



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO

**DISEÑO DE PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DE
TÍTULO DE TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

Tema:

**PROPUESTA DE MEJORAMIENTO PARA EL SERVICIO AL CLIENTE
DE LA EMPRESA LA ESPAÑOLA, DEL CANTÓN GUAYAQUIL**

Autora:

Ocaña Ortiz Stefanía Monserrate

Tutor:

Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

Guayaquil – Ecuador

2019

DEDICATORIA

Mis padres, por ser mis pilares de apoyo, se han preocupado de mí desde el momento en que llegue a este mundo, me han formado para saber cómo batallar y salir triunfante antes las adversidades de la vida. Y aquí estoy, con un nuevo logro exitosamente conseguido.

A mis hermanos, por estar pendiente de mí en cada momento de mi formación profesional.

A mis abuelitos paternos, por sus consejos y experiencias me han inspirado para seguir adelante y enseñarme que el mejor conocimiento que sé puede tener es el que se aprende por sí mismo.

A mi sobrino Paulito, que me recibía con un fuerte abrazo y un te amo cuando llegaba de clases.

Stefanía Monserrate Ocaña Ortíz



AGRADECIMIENTO

A mi Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

A mis padres José Luis y Norma por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado y sobre todo por ser un excelente ejemplo de vida a seguir.

Le agradezco la confianza, apoyo y dedicación a todo el personal Docente - Administrativo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano quienes supieron impartir sus conocimientos con mucho esfuerzo para hacer posible esta preparación profesional.

A mis amigos por confiar y creer en mí y haber hecho de mi etapa tecnológica un trayecto de vivencias que nunca olvidare.

Stefanía Monserrate Ocaña Ortíz

CERTIFICACIÓN DE 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: **“Propuesta de mejoramiento para el servicio al cliente de la empresa la española, del cantón Guayaquil”** y problema de investigación: ¿Cuáles son las características de una propuesta para mejorar la calidad de la empresa La Española, matriz ubicada en el cantón Guayaquil, provincia del Guayas, en el año 2019?, presentado por **Stefanía Monserrate Ocaña Ortiz** como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

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

Egresada:

Ocaña Ortiz Stefanía Monserrate

Tutora:

Dr. Simón Alberto Illescas P.

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Ocaña Ortiz Stefanía Monserrate en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Propuesta de mejoramiento para el servicio al cliente de la empresa la española, del cantón Guayaquil**, de la modalidad de presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de 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/autorizamos 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*.

Stefanía Monserrate Ocaña Ortiz
No. de cédula: 0940283740

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

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

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA 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

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

Propuesta de mejoramiento para el servicio al cliente de la empresa La Española, del cantón Guayaquil.

Autora: Ocaña Ortiz Stefanía Monserrate

Tutor: Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

RESUMEN

El propósito de la investigación al servicio al cliente es una parte fundamental de cualquier empresa o negocios interesados en prevalecer y crecer en un mercado por tal razón, la empresa La Española, percibe la necesidad de iniciar un diseño de mejora basadas en los clientes. En una empresa es muy importante potencializar los recursos disponibles, por tanto se debe aprovechar de manera positiva el capital humano y equipo de trabajo, para poder mejorar la productividad dentro de la organización. En el caso de la empresa “La Española” se debe mejorar el servicio que se ofrece, mejorando las herramientas tecnológicas como parte de motivación para así lograr incentivar el compromiso de los empleados para con la empresa, esta estrategia facilita el proceso que propende a que el servicio sea de calidad, ágil y oportuno. Ahora, existen también varias razones por la cuáles un diseño de plan como este es una necesidad evidentemente en el fortalecimiento constante de la misión y visión empresarial, en este caso, en el servicio al cliente de la empresa La Española. La propuesta se va a utilizar los métodos de investigación cualitativa y cuantitativa ya que son dos tipos o enfoques de recolección y análisis de datos y los beneficios determinados es identificar, desarrollar y diseñar el plan de servicios de calidad en la empresa La Española.

Plan de servicio

Calidad

Servicio al cliente



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

“Improvement proposal for customer service of the company La Española,
of the canton Guayaquil”.

Autora: Ocaña Ortiz Stefanía Monserrate

Tutor: Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

ABSTRACT

The purpose of customer service research is a fundamental part of any company or business interested in prevailing and growing in a market for this reason, the Spanish company, perceives the need to initiate a customer-based improvement design. In a company it is very important to potentiate the available resources, therefore, the human capital and work team must be used in a positive way, in order to improve productivity within the organization. In the case of the “La Española” company, the service offered must be improved, improving the technological tools as part of the motivation to thus incentivize the employees' commitment to the company, this strategy facilitates the process that tends to The service is quality, agile and timely. Now, there are also several reasons why a plan design like this is obviously a necessity in the constant strengthening of the business mission and vision, in this case, in the customer service of the Spanish company. The proposal will use qualitative and quantitative research methods since they are two types or approaches to data collection and analysis and the benefits determined is to identify, develop and design the quality services plan in the Spanish company.

Service plan

Quality

Customer Support

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	iv
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE TABLA.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICO	xii
CAPÍTULO I	1
1. EL PROBLEMA.....	1
1.1. Planteamiento del Problema	1
1.2. Ubicación del problema en su contexto.....	4
1.3. Situación conflicto	6
1.4. Formulación del problema.....	6
1.5. Variables de investigación.....	6
1.6. Delimitación del problema	6
1.7. Preguntas de Investigación	7
1.8. Evaluación del Problema.....	7
1.9. Objetivos de la investigación.....	9

1.10. Justificación e Importancia de la Investigación	9
CAPÍTULO II	12
2. MARCO TEÓRICO	12
2.1. Antecedentes Históricos.....	12
2.2. Antecedentes Referenciales	19
2.3. Fundamentación Legal.....	27
2.4. Marco Conceptual	32
CAPÍTULO III	34
3. MARCO METODOLÓGICO	34
3.1. Datos de la empresa	34
3.2. Diseño de la Investigación	34
3.3. Tipos de Investigación.....	36
3.4. Población y Muestra.....	38
3.5. Técnicas e Instrumentos de la Investigación.....	40
CAPÍTULO IV	42
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	42
4.1. Aplicación de las técnicas e instrumentos.....	42
4.2. Propuesta: Plan de los servicios de calidad en la atención al cliente de la empresa La Española.	52
4.3 Conclusiones	61
4.3. Recomendaciones.....	62
Bibliografía	63
Anexos.....	66

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Universo.....	40
Tabla 2 Servicio que ofrecen a clientes	42
Tabla 3 Experiencia en los diferentes establecimientos de la empresa..	43
Tabla 4 Como es el ambiente de trabajo	44
Tabla 5 Capacitaciones para los empleados de la empresa.....	45
Tabla 6 Porcentaje de Aprendizaje	46
Tabla 7 Atención a clientes luego de capacitación hecha por la empres....	47
Tabla 8 Mejoramiento del ambiente laboral	48
Tabla 9 Involucrar a las autoridades en el plan de mejoramiento	49
Tabla 10 La situación de la empresa dentro del mercado comercial	50
Tabla 11 Plan de mejoramiento constante para la calidad de la empresa	51
Tabla 12 Plan de Servicio de Calidad	53
Tabla 13 Plan de Mejoramiento de servicio al cliente	59
Tabla 14 Presupuesto.....	60
Tabla 15 Cronograma	60

ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico 1 Servicio que ofrecen a clientes.....	42
Gráfico 2 Experiencia en los diferentes establecimientos de la empresa	43
Gráfico 3 Como es el ambiente de trabajo.....	44
Gráfico 4 Capacitaciones para los empleados de la empresa	45
Gráfico 5 Porcentaje de Aprendizaje	46
Gráfico 6 Atención a clientes luego de capacitación hecha por la empresa	47
Gráfico 7 Mejoramiento del Ambiente Laboral	48
Gráfico 8 Involucrar a las autoridades en el plan de mejoramiento	49
Gráfico 9 La situación de la empresa dentro del mercado comercial	50
Gráfico 10 Plan de mejoramiento constante para la calidad de la empresa	51

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del Problema

La empresa “La Española” ha subsistido a lo largo de los años habiendo alcanzado una excelente reputación a nivel local. Por lo general contratan a personal que viven cerca de sus locales o establecimientos (panaderías, supermercados de carnes), los cuales en su mayoría no cuentan con la capacitación ni el conocimiento suficiente de lo que es brindar un servicio de calidad al cliente, por ello se ha visto la necesidad de evaluar el servicio que se brinda actualmente para conocer la percepción de los clientes con el fin de proponer estrategias que permitan consolidar la imagen de la empresa, retener a los clientes actuales y atraer nuevos clientes.

De esta manera surge la necesidad de plantear y ejecutar un plan de calidad del servicio a través de la cual se pueda identificar debilidades a fin de proponer mejoras y permita además que se identifiquen necesidades a nivel interno en cuanto a capacitación de los empleados y la definición de indicadores de calidad en la atención a los clientes.

La evaluación de la calidad del servicio será aplicada a los clientes de la empresa “La Española” utilizando principalmente herramientas para obtener la información primaria como es la observación, entrevista y las encuestas.

Este proyecto de investigación se estable porque en la zona mencionada, específicamente, se ha disminuido el servicio de buena

calidad hacia los clientes, haciendo que la ciudadanía busque diferentes alternativas en cuanto a mejor atención se trata.

Esta investigación también surge debido a la necesidad de ofrecer un mejor servicio a todas las personas que lo solicite y poder ofrecerle una buena capacitación con respecto a funcionar mejor como empresa dando a conocerse por su calidad de empleados y personal que atiende todos los días en la empresa “La Española”.

De forma personal, el motivo que se llevó para ejecutar esta investigación fue con la finalidad de poner en práctica los conocimientos de mercadeo y estrategias de mercado que se adquieren para establecer una empresa de calidad.

En una empresa es muy importante potencializar los recursos disponibles, por tanto se debe aprovechar de manera positiva el capital humano y equipo de trabajo, para poder mejorar la productividad dentro de la organización. En el caso de la empresa “La Española” se debe mejorar el servicio que se ofrece, arreglando o cambiando las herramientas tecnológicas como parte de motivación para así lograr incentivar el compromiso de los empleados para con la empresa, esta estrategia facilita el proceso que propende a que el servicio sea de calidad, ágil y oportuno.

Los directivos de la empresa “La Española”, por medio de observación y datos históricos evidencian falta de compromiso por parte de los funcionarios de la organización, este problema lo que conlleva a un alto nivel de falta de comunicación con las áreas de apoyo, (secretaria, bodeguero, auxiliar de bodega).

Las discordias o malos entendidos de los funcionarios al interior de la organización ha generado que la relación con los clientes haya

desmejorado potencialmente, se reciben muchas quejas a diario por demora en la entrega de los pedidos, solicitudes incompletas, remisiones con referencias no solicitadas o cruzadas, esta problemática genera rotación de personal, conlleva a sobre carga laboral y este a su vez propende a desmejorar el servicio de calidad que siempre ha identificado la organización.

El personal de la organización debe trabajar siempre en completa armonía y con un compromiso de colaboración excelente, que debe estar inmerso en todas las áreas que conforman la empresa, todos buscando siempre cumplir con los objetivos estratégicos, por tanto es muy importante que el departamento comercial trabaje en unión siempre en mejora de los procesos, optimizando los tiempos de respuesta frente a las solicitudes y/o necesidades de los clientes.

Las áreas de trabajo de apoyo dentro de la organización, deben tener claridad en que es necesario que sus estrategias de trabajo se desarrollen linealmente con la visión y la misión de la empresa, aunque su trabajo operativo no sea directamente frente al cliente externo, si hace parte esencial para poder lograr los objetivos y metas de la organización.

En una sociedad cambiante, es imposible que una empresa por pequeña que sea, continúe desarrollando sus actividades manualmente, la tecnología nace como una herramienta que facilita la dirección, organización y control de los procesos en las empresas.

Para incentivar el crecimiento y desarrollo de la empresa es necesario dotar de equipo y/o herramientas tecnológicas actualizadas a los funcionarios, de tal manera que se aproveche el tiempo, se facilite el servicio de atención al cliente externo, se venda el producto comercial, aunado a este se presente la buena imagen de la empresa.

1.2. Ubicación del problema en su contexto

En general, las personas buscan y se quedan donde se sienten bien, son aceptados y se les presta atención, ya sea en una relación personal, comercial o de negocios. Por otra parte, si el trato no es adecuado, trataran de alejarse de cualquier cosa que les provoque una experiencia negativa, ya sea falta de respeto y de atención o maltrato.

“Como principio de la atención al cliente se establece que el cliente es el que valora la calidad en la atención que recibe. Cualquier sugerencia o consejos son fundamentales para la mejora. Toda acción en la presentación del servicio debe estar dirigida a lograr la satisfacción en el cliente” (Maria Elvira Lopez;, 2013)

Esta satisfacción debe garantizarse en cantidad calidad, tiempo y precio. Las exigencias del cliente orientan la estrategia de la empresa con respecto a la producción de bienes y servicios. La calidad en la atención al cliente debe sustentarse en políticas, normas y procedimientos que involucren a todas las personas de la empresa.

“Así cada empresa desarrollada su propia estrategia de calidad de servicios teniendo en cuenta el sector en que opera y el tipo de negocio que desarrollada. Para cada segmento de mercado debe diseñarse el nivel de servicios más adecuados, ya que no siempre un único diseño de servicios al cliente es capaz de satisfacer todos los segmentos de mercado que debe atender la empresa”. (Monferrer, 2013)

En el caso de las empresas, si un cliente tiene una experiencia inadecuada, podría buscar productos y servicio en otro lado e irse con la competencia. Peor aún, compartir su mala experiencia con sus familiares, amigos, vecinos o compañeros de trabajo.

Por eso es esencial que las grandes o pequeñas empresas enfoquen su esfuerzo en proveer un excelente servicio al cliente para retener a los clientes a largo plazo. El éxito del proyecto está en manos del interés y disposición que tengan los funcionarios de la empresa para recibir la capacitación y ponerla en práctica.

