



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÌA**

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

TEMA:

Plan de mejora a servicio de atención al cliente del Gabinete de Belleza
Lily

Autora:

Vargas Andrade Susan Juana

Tutora:

Ing. Com. Silvia Delgado Vera, Msc.

Guayaquil, Ecuador

2019



DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a DIOS, por haberme guiado por el camino correcto y darme las fuerzas para seguir adelante y no rendirme a lo largo de la carrera. A mi familia en especial a mis padres por ser mi pilar fundamental para ser mejor persona día a día, por ayudarme a cumplir un sueño y estar conmigo en todo momento dándome aliento y brindarme los recursos para poder estudiar, a mis hermanos y sobrinas por ser mi motivo de seguir adelante y cumplir mis objetivos.

A Godofredo Noboa a pesar de no haber sido mi padre biológico para mí lo fue ya que desde pequeña siempre me motivo a cumplir anhelos y hoy que ya no está siento la gran satisfacción de haber cumplido lo que le prometí el día que dejo de existir.

Susan Vargas Andrade.



AGRADECIMIENTO

En estas líneas quiero agradecer a todas las personas que estuvieron conmigo a lo largo de la carrera, a mis compañeros de clase por darme su amistad incondicional y compartir momentos únicos. A los docentes del instituto por impartirnos sus conocimientos y brindarnos su amistad, también agradezco mucho a Jorge Navas por su apoyo incondicional y su motivación para alcanzar mis objetivos, y a mi directora de tesis Ing. Silvia Delgado, quien con su conocimiento me guio para realizar mi investigación.

Susan Vargas Andrade.



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÌA**

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor de Proyecto de investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **Plan de mejora a servicio de atención al cliente del gabinete de belleza Lily** y problema de investigación: **¿Cómo mejorar el servicio de atención al cliente para obtener la fidelización de los clientes del Gabinete de Belleza Lily, ubicado en la parroquia Pascuales del cantón Guayaquil, en el año 2019, provincia del guayas?** , Presentado por **Susan Juana Vargas Andrade** como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINSTRACION DE EMPRESAS

El mismo que cumple con los requisitos establecidos, en orden metodológico científico académico, además de construir un importante tema de investigación

Egresada:

Vargas Andrade Susan Juana

Tutora:

Ing. Com. Silvia Delgado V.

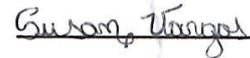
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN



Yo, Susana Juana Vargas Andrade en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **“Plan de mejora a servicio de atención al cliente del Gabinete de Belleza Lily ”** de la modalidad de **semipresencial** realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **Tecnología en Administración de Empresas** de conformidad con el Art. 114 del **CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN** reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/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.

Susan Juana Vargas Andrade
Nombre y Apellidos del Autor


Firma

No. de cedula: 0953463007

Nota: La presente cláusula de autorización, con el correspondiente reconocimiento de firma se adjuntará al original del trabajo de titulación como una página preliminar más


Dr. Juan T. Pazmiño Palacios, Msc.
NOTARIO SÉPTIMO DEL
CANTÓN GUAYAQUIL



Factura: 001-003-000013650



20190901007D00538

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20190901007D00538

Ante mí, NOTARIO(A) JAIME TOMMY PAZMIÑO PALACIOS de la NOTARÍA SÉPTIMA , comparece(n) SUSAN JUANA VARGAS ANDRADE portador(a) de CÉDULA 0953463007 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 , 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 1 DE OCTUBRE DEL 2019, (14:22).

Susan Vargas
SUSAN JUANA VARGAS ANDRADE
CÉDULA: 0953463007



NOTARIO(A) JAIME TOMMY PAZMIÑO PALACIOS

NOTARÍA SÉPTIMA DEL CANTÓN GUAYAQUIL

Jr. Jaime T. Pazmiño Palacios, Msc
NOTARIO SÉPTIMO
DEL CANTÓN GUAYAQUIL



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

CEDULA DE CIUDADANIA
APELLIDOS Y NOMBRES
VARGAS ANDRADE SUSAN JUANA
LUGAR DE NACIMIENTO
GUAYAS GUAYAQUIL PASCUALES
FECHA DE NACIMIENTO **1997-09-28**
NACIONALIDAD **ECUATORIANA**
SEXO **F**
ESTADO CIVIL **SOLTERO**

N. **095346300-7**




BACHILLERATO BACHILLER V444V4442

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE
VARGAS MORA ROBERTO JUAN
APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE
ANDRADE LEON JACINTA DEL PILAR

LUGAR Y FECHA DE EMISIÓN
GUAYAQUIL 2015-11-16
FECHA DE EXPIRACIÓN
2025-11-16

Susan Vargas



CERTIFICADO DE VOTACIÓN
24 - MARZO - 2019

0064 F JUNTA No. 0064 - 002 CERTIFICADO No. 0953463007 CEDULA No.

VARGAS ANDRADE SUSAN JUANA
APELLIDOS Y NOMBRES

PROVINCIA **GUAYAS**
CANTÓN **GUAYAQUIL**
CIRCONSCRIPCIÓN **2**
PARROQUIA **PASCUALES**
ZONA **1**



ELECCIONES NACIONALES Y LOCALES
2019

CIUDADANO
ESTE DOCUMENTO
AFIRMA QUE
USÓ SU VOTO
EN EL PROCESO
ELECTORAL 2019

Karen Veliz Acosta
1. PRESIDENTA DE LA JUNTA



Dr. Jaime T. Pazmiño Palacios
DOY FE. QUE ES FIEL COPIA DEL ORIGINAL
NOTARIO SÉPTIMO DEL CANTÓN GUAYAQUIL



