de los consumidores:** Son obligaciones de los consumidores:

1. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;
2. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios o servicios lícitos; y,
3. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

### **CAPÍTULO III (OMPI, 2000, págs. 4-5)**

#### **Regulación de la Publicidad y su Contenido**

**Art. 6.- Publicidad Prohibida.** - Quedan prohibidas todas las formas de publicidad engañosa o abusiva, o que induzcan a error en la elección del bien o servicio que puedan afectar los intereses y derechos del consumidor.

**Art. 7.- Infracciones Publicitarias.** - Comete infracción a esta Ley el proveedor que a través de cualquier tipo de mensaje induce al error o engaño en especial cuando se refiere a:

1. País de origen, comercial o de otra índole del bien ofrecido o sobre el lugar de prestación del servicio pactado o la tecnología empleada;
2. Los beneficios y consecuencias del uso del bien o de la contratación del servicio, así como el precio, tarifa, forma de pago, financiamiento y costo del crédito;
3. Las características básicas del bien o servicio ofrecidos, tales como componentes, ingredientes, dimensiones, cantidad, calidad, utilidad, durabilidad, garantías, contraindicaciones, eficiencia, idoneidad del bien o servicio del bien o servicio para los fines que se pretende satisfacer y otras;
4. Los reconocimientos, aprobaciones o distinciones oficiales o privadas, nacionales o extranjeras tales como medallas, premios, trofeos o diploma.

Nota: El artículo 17 del Código Orgánico Integral Penal dispone: “Se consideran exclusivamente como infracciones penales las tipificadas en



este Código. Las acciones u omisiones punibles, las penas o procedimientos penales previstos en otras normas jurídicas no tendrán validez jurídica alguna, salvo en materia de niñez y adolescencia.

## **CAPÍTULO V** (OMPI, 2000, pág. 6)

### **Responsabilidades y Obligaciones del Proveedor**

**Art. 17.- Obligaciones del Proveedor.** - Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable.

**Art. 18.- Entrega del Bien o Prestación del Servicio.** - Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento.

**Art. 19.- Indicación del Precio.** - Los proveedores deberán dar conocimiento al público de los valores finales de los bienes que expendan o de los servicios que ofrezcan, con excepción de los que por sus características deban regularse convencionalmente.

El valor final deberá indicarse de un modo claramente visible que permita al consumidor, de manera efectiva, el ejercicio de su derecho a elección, antes de formalizar o perfeccionar el acto de consumo. El valor final se establecerá y su monto se difundirá en moneda de curso legal.

## **CAPÍTULO XIII** (OMPI, 2000, pág. 22)

### **De Infracciones y Sanciones**

**Art. 75.- Servicios Defectuosos.** - Cuando los servicios prestados sean manifiestamente defectuosos, ineficaces, causen daños o no se ajusten a lo expresamente acordado, los consumidores tendrán derecho, además de la correspondiente indemnización por daños y perjuicios, a que le sea restituido el valor cancelado. Además, el proveedor de tales servicios, serán

sancionados con una multa de cincuenta a quinientos dólares de los Estados Unidos de América o su equivalente en moneda de curso legal, sin perjuicio de las demás acciones a que se hubiere lugar.

**Art. 77.- Suspensión Injustificada del Servicio.** - El que suspendiere, paralizare o no prestare, sin justificación o arbitrariamente, un servicio previamente contratado y por cual hubiere pagado derecho de conexión, instalación, incorporación, mantenimiento o tarifa de consumo, será sancionado con una multa de cinco mil dólares de los Estados Unidos de América o su equivalente en moneda de curso legal, sin perjuicio de las demás acciones a las que hubiere lugar.

Adicionalmente, el Estado y las entidades seccionales autónomas y/o concesionarios del ejercicio del derecho para la presentación del servicio, responderán civilmente por los daños y perjuicios ocasionados a los habitantes, por su negligencia y descuido en la prestación de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

### **Variables de la Investigación**

**Variable Independiente** : Gestión empresarial.

Según Schumpeter (1950) menciona que:

“La gestión empresarial garantiza que la oferta cubra la demanda mediante la destrucción creativa” (pág. 10).

Lo que quiere decir el autor con la definición es que si una empresa tiene una constante innovación logra aumentar la productividad y la competitividad frente a otras empresas o la competencia.

La gestión empresarial o también conocida como ingeniería de gestión empresarial es un proceso estratégico, administrativo y de control con respecto al manejo de los recursos de una empresa para lograr aumentar la productividad, competitividad, efectividad y eficiencia de la empresa y obtener resultados favorables, además se diferencia de la administración

de empresas por combinar la aplicación de la gestión estratégica, la innovación y la tecnología.

También es aquella actividad empresarial conformados por varios individuos especializados como: directores institucionales, consultores, productores, gerentes entre otros, con el fin de buscar la mejoría de la productividad, competitividad y viabilidad económica de la empresa

Finalmente, o como conclusión la gestión empresarial es un pilar fundamental para cualquier empresa, debido a que de eso depende la planeación, organización, dirección y control de la empresa para lograr obtener un crecimiento económico, fortalecimiento interno y estabilidad en el mercado.

**Variable Dependiente** : Atención al cliente.

Según el autor Gómez (2006) define que:

“El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos” (pág. 19).

Lo que se interpreta de esta cita, es que el servicio de atención al cliente que brindan las empresas o compañías es indispensables para el desarrollo y logros propuestos.

La atención al cliente es aquel servicio que presta una empresa o compañía comerciante o de servicio a sus clientes con el objetivo de comunicarse directamente con ello y lograr satisfacer sus necesidades y tener su fidelidad.

Un servicio cliente no solo se trata de responder las preguntas del cliente sino también de ayudarlo cuando ni siquiera haya pedido la ayuda, es ser proactivos, es decir adelantarnos a lo que el cliente necesita y lograr cubrir sus necesidades de una manera eficaz, y no olvidar añadir aspectos como la amabilidad, calidad y calidez los cuales influyen en el servicio que se va a ofrecer.

Por otra parte, la atención al cliente es una herramienta estratégica útil para toda compañía, por el motivo que actúa como un dispositivo de control, recopilador y al mismo tiempo como difusor de información tanto para la empresa como para el cliente, además que sirve para realizar previsiones de ventas e interviene en el control y seguimiento de las redes de ventas

Como conclusión podemos decir que la atención al cliente es un factor principal que una empresa debe invertir, porque es su fuente de ingreso económico, además por que un cliente satisfecho genera más gasto y esto es favorable para la empresa. También que la manera en que interactuemos con los clientes es muy importante para lograr una mejor experiencia en ellos y proporcionar un buen servicio o producto y cumplir con sus expectativas.

### **Definiciones Conceptuales**

**Administración** : El proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales. (Reyes, 2015, pág. 2)

**Atención** : f. Acción de atender. / Cortesía, urbanidad. (Sin. Cuidado, interés, esmero, aplicación, cortesía, cumplido, deferencia, obsequio.) (REAL A. E., 2018, pág. 1)

**Calidad** : Es el nivel de excelencia que mantiene un producto o servicio que es evaluado por el consumidor o la persona que utiliza dicho servicio. (Deming, 2005, pág. 50)

**Capacitación** : Son las diversas etapas del proceso que permite fortalecer o brindar una introducción necesaria referente a un tema determinado con el fin que después sea aplicado en el ámbito que desarrolla sus funciones. . (Chiavaneato, 2007, pág. 386)

**Cliente** : Son los compradores potencial o real de los productos o servicios. (American Marketing, 2008, pág. 1)

- Competencia** : f. Rival directo que pretende tomar la posición única del mercado. (REAL A. E., 2018, pág. 1)
- Competitividad** : La competitividad es un proceso de creación de ventajas competitivas, donde es importante la capacidad de innovar para obtener saltos tecnológicos, al tener la capacidad de innovar en aspectos tecnológicos y además anticipar las necesidades de los consumidores; se obtiene la capacidad de organización, infraestructura y un marco jurídico (Cebberos, 2000, pág. 123).
- Conocimiento** : El proceso en virtud del cual la realidad se refleja y reproduce en el pensamiento humano; dicho proceso está condicionado por las leyes del devenir social y se halla indisolublemente unido a la actividad práctica. (Real, 1973, pág. 2)
- Consumidor** : Se les asigna este nombre a las personas que acuden con frecuencia a visitar un lugar para poder satisfacer sus necesidades. (Arreaga, 2008, pág. 20)
- Control** : Es una de las principales etapas del funcionamiento administrativo debido a ayuda a inspeccionar el cumplimiento idóneo de las tareas. (Terry, 2017, pág. 2).
- Costo** : El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio (Porto, 2008, pág. 1).
- Defectuoso** : adj. Imperfecto, falto. (REAL A. E., 2018, pág. 2)
- Demanda** : Es la exigencia del producto, debido al auge que tiene un determinado producto ya sea este por su calidad o precio. (Arreaga, 2008, pág. 65)

<b>Economía</b>	: La economía es la ciencia que se encarga del estudio de la satisfacción de las necesidades humanas mediante bienes que siendo escasos tienen usos alternativos entre los cuales hay que optar. (Silvestre Méndez, 2012, pág. 23)
<b>Efectividad</b>	: La eficiencia como la relación entre los recursos utilizados en un proyecto y los logros conseguidos con el mismo. (Actualidad Empresa, 2013, pág. 1)
<b>Eficacia</b>	: Es una medida del logro de resultados (Chiavenato, 2014, pág. 149).
<b>Eficiencia</b>	: Es cuando se utilizan menos recursos para lograr un mismo objetivo o, al contrario, cuando se logran más objetivos con los mismos o menos recursos. (Actualidad Empresa, 2013, pág. 1).
<b>Empresa</b>	: Es una organización de varias personas que buscan un objetivo en común y a su vez generar rentabilidad para el futuro de la entidad. (Real Academia Española, 2017, pág. 2)
<b>Estrategias</b>	: Es el lazo común entre las actividades de la organización y las relaciones producto-mercado tal que definan la esencia naturaleza de los negocios. (Leal, 2015, pág. 4)
<b>Estudio</b>	: El proceso mediante el cual el estudiante trata de incorporar nuevos conocimientos a su intelecto. (Efraín Choque, 2011, pág. 5).
<b>Experiencia</b>	: Es la forma de conocimiento que se produce a partir de estas vivencias u observaciones (Porto, 2008, pág. 2).
<b>Fidelidad</b>	: f. Firmeza en la toma decisiones y fiel a un producto o servicio (REAL A. E., 2018, pág. 1)

- Gestión** : La gestión estrechamente conceptualizada se asimila al manejo cotidiano de recursos materiales, humanos y financieros en el marco de una estructura que distribuye atribuciones y responsabilidades y que define el esquema de la división del trabajo. (Nogueira, 2000, pág. 11).
- Información** : Es un conjunto de datos con un significado, o sea, que reduce la incertidumbre o que aumenta el conocimiento de algo. En verdad, la información es un mensaje con significado en un determinado contexto, disponible para uso inmediato y que proporciona orientación a las acciones por el hecho de reducir el margen de incertidumbre con respecto a nuestras decisiones. (Chiavenato, 2014, pág. 210).
- Innovación** : Mejoras inmediata o aparición de un nuevo bien que se estrenara en el mercado, la introducción de nuevos métodos de producción para un sector de la industria, la apertura de nuevos mercados, el uso de nuevas fuentes de aprovisionamiento, o la introducción de nuevas formas de competir que lleven a una redefinición de la industria. (Schumpeter, 1950, pág. 185).
- Intangible** : Producto o servicio totalmente intocable. (REAL A. E., 2018, pág. 1)
- Mercado** : Un grupo de gente que puede comprar un producto o servicio si lo desea (Allan, 2008, pág. 500).
- Necesidad** : Un estado de carencia percibida, incluyen necesidades físicas básicas de alimentos, ropa, calor y seguridad; necesidades sociales de pertenencia y afecto, y necesidades individuales de conocimiento y

autoexpresión” (Stanton William & Walker, 2004, pág. 264).