Si los dueños de la empresa toman una actitud positiva frente al proyecto será muy fácil lograr los objetivos propuestos del plan de acción.

Con la implementación de la estrategia seleccionada se logra:

- Mejorar el trabajo en equipo.
- Mejorar tiempos de entrega de los productos,
- Mejorar la calidad de la selectividad de los productos
- Mejorar la relación con los clientes actuales y retirados.
- Mejorar el objetivo financiero de la empresa.

La estrategia de mejora propuesta optimiza el capital humano para hacer más eficiente las actividades desarrolladas en la organización, con el siguiente diagrama de flujo se pretende mostrar la importancia de la labor que desempeña cada uno de los funcionarios de la organización, se resalta la importancia de cada uno de ellos dentro del proceso productivo de la empresa y por ende se puede analizar el por qué si uno de los empleados falla en su tarea se afecta negativamente los objetivos de la compañía:

1.3. Situación conflicto

A pesar de que, en ocasiones, la atención al cliente no es uno de los servicios de los que más cuida una empresa, no se debe caer en el error de no prestarle el interés que se merece.

Para lograr dar resolución a la formulación del problema, surgen una serie de interrogantes que deben ser resueltos con el fin de una mejor apropiación del tema y de las necesidades de este, como una realidad probable en el mercado de la empresa La Española.

Una buena atención al usuario puede marcar la diferencia entre un cliente satisfecho y un cliente que no lo está (y que por lo tanto dejará de serlo en poco tiempo, si no la ha hecho ya) y supone la mejor publicación que puede "comprar" la empresa, y más aún en época en la que internet y las redes sociales amplifican las opiniones haciéndolas llegar hasta donde nunca podrías imaginar.

1.4. Formulación del problema

¿Cómo incide en los colaboradores de la empresa La Española, matriz, ubicada en el cantón Guayaquil, provincias del Guayas, un plan de atención de calidad para el mejoramiento en el servicio al cliente, en el año 2019?

1.5. Variables de investigación

Variable independiente: Plan de atención de calidad

Variable dependiente : Servicio al cliente.

1.6. Delimitación del problema

Campo : Administración de empresas

Área : Clientes

Aspectos : Plan de servicios de calidad, atención al cliente

Tema : Diseño de un plan de servicio de calidad para la empresa La Española, Matriz.

1.7. Preguntas de Investigación

- ¿Cómo se podría brindar una buena atención de calidad a los clientes de la empresa la Española?
- ¿Cómo se puede establecer un buen ambiente laboral dentro de la empresa La Española?
- ¿Por qué no se interioriza el sistema de un buen servicio al cliente con atención de calidad en los trabajadores de la empresa La Española?
- ¿Cómo se cambia la cultura para desempeñar, mediante un plan de mejoramiento, un buen servicio al cliente con una atención de calidad?

1.8. Evaluación del Problema

➤ Delimitado:

El presente trabajo de investigación tiene como delimitación la matriz de la empresa “La Española” en la ciudad de Guayaquil, en donde se prevé establecer, para sus colaboradores, un plan de mejoramiento de una atención de calidad para un buen servicio a los clientes.

➤ Claro:

Este proyecto será claro porque se demostrará que establecer un plan de mejoramiento, para el personal de la empresa “La Española”,

puede representar un gran incremento de sus ventas, por la mejor atención que esto representara para los usuarios, ya que al mejorar la calidad del trato, mejora la ganancia de dicha empresa.

➤ **Concreto:**

Los resultados de la presente investigación, permitirán establecer lo básico y fácil que significa el tener una buena atención con los clientes de distintas empresas, para poder contribuir con la misma y obtener mayores beneficios.

➤ **Relevante:**

Este proyecto es relevante porque permite que las personas de la zona céntrica de la ciudad tengan acceso a un servicio de calidad, con una buena atención y mejor desarrollo empresarial por parte de la empresa “La Española”.

➤ **Original:**

Este proyecto es original porque, permite que la empresa tenga diferentes estrategias de mercadeo que también cumplan con las necesidades de los clientes, estableciendo la apertura a nuevas y diferentes ideas para el crecimiento de la empresa.

➤ **Contextualmente:**

La elaboración de este plan permite obtener información formativa-educativa esencial, para pequeñas y medias empresas en crecimiento, ya que puede hacerse participe del mismo, una vez establecido en la empresa que se propone.

➤ **Factible:**

Este proyecto es factible porque permite desarrollar el conocimiento administrativo y técnico de los diferentes colaboradores que deseen poner en práctica diferentes formas de atender a la clientela de la empresa “La Española”.

➤ **Variables:**

Se propone el plan de servicio de calidad, ya que a través del mismo se puede establecer diferentes mecanismos de la empresa “La Española”, para servir mejor a sus clientes teniendo una atención satisfactoria y de calidad hacia los mismos.

1.9. Objetivos de la investigación

1.9.1. Objetivo General

Organizar un plan de servicios de calidad para la mejora en la atención al cliente en la empresa La Española.

1.9.2. Objetivos Específicos

- Identificar las teorías que fundamentan el plan de servicio de calidad en la atención al cliente.
- Desarrollar los métodos y técnicas del problema planteado.
- Diseñar un plan de servicio de calidad en la empresa La Española.

1.10. Justificación e Importancia de la Investigación

El presente trabajo investigativo busca implementar un plan de calidad para mejorar el servicio al cliente, valiéndose de herramientas administrativas, busca mejorar eficientemente la realización de las actividades internas de la organización, de esta manera se disminuye los

constantes reclamos y quejas de los clientes por los muchos errores y formas de tratar a los clientes a la hora de atenderlos.

Se debe tomar en consideración que el cliente externo es la fuente de ingreso de la organización, por tanto es muy importante invertir en la mejora del servicio al cliente para poder conseguir la satisfacción del mismo e incrementar los ingresos económicos y continuar con la estabilidad de la empresa.

A medida que pasa el tiempo la competencia comercial crece considerablemente, a diario aparecen nuevas empresas donde sus propietarios sueñan con incursionar en el medio, ofrecen mejor servicio, producto de calidad y mejores precios, es por ello que la empresa “La Española” debe estar en mejora continua del servicio al cliente para poder mantener las relaciones comerciales con los clientes actuales y atraer nuevos.

La empresa actualmente tiene un problema de mala comunicación interna causado por la falta de herramientas de mercadeo que permiten mantener un mejor servicio, este problema genera mal ambiente de trabajo y falta de compromiso interno, este factor frente al cliente externo propende una percepción de falta de organización en la compañía, que al final afecta de manera negativa la relación comercial con el cliente externo.

El servicio al cliente es una parte fundamental de cualquier empresa o negocios interesados en prevalecer y crecer en un mercado por tal razón, la empresa La Española, percibe la necesidad de iniciar un diseño de mejorar basadas en los clientes.

Existen varias razones por la cuales una empresa debe fortalecer la alianza con sus clientes, ahora, existen también varias razones por la

cuáles un diseño de plan como este es una necesidad evidentemente en el fortalecimiento constante de la misión y visión empresarial, en este caso, en la atención al cliente de la empresa La Española.

Se debe generar nuevos métodos y técnicas para mejorar las relaciones con el cliente y acceder a clientes potenciales, con el fin de asegurarlo a la empresa como consumidores primarios, es algo fundamental, porque busca proyectar la empresa.

Debe primar el uso adecuado de los recursos tanto capital humano como capital económico, la empresa cuenta con personal de confianza, con excelente experiencia adquirida en la misma organización, económicamente es una empresa estable que a pesar de su baja en ventas ha podido continuar en el mercado, la idea del proyecto es aprovechar esta fortalezas e implementar el proyecto de mejora del servicio al cliente para recuperar y seguir manteniendo los clientes externos actuales.

La comunicación interna integra, el buen desarrollo de las tareas de una compañía, el trabajo en equipo, generan confianza tanto a la organización como a los clientes externos, de ahí que las herramientas de trabajo sean las adecuadas y que todas las personas que pertenecen a la empresa estén enteradas de los procesos y cambios que se realizan en pro de la mejora del servicio al cliente.

Las capacitaciones a los colaboradores sirven como herramienta de integración, para poder tener la mayor claridad en los posibles cambios de los procesos, aprovechar al máximo las herramienta tecnológicas y buen usos que se deben dar a estas para mejora el desarrollo de las actividades laborales dentro de la empresa La Española.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes Históricos

Según (Rubiano, 2014) "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" (p. 12).

El servicio al cliente era la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, fundamentalmente amabilidad, atención. En la actualidad, se tiene un nuevo concepto de servicio y dice que es una estrategia empresarial orientada hacia la anticipación de las necesidades y expectativas del valor agregado de los clientes, buscando asegurar la lealtad y permanencia tanto de los clientes actuales como la atracción de nuevos clientes, mediante la provisión de un servicio superior al de los competidores.

2.1.1. Características del servicio al cliente

1. (Serna, 2014) menciona que "el servicio al cliente es un intangible. Es eminentemente perceptivo, así tenga algunos elementos objetivos.
2. Es perecedero. Se produce y consume instantáneamente.
3. Es continuo. Quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.
4. Es integral. En la producción del servicio es responsable toda la organización. Por ello, todos los colaboradores de la empresa son parte

fundamental en la calidad del ciclo del servicio, que genera la satisfacción o insatisfacción de los clientes.

5. La oferta del servicio promesa básica es el estándar para medir la satisfacción de los clientes. "El cliente siempre tiene la razón cuando exige que cumplamos lo que prometemos".
6. Por ende, el foco del servicio es la satisfacción plena de las necesidades y expectativas de los clientes.
7. La prestación integral del servicio genera valor agregado, el cual asegura la permanencia y lealtad del cliente. El, en los nuevos mercados, compra valor agregado". (p. 17)

2.1.2. La importancia de la satisfacción al cliente. Cualquier negocio tiene cuatro metas clave

- Satisfacer a sus clientes
- Conseguir una mayor satisfacción del cliente que la de sus competidores
- Conservar los clientes en el largo plazo
- Ganar penetración en el mercado

(Aldámiz, 2014) Dice que "para alcanzar estas metas, un negocio debe entregar a sus clientes valor siempre creciente. El valor, es la calidad relacionada con el precio. Los clientes ya no adquieren sólo con base en el precio. Comparan el paquete total de productos y servicios que ofrece un negocio con el precio y la oferta de la competencia". (p. 34)

El paquete de beneficios al consumidor influye en la percepción de la calidad e incluye el producto físico y sus dimensiones cualitativas; el apoyo antes de la venta, como una facilidad en la colocación de pedidos; una entrega rápida, oportuna y precisa, y un apoyo postventa, como el servicio en el campo, garantías y apoyo técnico.

Si la competencia ofrece mejores alternativas a un precio similar, los consumidores naturalmente seleccionarían el paquete que contenga la calidad percibida como más elevada, por lo que es absolutamente vital para el éxito competitivo comprender exactamente lo que los consumidores desean. Si un competidor ofrece el mismo paquete de productos y servicios a un precio inferior, los clientes lo elegirán.

(Tschohl, 2016) Comenta que “sin embargo, precios inferiores requieren costos inferiores si la empresa debe seguir siendo redituable. Las mejoras en la calidad de la operación; por lo tanto los negocios deben enfocarse tanto a mejorar de manera continua el paquete de beneficios al consumidor como reducir los costos” (p. 23).

Se consigue la satisfacción del cliente cuando los productos y servicios cumplen o exceden las expectativas de los clientes: Nuestra definición principal de la Calidad. El enfoque de los clientes no es simplemente un problema de calidad sino buena práctica de los negocios que se traduce directamente en mayores utilidades.

(El Diario de Coahuila, 2015) Dice que “algunos estudios han demostrado que cuesta aproximadamente 5 veces más atraer clientes nuevos que conservar los anteriores, y que los clientes satisfechos adquieren más y están dispuestos a pagar precios elevados. Una fuerte ventaja competitiva es impulsada por los deseos y necesidades de los clientes; su satisfacción a través de productos superiores y de la excelencia en el servicio es una manera importante de tener una ventaja competitiva” (p. 12).

La conservación de los clientes es factor clave del éxito competitivo y está íntimamente ligado con la calidad y la satisfacción del consumidor. Las características del producto tienen mucha influencia en la primera venta que se hace; en ese momento, los clientes desconocen los problemas de calidad que puedan resultar. Sin embargo, la calidad del

producto y del servicio rendido durante la vida del producto determina la cantidad de eventos subsecuentes.

2.1.3. Administración de las relaciones con el cliente

Una empresa va ganándose la lealtad del cliente al crear confianza y al administrar efectivamente las relaciones e interacciones con los clientes, por medio de los empleados que están en contacto con él.

Según (Chang, 2014) “En los servicios la satisfacción o la falta de satisfacción del cliente ocurren durante los momentos de verdad. Cada una de las instancias en las cuales un cliente entra en contacto con algún empleado de la empresa. Los momentos de verdad pueden ser contactos directos con representantes de clientes o con personal de servicio, o cuando los clientes leen cartas, facturas y otra correspondencia de la empresa” (p. 78).

Aparecen problemas provenientes de promesas no cumplidas, de no dar un servicio completo, de un servicio no efectuado cuando era necesario, de un servicio efectuado de manera incorrecta o incompleta, o por omitir la transmisión de información correcta. En los momentos de verdad, los clientes se forman una percepción de la calidad del servicio, al comparar sus expectativas con los resultados reales.

Una administración excelente de las relaciones con el cliente dependerá de cuatro aspectos:

- Compromisos con los clientes
- Estándares de servicio enfocados al cliente
- Capacitación y delegación de autoridad
- Administración efectiva de las quejas

2.1.4. Creación de clientes satisfechos

La satisfacción del cliente resulta de proporcionar bienes y servicios que satisfagan o excedan sus necesidades. Las necesidades y expectativas reales del cliente se conocen como calidad esperada, que es lo que el cliente supone que recibirá del producto. El productor identifica estas necesidades y expectativas y las traduce en especificaciones para productos y servicios.