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Susan Vargas

Número único de identificación: 0953463007

Nombres del ciudadano: VARGAS ANDRADE SUSAN JUANA

Condición del cedulao: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/PASCUALES

Fecha de nacimiento: 28 DE SEPTIEMBRE DE 1997

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: BACHILLER

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: VARGAS MORA ROBERTO JUAN

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: ANDRADE LEON JACINTA DEL PILAR

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 16 DE NOVIEMBRE DE 2015

Condición de donante: NO DONANTE

Información certificada a la fecha: 1 DE OCTUBRE DE 2019

Emisor: PAULINA VICTORIA PAZMIÑO JORDAN - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 7 - GUAYAS - GUAYAQUIL



N° de certificado: 194-265-60148



194-265-60148

Vicente Taiano G.

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.

Nombre y Apellidos del Colaborador

CEGESCIT

Firma



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARINO DE
TECNOLOGÍA**

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

**PROYECTO DE INVESTIGACION A LA OBTENCION DEL TITULO DE
TECNOLOGIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

Tema:

**Plan de mejora a servicio de atención al cliente del Gabinete de
Belleza Lily.**

Autora: Vargas Andrade Susan Juana

Tutor: Ing. Com. Silvia Delgado V.

RESUMEN

La presente investigación denominada Plan de Mejora para el servicio de atención al cliente del Gabinete de belleza Lily tiene como propósito diagnosticar el grado de satisfacción que tienen los clientes sobre el servicio de atención que se les brinda en el gabinete de belleza Lily. Para el diagnóstico se utilizaron un conjunto de técnicas como la encuesta y entrevista. Este proyecto se justifica porque existen varios factores por los cuales no se logran fidelizar a los clientes entre ellos la falta de capacitación del personal, la ubicación del local, precios etc., por estos factores se

realizará la propuesta de plan de mejora para el servicio de atención al cliente. Al finalizar los objetivos se obtuvieron y se dio respuesta al problema planteado, a través de un plan de mejoras y conjunto de acciones relacionadas con las causas que están provocando los problemas descubiertos en el área de atención al cliente.

Palabras claves:

Servicio, Atención, Fidelización, cliente.



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARINO DE
TECNOLOGÍA**

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

**PROYECTO DE INVESTIGACION A LA OBTENCION DEL TITULO DE
TECNOLOGIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

Tema:

**Plan de mejora a servicio de atención al cliente del Gabinete de
Belleza Lily.**

Autora: Vargas Andrade Susan Juana

Tutor: Ing. Com. Silvia Delgado V.

ABSTRACT

The present investigation called Improvement Plan for the customer service of the Lily Beauty Cabinet is intended to diagnose the degree of satisfaction that customers have about the service provided to them in the Lily beauty cabinet. A set of techniques such as the survey and interview were used for the diagnosis. This project is justified because there are several factors for which customers are not able to be loyal, including lack of staff training, location of the premises, prices, etc., for these factors the proposal for

improvement plan for the service will be made Customer service At the end of the objectives, they obtained and responded to the problem posed, through an improvement plan and set of actions related to the causes that are causing the problems discovered in the customer service area.

Keywords:

Service, Attention, Loyalty, Customer.

Índice General

Contenido	Páginas
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR	iv
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xii
CAPÍTULO I	1
EL PROBLEMA	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
Ubicación del problema en un contexto	1
Situación conflicto	2
Formulación del problema	3
Delimitación del problema	3
Variable de investigación	3
Evaluación del problema	3
Objetivos	4
Objetivo General	4
Objetivos Específicos	4

Justificación de la investigación	5
CAPÍTULO II.....	6
MARCO TEÓRICO	6
FUNDAMENTACIÓN TEORICA	6
Antecedentes históricos	6
Marco Teórico	7
Antecedentes Referenciales	11
Fundamentación Legal	13
Variables de investigación	16
Variable independiente:	16
Variable dependiente:	16
Definiciones Conceptuales.....	16
CAPÍTULO III.....	19
METODOLOGÍA	19
Presentación de la empresa.....	19
Tipos de Investigación	25
Población y Muestra.....	26
Técnicas e instrumentos de la investigación.....	29
CAPITULO IV	32
ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS	32
Encuesta.....	32
Entrevista.....	42
Plan de capacitación	46

Cronograma	47
Conclusiones	48
Recomendaciones	49
Bibliografía	50
Anexos	56
Anexo 1 Encuesta	57
Anexo 2 Entrevista	59
Anexo 3 Servicio	61
Anexo 4 Instalaciones	62
Anexo 5 Publicidad	63

Índice de Gráficos

Contenido	Páginas
Gráfico 1: Organigrama.....	20
Gráfico 2 : Ingresos	24
Gráfico 3: Frecuencia.....	32
Gráfico 4: Precios	33
Gráfico 5 :Importancia	34
Gráfico 6 :Conocimientos	35
Gráfico 7: Calificación	36
Gráfico 8: Capacitación.....	37
Gráfico 9: Oferta	38
Gráfico 10: Mejorar	39
Gráfico 11 :Premiación.....	40
Gráfico 12: Conocer.....	41