- Organización** : Es un ente social creado intencionalmente para el logro de determinados objetivos mediante el trabajo humano y recursos materiales, poseedora de una estructura, y ubicada en un medio o marco de condiciones históricas concretas que influyen en su desenvolvimiento. (Dávila, 1985, pág. 112)
- Perjuicio** : Daño causado por algo o alguien debido a la mala acción provocada por un individuo o cosa. (REAL A. E., 2018, pág. 7)
- Planeación** : Planeación es la selección y relación de hechos, así como la formulación y uso de suposiciones respecto al futuro en la visualización y formulación de las actividades propuestas que se cree sean necesarias para alcanzar los resultados esperados (Terry, 2017, pág. 1).
- Rendimiento** : Es el resultado esperado por el desenvolvimiento de algo. (REAL A. E., 2018, pág. 8)
- Rentabilidad** : Hace referencia a los beneficios que se han obtenido de una inversión. (Sevilla, 2017, pág. 8)
- Satisfacción** : Es la experimentación favorable o lo contrario, que un cliente se crea en relación debido a la utilización de un producto servicio que ya consumió” (Gómez, 2014, pág. 4).
- Servicios** : Es la actividad que presta un determinado local establecido reglamentariamente o de una persona de servicio. (Leal, 2015, pág. 2)



## **CAPITULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **Datos de la entidad**

**Nombre de la entidad** : “La sazón de la Gata”

**Ruc** : 0922921250001

**Fecha de constitución:** Julio del 2015

**Objeto Social** : Elaboración y comercialización de productos alimentarios y derivados, platos preparados, precocinados, salsas alimenticias y en general, de productos para la alimentación humana.

- **Misión**

“Satisfacer las necesidades gastronómicas de los clientes mediante alimentos y servicios que estén a la altura y con la más alta calidad que posee el restaurante; manteniendo un ambiente agradable y con los debidos aspectos de higiene que debe mantener un local que comercializa alimentos”.

La misión es una declaración de la empresa, es el propósito de ser y establecerse en el mercado con el objetivo de mantener bien claros sus principios y valores de manera que identifique a la organización de otras entidades.

- **Visión**

“Ser líder a nivel nacional e internacional en restaurantes de preparación de alimentos muy apetitosos y nutritivos para los clientes de manera que se fidelicen con el servicio del restaurante”.

La visión es la que se planea a largo plazo; son objetivos a futuros que se traza una organización de manera que aspira a conseguir lo que se propone mediante el esfuerzo que realiza a diario

## Valores de restaurante “La Sazón de la gata”

1. Puntualidad
2. Solidaridad
3. Colaboración
4. Respeto
5. Amabilidad
6. Cordialidad

### Gráfico 2

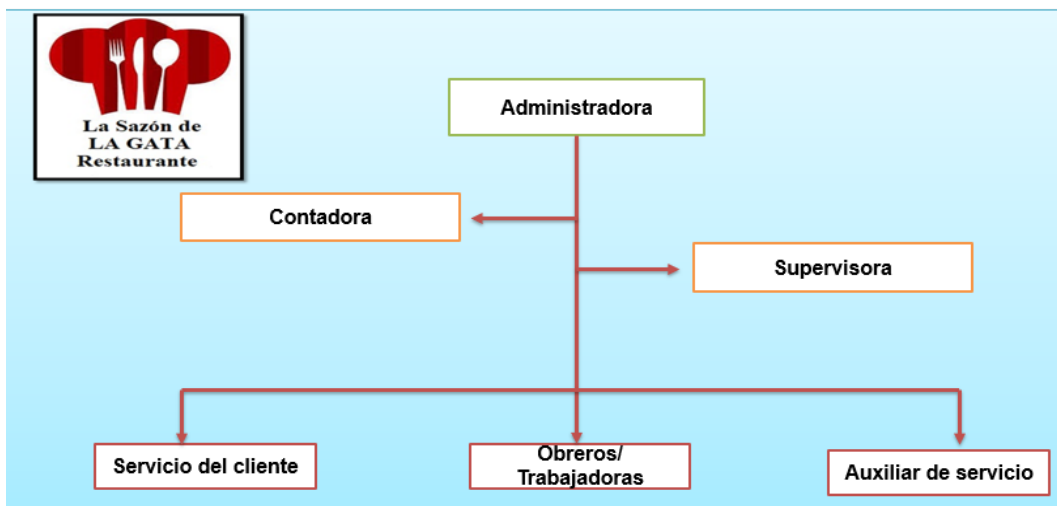
#### Logotipo



Fuente: “La sazón de la gata”

### Gráfico 3

#### Organigrama



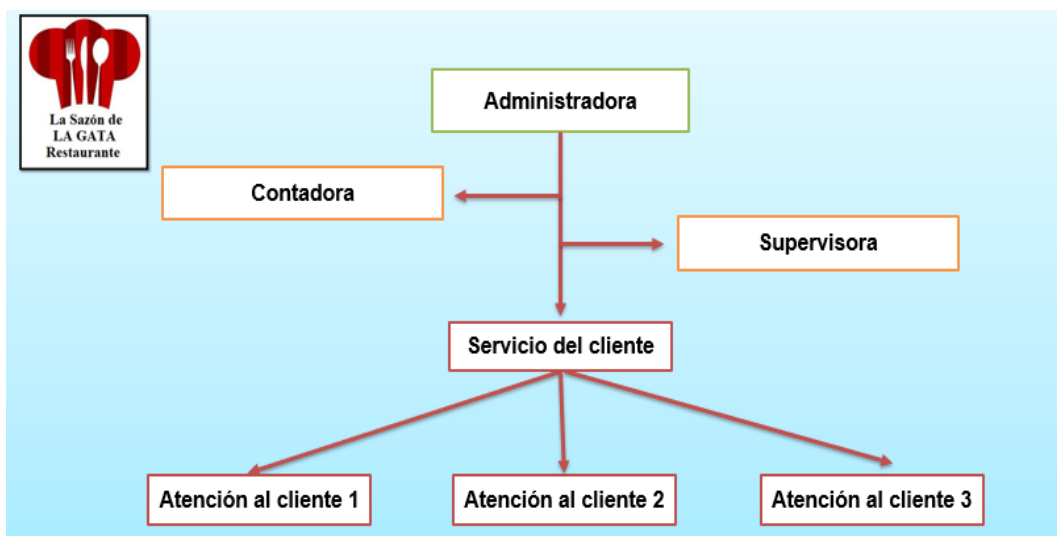
Fuente: La sazón de la gata

El organigrama empresarial muestra el orden jerárquico que establece una empresa a nivel de cargos que parte desde el más mínimo hasta el máximo nivel laboral.

En el restaurante la “Sazón de la gata” el máximo cargo está en función de la administradora quien desempeña el rol más importante dentro de la organización seguido por la contadora y supervisora que desempeñan funciones importantes en el restaurante y en el último nivel y no menos importante se encuentran los trabajadores que desarrollan funciones importantes para el funcionamiento y producción del negocio quienes son las personas del servicio de atención al cliente, los obreros y los auxiliares de servicios.

El trabajo en conjunto del personal que forma parte de la organización hace que los proyectos, objetivos y metas trazadas por la entidad se cumplan siempre y cuando la gestión con que se maneja la organización sea la clave para el desarrollo del mismo.

**Gráfico 4**  
**Departamento a investigar**



**Fuente:** La sazón de la gata

La siguiente investigación se desarrollará en el departamento del servicio de atención al cliente que es donde se centra el principal problema que

asecha a la organización y debido a que la administradora es la encargada de gestionar los procesos administrativos internos se procederá a realizar un estudio de esta área.

### **Diseño de investigación**

Para Arias, (2012) en su libro El proyecto de la investigación, Introducción a la metodología científica define que:

“El diseño de la investigación es la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado en una determinada investigación” (pág. 27)

El diseño investigativo hace referencia a los métodos y tipos de estudios con los que se debe llevar a cabo una investigación para obtener información más confiable de fuentes directas del lugar en donde surge el problema que se va a describir.

En el siguiente desarrollo de la investigación se utilizará el diseño de campo y bibliográfico ya que se procederá a visitar y contactar el lugar en donde se origina la problemática además de obtener información de fuentes bibliográficas que complementen el desarrollo investigativo de las variables.

- **Diseño de Campo**

Según Arias, (2014) señala que:

Es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental. (pág. 31)

Como el investigador Arias define este diseño como la obtención de información considerada como fuente primaria debido a que la indagación se la realiza de manera directa en el lugar donde se originan las principales causas y efectos que dan razón al surgimiento del problema.

- **Diseño Bibliográfico**

Para Martins, (2010) señala que:

Se fundamenta en la revisión sistemática, rigurosa y profunda del material documental de cualquier clase. (pág. 20)

Este diseño es aplicado al momento de la conceptualización de las variables propuestas en la investigación ya que se consultan de fuentes bibliográficas confiables que proporcionen información veraz y entendible para el desarrollo del estudio investigativo.

**Tabla 2**  
**Investigación**

	<b>Cualitativa</b>	<b>Cuantitativa</b>
<b>Objetivo</b>	Describir las principales razones que amenazan al restaurante la sazón de la Gata	Obtener resultados a partir de la aplicación de la encuesta a los clientes del restaurante.
<b>Análisis estadístico</b>	No estadístico	Estadístico
<b>Recolección de datos</b>	No estructurado	Estructurado
<b>Resultados.</b>	Elaborar las conclusiones y recomendaciones a partir de la información obtenida	Representar de manera gráfica y detallada los resultados obtenidos.

Elaborado por Vélez J, (2019)

- **Investigación cualitativa**

La investigación cualitativa proporciona información sobre las principales características de la investigación además de brindar el análisis sobre los

principales factores que afectan al servicio de atención al cliente e identificar cuáles son las causas y consecuencias de mantener al cliente insatisfecho por el mal manejo del servicio de atención brindado por el restaurante.