La calidad real es el resultado del proceso de producción y lo que realmente se entrega al cliente y puede diferir considerablemente de la calidad esperada. Esta diferencia ocurre cuando, de un paso al siguiente, se pierde o mal interpreta información.

Como lo dice (González, 2019) “Por ejemplo, investigación errónea de mercado puede evaluar de manera incorrecta las necesidades y expectativas reales del cliente, los diseñadores de productos y servicios pueden desarrollar especificaciones que no reflejen de manera adecuada estas necesidades” (p. 60).

El personal de contacto con el cliente pudiera no entregar de acuerdo con especificaciones. Una complicación adicional proviene del cliente, que ve y supone la calidad del producto (calidad percibida) de forma considerablemente distinta a lo que de hecho recibe (calidad real). Dado que la calidad percibida es la que impulsa el comportamiento del cliente, en esta área es donde realmente se deberían centrar las preocupaciones.

Estos diferentes niveles de calidad se pueden resumir mediante una ecuación fundamental:

- Calidad percibida
- Calidad real

- Calidad esperada

(Valverde, 2015) Menciona que “Cualquier diferencia entre la calidad esperada y la real puede causar ya sea una satisfacción no esperada (cuando la calidad real es superior a la esperada) o una falta de satisfacción (si la calidad real es inferior a la esperada).

Para comprender estas relaciones se requiere de un sistema para medir la satisfacción del cliente y la capacidad de utilizar la retroalimentación para el mejoramiento. Este modelo sugiere que los productores deben tener gran cuidado en asegurarse que las necesidades del cliente se cumplen o se exceden, tanto en el proceso de diseño como en el de producción”. (p. 76)

2.1.5. Sistema de servicio, como actúan en la satisfacción del cliente

(Madero, 2016) Dice que “cuando se habla de Cliente, se trata de la persona que recibe los productos o servicios resultantes de un proceso, en el intento de satisfacer sus necesidades y de cuya aceptación depende la sobrevivencia de quien los provee” (p. 21).

Sin embargo, si se visualiza a los Clientes de una empresa en un concepto más amplio e integral, se puede decir que están constituidos por todas las personas cuyas decisiones determinan la posibilidad de que la organización prospere en el tiempo.

2.1.6. Clasificación de algunos tipos de clientes

Al hablar del Cliente, se debe necesariamente ampliar el tradicional concepto de Cliente, entendiendo como aquel que compra algo al proveedor, e introducir a esta definición un concepto importantísimo, que es la calidad de Cliente "interno" y "externo" que este pueda revestir.

El autor (Maldonado, 2015) comenta que “El concepto servicio surge especialmente cuando se acepta la filosofía de la Empresa Orientada Hacia el Consumidor. Una vez que el punto unión de la actividad empresarial se ha desplazado de la venta de bienes a la Satisfacción de las necesidades de los Clientes, se comprende que el servicio a aquellos llegue a prevalecer sobre la venta misma” (p. 12).

Puede agregarse que es una economía de mercado, la competencia no se presenta entre lo que producen las empresas en sus fábricas, sino principalmente en las distintas formas de servicio que agregan a lo que sale de la fábrica y que el cliente estima y valora.

Cuando se toma conciencia de que no se vende un producto, sino los servicios que este puede proporcionar, y de que no se vende un producto solamente, sino un complejo servicio que responde a ciertas medidas a las necesidades del Cliente, se deberá concluir que el servicio es objetivo general de la Empresa y, en especial, una finalidad de la comercialización.

De aquí se deduce que para que la Empresa se dirija verdaderamente hacia el mercado y el consumidor, debe asumir la función "Servicio", entendido en el sentido global mencionado, como política global integral de la Empresa.

(Maldonado, 2015) “Por lo tanto, deberá tenderse a tener cada vez mayores servicios englobados en los productos o en el simple acto de venta y menores servicios especializados ofrecidos en forma separada. Además, deberá tenderse a aceptar el servicio como "filosofía" empresarial para todos los sectores operativos: desde el proyecto hasta la fabricación, desde la venta y distribución hasta la utilización o consumo” (p. 23).

De todo lo dicho anteriormente se desprende que ya no se puede hablar de un producto, en su estado esencial de simple producto, sino también de los servicios que lo acompañan.

2.2. Antecedentes Referenciales

2.2.1. La auditoría del servicio

La auditoría del servicio es uno de los elementos fundamentales en un programa de servicio al cliente. Un componente de las estrategias de competitividad de una empresa.

(Pinzon, 2013) "La auditoría del servicio es el conjunto de estrategias que una empresa diseña para escuchar en forma metódica y sistemática, la evaluación que el cliente hace de la calidad y los niveles de satisfacción, con el servicio que recibe, dentro de los estándares de excelencia previamente acordados o definidos" (p. 12).

De la definición anterior se infiere que la auditoría del servicio requiere unos elementos fundamentales para que forme parte válida de una estrategia integral del servicio al cliente externo.

2.2.2. Elementos de la auditoría del servicio.

Son elementos de una auditoría del servicio:

- a) (Ordóñez, 2017) "El conocimiento claro de los clientes objetivos o segmentos de clientes.
- b) Identificación clara de los servicios objeto de auditoría.
- c) Elaboración clara del Blueprint: ciclo o ciclos del servicio.
- d) Definición y diseño específico de los "momentos de verdad" dentro del ciclo de servicio.

- e) Establecimiento de estándares de calidad, de común acuerdo con los clientes o por definición propia de la organización.
- f) Definición de una metodología para la obtención de índices de satisfacción en los clientes. No confundir la auditoría del servicio con los métodos tradicionales de hacer investigación y auditoría de mercados.
- g) Introducir la auditoría del servicio como una estrategia permanente y no como un evento casual, con el fin de poder elaborar en forma sistemática la libreta de calificaciones del cliente.
- h) Retroalimentar a la organización con los resultados de las auditorías para que estas se conviertan en un elemento de los procesos de mejoramiento continuo. Hacerlo en forma permanente y sistemática. Comprometer a los colaboradores en el mejoramiento de su desempeño frente al cliente.
- i) Lograr el compromiso de la alta gerencia, con la auditoría sistemática del servicio, como parte del proceso de calidad total (p. 23).

2.2.3. Características de la auditoría del servicio

La auditoría del servicio es:

- Exploratoria, pretende definir las necesidades y expectativas del cliente.
- Descriptiva, procura determinar los índices de satisfacción y competitividad de la empresa analizada.

- Confirmatoria, como resultado del seguimiento a la auditoría, cuyo propósito es evaluar periódicamente la satisfacción y la capacidad competitiva de la organización, con respecto al servicio que ofrece.

2.2.4. Analizar el ciclo del servicio.

La planeación de la auditoría del servicio depende en mayor grado del análisis efectuado al ciclo del servicio de la organización estudiada. El ciclo del servicio es el proceso a través del cual el cliente interactúa con la compañía analizada; es decir, corresponde a los diferentes contactos del cliente con la organización para obtener el servicio ofrecido.

Para identificar y analizar el ciclo del servicio, se puede buscar apoyo en las técnicas de análisis de procesos, dentro del contexto filosófico de la calidad total, o de la reingeniería. Esas técnicas incluyen: la tormenta de ideas, los diagramas causa/efecto, y los de flujo que se presentan como una alternativa para el análisis y la representación del ciclo del servicio.

2.2.5. El Criterio de Pareto

El Criterio de Pareto se fundamenta en un gráfico de barras verticales, utilizado para determinar dentro de un conjunto de aspectos, los que son más importantes, con base en un criterio establecido.

2.2.6. Plan del trabajo de campo.

En el proceso de recolección de información por parte del personal responsable del trabajo de campo resulta básico disponer de un adecuado plan de trabajo, el cual facilite la obtención de la percepción del cliente sobre la calificación del servicio que recibe.

El plan del trabajo de campo se basa en el diseño de la muestra realizada, de disponibilidad de recursos económicos y humanos para obtener la información del cliente.

Para realizar el plan del trabajo de campo, se deben considerar las siguientes actividades:

1. Retomar el diseño de la muestra.
2. Seleccionar cuidadosamente al grupo de trabajo de campo, considerando las características que deben cumplir las personas del grupo de acuerdo con el perfil presentado en la organización de la auditoría del servicio.
3. Capacitar al grupo sobre el ciclo del servicio de la organización auditada, el manejo de las herramientas de medición y el comportamiento en la interacción con el cliente. De un buen adiestramiento dependerá la tasa de respuesta y de respuestas obtenidas y documentadas por el grupo. El propósito es disponer de información completa, confiable y oportuna.
4. Definir responsabilidades en las personas participantes de la de información, distribuyendo la muestra diseñada. En la distribución del plan se debe considerar el perfil del investigador de campo, el perfil del entrevistado, las distancias entre los clientes, el tiempo de duración en la aplicación de las herramientas.
5. Establecer la organización del trabajo de campo, mediante un coordinador general, supervisores y encuestadores, definiendo con claridad las líneas de autoridad.
6. Determinar índices de gestión en la labor desempeñada por el grupo de trabajo con base en el cumplimiento de las

responsabilidades asignadas, en términos de oportunidad, confiabilidad y porcentaje de respuesta de los clientes.

Administración de la ejecución del trabajo de campo.

Cuando se ejecuta el trabajo de campo, es natural que se presenten dificultades con el personal responsable de la recolección de información; por tanto, es necesario realizar un seguimiento, evaluación y control de la labor desarrollada por el personal de campo, para lo cual se utilizan supervisores expertos, quienes a su vez dependerán de un coordinador general del trabajo de campo

Por otra parte, cuando se aplican encuestas u otros instrumentos de medición, éstas pueden generar expectativas, interés e inclusive problemas, tanto en el interior de la organización auditada, como en los clientes entrevistados.

Es así como, dentro de la organización evaluada debe existir claridad con respecto a los objetivos de la auditoría, de tal forma que se destaque el propósito de detección de deficiencias y fortalezas en la calidad del servicio ofrecido, no para justificar con los resultados obtenidos, sanciones o despidos de los colaboradores.

De igual forma, en la ejecución del trabajo, el entrevistado puede no estar en disposición para atender al personal de campo, a pesar que se definan citas anticipadas, lo cual debe manejarse adecuadamente, resaltando el interés de la organización auditada por mejorar las relaciones comerciales y de servicios con sus clientes.

Las expectativas, el interés y los posibles problemas que puedan surgir de la aplicación de las herramientas de medición, se deben manejar mediante La retroalimentación de los resultados obtenidos, tanto al cliente

interno como al externo, por ser ellos partícipes activos en el proceso de auditoría del servicio.

Procesar la información obtenida.

Para procesar la información obtenida en el trabajo de campo se debe» realizar las siguientes actividades:

- ✓ Planear el proceso de tabulación de los diferentes instrumentos de medición utilizados en la auditoría.
- ✓ Realizar la digitación de datos utilizando un soporte computarizado.
- ✓ Procesar los datos obtenidos con el propósito de generar los índices de satisfacción del cliente y los de competencia, desde el punto de vista cualitativo.
- ✓ Obtener las frecuencias de ocurrencia correspondientes a las necesidades y expectativas, y a los factores generadores de satisfacción e insatisfacción, las cuales se tabulan tomando como referencia la información cualitativa presentada en las diferentes herramientas de la auditoría.
- ✓ Documentar los resultados obtenidos.
- ✓ Evaluar el porcentaje de no respuesta de los diferentes instrumentos cuantitativos de la auditoría, con el propósito de determinar la necesidad de generar escenarios que amplíen el marco referencial del análisis de los resultados obtenidos.

Plan del proceso de tabulación de los datos.

El procesamiento de la información requiere un plan adecuado de manipular de los datos que se obtienen con los diferentes instrumentos de la auditoría del servicio.

El proceso de planeación de la información tiene como base la revisión de esos datos, con el propósito de detectar errores, clasificarlos de manera más adecuada, eliminar respuestas contradictorias y ordenarlos de manera uniforme que facilite su tabulación.

Dentro de las actividades que se llevan a cabo en la planeación del procesamiento, se presenta la codificación de alternativas de respuesta y la categorización de preguntas presentadas en los cuestionarios.

La codificación de las alternativas de respuesta presentadas en las herramientas de medición consiste en la asignación de un símbolo o número a las diferentes alternativas de respuesta, con el propósito de facilitar el proceso de tabulación.

2.2.7. Proyecto de inversión

Fuente especificada no válida. Es un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil al ser humano o sociedad.

Fuente especificada no válida. Comprende los cálculos y planes, así como la proyección de asignación de recursos financieros, humanos y materiales con la finalidad de producir un satisfactor de necesidades humanas. Esta actividad se lleva a cabo en las empresas, pero también en el ámbito gubernamental o personal.

Fuente especificada no válida. El proyecto de investigación por el cual se estudió minuciosamente la problemática planteada, mediante el cual se elegirá la alternativa de solución más idónea, realizando los estudios de mercado, técnico, organizacional y legal, ambiental y económico; quienes determinarán la viabilidad del proyecto, para una posterior asignación de los diferentes recursos.

2.2.8. Etapas del proyecto de inversión.

Diagnóstico.

Implica el examen de una situación determinada que permite conocer las causas de un problema, así como sus posibles consecuencias. Con respecto a las empresas, este examen por lo general se hace considerando la interacción que se produce entre la organización empresa y ambiente de donde se obtiene insumos y al cual se entregan los productos. Mediante este análisis o examen se identifican las ventajas y desventajas de las empresas con respecto a la existencia de una situación determinada o problemática. **Fuente especificada no válida.**

El diagnóstico en sí, se entiende como un proceso permanente de análisis para determinar problemas, cuyo resultado llega después de un análisis crítico, reflexivo e intencional de la realidad estudiada. Mediante este examen, que en este proyecto se dará por medio de encuestas, se identifican las ventajas y desventajas de las diferentes competencias o las falencias para tener una mejor perspectiva de la zona a estudiar y sacar un resultado factible para la implementación de dicha microempresa.

a) Objetivo del estudio de mercado.

Los objetivos del estudio de mercado de este proyecto determinaron y permitieron verificar que exista un mercado potencial insatisfecho y que es viable, desde el punto de vista operativo, para introducir en ese mercado el servicio objeto del estudio.

b) Zona de influencia del proyecto.