Índice de Tablas

Contenido	Páginas
Tabla 1 :Antecedentes	2
Tabla 2 : Plantilla Total de los Trabajadores	20
Tabla 3: Clientes, Proveedores y Competencia	21
Tabla 4: Principales Productos O Servicios	21
Tabla 5 :Tabla de Ingresos	24
Tabla 6: Gastos	25
Tabla 7: Población	27
Tabla 8: Muestra.....	28
Tabla 9: Procedimientos	29
Tabla 10: Frecuencia	32
Tabla 11: Precios	33
Tabla 12: Importancia	34
Tabla 13 :Conocimientos	35
Tabla 14: Calificación	36
Tabla 15 : Capacitación	37
Tabla 16: Oferta.....	38
Tabla 17: Mejorar	39
Tabla 18: Premiación	40
Tabla 19: Conocer.....	41
Tabla 20: Plan de Mejora	44
Tabla 21 : Plan de Capacitación	46
Tabla 22 : Cronograma	47

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto

Hoy en día podemos apreciar que existe una creciente demanda de los servicios que ofrece el mercado dirigido al aspecto físico y bienestar personal, por lo cual se crea mayor gasto de parte de los consumidores en las empresas dirigidos a este sector, podemos afirmar que los salones de belleza son negocios rentables e innovadores. (Azanza, 2017).

El tener un buen servicio al cliente es una gran oportunidad para cualquier negocio desde el más pequeño hasta el más grande, considerando que no solo se trata de vender nuestros productos o servicios sino el de dar la atención a nuestros clientes, ya que son lo más significativos en los negocios. Debido a esto, debemos de tener presente que el servicio al cliente es un elemento muy significativo para mantener el negocio en el mercado, un cliente bien atendido es un cliente satisfecho, por ende, gozaremos de su fidelización.

En el mercado dirigido a la apariencia física y bienestar personal localizamos el gabinete de belleza Lily, ubicado en el cantón Guayaquil, el cual presenta dificultades con el servicio de atención al cliente y este afecta a la fidelización de los clientes.

Entre los principales problemas tenemos:

- La ubicación del establecimiento.
- Local con poco espacio.
- Tiempo de espera para las citas.

- Poco personal para atender a los consumidores.
- Horarios del funcionamiento del local no establecidos.
- Falta formación a los trabajadores.

Situación conflicto

El gabinete de belleza Lily se inauguró el día 25 de Abril del 2015, se encuentra ubicado en la parroquia Pascuales del cantón Guayaquil, su propietaria es la Señora Lilysbeth Torres Varas, en la actualidad el gabinete de belleza Lily presenta problemas con el servicio y atención al cliente, lo que ocasiona que los clientes no sean habituales o recurrentes, es decir, no se logra la fidelización.

Tabla 1 : Antecedentes

Antecedentes	Consecuencias
La limitación del espacio genera incomodidad en el cliente.	Los clientes se aglomeran y esto les disgusta por esto no regresan.
El servicio no satisface las expectativas del cliente.	Después de la primera cita el cliente no regresa.
Los posibles clientes desconocen el local debido a su ubicación	El número de clientes no aumentan.
No contar con los materiales necesarios para brindar un excelente servicio.	Los clientes prefieren la competencia.

Elaborado por :(Andrade, Susan Juana Vargas)

Se puede observar que existen varios problemas que afectan significativamente el servicio y la atención al cliente que brinda el gabinete de belleza Lily, lo que lleva a pensar que hay que mejorar y tomar las acciones pertinentes para cambiar esta situación.

Formulación del problema

¿Cómo mejorar el servicio de atención al cliente para obtener la fidelización de los clientes del Gabinete de Belleza Lily, ubicado en la parroquia Pascuales del cantón Guayaquil, en el año 2019, provincia del guayas?

Delimitación del problema

Campo: Administración

Área: Atención al cliente

Aspecto: Fidelización

Periodo: 2019

Variable de investigación

Variable independiente: Servicio al cliente

Variable dependiente: Fidelización de los clientes

Evaluación del problema

Evidente: Los salones de belleza están a la orden del día por lo cual debe existir un excelente servicio al cliente, esto genera la confianza que el cliente necesita para regresar incluso si solo necesita un ligero arreglo. Es evidente que el Gabinete de Belleza Lily debe mejorar la atención y el servicio al cliente que actualmente brinda a sus clientes para así satisfacerlos y aumentar sus ingresos.

Claro: El resultado de esta investigación debe ser precisa y tiene que permitir a la dueña del gabinete de belleza Lily conocer de manera concreta las falencias que presentan en atención y servicio que brinda a sus clientes y se podrá evaluar la capacidad que tiene la empresa para mejorar la calidad del servicio que brinda para obtener la fidelización de los clientes

Factible: Implementar el plan de mejoras en el Gabinete de Belleza Lily ayudará a solucionar los problemas en el servicio y atención al cliente que se presentan en la actualidad.

Relevante: Se podrá alcanzar la fidelización de los clientes lo que forjará más ingresos para la empresa y se logrará el posicionamiento en el mercado.

Delimitado: Es importante mejorar el servicio de atención al cliente que actualmente brinda el gabinete de belleza Lily, ubicado en la parroquia Pascuales, período 2019.