- **Investigación Cuantitativa**

Esta investigación permitirá obtener y procesar los datos conseguidos a valores numéricos que muestren de manera más detallada el resultado extraído por medio de la aplicación de instrumentos investigativos con el objetivo de generar las debidas conclusiones.

**Tabla 3**

**Tipos de investigación**

<b>Descriptiva</b>	Según Arias, (2014) menciona que: “Consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo con el fin de establecer su estructura o conducta” (pág. 24).
<b>Correlacional</b>	Según Hernández (2015) dice que: “Este tipo de investigación tiene como finalidad asociar de manera en conjunta las variables para realizar un mejor estudio investigativo” (pág. 93).
<b>Exploratoria</b>	Según Rojas (2015) menciona que: “Tiene como objetivo proporcionar una visión general sobre una realidad o un aspecto de ella, de una manera tentativa o aproximativa” (pág. 35)
<b>Explicativa</b>	Según Arias F, (2014) señala que: “Tiene como objetivo identificar las principales causas – efectos del problema que se desarrolla dentro de un contexto investigativo”. (pág. 26)

Elaborado por Vélez C, (2019)

La siguiente investigación cuenta con el tipo descriptivo debido a la descripción de las variables y de los principales fenómenos que dan origen

al problema que se presentan dentro de las instalaciones del restaurante la sazón de la gata.

También se mantiene el tipo de investigación explicativo debido a la relación que existe entre causas y efectos que afectan a la organización en todos sus aspectos. Ambos tipos de investigación ayudan a describir, conceptualizar y caracterizar con precisión las variables que son temas de estudio en el desarrollo de investigativo.

### **Población y muestra**

- **Población:**

Para Arias, (2014) señala que:

“Es la representación total de elementos que pertenecen a una zona específicas y por lo tanto se delimitan en un proceso investigativo” (pág. 81).

La población es apreciada como un todo en un contexto elegido a realizar un proceso investigativo en donde estos elementos poseen características propias.

La población estimada a investigar son todas las personas que forman parte del restaurante la sazón de la gata ya que es en este lugar en donde se origina el problema a estudiar.

Estas anomalías traen como consecuencia el mal manejo del servicio de atención al cliente que afecta directamente a los clientes del restaurante quienes también serán parte de la población estudiar.

- **Población Finita:**

Para Arias, (2014) define que:

“Es la agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran” (pág. 82).

La población finita es aquella en donde se estipula con exactitud el número de elementos a estudiar en una determinada investigación. La población a estudiar en la investigación se puede concluir que es finita debido a que se conoce con exactitud la cantidad de personas que laboran dentro de la organización y se mantiene el debido registro de los clientes que con frecuencia visitan el lugar por tal motivo la población a estudiar mantiene el debido registro de su población

- **Población Infinita:**

Según Arias, (2014) menciona que:

“Es aquella en donde se desconocen la cantidad de elementos; debido a que no existe un registro identificable de dichos objetos o elementos”. (pág. 82)

La población infinita es aquella en donde se desconocen el número exacto de elementos a tratar en una investigación que existen en un determinado contexto debido a que no existe un registro cuantificable

**Tabla 4**

**Población del restaurante “La sazón de la gata”**

<b>Población</b>	<b>Cantidad</b>
Administradora	1
Contadora	1
Servicio al cliente	3
Trabajadoras/obreras	5
Auxiliar de servicios	2
Clientes	30
<b>Total</b>	<b>42</b>

Elaborado Vélez J, (2019)



## **Muestra:**

Para Arias F, (2014) señala que la muestra:

“Es un subconjunto representativo extraído de la población con la que se va a estudiar” (pág. 83).

La muestra es una representación significativa de la población que se ha seleccionado para realizar un estudio investigativo, en el caso del restaurante “La sazón de la gata” no se utilizará la muestra ya que se procederá a trabajar con la población directa debido a que se conoce con exactitud el número de elementos a estudiar, considerándose una cantidad mínima que será sometida a la investigación.

## **Tipos de muestra**

- **Muestra probabilística**

Según Sampieri, (2014) señala que:

“Es el subgrupo de la población en el que todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser elegidos”. (pág. 175)

Este muestreo brinda la misma probabilidad a todos sus elementos de la población que puedan conformar parte de la muestra, además de dividir en grupos para que el estudio se lo realice de manera más detallada y sin ningún tipo de inconveniente, en el restaurante la población esta dividida entre los colaboradores que trabajan dentro del restaurante y los clientes quienes utilizan el servicio de atención al cliente quienes acuden a dicho establecimiento a satisfacer sus necesidades.

- **Muestra no probabilística**

Para Sampieri, (2014) define que:

“Es un subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características del estudio investigativo”. (pág. 178)

En este tipo de muestreo no todos los elementos que pertenecen a la población tienen la misma probabilidad de conformar parte de la muestra debido a que son seleccionados según los criterios elegidos por parte del investigador.

## **Técnicas e instrumentos de investigación**

### **Técnicas de Investigación**

Según la definición de Polo, (2015) señala que:

“Es el procedimiento de actuación concreta que debe seguirse para recorrer las diferentes fases de la investigación” (pág. 1143).

Los procesos de las técnicas empleadas en la investigación son procedimientos que permiten obtener más información sobre los sucesos que se acontecen dentro de un lugar que se ha decidido investigar. En el restaurante de La sazón de la gata se ha procedido a verificar y contactar el principal problema que afecta a la organización que es el servicio de atención al cliente y del indebido manejo de la gestión sobre los procesos internos de la organización.

- **Método descriptivo**

Para Polo, (2015) señala que:

“Es el camino general que se encargar de describir los fenómenos que son objetos de estudios en una indagación” (pág. 1142)

Este método ayuda de describir la relación que existe en la variable de manera que los procesos internos afectan a que no se pueda brindar un buen servicio de atención a todos los clientes de la organización que acuden a satisfacer sus necesidades alimenticias.

**Tabla 5**

### **Procedimientos**

<b>Técnicas</b>	<b>Instrumento</b>
• Encuesta	• Cuestionario

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista</li> <li>• Observación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formulario</li> <li>• Guía</li> </ul>
---	--

Elaborado por Vélez J, (2019)

- **La observación**

Según la definición de Polo, (2015) menciona que:

“Permite la recolección de información que consiste en contemplar sistemática y detenidamente como se desarrolla la vida de un objeto social o un proceso investigativo” (pág. 1149).

La observación es conocido como el proceso sistemático que permite retener información acerca de los sucesos que se va a estudiar; por tal motivo se procede a visualizar de qué manera los colaboradores atienden las necesidades del cliente y contactar de qué manera se maneja la relación entre administrador y empleado.

- **Encuesta**

Según Arias, (2014) define que:

“Es la técnica de la investigación que tiene como objetivo recolectar información de manera directa mediante un formulario que deben responder los encuestados” (pág. 74) .

La encuesta es un proceso de investigación que permite recolectar información para luego procesar sus respectivos resultados y brindar el debido análisis sobre los temas tratados dentro del cuestionario que se aplica a la muestra extraída de la población. La siguiente encuesta será aplicada a los usuarios que visitan el restaurante “La sazón de la Gata”, teniendo en cuenta que el registro de clientes frecuentes es de treinta personas quienes serán tomados en cuenta para el estudio.

El cuestionario de encuesta esta formulado por diez preguntas las cuales tratan referente al servicio de atención que ellos reciben al momento de

visitar el lugar, pudiendo responder sin ningún tipo de inconveniente ya que ellos acuden con frecuencia al lugar.

Los datos obtenidos por parte de los clientes serán procesados y representado en cuadros estadísticos que permitan brindar los análisis respectivos y las debidas conclusiones sobre la aplicación de esta herramienta metodológica. La encuesta busca medir el nivel de satisfacción de los usuarios de manera que se le aplicara de forma personal a cada uno de los clientes debido a que son una cantidad considerable para poder trabajar.

- **Entrevista**

Para Polo, (2015) señala que:

“Hace referencia al proceso de interacción donde la información fluye de forma asimétrica entre dos roles bien diferenciados, de los que uno pregunta y el otro responde” (pág. 1150)

La entrevista es otro medio de recolección de información en donde interactúan dos o más personas; quien es el que hace las preguntas(entrevistador) y quien las responde el (entrevistado). Se va aplicar la encuesta de manera personal a la gerente general del restaurante quien puede propiciar más información referente a los sucesos que están pasando dentro de la institución. Este cuestionario está compuesto por diez preguntas de manera que están estructura dado en base a la relación que existe con el problema de investigación en donde la encuestada podrá responder sin ningún tipo de inconveniente debido a que se le preguntará acerca del restaurante que maneja y desempeña sus funciones laborales.

La entrevista se procederá a realizar en las instalaciones del restaurante facilitándole a la administradora a que conceda la información que se necesita para continuar con la investigación. Los resultados obtenidos y mediante la investigación aplicada se podrá determinar las debidas propuestas de mejoras que elimine la problemática dentro del restaurante, la aplicación de este recurso busca conocer más sobre la situación que está atravesando la empresa.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

1. ¿Usted está a gusto con el servicio de atención al cliente que ofrece el restaurante?

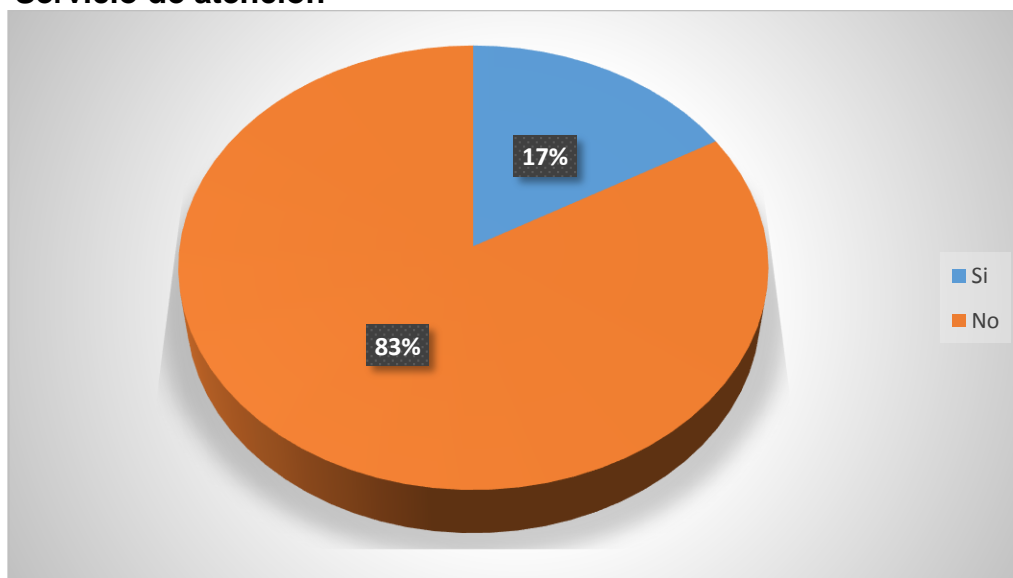
**Tabla 6**  
**Servicio de atención**

Opción	Cantidad	Porcentajes
Si	7	17%
No	35	83%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Vélez J, (2019)

**Gráfico 5**

**Servicio de atención**



Elaborado por Vélez J, (2019)

**Análisis:**

Gran parte de la población encuestada está en desacuerdo con el servicio de atención que ofrece el restaurante, por lo que se debe mejorar de manera inmediata con el fin de satisfacer las necesidades del cliente.