Para determinar el área de influencia de determinado proyecto, se analiza el criterio de la relación con el alcance geográfico y las condiciones iniciales del ambiente previo a las actividades previstas para la operación del mismo, como es, el ámbito donde se manifiestan los

posibles impactos ambientales y socioculturales ocasionados por las actividades para la ejecución del proyecto.

2.3. Fundamentación Legal

En el Ecuador, (Código de Comercio, 2014) rige las obligaciones de los comerciantes en las operaciones mercantiles estableciendo en su art. 37 la obligación de llevar contabilidad a los comerciantes en los términos que requiera la Ley de Régimen Tributario.

- La (Ley Código Tributario, 2007) nos indica que toda persona natural que inicie una actividad económica deberá registrarse en el RUC y estará obligada a llevar contabilidad cuando cumpla los parámetros establecidos en su reglamento. Las personas que no superen los montos establecidos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible. La ley, no limita a estas personas a tener una organización contable.

También establece la contabilidad se llevara por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares tomando en consideración los principios contables de general aceptación, para registrar el movimiento económico. A través de esta ley tendremos el conocimiento cuales son las obligaciones tributarias que tiene la ferretería que cumplir.

- (Registro Oficial Organo del Gobierno del Ecuador, 2011) define y clasifica a las micro, pequeñas y mediana empresas como toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumpla con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales de acuerdo con los rangos establecidos en art. 106 de su reglamento. La ferretería Industrial JC al no superar los 9 empleados y \$ 100,00 de ventas anuales se la denominaría como microempresa.

Para que exista una eficiente atención al cliente en toda compañía debe de existir una seguridad jurídica y conocimientos a derechos y obligaciones que tiene el café de Tere para los clientes.

Superintendencia de Compañías. (Ley de Compañías, 2014)

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Art. 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- 1.-La compañía en nombre colectivo;
- 2.- La compañía en comandita simple y dividida por acciones.
- 3.-La compañía de responsabilidad limitada.
- 4.-La compañía anónima
- 5.- La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas. La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

Art. 3.- Se prohíbe la formación y funcionamiento de compañías contrarias al orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres; de las que no tengan un objeto real y de lícita negociación y de las que tienden al monopolio de las subsistencias o de algún ramo de cualquier industria, mediante prácticas comerciales orientadas a esa finalidad.

Art. 4.- El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma. Si las compañías tuvieren sucursales o establecimientos administrados por un factor, los lugares en que funcionen éstas o éstos se considerarán como domicilio de tales compañías para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos realizados por los mismos.

Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

Art. 6.- Toda compañía nacional o extranjera que negociare o contrajera obligaciones en el Ecuador deberá tener en la República un apoderado o representante que pueda contestar las demandas y cumplir las obligaciones respectivas. Sin perjuicio de lo que se dispone en el Art. 415, si las actividades que una compañía extranjera va a ejercer en el Ecuador implicaren la ejecución de obras públicas, la prestación de servicios públicos o la explotación de recursos naturales del país, estará obligada a establecerse en él con arreglo a lo dispuesto en la Sección XIII de la presente Ley.

En los casos mencionados en el inciso anterior, las compañías u otras empresas extranjeras organizadas como personas jurídicas, deberán domiciliarse en el Ecuador antes de la celebración del contrato correspondiente. El incumplimiento de esta obligación, determinará la nulidad del contrato respectivo.

Art. 7.- Si la compañía omitiere el deber puntualizado en el artículo anterior, las acciones correspondientes podrán proponerse contra las personas que ejecutaren los actos o tuvieren los bienes a los que la demanda se refiera, quienes serán personalmente responsables.

Art. 9.- Las compañías u otras personas jurídicas que contrajeran en el Ecuador obligaciones que deban cumplirse en la República y no tuvieren quien las represente, serán consideradas como el deudor que se oculta y podrán ser representadas por un curador dativo, conforme al Art. 512 del Código Civil.

Ley de Defensa del Consumidor. Responsabilidades y obligaciones del proveedor (Ley Organica de Defensa del Consumidor, 2011) á

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, tarifa, costo de reposición u otras ajenas.

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. Las farmacias, boticas, droguerías y similares deberán exhibir de manera visible, además del valor final impreso en cada uno de los medicamentos

o bienes de expendio, la lista de precios oficiales de los medicamentos básicos

Art.21.- Facturas.- El proveedor está obligado a entregar al consumidor, factura que documente el negocio realizado, de conformidad con las disposiciones que en esta materia establece el ordenamiento jurídico tributario.

En caso de que al momento de efectuarse la transacción, no se entregue el bien o se preste el servicio, deberá extenderse un comprobante adicional firmado por las partes, en el que constará el lugar y la fecha en la que se lo hará y las consecuencias del incumplimiento o retardo.

En concordancia con lo previsto en los incisos anteriores, en el caso de prestación de servicios, el comprobante adicional deberá detallar además, los componentes y materiales que se empleen con motivo de la prestación del servicio, el precio por unidad de los mismos y de la mano de obra; así como los términos en que el proveedor se obliga, en los casos en que el uso práctico lo permita.

Art.22.- Reparación Defectuosa.- Cuando un bien objeto de reparación presente defectos relacionados con el servicio realizado e imputables al prestador del mismo, el consumidor tendrá derecho, dentro de los noventa días contados a partir de la recepción del bien, a que se le repare sin costo adicional o se reponga el bien en un plazo no superior a treinta días, sin perjuicio a la indemnización que corresponda. Si se hubiere otorgado garantía por un plazo mayor, se estará a este último.

Art.28.- Responsabilidad Solidaria y Derecho de Repetición.- Serán solidariamente responsables por las indemnizaciones civiles derivadas de los daños ocasionados por vicio o defecto de los bienes o servicios

prestados, los productores, fabricantes, importadores, distribuidores, comerciantes, quien haya puesto su marca en la cosa o servicio y, en general, todos aquellos cuya participación haya influido en dicho daño.

2.4. Marco Conceptual

Atención: Acción de atender.

Bodega: Almacén, despensa, granero, depósito en general.

Cafetería: Establecimiento donde se sirve café y otras bebidas, así como alimentos fríos o que requieran poca preparación, como sándwiches o platos combinados.

Calidad: Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una persona o cosa que permiten apreciarla con respecto a las restantes de su especie.

Cliente: Persona que utiliza los servicios de un profesional o una empresa.

Comida: Alimento que se toma a mediodía o a primeras horas de la tarde.

Desayuno: Primera comida que se toma en el día al levantarse.

Desabastecer: Desproveer de los productos esenciales o impedir que lleguen a su destino.

Empleado: Persona que desempeña un cargo o trabajo y que a cambio de ello recibe un sueldo.

Inventario: Relación detallada de bienes o pertenencias.

Maquinaria: Conjunto de máquinas.

Producción: Fabricación o elaboración de un producto.

Producto: Lo que se produce o elabora.

Stock: Conjunto de mercancías en depósito o reserva.

Servicio: Labor o trabajo que se hace sirviendo al Estado o a otra entidad o persona.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Datos de la empresa

Nombre de la Empresa: Panadería y Pastelería La Española

Nombre de Comercial: La Española S.A.

Fecha de Constitución:

Registro Único de Contribuyente:

Objeto Social: Venta de dulces, panes y repostería

En La Española nos dedicamos hace más de 60 años a la elaboración de productos panificados y sus derivados, pero lo hacemos con la pasión heredada de tres generaciones con harina en las manos. Con esta experiencia de más de medio siglo ya somos sinónimo de tradición y líderes en Castelar. Brindamos un producto de excelencia que junto al inmejorable trato y servicio a nuestros clientes, hace que nos sigan eligiendo como el primer día. Creemos en el valor de la artesanal, calidad de producto y capital humano. Siendo nuestro indelegable propósito, que el pan de cada día sea alegría en tu mesa.

3.2. Diseño de la Investigación

Según lo indicado por, (Alan & Cortez, 2018) “El diseño de la investigación es una estructura o plano que se elabora principalmente por los investigadores para el desarrollo de proyectos de investigación, a su vez el diseño implica, dinero, recursos humanos y tiempo, en otras palabras, estima el presupuesto y tiempo de la investigación”. (p. 23)

Para poder llevar a cabo una investigación completa, se debe estructurar la indagación a realizar, debido a que el tema en cuestión es proponer un plan de mejoramiento para el servicio al cliente de la empresa la española, de la ciudad de Guayaquil, pues se determina la necesidad de conocer la opinión de los posibles consumidores, pero para ello primero se tiene que indagar en la problemática.

Es importante que se aplique una investigación teórica, estadística y de campo, ya que al ser un proyecto investigativo es necesario determinar qué razones han dado origen a la problemática, también procesar los datos para poder obtener conclusiones que permitan la elaboración de la propuesta y por último encuestar a un grupo objetivo.

El enfoque del proyecto es cuantitativo, se usará como herramienta el cuestionario de preguntas, a través de la encuesta a los empleados de la empresa La Española y su apreciación con respecto a diferentes planes de mejoramiento con mejores productos y mejor servicio y de esta manera conocer las necesidades de los clientes al momento de querer este servicio, como por ejemplo, los productos elaborados, el ambiente en el que se desarrolla el servicio, la atención brindada, los horarios correctos que los comensales sugieren.

✓ **Cuantitativo:**

Según (Escudero & Cortez, 2018)“el método cuantitativo es un procedimiento que se basa en la utilización de los números para analizar, investigar y comprobar tanto información como datos. La investigación o metodología cuantitativa se produce por la causa y efecto de las cosas, y es uno de los métodos más conocidos y utilizados en las materias de ciencias, como las matemáticas, la informática y la estadística”. (p. 65)

Se utiliza el diseño cuantitativo, en este trabajo de investigación al momento de procesar la información estadísticamente, pues los criterios

que se obtuvieron de las encuestas fueron cuantificados a través de valores representativos, demostrando la causa y el efecto de la problemática, además este tipo de investigación establece la factibilidad de un plan de mejoramiento en esta empresa.

✓ **Cualitativo:**

Como menciona (Chiara, 2014) “el método cuantitativo es un procedimiento que se basa en la utilización de los números para analizar, investigar y comprobar tanto información como datos. La investigación o metodología cuantitativa se produce por la causa y efecto de las cosas, y es uno de los métodos más conocidos y utilizados en las materias de ciencias, como las matemáticas, la informática y la estadística”. (p. 90)

Una vez relacionado estadísticamente este tipo de criterios, dados en el procesamiento de los datos, se utiliza el valor interpretativo del mismo, dando a conocer a través de la palabra las necesidades tanto de los empleados como de los clientes de la empresa La Española requieren, además mediante la observación del campo a encuestar se delimitó las características de este sector.

3.3. Tipos de Investigación

Según lo expuesto por (Velázquez, 2016) , “los tipos de investigación determinan la descripción, registro, análisis y explicación de la naturaleza que se presenta de forma actual el problema, trabajando sobre realidades para presentar una interpretación correcta de los datos recolectados manifestando el cómo, dónde y porqué del fenómeno bajo estudio”. (p. 12)

Los tipos de investigación determinan un análisis de la problemática que se plantea, trabaja en las realidades de la investigación

e interpreta la misma para encontrar la debida respuesta. Estos métodos son más direccionados a la interpretación y descripción.

✓ **Bibliográfico**

El método biográfico, según (Espinoza & Toscano, 2015) “constituye una metodología de investigación cualitativa, que integra los relatos de toda una vida o de determinadas etapas o acontecimientos biográficos de relevancia de la persona estudiada, además de toda la información o documentos de los que se pueda disponer sobre la vida del sujeto objeto de estudio, con el propósito de conocer y analizar la percepción de la realidad social de la persona estudiada”. (p. 23)

El tipo de investigación bibliográfico, se utiliza en la realización y justificación de la investigación a plantearse, se recoge todo tipo de información mediante proyectos, libros, internet, papers, y demás mecanismos que demuestren que la propuesta a establecerse puede desarrollarse y tendrá impulso.

✓ **Investigación explicativa**

Como lo menciona, (Diaz, 2017) “la investigación de tipo explicativa ya no solo describe el problema o fenómeno observado sino que se acerca y busca explicar las causas que originaron la situación analizada. La investigación de tipo explicativa busca establecer las causas en distintos tipos de estudio, estableciendo conclusiones y explicaciones para enriquecer o esclarecer las teorías, confirmando o no la tesis inicial”. (p. 78)

En la investigación explicativa, se busca la interpretación del por qué ocurren los diferentes hechos y situaciones, la investigación explicativa busca explicar los hechos, puede ser experimental y no

experimental. En este tipo de investigación utiliza el análisis y la síntesis, ya que a través de estas terminologías se puede descartar o no, información relevante a la problemática, mostrando lo necesario para la construcción de la propuesta.

✓ **Investigación descriptiva**

Fuente especificada no válida. “El Diseño de investigación descriptiva es un método científico que implica observar y describir el comportamiento de un sujeto sin influir sobre él de ninguna manera. Los resultados de una investigación descriptiva no pueden ser utilizados como una respuesta definitiva o para refutar una hipótesis pero, si las limitaciones son comprendidas, pueden constituir una herramienta útil en muchas áreas de la investigación científica”.

Este tipo de investigación permite conocer cómo se produce un hecho determinado, pues se describen características del problema; se estudia a personas, comunidades, se describen aspectos sociológicos como edad, sexo, nivel de instrucción, nivel socio-económico, estilo de vida de la población, nivel de salud, características de áreas geográficas.

Para poder implementarla es necesario que quienes van a efectuar la investigación tengan claro que van a medir, con quienes se va trabajar pues se debe tener mucho conocimiento de lo que se quiere investigar.

3.4. Población y Muestra

3.4.1. Población

Según lo dicho por **Fuente especificada no válida.**, se determina como población “a un conjunto de elementos o individuos que tienen ciertas características o propiedades que son de interés conocer por parte

del investigador, por ende si se conoce su tamaño se denomina población finita, por lo contrario población infinita”.