Variable: El principal punto de orientación para esta investigación es la variable independiente que es el servicio y atención al cliente, puesto que el desarrollo de la propuesta de mejorar el servicio de atención al cliente va a cambiar de manera efectiva la variable dependiente que es obtener la fidelización de los clientes.

Objetivos

Objetivo General

- Elaborar un plan de mejoras al servicio de atención al cliente para obtener la fidelización de los clientes del Gabinete de belleza Lily.

Objetivos Específicos

- Establecer los fundamentos teóricos desde la administración del servicio al cliente y su relación con fidelización de los clientes.
- Determinar la situación actual del servicio y atención al cliente del gabinete de belleza Lily.
- Identificar las falencias que existen en el servicio de atención al cliente del gabinete de belleza Lily para elaborar un plan de mejora.

Justificación de la investigación

En nuestros tiempos la apariencia física ha adquirido vital importancia porque facilita las relaciones interpersonales y fomenta la autoestima en las personas, debido a que se rigen a estereotipos en cuanto a su apariencia Física para conseguir la aprobación de su entorno.

Esta investigación es conveniente puesto que permitirá conocer las falencias que presenta con el servicio al cliente, hoy por hoy la competencia está mejorando la calidad del servicio de atención que brinda a sus clientes, buscando su fidelización por eso el gabinete de belleza Lily debe considerar el estudio y la mejora del servicio de atención que brinda a sus clientes.

El valor práctico de esta investigación se centra en elaborar un plan de mejoras al servicio de atención al cliente para obtener la fidelización de los clientes del Gabinete de belleza Lily.

La aplicación de la metodología descriptiva, explicativa y correlacional nos permitirá desarrollar encuestas para identificar las alternativas para brindar la solución al problema con el servicio al cliente para poder elaborar un plan de mejora.

La relevancia social del trabajo es que al realizar el proyecto se tendrá como beneficiarios a los clientes del gabinete de belleza Lily, debido a que mejorando el servicio de atención se podrá generar un impacto que cambie la calidad de vida de los clientes.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

FUNDAMENTACIÓN TEORICA

Antecedentes históricos

La historia del comercio se remota a más de 150.000 años atrás. Y desde entonces siempre ha existido, como es lógico, el servicio de atención al cliente. Incluso desde que surgieron los primeros negociantes profesionales alrededor de 3.000 años, cada intercambio de bienes y servicios se lo hacía cara a cara. Esto suponía que cada servicio de atención al cliente se adapta al cliente en cuestión. Hasta hace relativamente poco, cada comerciante conocía a sus clientes y, por ello, tenía un interés personal cuidarlos y atenderlos bien.

El servicio de atención al cliente ha recorrido un largo camino en los 1.500 siglos. La responsabilidad y el compromiso de cuidar clientes se ha mantenido constante, cuando avanzamos a la edad del comercio moderno, nos damos cuenta de cómo el servicio de atención al cliente ha evolucionado siempre de la mano de la tecnología.

En la actualidad la calidad del producto ya no es suficiente es por ello que surge una nueva orientación en la venta del producto o servicio y recibe el nombre de servicio de atención al cliente, hoy en día existen poderosas herramientas que nos facilitan la interacción con el cliente de manera eficiente, de modo que permite fidelizarlos.

El concepto tradicional que se tenía del 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 servicios y dice que es una estrategia empresarial orientada hacia la anticipación de las necesidades y expectativas del valor agregado de los clientes, (Gómez, 2006, págs. 29-39).

Marco Teórico

Administración

"La administración como una ciencia social compuesta de principios, técnicas y prácticas cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzo cooperativo", a través de los cuales se puede alcanzar propósitos comunes que individualmente no es factible lograr". (Jiménez, 2000).

La administración dentro de un análisis más profundo se puede deducir como una disciplina y proceso. Como disciplina es un organismo acumulado de conocimientos que incluye principios, teorías, conceptos, etc. La administración como proceso entiende funciones y actividades que los administradores deben de llevar a cabo para lograr los objetivos planteados. Es un proceso en donde planea, se organiza, en dirección hacia el control de los recursos para lograr un objetivo eficaz de las diferentes funciones de una empresa.

La importancia de la administración con base a la relación con los clientes es un contacto de la empresa para entender e influenciar la conducta de estos mediante una comunicación significativa, con el objeto de mejorar la adquisición, retención, lealtad y rentabilidad del cliente. (Swift, 2001).

Por lo tanto, administración es uno de los medios más significativos que dispone el ser humano para satisfacer sus múltiples necesidades.

Servicio

Los servicios son actividades identificables, intangibles y percederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente. (Iván, 2015)

Podemos reducir a los servicios como actividades que son el resultado de esfuerzo tanto humano como mecánico, que envuelven la participación del cliente el cual es una pieza significativa para mantenerse en el mercado.

Cliente

El término cliente hace referencia a una persona u organización a la que se le prestan servicios o se le venden determinados bienes; en ese contexto, el cliente puede definirse como el agente para el cual una unidad económica desarrolla sus actividades.

Aspectos importantes para poder tener un resultado favorable y hacer que los clientes regresen hacia nosotros de forma espontánea.