2. ¿Qué calificación usted le daría al servicio de atención al cliente proporcionado por el restaurante?

Tabla 7

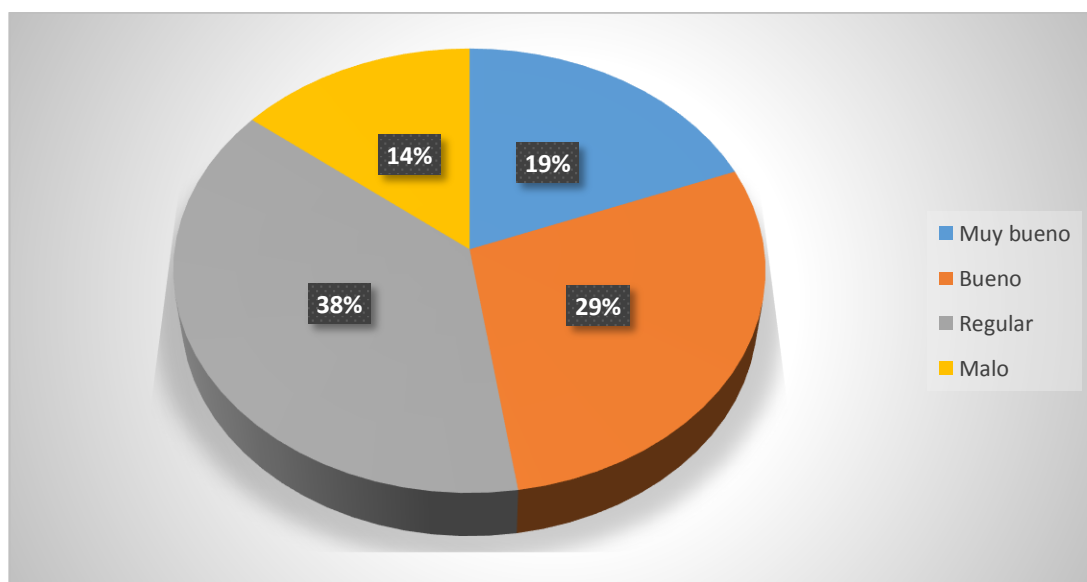
Calificación del servicio

Opciones	Cantidad	Porcentajes
Muy bueno	8	19%
Bueno	12	29%
Regular	16	38%
Malo	6	14%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Vélez J, (2019)

Gráfico 6

Calificación del servicio



Elaborado por Vélez J, (2019)

Análisis:

Para los encuestados el servicio de atención que proporciona el restaurante se encuentra entre bueno y regular, debido a que gran parte de los resultados apuntan a esas respuestas por otro lado algunas personas consideran al servicio como bueno de igual manera que malo; por lo que los datos son muy variados y por lo tanto se deben realizar mejoras inmediatas para mantener un servicio eficiente y eficaz con el cliente.

3. ¿Usted considera que el personal de atención al cliente está capacitado en el área que desarrolla?

Tabla 8

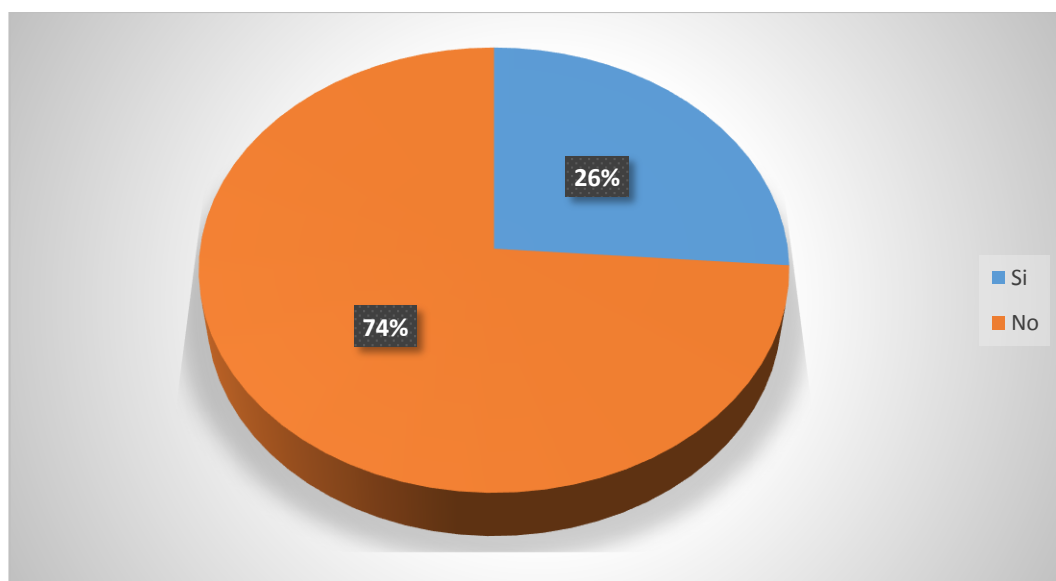
Personal capacitado

Opciones	Cantidad	Porcentajes
Si	11	26%
No	31	74%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Vélez J, (2019)

Gráfico 7

Personal capacitado



Elaborado por Vélez J, (2019)

**Análisis:**

Más de la mitad de los encuestados consideran que el personal que desarrolla sus funciones dentro del restaurante no tiene la debida capacitación para desempeñarse dentro del cargo que cumple en la organización; otra parte mínima de los encuestados consideran que si mantienen la debida capacitación pero que aún no es suficiente por lo que se debe capacitar al personal interno en todos los aspectos de atención y servicio por el bienestar de la organización.

4. ¿Considera usted que el restaurante satisface las necesidades de los clientes?

Tabla 9

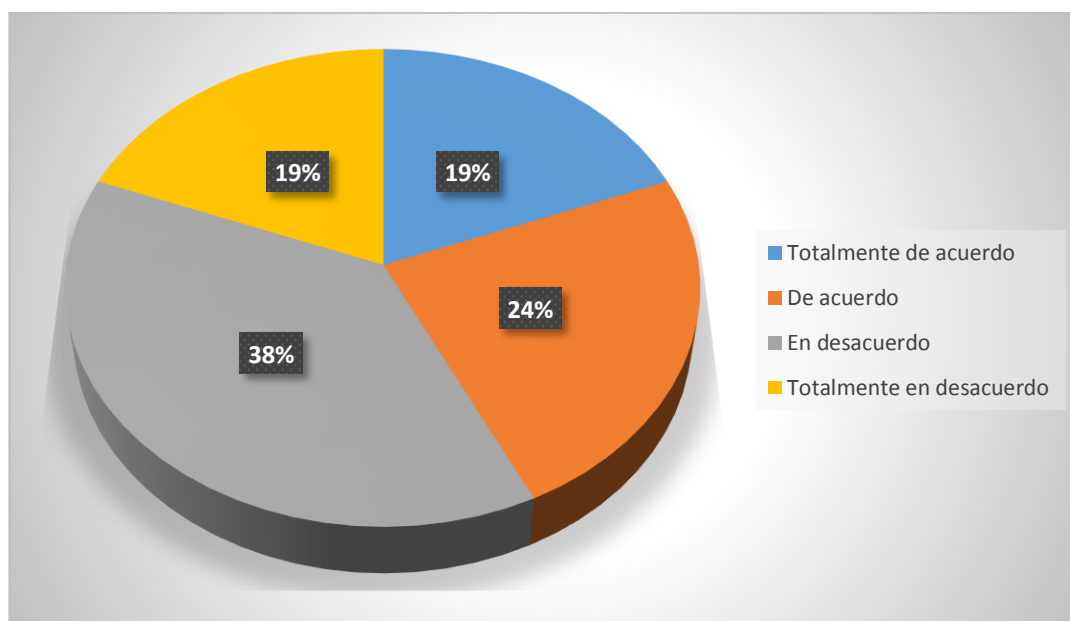
Satisfacción de necesidades

Opciones	Cantidad	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	8	19%
De acuerdo	10	24%
En desacuerdo	16	38%
Totalmente en desacuerdo	8	19%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Vélez J, (2019)

Gráfico 8

Satisfacción de necesidades



Elaborado por Vélez J, (2019)

**Análisis:**

El 38% de los encuestados consideran que el restaurante no satisface las necesidades de sus clientes, es un porcentaje representativo negativo para la organización ya que también el 19% está en rotundo desacuerdo con que se satisfaga las necesidades de los principales e importantes clientes.



**5. ¿Usted cree que el servicio de atención al cliente debe mejorar?**

**Tabla 10**

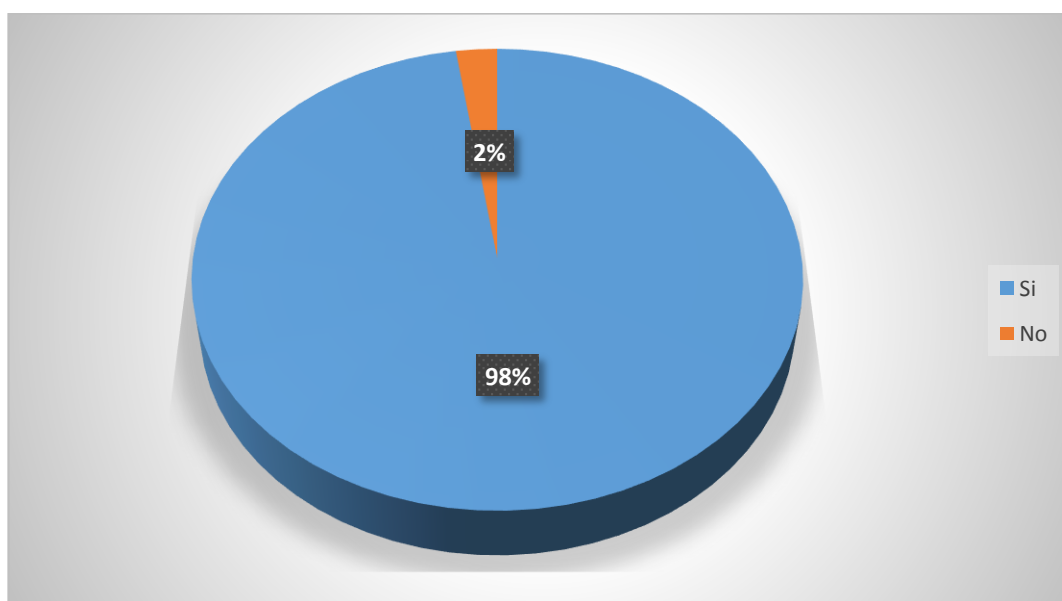
**Mejoras del servicio**

Opciones	Cantidad	Porcentajes
Si	41	98%
No	1	2%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Vélez J, (2019)

**Gráfico 9**

**Mejoras del servicio**



Elaborado por Vélez J, (2019)

**Análisis:**

Mayor parte de la población está de acuerdo con que el servicio de atención al cliente debe realizar mejoras que cumplan las expectativas y satisfagan las necesidades de los clientes; para así poder captar más clientes y que el negocio sea prospero para los administradores y el personal interno que desempeñas sus funciones al interior del restaurante, solo el 2% de los encuestados están a gusto con el servicio actual debido al buen trato y la atención percibido por los trabajadores de manera que consideran que el servicio no necesita asumir cambios.