La población a considerar son todos los trabajadores de la empresa “La Española”, ubicada en la ciudad de Guayaquil, de donde se evidenciara las alternativas básicas para establecer un plan de mejoramiento estratégico de dicha empresa

Población Finita

Para calcular el tamaño de los integrantes a encuestar, se menciona a la población finita, que, como su nombre lo indica, es la población que tiene pocos integrantes, donde no pierden lo esencial de tener las características comunes.

(Morillas, 2014) Define que “la población finita se identifica mayormente en las organizaciones medianas, asociaciones donde quienes participan son pocos, sin embargo, son vitales para el sostenimiento de una investigación.

Población Infinita

En este sentido se menciona un grupo de integrantes extenso, incontable, pero no pierden las características comunes que tiene un grupo específico, aunque es una desventaja cuando en un proceso de investigación se debe consultar dado a que se toma como una debilidad abordar a todos.

(Morillas, 2014) Identifica que “la población cuando es infinita se requiere muchas veces el escogimiento de una parte de forma aleatoria, es decir arbitraria, según las consideraciones del investigador, en otros casos se considera mediante una fórmula muestral”.

Tabla 1
Universo

Universo	
Elementos	Cantidad
Gerente ventas	1
Asistente de ventas	1
Supervisora	5
Cajero	4
Mesero	12
Vendedores de vitrinas	30
Colaboradores	27
Total	80

Fuente: : Colaboradores de la Empresa La Española

Elaborado por: (Ocaña, 2019)

3.4.2. Muestra

Según lo señalado por **Fuente especificada no válida.** , “se considera muestra a un subconjunto de la población, a más de ello se la denomina como una parte representativa de la misma, puesto que son los individuos que reflejarán las características o propiedades de la población de la que fue extraída”.

Como se indica en el párrafo anterior la muestra es una parte de la población. Para obtener la muestra de la población se consideró, que dicha población es limitada y se encuestara a todos los trabajadores de la empresa, pues se determina que es una muestra no probabilística, de forma aleatoria determinada para la obtención de los resultados.

Es decir la muestra con la que se considera para trabajar es de 80 trabajadores de la empresa La Española.

3.5. Técnicas e Instrumentos de la Investigación

Según lo determinado por **Fuente especificada no válida.**, “la encuesta es un instrumento utilizado con mayor frecuencia como un recurso de investigación, siendo un conjunto de interrogantes

sistemáticas, lógicas y coherentes para que el investigador pueda obtener la información; éste puede ser cerrado o abierto”.

3.5.1. Encuesta:

Fuente especificada no válida. “Dentro del análisis de los implicados en la investigación se necesita conseguir criterios que direccionen al proceso investigativo y a la posible solución del problema en cuestión, por lo que se considera una población o universo dentro de este instrumento de investigación”.

Las encuestas que se establecerán en esta investigación son:

Encuesta de hechos.- Este tipo de encuestas está formado por preguntas que requieren respuestas de hechos concretos, previamente determinados, limitándose el encuestador a transcribir fielmente las respuestas otorgadas por el cuestionario. **Fuente especificada no válida.**

Encuesta de respuesta cerrada.- Las encuestas con respuesta cerrada dan unas opciones al entrevistado para que seleccione la más adecuada a su situación. **Fuente especificada no válida.**

Las preguntas de investigación para la encuesta estarán basadas en los objetivos del proyecto, y serán cerradas ya que están orientadas para el desarrollo de encuestas, por ende el método principal a utilizar es la escala de Likert.

Esta técnica es utilizada en todo el proceso de investigación a plantearse, ya que mediante este tipo de mecanismos, se puede conocer las situaciones que se establecen en el campo, actitudes y procesos de aceptación del servicio que se vaya a proponer.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Aplicación de las técnicas e instrumentos

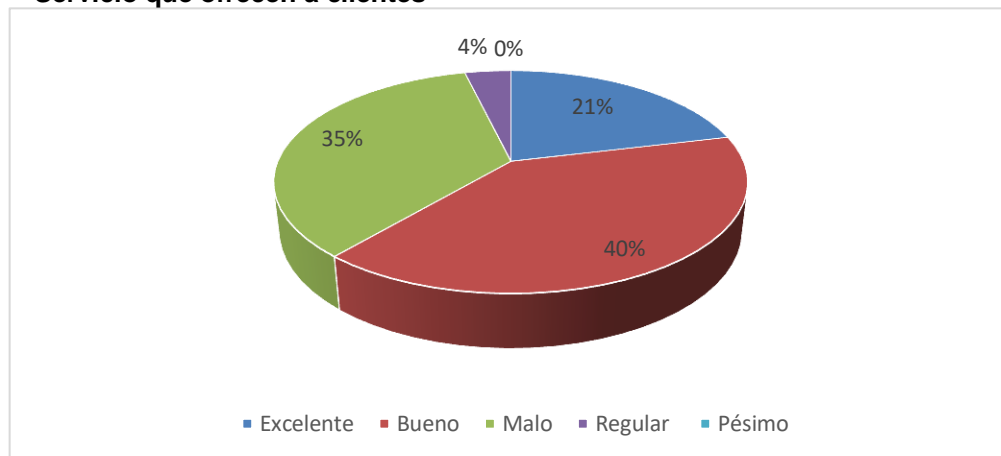
1. ¿Para usted como es el servicio que les ofrece a los clientes de la Empresa La Española?

Tabla 2
Servicio que ofrecen a clientes

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Excelente	17	21%
	Bueno	32	40%
	Malo	28	35%
	Regular	3	4%
	Pésimo	0	0%
	TOTALES	80	100%

Fuente: : Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa La Española
Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Gráfico 1
Servicio que ofrecen a clientes



Fuente: : Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa La Española
Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Análisis.- Como se puede observar en el primer gráfico los colaboradores de la empresa La Española, mencionan que el servicio y atención que presentan a los clientes es buena, pues han sido pocas las quejas por parte de los clientes.

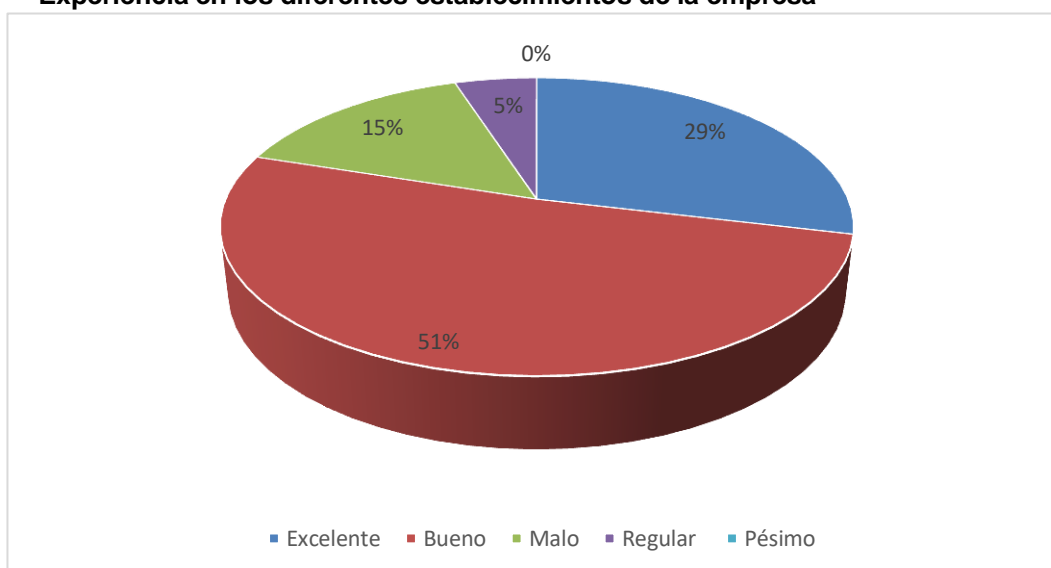
2. ¿En el momento dar su atención a los clientes, como ha sido la experiencia en los distintos establecimientos de La Española en los que usted ha laborado?

Tabla 3
Experiencia en los diferentes establecimientos de la empresa

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2	Excelente	23	29%
	Bueno	41	51%
	Malo	12	15%
	Regular	4	5%
	Pésimo	0	0%
	TOTALES		80

Fuente: : Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa La Española
Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Gráfico 2
Experiencia en los diferentes establecimientos de la empresa



Fuente: : Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa La Española
Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Análisis.- Para los colaboradores la experiencia en otros establecimientos ha sido igual de buena que en cualquier otro, a pesar que si han existido molestias pero para ellos sigue siendo buena la atención que brindan.

3. ¿Según su criterio, como colaborador, que tan agradable es el entorno laboral dentro de la empresa?

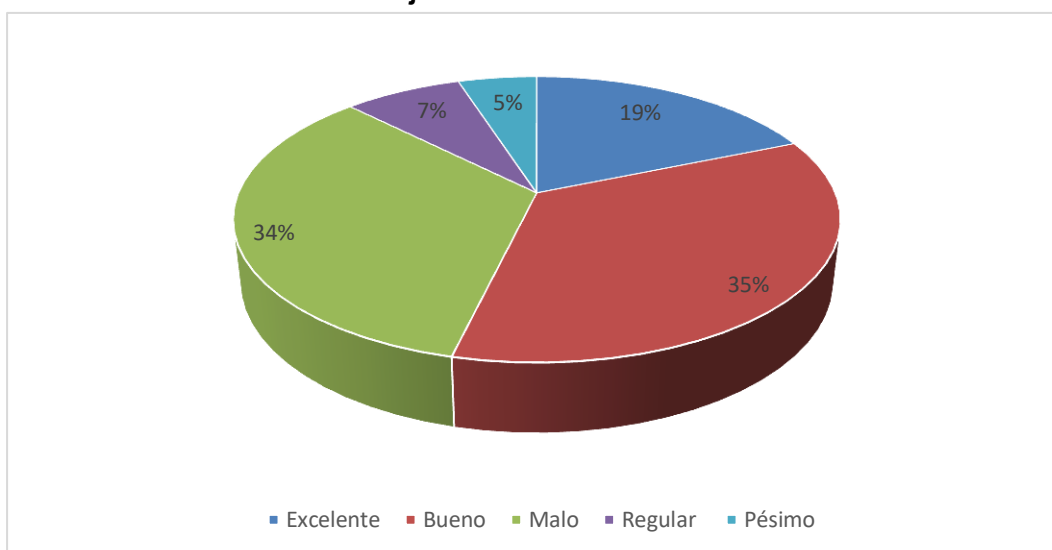
Tabla 4
Como es el ambiente de trabajo

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3	Excelente	15	19%
	Bueno	28	35%
	Malo	27	34%
	Regular	6	7%
	Pésimo	4	5%
	TOTALES		80

Fuente: : Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa La Española

Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Gráfico 3
Como es el ambiente de trabajo



Fuente: : Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa La Española

Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Análisis.- Con respecto al ambiente laboral, los empleados de la empresa La Española, señalan que es bueno pero también reflejan algunos que es malo el ambiente, se preguntó el porqué de estas respuestas y en ocasiones se determina poca predisposición para atender a clientes en el momento que un compañero no se encuentra en la empresa.

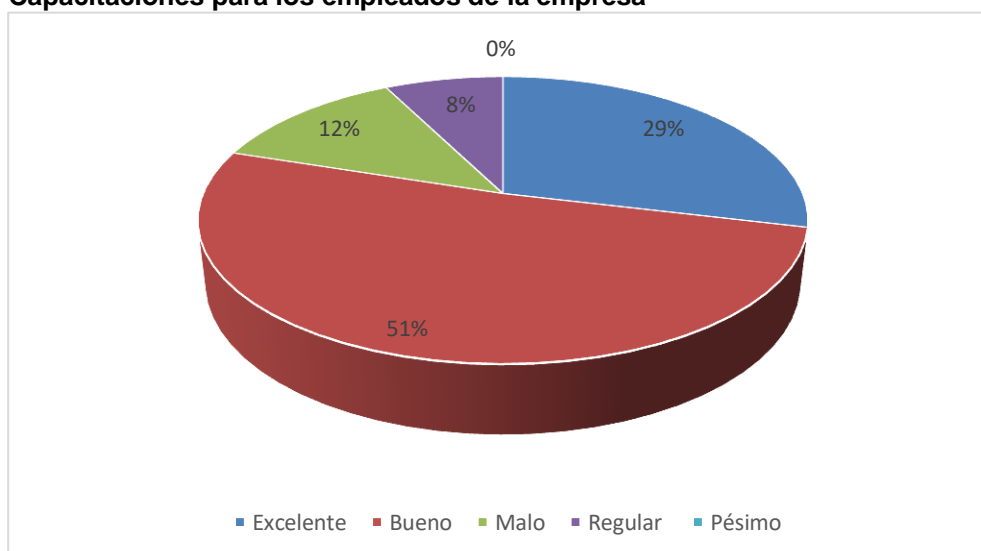
4. ¿Cómo cree usted que es el proceso de capacitación para los colaboradores de la empresa?

Tabla 5
Capacitaciones para los empleados de la empresa

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
4	Excelente	23	29%
	Bueno	41	51%
	Malo	10	12%
	Regular	6	8%
	Pésimo	0	0%
	TOTALES		80

Fuente: : Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa La Española
Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Gráfico 4
Capacitaciones para los empleados de la empresa



Fuente: : Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa La Española
Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Análisis.- Con respecto al ambiente laboral, los empleados de la empresa La Española, señalan que es bueno pero también reflejan algunos que es malo el ambiente, se preguntó el porqué de estas respuestas y en ocasiones se determina poca predisposición para atender a clientes en el momento que un compañero no se encuentra en la empresa.

5. ¿Cuándo termina un proceso de capacitación, dentro de la empresa, como es su porcentaje de aprendizaje?