- **Ofrecer un servicio o producto de calidad:** Es la base fundamental del negocio. Si ofrecemos productos o servicios que no satisfacen necesidades no obtendremos personas que sigan nuestra actividad.
- **Manejar redes sociales:** es importante para darse a conocer y para estar cerca de los clientes. Estar siempre pendiente de sus observaciones, quejas, interrogaciones, indecisiones y responder de manera agradable y rápida.
- **Retribuir la fidelidad:** para conservar a un cliente contento no hay nada mejor que tener atenciones hacia él, por ejemplo, entregando tarjetas de descuento, campañas de SMS con códigos promocionales, etc.
- **Tener un excelente servicio al cliente,** es importante porque puede marcar la diferencia en el negocio y esto hace que el cliente se inclina hacia nuestro negocio y no hacia la competencia.

Reglas para prestar un buen servicio

Regla de platino: Debemos tener paciencia para poder llevar buena relación con los clientes y para determinar qué es lo que necesita, dependiendo las

preferencias de cada uno, no tratar solo de convencer que adquiriera un producto o servicio que no es de su agrado. (Cadena, 2014)

Regla de oro: ‘Trata a los demás como te gustaría que te traten a ti’ esa es la base de esta regla. (Global, 2019)

Manejo de quejas, reclamos y sugerencias

Ningún negocio se escapa de recibir quejas por parte del cliente, una queja que se maneja de la mejor manera ayuda a detectar la falla que se está cometiendo y también permite convertir a los clientes descontentos en clientes fieles.

- **Mantener la calma :** Ante una escenario de conflicto se debe de ser consciente que se puede perder un cliente sino se actúa de manera correcta , tomar la situación como una oportunidad para saber en dónde está la falencia y poder corregirla .
- **Escuchar al cliente con atención:** Prestar la atención debida al cliente sin interrumpirlo le permitirá expresar su queja o inconformidad, ayudará a comprender bien el problema.
- **Comunica la forma en que se solucionara el problema:** Se debe comunicar las acciones pertinentes que se tomaran para solucionar el problema, esto demostrará el compromiso de resolverlo lo más pronto posible
- **Pedir disculpas si la queja es justificada:** Ponerse en el lugar del cliente y agradecer por la comunicación de las carencias que existen en la empresa demostrará que se acepta el error y se buscará la manera de resolverlo.

- **Seguimiento:** Se debe asegurar que el cliente haya quedado satisfecho y que sienta el compromiso que el problema no se repetirá.

Importancia de la fidelización del cliente

- Con la fidelización de clientes se consiguen, obviamente, más ingresos, que luego pueden utilizarse para cubrir gastos fijos o emprender nuevas líneas de negocio.
- El cliente fidelizado no acude a la competencia, lo que nos ayuda a debilitarla.
- El cliente fidelizado tiende a convertirse en un "evangelista" de nuestra marca, es decir, nos va a recomendar en cuanto tenga ocasión.

Estrategias para fidelizar al cliente

- **Construir relaciones en lugar de enfocarse en vender**

Se debe mostrar interés por el cliente que va más allá de la necesidad de vender o de obtener un beneficio, muchas empresas no logran fidelizar a sus clientes porque se basan en solo vender su producto o servicio y no toman en cuenta crear una relación con el cliente.

- **Exceder las expectativas**

Nada causa mayor agrado y admiración que recibir más de lo que se esperaba. Por lo tanto se debe tener en cuenta que cuando se trata de enamorar al cliente, se debe dar su mayor esfuerzo para que este se considere especial.

- **Tener un equipo de trabajo motivado**

Los empleados intervienen directamente sobre el trato que dan a los mismos, existen diversas formas de contribuir en el estado de ánimo de las personas no solo otorgando estímulos económicos, sino haciéndolos sentir valorados.

- **Realizar planes de fidelización**

Los planes de fidelización son una excelente manera de generar lealtad de los clientes, generar programas que favorezcan el trato preferencial del cliente u otro método que pueda premiar la fidelidad, esto siempre será la mejor opción para recompensar a los clientes leales.

- **Otorgue precios especiales**

Otorgar precios especiales o hacerlos parte de un círculo en el que puedan deleitarse este beneficio, es una excelente manera de fidelizarlo.

- **Pida sugerencias**

Los clientes tienen consejos y sugerencias que pueden ayudarnos a mejorar, el dilema es que no siempre se está dispuesto a escuchar los errores que se cometen, el pedir que nos den consejos para mejorar demuestra nuestro interés y que queremos satisfacer sus necesidades y perfeccionar de mejor manera.

Antecedentes Referenciales

En la ciudad de Pimentel en Perú en el año (2017) en la Universidad Señor de Sipán, el tema” **Propuesta de estrategias para incrementar la fidelización de clientes a través de encuestas de satisfacción de los Spa`s de belleza en el distrito de Puente Piedra 2016**” autora: Fernández Avalos Jackelyne Isabel. En su investigación pudo observar que existen problemas con el tema de la fidelización de clientes, por ello se calculó el ciclo de satisfacción ofrecido a través de los servicios a los consumidores. Su indagación tuvo como propósito mostrar la importancia de tener clientes fidelizados en una empresa, en este caso, los SPA’S de belleza, y que es necesario contar con una estrategia que permita afirmar la prolongación del negocio con buenas posibilidades

económicas. La relación que tiene con mi trabajo de investigación es obtener la fidelización de los clientes garantizando la satisfacción del mismo mediante el servicio que se les brinda.