**6. ¿Considera usted que el personal debe atender de forma motivada y amable a los clientes?**

**Tabla 11**

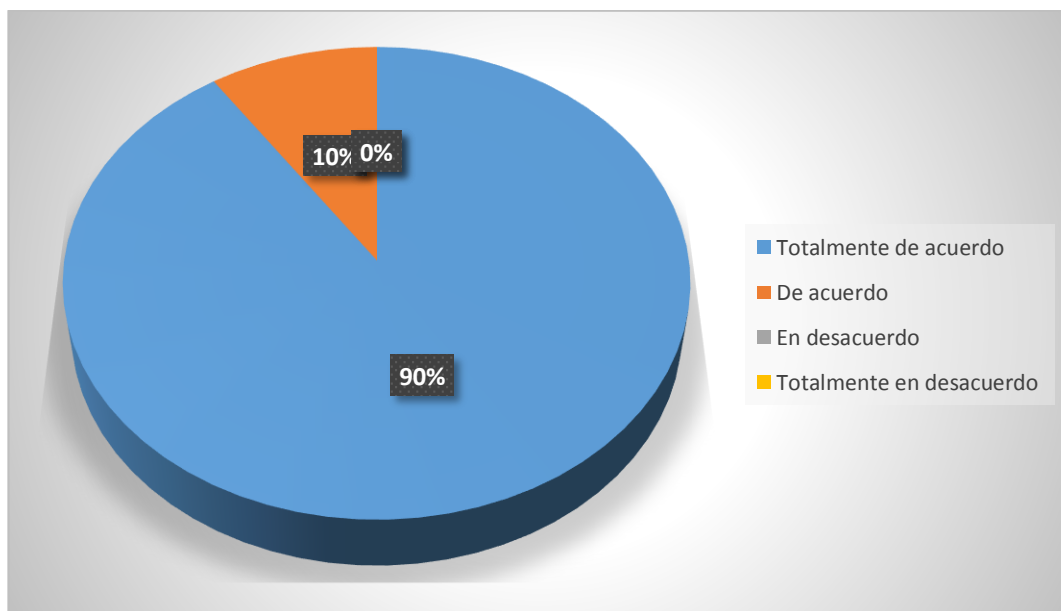
**Motivación**

Opciones	Cantidad	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	38	90%
De acuerdo	4	10%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Vélez J, (2019)

**Gráfico 10**

**Motivación**



Elaborado por Vélez J, (2019)

**Análisis:**

El 90% de los encuestados está totalmente de acuerdo con que el personal que labora dentro del restaurante debe mantenerse motivado para que desarrolle sus funciones de la mejor manera posible y mantenga un buen rendimiento laboral que pueda lograr la satisfacción plena de los clientes que es lo que busca toda organización.

## 7. ¿Le gustaría recibir un servicio de atención personalizada?

Tabla 12

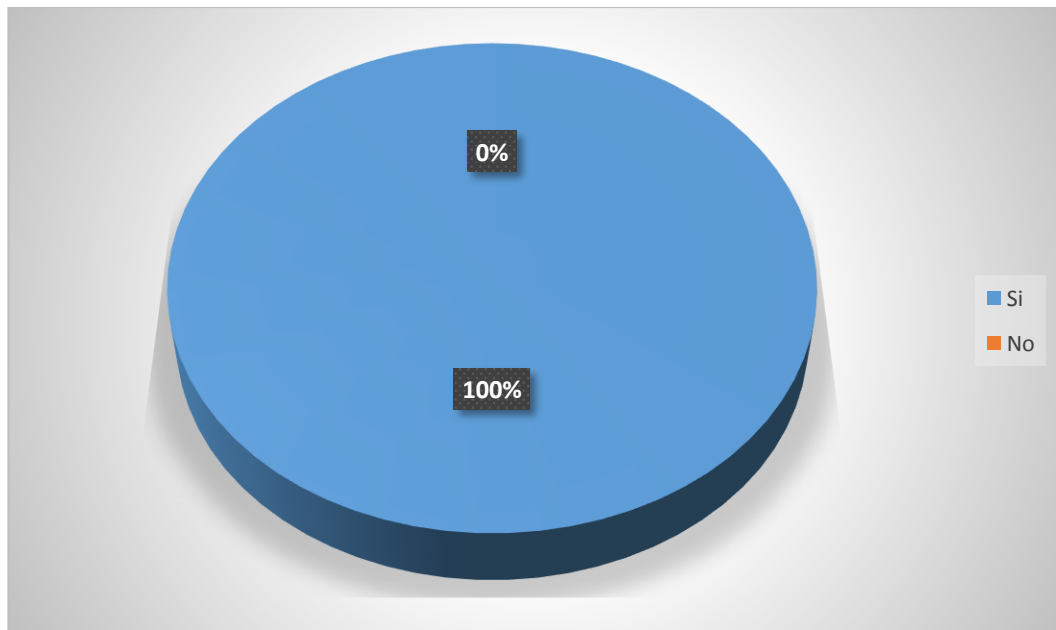
### Atención personalizada

Opciones	Cantidad	Porcentajes
Si	42	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Vélez J, (2019)

Gráfico 11

### Atención personalizada



Elaborado por Vélez J, (2019)

### Análisis:

Todos los encuestados están de acuerdo con que el restaurante debe realizar un servicio de atención personalizada que permita atender de manera eficiente y eficaz las necesidades de los clientes para llegar a la satisfacción plena de ellos. De manera que se puede concluir que es importante para ellos recibir una atención que cumpla con las expectativas y sobre todo que sea de gran ayuda al momento de cumplir con algún tipo de necesidad que presenta el cliente.

**8. ¿Usted estaría de acuerdo con que se agilicen los procesos de atención al cliente?**

**Tabla 13**

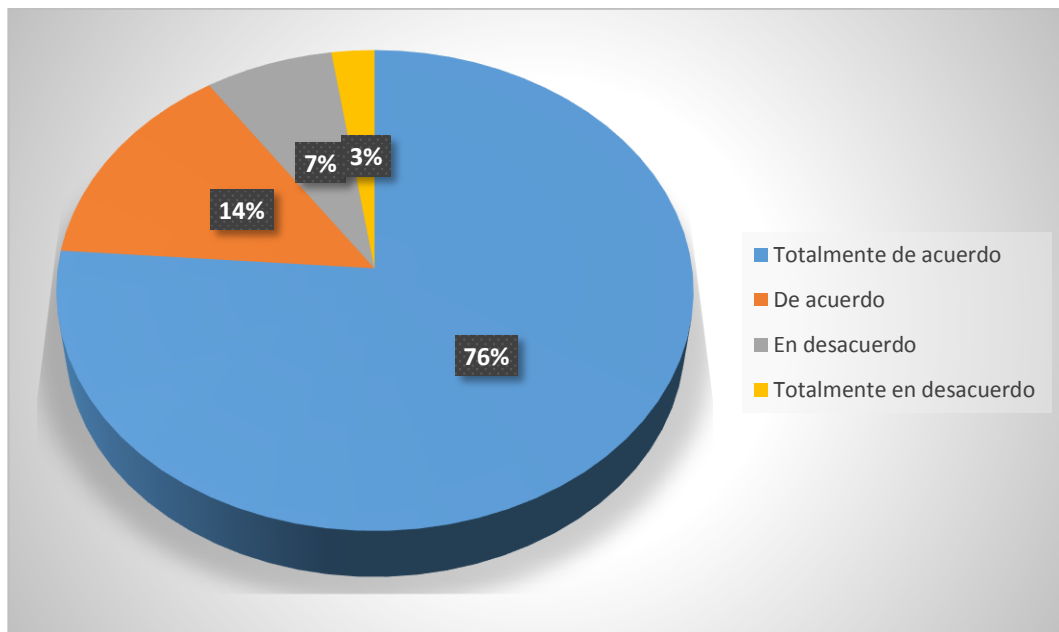
**Procesos de atención**

Opciones	Cantidad	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	32	76%
De acuerdo	6	14%
En desacuerdo	3	7%
Totalmente en desacuerdo	1	2%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Vélez J, (2019)

**Gráfico 12**

**Procesos de atención**



Elaborado por Vélez J, (2019)

**Análisis:**

La mayor parte de los encuestados está totalmente de acuerdo con que el restaurante debe mantener un servicio ágil pero eficiente al momento de atender las necesidades de los clientes debido a que esto evitará las filas de esperas por parte de los consumidores del restaurante.

**9. ¿Usted cree que el restaurante hace todo lo posible por mantener satisfecho al cliente?**

**Tabla 14**

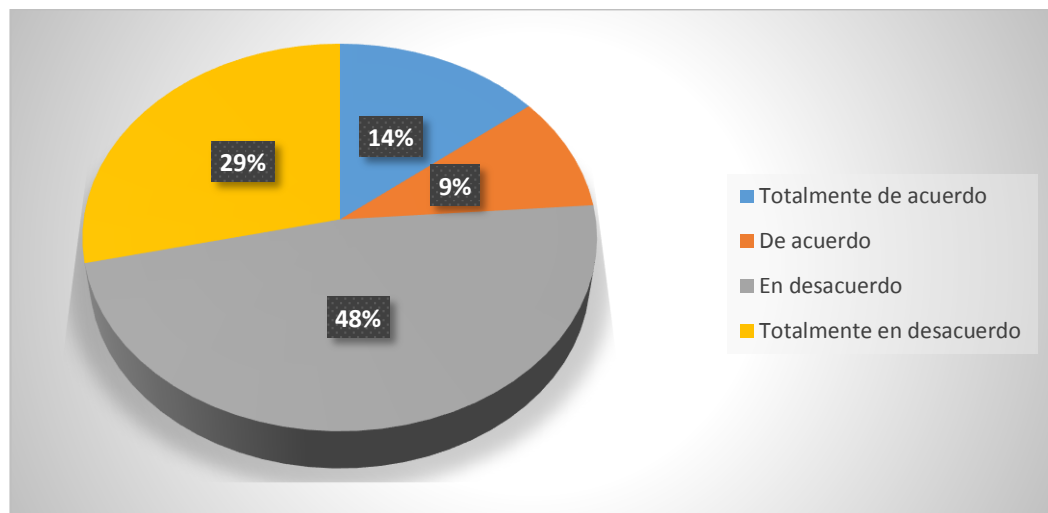
**Satisfacción del cliente**

Opciones	Cantidad	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	6	14%
De acuerdo	4	10%
En desacuerdo	20	48%
Totalmente en desacuerdo	12	29%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Vélez J, (2019)

**Gráfico 13**

**Satisfacción del cliente**



Elaborado por Vélez J, (2019)

**Análisis:**

Gran parte de los encuestados consideran que el restaurante no emplea sus máximos recursos para mantener satisfecho a los clientes ya sean estos por diversos motivos o factores que me amenazan el desenvolvimiento interno y no permite que se obtenga satisfacción de los clientes.