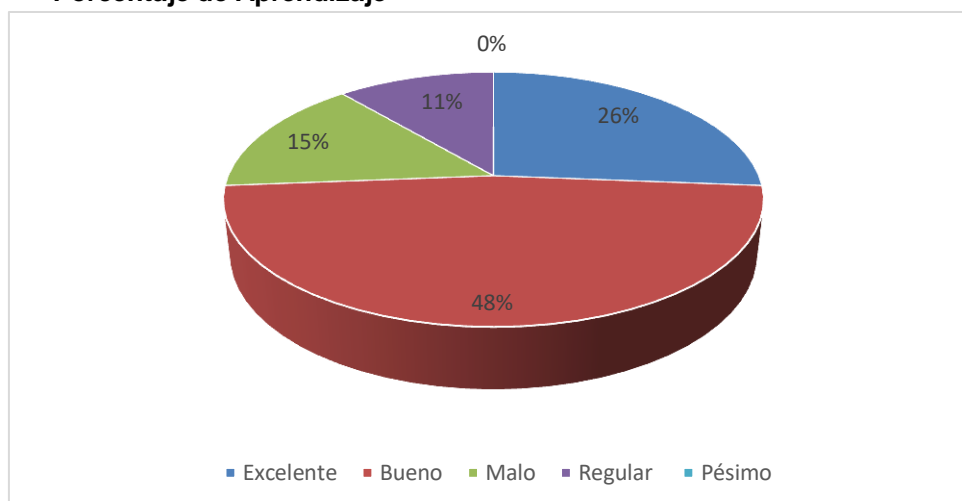
Tabla 6
Porcentaje de Aprendizaje

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5	Excelente	21	26%
	Bueno	38	48%
	Malo	12	15%
	Regular	9	11%
	Pésimo	0	0%
	TOTALES		80

Fuente: : Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa La Española

Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Gráfico 5
Porcentaje de Aprendizaje



Fuente: : Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa La Española

Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Análisis.- Según los empleados en su mayoría piensan que después de las capacitaciones el porcentaje de aprendizaje de ellos, la captación que le ponen es buena y es normal pues las capacitaciones no son constantes para tener una mejoría en la atención al cliente.

6. ¿Para su criterio, luego de las capacitaciones, como es el manejo de la clientela en la empresa La Española?

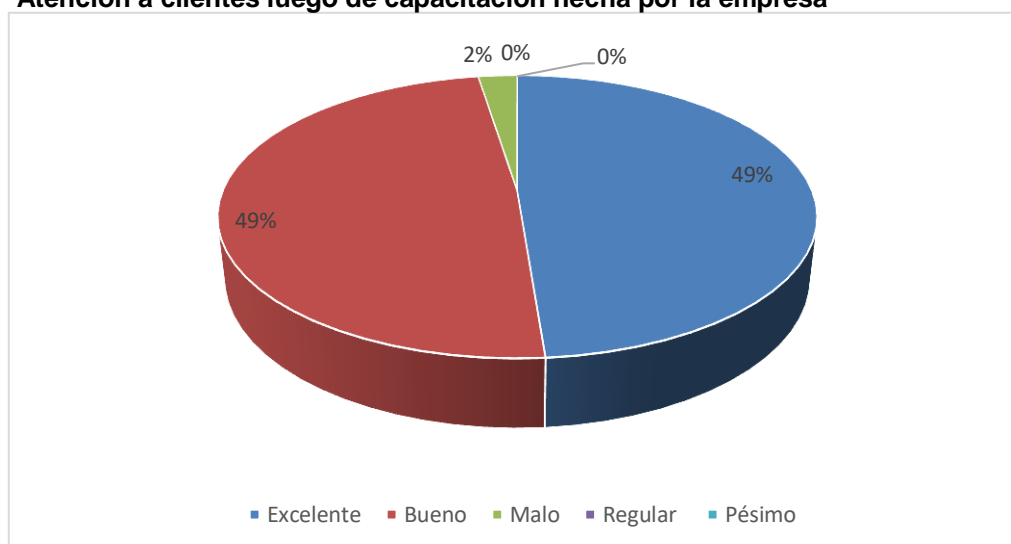
Tabla 7
Atención a clientes luego de capacitación hecha por la empresa

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
6	Excelente	39	49%
	Bueno	39	49%
	Malo	2	2%
	Regular	0	0%
	Pésimo	0	0%
	TOTALES		80

Fuente: : Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa La Española

Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Gráfico 6
Atención a clientes luego de capacitación hecha por la empresa



Fuente: : Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa La Española

Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Análisis.- Como se puede evidenciar después de las capacitaciones los empleados han tenido una excelente y buena atención con los clientes, pero esto ha sido por un tiempo determinado no ha quedado permanentemente en la empresa.

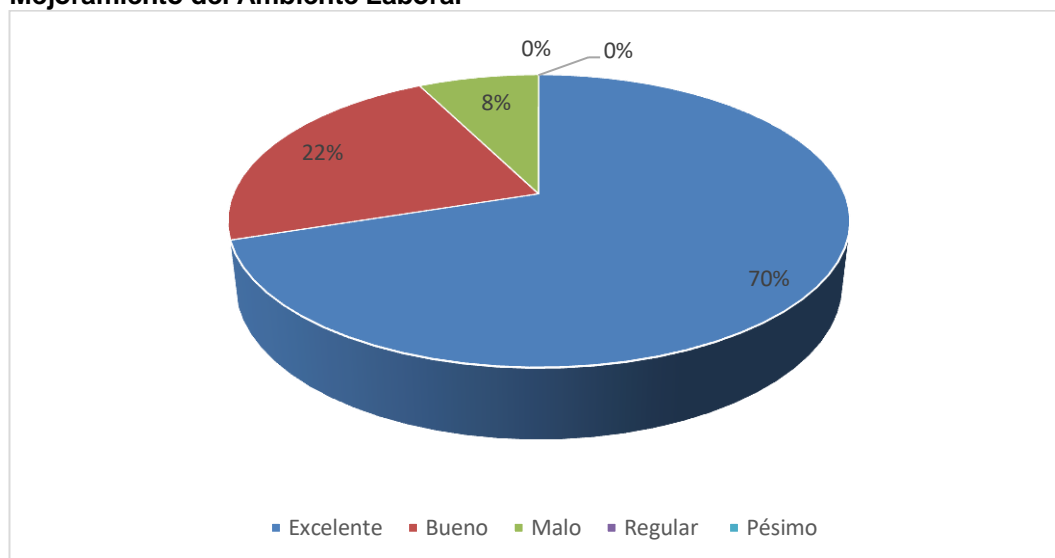
7. ¿Cómo cree usted que sería el ambiente laboral dentro de la empresa, si existirá una capacitación de mejoramiento constantemente?

Tabla 8
Mejoramiento del ambiente laboral

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
7	Excelente	56	70%
	Bueno	18	22%
	Malo	6	8%
	Regular	0	0%
	Pésimo	0	0%
	TOTALES		80

Fuente: : Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa La Española
Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Gráfico 7
Mejoramiento del Ambiente Laboral



Fuente: : Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa La Española
Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Análisis.- Ante esta pregunta los empleados mencionaron que mejoraría mucho el ambiente laboral, ya que con las capacitaciones constantes que se ofrecen, se tendría otro concepto de compañerismo y atención al cliente.

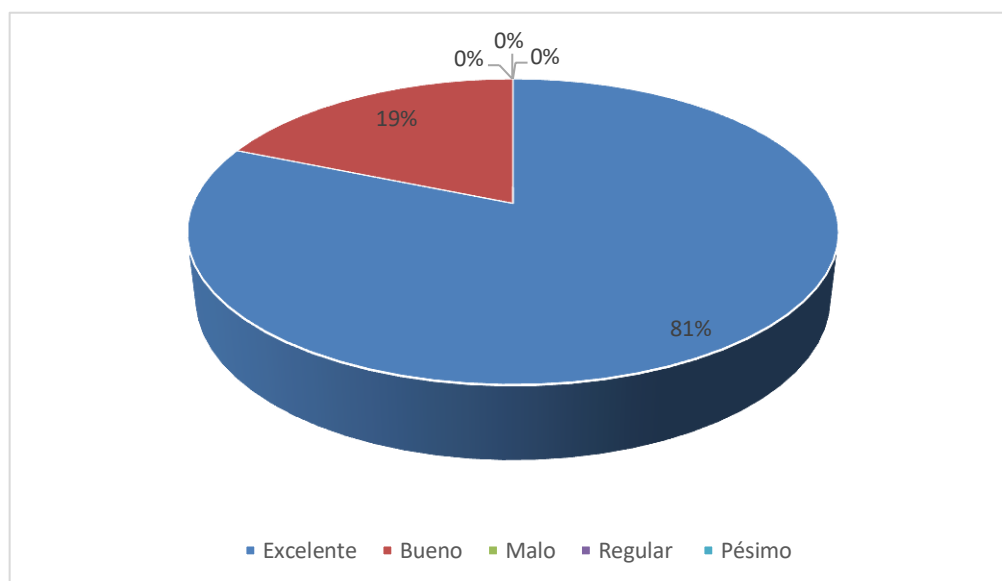
8. ¿Para usted, que tan importante sería involucrar a las autoridades de la empresa dentro de este plan de servicio de calidad?

Tabla 9
Involucrar a las autoridades en el plan de mejoramiento

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
8	Excelente	65	81%
	Bueno	15	19%
	Malo	0	0%
	Regular	0	0%
	Pésimo	0	0%
	TOTALES		80

Fuente: : Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa La Española
Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Gráfico 8
Involucrar a las autoridades en el plan de mejoramiento



Fuente: : Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa La Española
Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Análisis.- Casi todos los trabajadores desean que se involucre a las autoridades a este plan de mejoramiento en la Empresa La Española, ya que se menciona que esto ayudara a la mejoría de la empresa.

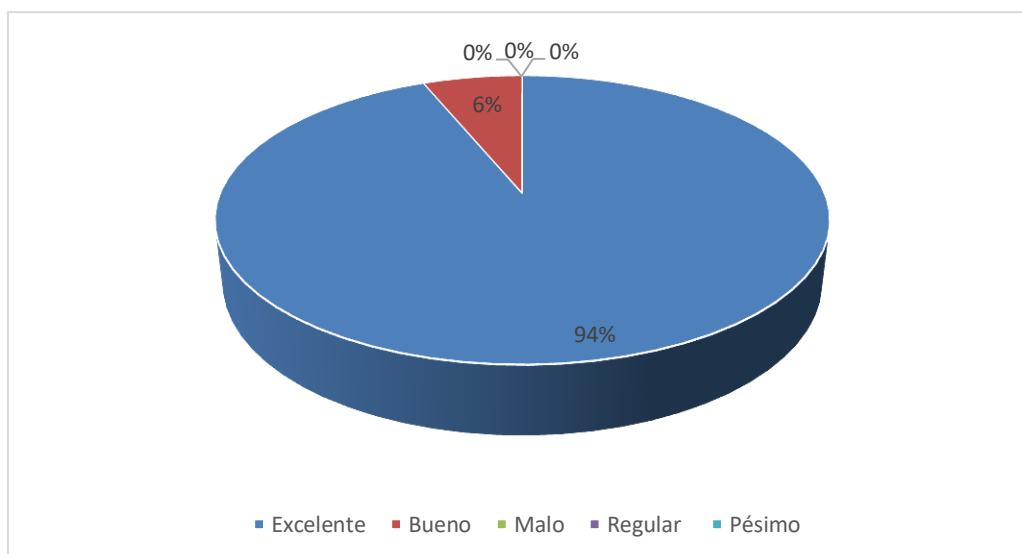
9. ¿Cómo sería, según su criterio como colaborador, que mejoraría la situación de la empresa dentro del mercado comercial, con este tipo de plan de servicio de calidad constante?

Tabla 10
La situación de la empresa dentro del mercado comercial

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
9	Excelente	75	94%
	Bueno	5	6%
	Malo	0	0%
	Regular	0	0%
	Pésimo	0	0%
	TOTALES		80

Fuente: : Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa La Española
Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Gráfico 9
La situación de la empresa dentro del mercado comercial



Fuente: : Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa La Española
Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Análisis.- El total de los empleados manifiesta que, gracias al plan de mejoramiento, en el mercado, la empresa mejoraría mucho, ya que se establecería mucho mejor por su calidad en el momento de atender a sus clientes.

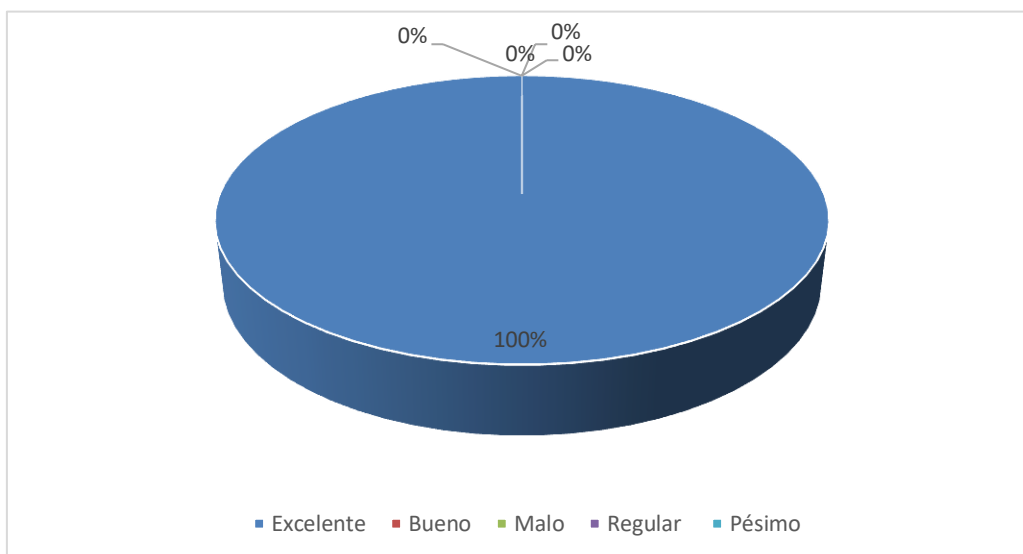
10. ¿De acuerdo a lo que menciona, cree indispensable establecer tres veces por semana, este tipo de plan de servicio de calidad, en la empresa?