En Colombia, en la Ciudad de Bogotá en el año (2017) en la Universidad Santo Tomas, el tema:” **Propuesta de plan de negocios para la creación de salón de belleza y Spa azul**”. Elaborado por: Claudia Rocío Ortiz Acevedo. En su investigación se plantea realizar propuesta de viabilidad para el montaje de un centro de belleza y estética el cual estará diseñado con temática vanguardista, para brindar a sus clientes un servicio que se adapte a sus necesidades y que tengan la posibilidad de alquilar espacio a profesionales de belleza. La relación con mi trabajo de investigación es la importancia que hoy en día tiene un salón de belleza para la comunidad y basándose en brindar un buen servicio a los clientes para satisfacer sus necesidades.

En Ecuador, en la ciudad de Guayaquil en el año (2015), el tema: “**Desarrollo de una estrategia de mercado para lograr la fidelización de clientes e incrementar las ventas de servicio en el centro de belleza Ámbar Studio de Guayaquil**”, Autoras: Chávez Quezada Rosalba Katiuska & Pozo Tóala Elizabeth Wendy de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte. Mediante su investigación pudo identificar los gustos y preferencias de los clientes y evaluar las estrategias de mercado que utiliza la competencia, para poder desarrollar nuevas tácticas que permitan la fidelización de los clientes. La relación que existe es mejorar el servicio para obtener la fidelización de los clientes y esto se obtendrá mediante la elaboración de estrategias.

En Perú, en la ciudad de Trujillo (2015). El tema: “**Aplicación de marketing experiencial para la fidelización de los clientes de un salón Spa en la ciudad de Trujillo en el año 2015**”, De la universidad Privada del Norte, autores: Loyola Alva Marlon Segundo & Villanueva Meyer Garfias Diego Fernando. La presente investigación está basada en las experiencias de los clientes y la importancia de

los espacios de belleza y su trascendencia como un medio para proveer experiencias que formen valor a los clientes. La relación que existe con mi trabajo de investigación es captar la fidelización de los clientes mediante el servicio que se brinda.

En la ciudad de Guayaquil (2018) con el tema: **“Plan de negocio para la creación del Salón de belleza “Essence” en la cabecera parroquia de la Isla Puná de la provincia del Guayas”**, Autoras: Pérez Vera Tanya Estefanía & Montes Salazar de la Universidad de Guayaquil. Mediante esta investigación se podrá conocer las necesidades que tiene este sector por falta de un salón de belleza, se conocerá las viabilidades de la creación del salón de belleza **“Essence”**. Debido a las exigencias del mercado, se deben de implementar más salones de belleza que ayuden a cubrir las necesidades de los clientes por lo cual se debe conocer y examinar el servicio que se brindará a los clientes. La relación que tiene con mi investigación es entender las exigencias de los consumidores, para poder brindar un buen servicio.

Fundamentación Legal

La fundamentación legal de la presente investigación se basa en la Constitución y la sección de personas usuarias y consumidoras.

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008

CAPITULO SEGUNDO

DERECHOS DEL BUEN VIVIR

SECCION OCTAVA

Trabajo y seguridad social

Art.33: El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de una realización personal y base de la economía. El estado garantizara a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

CAPITULO II

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES

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

1. Derecho a la protección de la vida salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho de la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieran presentar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho de protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la Educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable ya a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
9. Derecho a recibir el auspicio del estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio esta consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor;

y ;

10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención sanción y oportuna reparación de su lesión;

11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan y

12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

Art.5.-Obligaciones del consumidor: Son obligaciones de los consumidores

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

CAPITULO VII

PROTECCION CONTRACTUAL

Art. 46: Promociones y ofertas.- Toda promoción u oferta especial deberá señalar , además del tiempo de duración de la misma , el precio anterior del bien o servicio y el nuevo precio o , en su defecto , el beneficio que obtendría el consumidor , en caso de aceptarla.

Cuando se trate de promociones en que el incentivo consista en la participación en concursos o sorteos, el anunciante deberá informar al público sobre el monto

o número de premios de aquellos, el plazo y el lugar donde se podrán reclamar, el anunciante estará obligado a difundir adecuadamente el resultado de los concursos o sorteos.

Variables de investigación

Variable independiente: Servicio al cliente

El servicio de atención al cliente, es aquel utilizado por una empresa para establecer una grata conexión con sus clientes, el cual involucra varias etapas y factores no solo cuando el cliente adquiere el servicio o la compra, sino lo que ocurre antes, durante y después de la adquisición de un producto o servicio.

La forma en que interactuamos con nuestros clientes es muy significativa para lograr una mejor experiencia, ya que no es solo proporcionarle un buen servicio o producto sino lograr cumplir sus expectativas.

Variable dependiente: Fidelización de los clientes

La fidelización es el acto de lograr que los clientes a los trabajadores de una compañía mantengan la fidelidad hacia ella.

La fidelización es el objetivo principal que persiguen las empresas, ya que el cliente fidelizado es un comprador habitual, para que se mantenga el sentido de la fidelización la empresa siempre debe de superar las expectativas del consumidor.