## 10. ¿Asumiría nuevos cambios propuestos por el restaurante?

Tabla 15

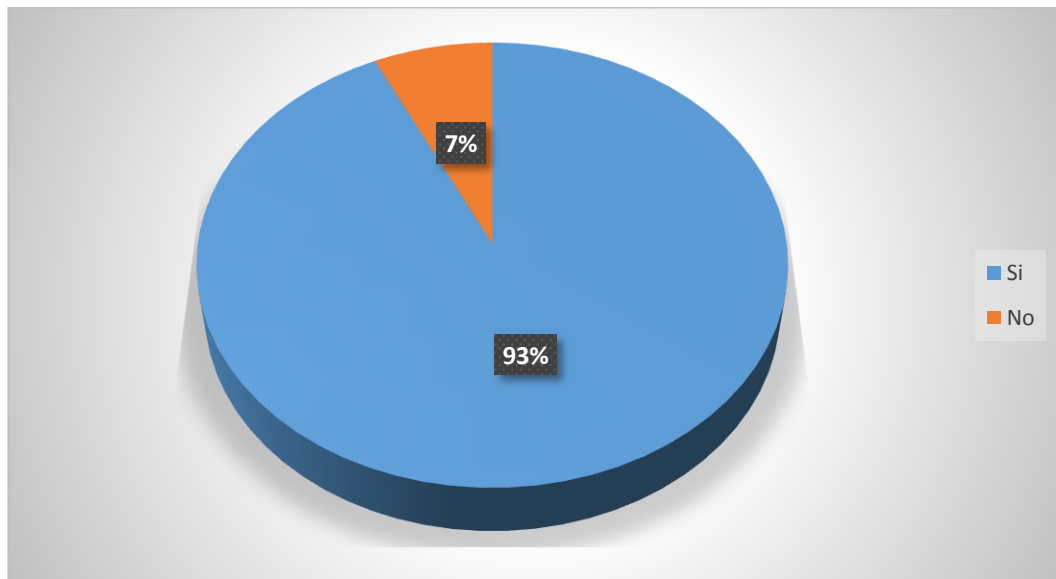
### Nuevos cambios

Opciones	Cantidad	Porcentajes
Si	39	93%
No	3	7%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Vélez J. (2019)

Gráfico 14

### Nuevos cambios



Elaborado por Vélez J, ( 2019)

### Análisis:

La mayor parte de los encuestados están dispuestos a asumir nuevos cambios ya que el 93% señala su aceptación debido a que consideran que son cambios positivos que el restaurante implementara en bienestar de los clientes, desarrollo y buen funcionamiento interno y externo de la organización. Solo el 7% de los encuestado no están dispuestos a asumir nuevos cambios debido al temor e incertidumbre de aspectos nuevos desconocidos por los clientes.

## Entrevista

**Objetivo:** Entrevistar a la gerente general del restaurante para obtener información más precisa del lugar a investigar

**Fecha** : 20 de mayo del 2019

**Lugar** : Restaurante “La Sazón de la Gata”

**Entrevistada** : Administradora María López

**Entrevistador** : Vélez Jacqueline

### INSTRUCCIONES

La información adquirida por medio de esta herramienta investigativa es para fines investigativos.

#### **1. ¿De qué manera el restaurante maneja su relación con los clientes?**

Actualmente la relación con los clientes ha tenido unos pequeños inconvenientes, pero nada grave que no podamos resolver; pero de ahí, es muy buena nuestra relación con ellos. Sabemos que existen problemas internos que repercuten a lo mejor con el exterior, pero estamos tratando que eso no se presente dentro del restaurante.

#### **2. ¿Alguna vez ha existido algún tipo de quejas o reclamos por parte de los clientes?**

Honestamente desde hace tres meses atrás si se han presentado algunos reclamos por parte de los clientes ya que consideran que el tiempo que se los hace esperar es mucho; o que el vendedor en mayor del caso no los saluda o no demuestra la cordialidad que debe poseer un trabajador que maneja un servicio de atención al cliente, pero en el transcurso de este mes se ha intensificados los reclamos o más bien quejas respecto al personal.

#### **3. ¿De qué forma incentivan a sus colaboradores internos?**

Por el momento no se están desarrollando los incentivos debido a que las ventas no son las esperadas por el presupuesto que efectuamos y debido

a eso es que no podemos realizar ningún tipo de incentivos monetarios para el personal.

**4. ¿Cómo se llevan los procesos comunicativos internos del restaurante?**

Te comento que la comunicación interna no es la mejor que se pueda decir, pero estamos tratando de que el personal se integre entre ellos mismos para que generen confianza entre sí, y puedan compartir momentos que fortalezca ese lapso comunicativo. Respecto a mi persona con los trabajadores es la comunicación es muy buena, pero pienso que es debido a mi nivel de cargo ya que yo resuelvo las dudas del personal interno.

**5. ¿Alguna vez ha existido algún tipo de problema interno entre los trabajadores?**

No, aquí no toleramos eso el personal tiene bien claro que no se puede generar ningún tipo de inconveniente o conflicto ya que eso demuestra la conducta y la manera en que se rige éticamente la persona por ende siempre se les comunica que somos un grupo y por tal motivo debemos trabajar en conjunto para alcanzar nuestros objetivos como organización.

**6. ¿De qué manera evalúan el rendimiento laboral de cada trabajador?**

Por el momento no se lleva un control sobre el rendimiento laboral de cada trabajador, pero siempre se le recalca el compromiso que deben tener con el negocio ya que ellos se deben a la organización y la organización a ellos por eso tratamos de transmitirle motivación de manera que puedan desempeñar sus funciones de la mejor manera y así poder obtener un rendimiento favorable.

**7. ¿Cada cuánto tiempo capacitan a los empleados del restaurante?**

A los empleados se los capacitan una vez al año por el transcurso de una semana de manera que ellos puedan adquirir los conocimientos previos para que los pongan en práctica dentro del negocio, aunque algunos de



ellos no los aplican debido a que algunos de ellos consideran que el número de capacitaciones no es el más acorde a las necesidades que los trabajadores necesitan y exigen.

**8. ¿Usted considera que el servicio al cliente es el más oportuno para el restaurante?**

Como te mencione anteriormente hemos tenido inconveniente en esa área ya que los reclamos se desprenden de ahí, por tal motivo te puedo decir por el momento no es el más oportuno o idóneo que desearía tener un negocio, pero tratamos de solucionar con estrategias internas pero muchas veces es muy difícil y por eso algunos clientes optan por elegir ir a consumir alimentos a otros lados.

**9. ¿Usted cree que es conveniente realizar algún tipo de cambio interno?**

Si, es importante para nosotros tomar decisiones y generar nuevos cambios internos que permitan mejorar los diferentes aspectos y procesos administrativos y organizativos para el buen funcionamiento del negocio ya que de esa manera minimizaremos las amenazas internas manteniendo una estructura sólida que permita dar lo mejor a los clientes ya que la organización se debe a ellos y por lo tanto no debemos caer en los errores comunes porque si no terminaremos lamentándolo.

**10. ¿Considera usted que el restaurante logra la plena satisfacción de los clientes?**

Según mi apreciación son muy pocos los usuarios que se los nota contentos con el servicio y la atención que presta el restaurante por eso te podría decir que es mínima la cantidad de clientes a los que se les mantiene satisfechos los últimos meses, y por la otra parte están los insatisfecho quienes son los que presentan reclamos y quejas por el servicio y la atención que ofrecen los colaboradores encargados de esa área laboral.

## **Análisis general de la entrevista**

La entrevista realizada a la administradora María López quien es la encargada de velar por el bienestar del restaurante que lleva como nombre “La sazón de la gata” supo responder todos los problemas sin ningún tipo de inconveniente de manera que se pudo obtener información concreta y veraz para el desarrollo de la investigación.

En el cuestionario realizado, supo responder que la relación que el negocio mantiene con su cliente se ha visto afectada por el tipo de servicio de atención que los empleados ofrecen a los consumidores que acuden al lugar a satisfacer sus necesidades; lo que ocasiona que los clientes se quejen por el trato reciben por las personas encargadas de esa área de trabajo.

También supo manifestar que por el momento no se están desarrollando los incentivos debido a que a las ventas no se están desarrollando de la manera que la organización espera por lo que para ellos se torna imposible generar algún tipo de incentivo al cliente mientras que otro de los factores negativos es que los procesos comunicativos no se están desarrollando de la manera que ellos esperan por eso es que no existe un trabajo colectivo que cumpla con los requisitos que espera el restaurante.

Por otra parte, no se lleva el debido control sobre el desenvolvimiento interno de cada trabajador lo que quiere decir es que no se lleva el debido informe del desenvolvimiento laboral de los trabajadores del restaurante por lo que se desconoce quien trabaja más o menos durante la jornada que debe cumplir como trabajador.

La capacitación de los empleados no es la más oportuna debido a las escasas horas que eran aplicadas con anterioridad ya que no prestaban las debidas herramientas para que el personal se mantenga preparado para que pueda resolver o estar prevenido en algún asunto interno laboral y debido a esto se ha venido desarrollando un servicio totalmente ineficiente que proporciona perdida para el negocio.

## Plan de Mejora

**Objetivo:** Aplicar un plan de capacitación del servicio al cliente en la satisfacción de los usuarios mediante la buena atención.