Tabla 11
Plan de mejoramiento constante para la calidad de la empresa

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10	Excelente	80	100%
	Bueno	0	0%
	Malo	0	0%
	Regular	0	0%
	Pésimo	0	0%
	TOTALES		80

Fuente: : Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa La Española
Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Gráfico 10
Plan de mejoramiento constante para la calidad de la empresa



Fuente: : Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa La Española
Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Análisis.- Todos los empleados están de acuerdo en que este plan de mejoramiento sea constante para mejorar la atención hacia los clientes de la empresa La Española.

-

4.2. Propuesta: Plan de los servicios de calidad en la atención al cliente de la empresa La Española.

La excelencia en el servicio es rentable y conduce a un futuro mejor para el establecimiento, debido a que cuando el servicio es malo todos pierden, pierden los clientes, los empleados, los proveedores, los administradores y los propietarios.

Siguiendo adecuadamente el marco para un servicio extraordinario y realizando un trabajo conjunto con los empleados, el establecimiento crecerá de manera espontánea, puesto que cuando un cliente encuentra lo que quiere y más, responderá de manera positiva, regresando y trayendo más personas, lo que representa para la empresa, mayores ventas, mayores utilidades y mayores recompensas para los trabajadores.

Se establece también que la clave se encuentra en determinar plan de mejoramiento de calidad del servicio al cliente valiéndose de los recursos como:

- Plan de mejoramiento de servicio para una estructura organizacional
- Plan de mejoramiento de servicio dirigido a la producción y elaboración de cada producto
- Plan de mejoramiento de servicio dirigido de los empleados de la empresa.

Todos estos procesos de planes de mejoramiento desencadenan diferentes alternativas que sirven para equilibrar la situación de la empresa y de ese modo llegar a las expectativas establecidas.

Tabla 12
Plan de Servicio de Calidad

Servicio De calidad	Problemas	Soluciones
Plan de mejoramiento de servicio dirigido a la producción y elaboración de cada producto	Nuevos desafíos en la administración de la empresa al trabajar equitativamente con los empleados.	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar la capacidad permanente de la empresa mediante instalaciones de calidad que representen un impulso para los empleados.
	Poca predisposición para que los empleados mejoren la calidad del producto	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones periódicas con el personal. Tomar a consideración el mejoramiento como un proceso constante que va generándose día tras día con el trabajo en equipo, a través de diálogos periódicos con los empleados.
Plan de mejoramiento de servicio por medio de la estructura organizacional	Falta de un plan que mejore las condiciones del servicio para el cliente	<ul style="list-style-type: none"> Crear alternativas de mejoramiento para la empresa sin descuidar los derechos de empleados.
	Desconocimiento en ocasiones de las diferentes funciones que se deben manejar	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar planes estructurales en los que se establezca el tipo de función de cada colaborador.
	No existe planificación organizacional	<ul style="list-style-type: none"> Implementar una planificación con bases de mejora en la empresa.
	Pocas actividades para los procesos de panadería	<ul style="list-style-type: none"> Analizar el mejoramiento de los procesos de elaboración del producto. Análisis de áreas y los procesos de la panadería. Desarrollar el mapa de procesos.
	Redactar funciones del personal	<ul style="list-style-type: none"> Definir las funciones de cada uno de los puestos de la panadería Análisis de puestos de trabajo. Elaboración de planes para establecer funciones elementales del personal.
Plan de mejoramiento de servicio por medio de los empleados	Falta de trabajo en equipo	<ul style="list-style-type: none"> Implementar un plan de capacitación para el personal.
	Falta de conocimientos de las normas de servicio	<ul style="list-style-type: none"> Implementación de un plan de capacitación para el personal.
	Plan de capacitación para el personal	<ul style="list-style-type: none"> Actualizar conocimientos y desarrollar nuevas destrezas y habilidades. Elaborar un plan de capacitación considerando los objetivos estratégicos y los procesos internos.
		<ul style="list-style-type: none"> Identificar proveedores de servicios de capacitación Iniciar plan de capacitación Evaluación de los resultados de la capacitación

Fuente: : Propuesta De Mejoramiento Para El Servicio Al Cliente De La Empresa La Española, Del Cantón Guayaquil

Elaborado por: (Ocaña, 2019)

1. Plan de mejoramiento de servicio dirigido a la producción y elaboración de cada producto

La planificación para una buena mejora es un proceso que permitirá construir un puente entre la situación actual y el futuro deseado, puesto que constituye una herramienta de análisis, reflexión y toma de decisiones, acerca de la situación actual y el camino que desea recorrer en el futuro el establecimiento.

Para desarrollar una planificación en la empresa La Española que incluya evaluación, análisis y definir planes específicos a seguir por parte de la empresa se estima un tiempo necesario de por lo menos cuatro meses.

Principios

- **Enfoque en el cliente:** El cliente es el factor más importante en la empresa, por lo que sus necesidades serán los objetivos a lograrse en el establecimiento.
- **Respeto por los empleados:** Se mantendrá la idea de cuidar a los empleados, puesto que ellos cuidarán de los clientes.
- **Trabajo en equipo:** Todos forman parte integral de la empresa La Española.

Valores

- **Excelencia en el Servicio:** cada miembro de la empresa La Española, debe ser una persona, proactiva, dinámica, discreta, pero sobretodo, responsable, por el valor que representa su trabajo, la calidad del servicio, la calidad del producto, y la calidad del establecimiento.

- **Eficacia:** Satisfacer a los clientes en los términos de su preferencia y por ellos esperados.
- **Ética:** Transparencia en todos los actos y actividades realizadas.

1.1. Reuniones periódicas con el personal

Se debe tomar en cuenta que el mejoramiento no tiene fin, sino que es un proceso constante que va generándose día tras día con el trabajo en equipo para que la empresa pueda crecer y mantener en el tiempo.

En la panadería La Española debe existir una comunicación efectiva entre todos los individuos que lo conforman, ya que todos deben ser parte de los problemas y de las soluciones.

Es necesario que cada semana del mes se reúna todo el personal del restaurante para evaluar el desempeño de la calidad del servicio, buscar soluciones para los problemas existentes en la semana y celebrar las mejoras.

Las reuniones de personal para evaluar el desempeño son una buena forma de medir los avances en el proceso de mejoramiento de la panadería.

Se puede llevar una agenda de reuniones que incluya los siguientes puntos: Fecha, Hora, Responsable, Participantes, Temas a tratarse y Conclusiones.

1.1.2. Pasos para la gestión de un proceso

- Identificar clientes y sus necesidades: satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes.

- Definir servicios y productos: Conociendo los clientes, se determina qué productos y servicios se les está ofreciendo.
- Desarrollar el mapa de procesos: tomando en cuenta que existen:
Procesos estratégicos: Procesos que orientan y dirigen los procesos clave y de soporte.
- Procesos clave: La razón de ser de la empresa o unidad, el objetivo principal de actividad.
- Procesos de soporte: Los que apoyan a uno o más procesos clave

2. Plan de mejoramiento de servicio por medio de la estructura organizacional

Para prestar un servicio extraordinario es necesario poner a trabajar las destrezas y los conocimientos a favor de los clientes. Hay una relación estrecha entre la capacidad de los empleados para desempeñar su función eficazmente, y su voluntad para hacerlo.

El plan de capacitación de la Panadería La Española pretende preparar a todos y cada uno de los integrantes del establecimiento para que desarrollen habilidades y destrezas que les permitan realizar su trabajo de una mejor manera.

Se determinara un departamento de capacitación para realiza semanarios, cursos y talleres en todos los departamentos. Para implementar esta estrategia es necesario contar con este tipo de recursos administrativo ya que ayuda a mejorar la calidad de la empresa.

3. Plan de mejoramiento de servicio por medio de los empleados

La nómina de los empleados que funciona de forma manual, es necesaria ya que ellos trabajan los siete días de la semana. La panadería La Española cuenta con dos cocineras, dos ayudantes de cocinas y

cuatro meseros. El establecimiento cuenta con personal profesional dentro de las aéreas operativas que son los que enfrentan la elaboración del producto, lo que representa para la empresa un alto impacto, además estarán a disposición de supervisores encargados de cada área.

El personal cuenta con contrato fijo, el régimen salarial es del salario mínimo establecido por la ley más el recargo de horas extras, con afiliación al Seguro Social, lo que representa una fortaleza de medio impacto.

3.1. Clima Laboral

En lo que refiere al clima laboral, la relación tanto entre los empleados como entre los empleados y sus superiores es de compañerismo. Al mismo tiempo, cuentan con los implementos, uniformes, espacio adecuado para realizar sus funciones, lo que representa una fortaleza de alto impacto.

3.2. Infraestructura física, maquinaria y equipos

La infraestructura del establecimiento fue cambiada con el fin de brindar un ambiente cómodo, con decoración y diseños acorde al tipo de restaurante, lo que representa un gran alcance para la panadería.

Así mismo cuenta con equipos y maquinarias adecuadas y acorde con las funciones que deberán cumplir, para poder obtener un producto de calidad dentro de la empresa

Y finalmente utiliza equipos de cómputo y un sistema informático de control, en el cual se registran las ordenes, se imprime los pedidos en la cocina y se generan las cuentas de los clientes. Manteniendo de esta forma unas excelentes herramientas tecnológicas.

3.3. Áreas de Servicio al cliente

La panadería La Española cuenta con espacios con aire acondicionado para la atención al cliente, en los cuales se puede atender de manera oportuna a los clientes y escuchar sus sugerencias, otorgando un gran reconocimiento a la empresa, por su alta calidad para aceptar críticas de toda índole.

3.4. Calidad en el Servicio

El servicio proporcionado por la panadería genera diferentes estrategias de servicio para los clientes, desarrollando alternativas que satisfagan la necesidad del mismo, se mantienen los pedidos a los meseros del local pero también se plantea la opción de un servicio a domicilio, para la comodidad del cliente.

Tabla 13
Plan de Mejoramiento de servicio al cliente

Ítems	Actividades	Propósito	Tareas	Tiempo
A	Planificación de mejoramiento	Realizar la planificación de mejoramiento para la empresa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis Interno de la empresa 2. Análisis externo de la empresa 3. Definir actividades 	Abril 2019
B	Implementar un sistema de evaluación después del servicio y sugerencias	Crear un sistema de información sobre el servicio, escuchando opiniones y sugerencias de los clientes externos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar el buzón de evaluación y sugerencias de los clientes externos. 2. Impresión de las tarjetas de evaluación. 3. Colocación del buzón 4. Poner en marcha la modalidad de evaluación 	Mayo 2019
C	Implementar buzón de sugerencias para el personal	Crear un sistema de información sobre el servicio, escuchando las opiniones y sugerencias de los clientes internos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar el buzón de sugerencias para el personal 2. Colocación del buzón 3. Poner en marcha la modalidad de evaluación 	Junio 2019
D	Crear páginas en redes sociales de la empresa La Española	Publicitar y promocionar los productos del establecimiento a través del internet	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crear páginas en las redes sociales de la panadería la española. 2. Agregar noticias, promociones y novedades de la empresa. 3. Informar a los clientes de las páginas. 	Julio 2019

Fuente: : Propuesta De Mejoramiento Para El Servicio Al Cliente De La Empresa La Española, Del Cantón Guayaquil

Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Presupuesto

La autora del presente trabajo de investigación será la encargada de buscar el financiamiento junto a la empresa mencionada en la investigación.

Tabla 14
Presupuesto

ACTIVIDAD	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
Implementos de Oficina (Hojas, plumas, grapadora, lápices, etc.)	\$150	1	\$150,00
Viáticos	\$ 50.00	1	\$ 50.00
Publicidad digital	\$150.00	1	\$150,00
Capacitador 1	\$150.00	1	\$150.00
Capacitador 2	\$150.00	1	\$150.00
TOTAL			\$650,00

Fuente: : Propuesta De Mejoramiento Para El Servicio Al Cliente De La Empresa La Española, Del Cantón Guayaquil
Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Cronograma

Tabla 15
Cronograma

Tema \ Fecha	2019	
	Julio	Agosto
Planificación de mejoramiento	✓	
Implementar un sistema de evaluación después del servicio y sugerencias.	✓	✓
Implementar buzón de sugerencias para el personal.	✓	✓
Reuniones periódicas con el personal	✓	✓
Actividades para los procesos de panaderías	✓	✓
Redactar funciones del personal	✓	✓
Crear páginas en redes sociales de la empresa La Española	✓	✓
Plan de capacitación para el personal	✓	✓

Fuente: : Propuesta De Mejoramiento Para El Servicio Al Cliente De La Empresa La Española, Del Cantón Guayaquil
Elaborado por: (Ocaña, 2019)

4.3 Conclusiones

- Identificadas las teorías que fundamentan el plan de servicio de calidad en la atención al cliente, que la investigación es completamente verídica para el mejoramiento de la empresa La Española.
- Se desarrolló los métodos y técnicas mencionados para solucionar la problemática planteada.
- Diseñado el plan de servicio de calidad en la empresa La Española, para mejorar la atención al cliente en la empresa.
- La empresa La Española se ha creado y se ha venido manejando de forma empírica, al no contar con herramientas para su administración como una estructura organizacional definida, incurre en un desempeño inadecuado del personal que se ve reflejado en las quejas e insatisfacción percibida por los clientes.
- Los resultados obtenidos en la medición del nivel de satisfacción se observa una situación aceptable. Sin embargo, este nivel resulta insuficiente e insatisfactorio si se pretende ofrecer a los clientes un servicio extraordinario.
- La empresa no cuenta con la formulación de los procesos operativos y administrativos; el personal se desempeña en base a la práctica y la transmisión de conocimientos de uno a otros, lo cual no permite la generación de productos y servicios de calidad.

4.3. Recomendaciones

- Investigar nuevos proyectos que se pretenden realizar en la zona con el fin de satisfacer la nueva demanda de clientes tanto nacionales como extranjeros.
- Fortalecer el conocimiento de los empleados y en especial fomentando el buen hábito de saber comunicarse a través de una actitud y atención mejorada hacia el cliente.
- Fomentar la responsabilidad social por parte de los empleados de la empresa La Española estableciendo los parámetros internos y externos de la misma que pueden mejorar los servicios brindados.
- Establecer una estructura organizacional e implementar la planificación o sondeo dentro de la misma empresa con la finalidad de concienciar en los empleados el buen servicio al cliente.
- Aplicar las estrategias de mejoramiento propuestas en el plan operativo de la presente investigación.