Definiciones Conceptuales

Servicio: Es un conjunto de acciones las cuales se ejecutan con el propósito de servir a alguien, algo o por alguna causa, los servicios son funciones ejecutadas por las personas hacia otras personas con intención que estas cumplan las

expectativas y la satisfacción de recibirlo. (Concepto, 2019)

Cliente: se define a una persona u organización a la que se brinda servicios o se venden productos, en ese contexto el cliente puede definirse como el agente para la cual una unidad económica desarrolla actividades. (Definicion, 2019)

Fidelización: La fidelización de los clientes tiene como objetivo obtener, mediante estrategias y técnicas de marketing y ventas, que el usuario que haya adquirido bienes o servicios se convierta un cliente tradicional.

Queja: Es una expresión que indica, fastidio, disgusto o dolor. Cuando una persona o ser vivo reciben agresión física o moralmente, la contestación a esto es dar una queja inmediata con el fin de repeler y evitar perjuicio. (definición, 2019)

Expectativa: sentimiento de ilusión, que experimenta un sujeto ante el acontecimiento de poder conseguir un objetivo o cualquier tipo de conquista en su vida. Cabe enfatizar que la expectativa suele aparecer en aquellos casos en donde existe la inseguridad en los cuales no se puede confirmar que sucederá respecto algo. (Definiciones Abc, 2019)

Insatisfacción: Es un sentimiento íntimo que experimenta una persona cuando considera que una realidad determinada no cumple las expectativas. La insatisfacción muestra un nivel de desilusión personal causado por la frustración de no haber cumplido un deseo determinado. (DefinicionesAbc, 2019)

Calidad: es la capacidad que posee un objeto para cubrir necesidades implícitas o explícitas según un parámetro, un cumplimiento de requisitos de calidad, la calidad está relacionada a las percepciones de cada individuo para comparar una cosa con cualquier otra de su misma especie y diversos factores como la cultura, el producto o servicio. (significados, 2019)

Estrategia: Es un plan que detalla una serie de pasos o de conceptos que tienen como fin la consecución de un determinado objetivo. (Definición, 2019).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Presentación de la empresa

- **Razón Social:** Lilysbeth Torres Varas
- **Ruc :**092325811
- **Fecha de inicio de actividades:** 25 de abril del 2015
- **Categoría PYMES:** Microempresa
- **Nombre Comercial:** Gabinete de Belleza Lily
- **Dirección:** Pascuales (Joya de los Sachas)

Misión:

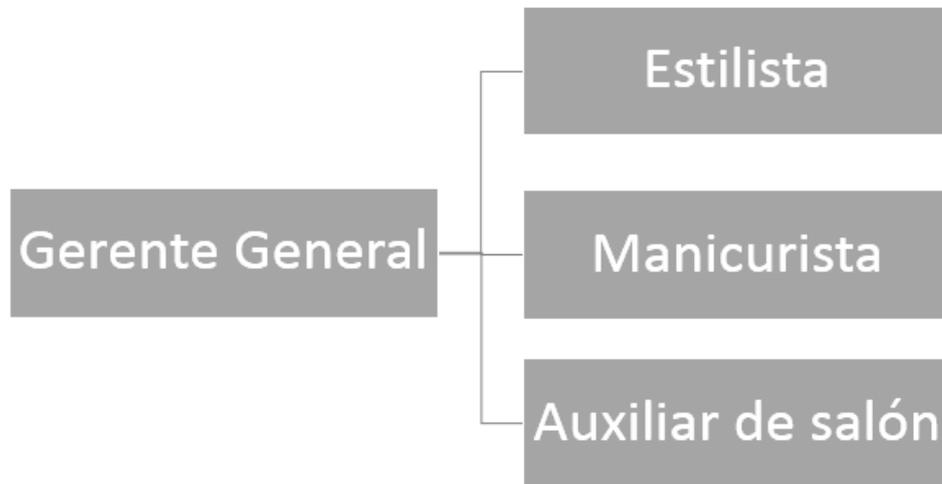
Brindar a nuestros clientes un servicio eficaz y de calidad para contribuir a la elevación de su imagen con el propósito de satisfacer sus necesidades.

Visión:

Posesionarnos en el mercado local, identificándonos por la prestación de servicios de belleza profesional con excelencia conjuntamente brindar excelente servicio al cliente.

Estructura Organizativa

Gráfico 1: Organigrama



Elaborado Por: (Andrade, Susan Juana Vargas, 2019)

Tabla 2 : Plantilla Total de los Trabajadores

Nombre	Cargo
• Lilysbeth Torres Varas	Gerencia/ Estilista
• Natalia Bayona Mayorga	Manicurista
• Angelina Torres Varas	Auxiliar de Salón 1
• José Elías Desiderio	Auxiliar de Salón 2

Elaborado por: (Andrade, Susan Juana Vargas, 2019)

Tabla 3: Clientes, Proveedores y Competencia

Clientes Recurrentes	Proveedores	Competencia
*Manuela Torres Desiderio. * María Noboa Torres.	Dipaso	Salón de Belleza Alejandra
*Sonia Zambrano Mora. * Pilar Andrade León	Gloria Saltos	Peluquería "Raffy"
*Azucena Arriaga Andrade. * Zuleyka Moncada Vargas	D´ Mujeres	Salón de belleza "Las Tías"
*Gabriela Chichanda Castro. *Laura Zambrano Solís. *Alejandra Moncada Vargas.	La Casa del Peluquero	Centro de belleza de Mayte

Elaborado por : (Andrade, Susan Juana Vargas, 2019)