**Tabla 16** **Plan de mejora**

¿Qué?	¿Cómo?	¿Quién?	¿Cuándo?	¿Dónde?	¿Por qué?
<b>Capacitación a los empleados del restaurante</b>	Se contratará a un experto en temas de atención al cliente para que capacite a todo el personal todos los sábados del mes de julio hasta Agosto	Dr. Marco Ruíz	Inicia el 6 de Julio del 2019 y se extiende hasta agosto.	Oficinas del restaurante “La sazón de la gata”	Ayuda a mantener un personal listo y preparado para desarrollar sus tareas dentro del restaurante de la mejor manera
<b>Integración entre los empleados</b>	Se reunirán todos los empleados con el fin de compartir momentos integrativos que mejoren la relación del personal laboral	Administradora	5 de Julio del 2019	Oficinas del restaurante “La sazón de la gata”	Ayuda a fortalecer la comunicación entre los trabajadores internos del restaurante.
<b>Propaganda del restaurante</b>	Se utilizarán las redes sociales como medio de difusión en donde se darán a conocer las principales promociones que ofrece el restaurante.	Administradora	1 de Julio 2019 en adelante	Oficinas del restaurante “La sazón de la gata”	Ayuda a conseguir nuevos clientes para que el negocio se siga manteniendo en el mercado actual y mantenga un crecimiento.
<b>Medir el grado de satisfacción de los clientes</b>	Se implementará un sistema en donde el cliente califique el servicio recibido por parte de los trabajadores del restaurante.	Administradora	Se inicia desde el 1 de Julio en adelante	Oficinas del restaurante “La sazón de la gata”	De esta manera se conocerá si el grado de satisfacción al cliente es alcanzado con éxito o si hay algún aspecto que mejorar.
<b>Buzón de sugerencias y recomendaciones</b>	Se pondrá a disposición un buzón físico en donde se recepan las quejas y sugerencia por parte de los clientes de restaurante.	Administradora	Se implementará el 8 de Julio del 2019	Oficinas del restaurante “La sazón de la gata”	De esta manera se podrá conocer mejor las sugerencia o quejas de los clientes que utilizan el servicio de atención para seguir mejorando e innovando el servicio.

Elaborado por Vélez J, (2019)

## Plan de mejora

N°	Tiempo  Actividades	2019											
		Julio				Agosto				Septiembre			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Capacitación de los empleados												
2	Integración de los empleados												
3	Propaganda del restaurante												
4	Medir el grado de satisfacción de los clientes												
5	Buzón de sugerencias y recomendaciones												

Elaborado por Vélez J, (2019)

## Plan de capacitación

**Objetivo:** Renovar el servicio de atención al cliente para alcanzar la satisfacción de los clientes del restaurante “La sazón de la gata”

**Tabla 17 Plan de Capacitación**

Tema	Fecha	Hora	Responsable	Lugar
Servicio de atención al cliente	2019/07/06	16h30 a	Dr. Marcos	Oficinas del restaurante
	2019/07/13	18:00	Ruiz	
	2019/07/20			
La comunicación interna asertiva	2018/08/03	16h30 a	Dr. Marcos	Oficinas del restaurante
	2018/08/10	18:00	Ruiz	
	2018/08/17			

Elaborado por Vélez J, (2019)

**Tabla 2****Presupuesto****Capital**

<b>Ingresos</b>	<b>Cantidad</b>
Financiamiento propio del restaurante	\$ 825,00
<b>Total de ingresos</b>	<b>\$ 825,00</b>

<b>Egresos</b>	<b>Cantidad</b>
Capacitaciones de los empleados	\$500,00
Integración de los empleados	\$100,00
Propaganda del restaurante	\$ 25,00
Medir el grado de satisfacción de los clientes	\$100,00
Buzón de sugerencias y recomendaciones	\$100,00
<b>Total de egresos</b>	<b>\$ 825,00</b>

Elaborado por Vélez J, (2019)

Los gastos que se desarrollan en la ejecución del proyecto son de \$825 dólares que son asumidos en su totalidad por el restaurante “La sazón de la gata” quienes se comprometieron en ayudar con todo lo posible en el transcurso de la investigación, depositando su confianza y considerando que el estudio investigativo desarrollado en el interior del restaurante va a buscar las debidas respuestas al problema. El plan de mejoras fué realizado en base a los resultados obtenidos con el fin de erradicar los problemas que se presentan en la actualidad dentro del restaurante de manera que se busca mejorar el servicio de atención al cliente para lograr la satisfacción de ellos ya que es uno de los objetivos que conserva el negocio el cual es el de mantener a sus clientes fidelizados y contentos con su servicio.

## Conclusiones

- Se fundamentaron teóricamente las variables de la investigación que permiten conocer más acerca del servicio de atención al cliente y de la satisfacción de los usuarios.
- El restaurante contará con un personal capacitado en el área del servicio de atención al cliente de manera que se podrán obtener un mejor rendimiento por parte de ellos.
- Se mantendrá un servicio de atención nuevo que satisfaga las necesidades de los clientes y que esté dispuesto a brindar lo mejor para el desarrollo del negocio.
- Se obtendrá mejoras en la gestión administrativa interna de manera que es beneficioso para el negocio ya que cuenta con el cumplimiento de las tareas laborales dentro del tiempo estipulado y de los procesos administrativos se desarrollen sin ningún tipo de inconveniente.
- Se fortalecerán los lapsos comunicativos del personal, además de la relación laboral que permite el trabajo colectivo por el bienestar del negocio.
- Se logró la satisfacción plena de los clientes y se evitó la pérdida de los mismos, ya que los clientes se mantienen fidelizados por el buen trato y sazón que contiene el restaurante.

## Recomendaciones

- Evaluar de manera constante el servicio de atención al cliente de manera que se pueda obtener información sobre el funcionamiento del negocio.
- Mantener al personal capacitado en temas relevantes de atención al cliente y de cómo lograr la satisfacción de los usuarios ya que esto mejora el funcionamiento y el desarrollo del negocio.
- Evaluar el desarrollo del personal interno del restaurante para que de esa manera ellos se mantengan realizando sus tareas de la mejor manera.
- Motivar al personal interno del negocio de manera que se reconozca algún tipo de incentivos debido al buen desenvolvimiento que mantiene dentro del restaurante
- Evaluar de manera trimestral la gestión de los procesos administrativos internos de manera que se verifiquen que la administración se está desarrollando de manera eficiente en bienestar del negocio.
- Tomar en consideración las opiniones y comentario de los clientes para solucionar las quejas que presentan los mismos.
- Generar propagandas mediante redes sociales que permitan conocer más sobre el restaurante de manera que se puedan obtener más clientes y generar ingresos para el negocio.

## Bibliografía

- Actualidad Empresa. (28 de Noviembre de 2013). *ACTUALIDADEMPRESA*. Obtenido de <http://actualidadempresa.com/>
- Allan, R. (2008). *Las Tecnicas Modernas de Venta y sus aplicaciones*. Mexico: Diana Mexico.
- American Marketing. (12 de Abril de 2008). *MArketingPower.com*. Obtenido de <https://www.marketingpower.com/>
- Andrade Brito y Escalante Alfonso. (2015). *Análisis del servicio al cliente para mejorar el proceso de comercialización de la empresa Bultrims S.A ubicada en la ciudad de Guayaquil en el año 2014*. Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/11343/1/AN%C3%81LISIS%20DEL%20SERVICIO%20AL%20CLIENTE%20PARA%20MEJORAR%20EL%20PROCESO%20DE%20COMERCIALIZACI%C3%93N%20DE%20LA%20EMPRESA%20BULTRI.pdf>
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de investigación, Introducción a la metodología científica sexta edición*. México: Epistemes S. A.
- Arias, F. (2014). *El proyecto de investigación, Introducción a la metodología científica, sexta edición*. Caracas: EPISTEME.
- Arias, F. (2014). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica. Sexta Edición*. Caracas : EPISTEME.
- Arias, F. (14 de 6 de 2014). *Proyecto de investigación sexta edición*. Caracas: Episteme. Obtenido de *Proyectos educativos* .
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de la Investigación* (El Pasillo 2011, C.A. ed.). Caracas: EPISTEME, C.A.
- Arreaga, M. (2008). *Dirección de Mercadotecnia para consumidores* (Octava ed.).
- Barcos, S. (2016). ¿Qué es un software de gestión empresarial y por qué necesitas uno? *MyGestion*, 1-2.
- Cárdenas Rivera, Mora Cabrera, Sánchez Merchán. (2014). *Análisis del servicio al cliente en el restaurante la Rivera y su impacto en la calidad del servicio e imagen del establecimiento*. Academico , Universidad de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10491/1/Analisis%20de>



%20Servicio%20al%20cliente%20en%20el%20restaurante%20la%  
20Riviera.pdf

Castro Peralta Y y Conteras Ponce. (2015). *Calidad del servicio al cliente en el sector banacario de la ciudad de Guayaquil periodo 2010-2014*. Universidad Santiago de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/3501/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-178.pdf>

Cebreros. (Enero de 2000). *Eumed*. Obtenido de <http://www.eumed.net/>

Chiavaneato, I. (2007). *Administracion de recursos humano.El capital humano de la capacitaciones*. Mexico: McGraw Hill.

Chiavenato, I. (2014). *Introduccion a la Teoria General de la Administracion 6ta edición (Septima ed.)*. McGraw-Hill.

Dávila, C. (1985). *Situaciones laborales en las Organizaciones*. Madrid: Logos.

Deming, E. (2005). *Calidad,productividad y competitividad a la salida de la crisis*. Madrid: Diaz de Santos.

Editorial. (2014). *Gestión Empresarial*. Mexico.

Efraín Choque, M. Z. (2011). Tecnicas de estudio y rendimiento academico. *Revista Bolivianas*. doi:23130229

Flores, J. (6 de Mayo de 2011). *importacionesan.blogspot.com*. Obtenido de <http://importacionesan.blogspot.com>

Gómez, J. (Julio de 2014). *Definicion ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/>

Hernández, R. (2012). *Metodología de la Investigacion 6ta edición*. (S. D. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, Ed.) México, México: Mc Graw Hill.

Intriago Ortiz E, Mendoza Jimenez M. (2017). *Aplicación de modelo Serqual para potenciar la calidad en el servicio en el Disney-park, Quito*. Universidad de Guayaquil, Administración, Guyaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20625/1/TESIS%20FINAL%2009-05-2017%20.pdf>

Kotler, P. (2003). *Fundamentos De Marketing 6ta edición*. México: Pretince Hall.

Kotler, P. (2012). *Marketing 14ta Edición*. México: Pearson.

Leal, R. (3 de Marzo de 2015). *definiciones.de*. Obtenido de <http://definiciones.de/>

- Maggi, V. W. (2018). *Evaluación de la calidad de atención al cliente en relación con la satisfacción de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica Hospital General de Milagro*. Academico , Univerdad Santiago de Guayaquil , Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9976/1/T-UCSG-POS-MGSS-115.pdf>
- Martins, S. P. (2010). *Diseño de la investigación*. México: Combel S. A.
- Mendoza, y. (24 de Agosto de 2014). Origen y Evolucion de la gestion empresarial. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Moreno, G. M. (2017). *Proyecto de mejora de servicio al el cliente en la empresa Distribuciones AC SAS*. Academico investigativo, Universidad Santo Tomas , Bogota. Obtenido de <http://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/9132/GaitanNubia2017.pdf?sequence=1>
- Nogueira, M. (2000). *Gestion Empresarial*.
- OMPI. (10 de 07 de 2000). Obtenido de [http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file\\_id=251868](http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=251868)
- Oyarvide, L. Y. (2015-2016). *Estudio de mercado para determinar el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa IVAN BOHMAN C.A., para crear un plan de gestión de calidad al cliente en la ciudad de Guayaquil*. Academico , Universidad de Guayaquil , Publicidad y Mercadotecnia , Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8742/1/TESIS%20LOURDES%20RIOFRIO%20O.pdf>
- Parra, M. E. (2013). *Importancia de la calidad del servicio al cliente*. México: Instituto Tecnológico de Sonora.
- Polo, M. (2015). Ceremonial y protocolo: métodos y técnicas de investigación científica. *Redalyc*, 1143.
- Porto, J. (2008). *Definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/>
- Quispe Apaza, L. S. (2014). *La Gestión Empresarial yel Impacto en el Desarrollo de la Micro yPequeña Empresa, gestionado a través del Convenio Binacional ALBA-TCP, entre el Estado Plurinacional de Bolivia yla República Bolivariana de Venezuela, en las gestiones 2006-2012*". Universidad Señor de Sipán, La Paz. Obtenido de <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/115162>
- REAL A. E. (2018). Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=DglqVCc>
- Real Academia Española. (13 de Octubre de 2017). *Real Academia Española*.