Bibliografía

- Alan, D., & Cortez, L. (2018). Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica.
- Aldámiz, M. (2014). ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL. Barcelona.
- Chang, J. (2014). "ATENCIÓN AL CLIENTE EN LOS SERVICIOS DE LA MUNICIPALIDAD DE MALACATÁN SAN MARCOS".
- Chiara, M. (2014). La relacion maestro-Alumno y su influencia en el aprendizaje, la actitud y el crecimiento personal del alumno. Barcelona.
- Código de Comercio. (2014). CODIGO DE COMERCIO - Plataforma Profesional de Investigacion Juridica.
- Diaz, J. (2017). PROPUESTA METODOLÓGICA, BASADA EN PICTOGRAMAS COMO MÉTODO INCLUSIVO PARA NIÑOS AUTISTAS DE BASICA ELEMENTAL DE LA UNIDAD EDUCATIVA "JATUN KURAKA" EN LA CIUDAD DE OTAVALO AÑO 2017. Otavalo.
- El Diario de coahuila. (27 de Julio de 2015). ¿Quién busca cliente?
- Escudero, C., & Cortez, L. (2018). Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica. Machala.
- Espinoza, E., & Toscano, D. (2015). Metodología de Investigación Educativa y Técnica.
- González, N. (12 de Enero de 2019). QuestionPro. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/mercado-y-necesidades-del-cliente/>
- Ley Código Tributario. (2007). Ley Codigo Tributario - Direccion Nacional Juridica.
- Ley de Companías. (2014). Ley de Companias-Congreso Nacional La Comision de Legislacion y Codificacion. Lexus.
- Ley Organica de Defensa del Consumidor. (2011). LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR. Lexus.

- Madero, M. (12 de Julio de 2016). Hubspot.es/ Las 4 etapas de decisión de compra del consumidor. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/etapas-de-decision-de-compra-del-consumidor>
- Maldonado, J. (22 de Mayo de 2015). Gestipolis.com/ Cultura de servicio al cliente. Obtenido de <https://www.gestipolis.com/cultura-de-servicio-al-cliente/>
- Maria Elvira Lopez;. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente. El Buzon de Pacioli.
- Monferrer, D. (2013). Fundamentos de Mearketing.
- Morillas, A. (2014). MUESTREO EN POBLACIONES FINITAS.
- Ocaña, E. (2019). PROPUESTA DE MEJORAMIENTO PARA EL SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA LA ESPAÑOLA, DEL CANTÓN GUAYAQUIL. Guayaqui: ITB.
- Ordonez, L. (03 de Enero de 2017). oleoshop.com/ Qué es la segmentación de clientes y qué tipos hay. Obtenido de <https://www.oleoshop.com/blog/segmentacion-de-clientes>
- Pinzon, C. (2013). DISEÑO Y APLICACIÓN DE INDICADORES DE GESTIÓN DE CALIDAD EFICACES PARA EL ÁREA DE SERVICIO AL CLIENTE. Bogota.
- Registro Oficial Organo del Gobierno del Ecuador. (2011). REGLAMENTO AL TÍTULO DE LA FACILITACIÓN ADUANERA PARA EL COMERCIO, DEL LIBRO V DEL CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES. . Quito.
- Rubiano, C. (2014). CAMBIO DE ACTITUD ALTERNATIVA CLARA PARA EL MEJORAMIENTO DE SERVICIO AL CLIENTE. Bogota.
- Serna, H. (2014). Servicio al cliente. Métodos de auditoria y medición. Bogotá: 3R editores.
- Tschohl, J. (2016). El arma secreta de la empresa con alcanza la excelencia.- Servicio al Cliente tecnicas, estrategias y una verdadera cultura para generar beneficios.

Valverde, M. (19 de Mayo de 2015). E.O.I. La medición de la satisfacción del cliente. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/mcalidadon/2015/05/19/la-medicion-de-la-satisfaccion-del-cliente-2/>

Velázquez, L. (2016). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. Guayaquil.

Anexos

Anexo 1
Encuesta a los empleados de la Española



Fuente: : Plan de Mejoramiento
Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Anexo 2
Encuesta a los empleados de la Española



Fuente: : Plan de Mejoramiento
Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Anexo 3
Encuesta al gerente



Fuente: : Plan de Mejoramiento
Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Anexo 4
Encuesta a los empleados



Fuente: : Plan de Mejoramiento
Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Anexo 5
Empresa La Española



Fuente: : Plan de Mejoramiento
Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Anexo 6
Productos de la Empresa La Española



Fuente: : Plan de Mejoramiento
Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Anexo 7
Pastelería La Española



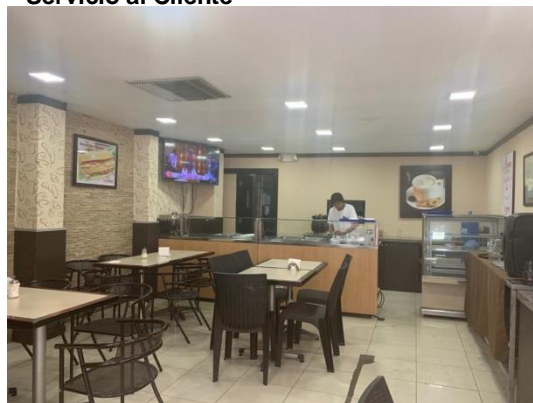
Fuente: : Plan de Mejoramiento
Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Anexo 8
Atención Al Cliente



Fuente: : Plan de Mejoramiento
Elaborado por: (Ocaña, 2019)

Anexo 9
Servicio al Cliente



Fuente: : Plan de Mejoramiento
Elaborado por: (Ocaña, 2019)



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema: Propuesta de Mejoramiento para el Servicio al Cliente de la Empresa La Española, del cantón Guayaquil

**ENCUESTA A LOS EMPLEADOS Y DIRECTORES
DE LA EMPRESA LA ESPAÑOLA**

Objetivo: Obtener información esencial sobre el servicio al cliente y el mejoramiento de la empresa La Española S.A.

Su opinión es personal y confidencial, por lo tanto le comunicamos que lo expuesto en este documento debe ser con total veracidad, este estudio solo será analizado de forma agregada, con fines estadísticos y académicos.

Datos Generales:

Sexo: Femenino ()

Masculino ()

Edad: _____

Instrucciones

Marque con una (X) las alternativas que usted refleja mejor su situación dentro de la empresa, encontrará escalas como: excelente, bueno, malo, regular y pésimo.

1. ¿Para usted como es el servicio que les ofrece a los clientes de la Empresa La Española?

Excelente

Bueno

Malo

Regular

Pésimo

2. ¿En el momento dar su atención a los clientes, como ha sido la experiencia en los distintos establecimientos de la española en los que usted ha laborado?

Excelente

Bueno

Malo

Regular

Pésimo

3. ¿Según su criterio, como colaborador, que tan agradable es el entorno laboral dentro de la empresa?

Excelente

Bueno

Malo

Regular

Pésimo

4. ¿Cómo cree usted que es el proceso de capacitación para los colaboradores de la empresa?

Excelente

Bueno

Malo

Regular

Pésimo

5. ¿Cuándo termina un proceso de capacitación, dentro de la empresa, como es su porcentaje de aprendizaje?

Excelente

Bueno

Malo

Regular

Pésimo

6. ¿Para su criterio, luego de las capacitaciones, como es el manejo de la clientela en la empresa la española?

Excelente

Bueno

Malo

Regular

Pésimo

7. ¿Cómo cree usted que sería el ambiente laboral dentro de la empresa, si existirá una capacitación de mejoramiento constantemente?

Excelente

Bueno

Malo

Regular

Pésimo

8. ¿Para usted, que tan importante sería involucrar a las autoridades de la empresa dentro de este plan de servicio de calidad?

Excelente

Bueno

Malo

Regular

Pésimo

9. ¿Cómo sería, según su criterio como colaborador, que mejoraría la situación de la empresa dentro del mercado comercial, con este tipo de plan de servicio de calidad constante?

Excelente

Bueno

Malo

Regular

Pésimo

10. ¿De acuerdo a lo que menciona, cree indispensable establecer tres veces por semana, este tipo de plan de servicio de calidad, en la empresa?

Excelente

Bueno

Malo

Regular

Pésimo

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Fuente: : Plan de Mejoramiento

Elaborado por: (Ocaña, 2019)



Instituto Superior
**Tecnológico
Bolivariano**
de Tecnología
Código Senescyt 2392

CERTIFICACIÓN DE 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: **“Propuesta de mejoramiento para el servicio al cliente de la empresa la española, del cantón Guayaquil”** y problema de investigación: **¿Cuáles son las características de una propuesta para mejorar la calidad de la empresa La Española, matriz ubicada en el cantón Guayaquil, provincia del Guayas, en el año 2019?,** presentado por **Stefanía Monserrate Ocaña Ortíz** como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

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

Egresada: *Stefanía Monserrate Ocaña Ortíz*
Ocaña Ortíz Stefania Monserrate


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

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Ocaña Ortiz Stefania Monserrate en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Propuesta de mejoramiento para el servicio al cliente de la empresa la española, del cantón Guayaquil**, de la modalidad de presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de 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/autorizamos 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*.



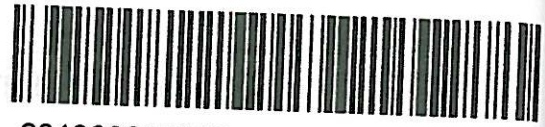
Stefania Monserrate Ocaña Ortiz

Stefania Monserrate Ocaña Ortiz
No. de cédula: 0940283740





Factura: 001-002-000063046



20190901003D00545

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20190901003D00545

Ante mí, NOTARIO(A) ROSSANA ESTEFANIA CHANG ARMIJOS de la NOTARÍA TERCERA , comparece(n) STEFANIA MONSERRATE OCAÑA ORTIZ portador(a) de CÉDULA 0940283740 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLAUSULA DE AUTORIZACION PARA LA PUBLICACION DE TRABAJOS DE TITULACION, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial - . El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 8 DE AGOSTO DEL 2019, (11:34).

Stefania Monserrate Ortiz
STEFANIA MONSERRATE OCAÑA ORTIZ
CÉDULA: 0940283740

NOTARIO(A) ROSSANA ESTEFANIA CHANG ARMIJOS
NOTARÍA TERCERA DEL CANTON GUAYAQUIL





Factura: 001-002-000063047



20190901003C00951

CERTIFICACIÓN DE DOCUMENTOS EXHIBIDOS EN COPIAS CERTIFICADAS N° 20190901003C00951

RAZÓN: De conformidad al Art. 18 numeral 5 de la Ley Notarial, doy fe que la(s) fotocopia(s) que antecede(n) es(son) copia(s) certificada(s) del documento que me fue exhibido en 2 foja(s) útil(es). Una vez practicada la certificación(es) se devuelve el(los) documento(s) en 2 foja(s), conservando una copia de ellas en el Libro de Certificaciones. La veracidad de su contenido y el uso adecuado del(los) documento(s) certificado(s) es de responsabilidad exclusiva de la(s) persona(s) que lo(s) utiliza(n).

GUAYAQUIL, a 8 DE AGOSTO DEL 2019, (11:34).

NOTARIO(A) ROSSANA ESTEFANÍA CHANG ARMIJOS
NOTARÍA TERCERA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



CERTIFICADO GENERAL DE IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL
IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN



CÉDULA DE CIUDADANÍA No. 094028374-0

APELLIDOS Y NOMBRES
OCAÑA ORTIZ STEFANIA MONSERRATE

LUGAR DE NACIMIENTO
GUAYAQUIL XIMENA

FECHA DE NACIMIENTO 1991-11-13
NACIONALIDAD ECUATORIANA
SEXO F
ESTADO CIVIL SOLTERA




INSTRUCCIÓN BACHILLERATO PROFESIÓN/OCCUPACIÓN ESTUDIANTE E1933V1122

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE
OCAÑA ALAVA JOSÉ LUIS

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE
ORTIZ RIVERA NORMA JOSEFINA

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN
GUAYAQUIL 2013-01-16

FECHA DE EXPIRACIÓN
2023-01-16

Stefania Ocaña Ortiz

001027371




CERTIFICADO DE VOTACIÓN
24 - MARZO - 2019

0012 F 0012 - 148 0940283740

OCAÑA ORTIZ STEFANIA MONSERRATE
APELLIDOS Y NOMBRES



PROVINCIA: **GUAYAS**
CANTÓN: **GUAYAQUIL**
CIRCUNSCRIPCIÓN: **3**
PARROQUIA: **TARQUI**
ZONA: **12**




ELECCIONES SECCIONALES Y CPCCS 2019

CIUDADANA/O:

ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED SUFRAGO EN EL PROCESO ELECTORAL 2019

Mónica de la Cruz
F. PRESIDENTA DE LA JUI



DOY FE Que es igual copia a su original que se ha exhibido ante mi

08 AGO 2019

Guayaquil

Rossana Chang Armijos
NOTARIA

CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD

Número único de identificación: 0940283740

Nombres del ciudadano: OCAÑA ORTIZ STEFANIA MONSERRATE

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/XIMENA

Fecha de nacimiento: 13 DE NOVIEMBRE DE 1991

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: OCAÑA ALAVA JOSE LUIS

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: ORTIZ RIVERA NORMA JOSEFINA

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 16 DE ENERO DE 2013

Condición de donante: NO DONANTE

Información certificada a la fecha: 8 DE AGOSTO DE 2019

Emisor: AGNAR ENRIQUE VILLACRES CASTRO - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 3 - GUAYAS - GUAYAQUIL



Stefania Ocaña Ortiz

N° de certificado: 195-249-59475



195-249-59475

Lcdo. Vicente Taiano G.

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

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

CERTIFICO:

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

Luis Alberto Akalep
Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT



Luis Alberto Akalep
Firma