- Real, R. (1973). *EcuRed*. Obtenido de <https://www.ecured.cu/>
- Reyes, A. (17 de Julio de 2015). *In.slideshare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/>
- Rojas, V. (2015). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Schumpeter, J. (1950). *Gestion Empresarial*. Republica Checa: Logos.
- Serna Gómez, H. (2006). *Conceptos básicos en servicio al cliente*. Colombia: Panamericana editorial Ltda.
- Sevilla, G. (Abril de 2017). *Educacion.edu*. Obtenido de <http://www.educacion.edu/>
- Silvestre Méndez, J. (2012). *Fundamentos de Economía* (Tercera ed.). Mc Graw Hill.
- Solórzano Barrera, G. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas. *Buzón de Pacioli*, 7-8.
- Stanton William, E. M., & Walker, B. (2004). *Fundamentos de Marketing* (terceava ed.). Mc Graw-Hill Interamericana.
- Terry, G. (22 de Mayo de 2017). *fundamentosdelaadministracion.weebly.com*. Obtenido de <http://fundamentosdelaadministracion.weebly.com/>
- Verdú, C. (2013). Características personales para el éxito en la atención al cliente. *El Buzón de Pacioli*, 3-4.

**Anexos**

Anexo 1



**Restaurante la Sazón de la Gata**

Guayaquil, 15 de Enero del 2019

**Estimados señores**

**Instituto Tecnológico Bolivariano de Tecnología**

De mis consideraciones:

Yo la **Sra. Lorena María Aguilera Uzhca con C.I. 0922923750** en mi calidad de dueña y representante del restaurante "La Sazón De La Gata" mediante este documento.

Certifico y autorizo a **Vélez Moreno Cinthia Jacqueline** para que proceda a realizar la investigación necesaria a los trabajadores del restaurante. para desarrollar él trabajó de titulación previo a la obtención del título de **Tecnología en Administración de Empresas.**

**Atentamente:**

---

**Lorena María Aguilera Uzhca**

**C.I. 0922923750**

---

**Guayas – Guayaquil – Ecuador**

## Anexo 2

### ENCUESTA

La información obtenida mediante este documento es confidencial y es utilizada para fines investigativos.

- **Instrucciones**

Elija la opción más conveniente según el servicio que ofrece el restaurante la sazón de la Gata.

**Objetivo:** Encuestar a los clientes del restaurante la sazón de la gata para medir el nivel de satisfacción que la empresa oferta y así obtener resultados más confiables de fuentes directas.

N°	Preguntas	Alternativas a seleccionar
1	¿Usted está a gusto con el servicio de atención al cliente que ofrece el restaurante?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
2	¿Qué calificación usted le daría al servicio de atención al cliente proporcionado por el restaurante?	Muy bueno <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Muy malo <input type="checkbox"/>
3	¿Usted considera que el personal de atención al cliente está capacitado en el área que desarrolla?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>

4	¿Considera usted que el restaurante satisface las necesidades de los clientes?	Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/>
		De acuerdo <input type="checkbox"/>
		En desacuerdo <input type="checkbox"/>
		Totalmente en desacuerdo <input type="checkbox"/>
5	¿Usted cree que el servicio de atención al cliente debe mejorar?	Si <input type="checkbox"/>
		No <input type="checkbox"/>
6	¿considera usted que el personal debe atender de forma motivada y amable a los clientes?	Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/>
		De acuerdo <input type="checkbox"/>
		En desacuerdo <input type="checkbox"/>
		Totalmente en desacuerdo <input type="checkbox"/>
7	¿Le gustaría recibir un servicio de atención personalizada?	Si <input type="checkbox"/>
		No <input type="checkbox"/>
8	¿usted estaría de acuerdo con que se agilicen los procesos de atención al cliente?	Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/>
		De acuerdo <input type="checkbox"/>
		En desacuerdo <input type="checkbox"/>
		Totalmente en desacuerdo <input type="checkbox"/>
9	¿usted cree que el restaurante hace todo lo posible por mantener satisfecho al cliente?	Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/>
		De acuerdo <input type="checkbox"/>
		En desacuerdo <input type="checkbox"/>
		Totalmente en desacuerdo <input type="checkbox"/>
10	¿Asumiría nuevos cambios propuestos por el restaurante?	Si <input type="checkbox"/>
		No <input type="checkbox"/>

**Gracias por su colaboración**

Atentamente  
Jacqueline Vélez

### Anexo 3

#### ENTREVISTA

**Objetivo:** Entrevistar a la gerente general del restaurante para obtener información más precisa del lugar a investigar

**Fecha** :

**Lugar** :

**Entrevistados** :

**Entrevistador** :

#### INSTRUCCIONES

La información adquirida por medio de esta herramienta investigativa es para fines investigativos.

1. **¿De qué manera el restaurante maneja su relación con los clientes?**

---

---

2. **¿Alguna vez ha existido algún tipo de quejas o reclamos por parte de los clientes?**

---

---

3. **¿De qué forma incentivan a sus colaboradores internos?**

---

---

4. **¿Cómo se llevan los procesos comunicativos internos del restaurante?**

---



---

---

5. ¿Alguna vez ha existido algún tipo de problema interno entre los trabajadores?

---

---

6. ¿De qué manera evalúan el rendimiento laboral de cada trabajador?

---

---

7. ¿Cada cuánto tiempo capacitan a los empleados del restaurante?

---

---

8. ¿Usted considera que el servicio al cliente es el más oportuno para el restaurante?

---

---

9. ¿Usted cree que es conveniente realizar algún tipo de cambio interno?

---

---

10. ¿Considera usted que el restaurante logra la plena satisfacción de los clientes?

**Gracias por su colaboración**

Atentamente

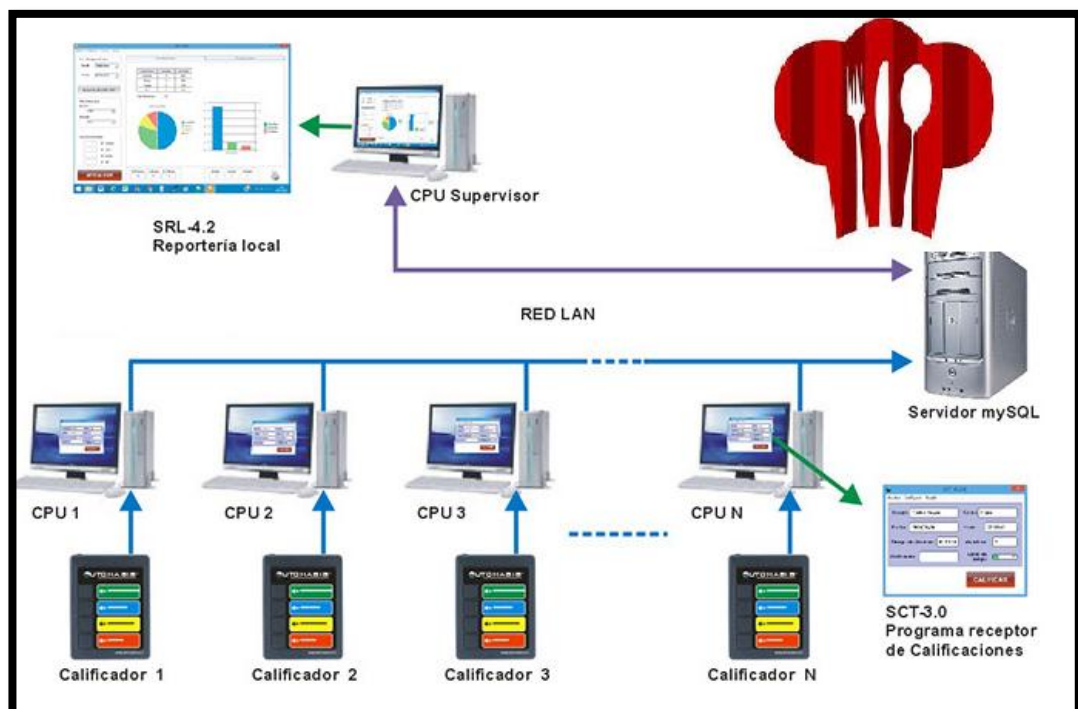
Jacqueline Vélez

#### Anexo 4



*Pagina promocional del restaurante*

#### Anexo 5



*Sistema de calificación del servicio de atención al cliente*

**Anexo 6**



*Buzón de sugerencias y recomendaciones*

**Anexo 7**



*Local "La Sazón De La Gata"*

## Anexo 8



Ubicación-Local “La Sazón De La Gata”

## Anexo 9



*Personal del restaurante “La Sazón De La Gata”*

*Dayana Rivas, Anabell Plúas, Betty Cirino, Dueña Lorena Aguilera,  
Daniela Escobar, Mafer Ormaza.*



## Anexo 10



*Atención a los clientes frecuentes*

## Anexo 11



*Restaurante "La Sazón De La Gata"*

## Anexo 12



*Personal del restaurante “La Sazón De La Gata”*

*Dayana Rivas, Anabell Plúas, Betty Cirino, Jacqueline Vélez, Dueña Lorena Aguilera, Daniela Escobar, Mafer Ormaza.*



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor 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: "Gestión Empresarial en la mejora del servicio de atención al cliente en el restaurante "La sazón de la Gata". y problema de investigación: ¿Cómo incide la gestión empresarial en el servicio de atención al cliente del restaurante de comida "La Sazón de la Gata" ubicado en el cantón Guayaquil, provincia del Guayas, en el periodo fiscal 2019? presentado por Vélez Moreno Jacqueline Cinthia como requisito previo para optar por el título de:

**TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

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

  
Egresada:

**Vélez Moreno Jacqueline C.**

Tutor:

  
**Dr. Simón Alberto Illescas Prieto**



## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de Información Científica y Transferencia de Tecnología (CEGESCIT) nombrado por el consejo Directivo del Instituto 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 ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES** del ITB.

Wuís Alberto Abades  Wuís Alberto Abades  
Nombre y Apellidos del Colaborador CEGESICTT Firma  
CEGESCYT