Tabla 4: Principales Productos O Servicios

Servicios	Características	Costos
Tinturados	Es un procedimiento que permite cambiar el color del cabello, entre las razones usuales están: <ul style="list-style-type: none"> • Cubrir canas o cabellos grises. • Cambiar a un color que se considera a la moda. • O simplemente a gusto del cliente 	\$25 (Cabellos Cortos) \$40 (Cabellos medios) \$50 (Cabellos Largos)
Balayage	Es una técnica que consiste en aclarar el cabello con reflejos luminosos.	\$35 (Cabellos Cortos) \$45 (Cabellos medios) \$35 (Cabellos Largos)
Botox Capilar	Es un tratamiento que repara las fibras capilares quebradas o dañadas.	\$40 (Cabellos Cortos) \$50 (Cabellos medios) \$65 (Cabellos Largos)

Alisado de keratina	El tratamiento de Keratina es reparar las fibras del cabello y nutrirlo desde la Raíz hasta las puntas dándole un aspecto más cuidado y sedoso.	45 (Cabellos Cortos) \$60 (Cabellos medios) \$75 (Cabellos Largos)
Manicura Y Pedicura	Un tratamiento completo de manicura y pedicura correcto ayudara a mantener cuidadas las unas, ayudando a la persona a presentar uñas manos y pies saludables y bonitos.	Manicura: Limpieza y pintado básico \$2.50 Limpieza y pintado con diseño \$3.75 Pedicura: Limpieza y pintado básico \$3.00 Limpieza y pintado con diseño \$4.50
Depilación y Pigmentación de cejas	Su objetivo es conseguir ese efecto de ceja dibujada con lápiz, perfecta u natural.	\$7
Cortes de cabello	Un Corte de cabello elegido de manera correcta lograr transformar el look y dar estilo.	\$3.25 dependiendo del estilo.
Maquillaje para cualquier ocasión	El maquillaje es un elemento fundamental para resaltar los rasgos más bonitos de nuestra cara.	Desde \$10 Dependiendo el tipo de maquillaje

Elaborado por: (Andrade, Susan Juana Vargas, 2019)

Descripción del objeto de estudio o Puesto de trabajo

Cuando el cliente llega al Gabinete de Belleza Lili solicita información, dependiendo del tipo de servicio que requiera y puede ser corte de cabello, pedicure, manicure, algún tratamiento o producto, a veces se siente incómodo porque la información que recibe no satisface sus necesidades, otras veces hay muchas personas y tienen que esperar demasiado tiempo, para ser atendidos.

Cuando se realizan cortes de cabello se les hecha agua a los hombres y a las mujeres les ponen cera o líquido que les da brillo y se procede con el corte.

Para la manicure remojan las manos, las limpian y proceden con el pintado de las uñas de las manos.

Para el pedicure se remojan los pies, los limpian y por último los pintan.

✓ **Gerencia:**

Se encarga de definir las funciones y responsabilidades, e implementación de estrategias, además de supervisar el cumplimiento de las tareas del equipo de trabajo. Se encarga del área de mercadeo, lo que incluye promocionar y gestionar la publicidad del negocio siendo responsable del control y manejo del presupuesto.

✓ **Estilista:** Se dedica a asesorar sobre la imagen y estética de los clientes. Es responsable del área de atención al cliente, demostrar el dominio de habilidades y destrezas en el área de trabajo, tiene buena aptitud y disposición con el cliente y está actualizada de acuerdo a las últimas tendencias de belleza

✓ **Manicurista:** Tiene por ocupación el cuidado y embellecimiento de las manos y en especial, el cuidado y pintura de las uñas. Además de acondicionar la piel alrededor de las uñas con aceites y cremas, tratamientos adaptados para el fortalecimiento de las uñas, dar masajes

en las manos y pies para mejorar la circulación, aplicación de técnicas artísticas en las uñas.

- ✓ **Auxiliar de Salón:** Se encarga de atender a los clientes cuando se necesita de su ayuda, además de despejar sus dudas en lo referente algún tratamiento o corte de cabello, y vender los productos que se exhiben en el local. Además de estar encargado de la limpieza del local.

Análisis económico financiero

Según los datos de ingresos del Gabinete de belleza Lily, ha sufrido una declinación en sus ingresos anuales debido a que no se obtiene la fidelización de la clientela, los ingresos varían como se puede visualizar a continuación:

Tabla 5 :Tabla de Ingresos

Año	2015	2016	2017	2018
Total ingreso anual	\$12,000.00	\$17,550.00	\$15,258.00	\$14,000.00

Fuente: Gabinete de Belleza Lily

Gráfico 2 : Ingresos



Fuente: Gabinete de Belleza Lily

Como se puede observar en el gráfico los ingresos van declinando y eso es provocado por la mala atención al cliente, esto también dificulta obtener la fidelización de los clientes.

Gastos

Dentro de los gastos necesarios están:

- ✓ Servicios básicos
- ✓ Suministros de aseo para el local
- ✓ Salarios al personal
- ✓ Materiales de belleza.
- ✓ Arriendo del local (se dejó de cancelar arriendo en el año 2017)

Tabla 6: Gastos

Año	2015	2016	2017	2018
Total Gastos	\$8,000.00	\$11,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00

Fuente: Gabinete de Belleza Lily

Diseño de investigación

Tipos de Investigación

Investigación descriptiva: La investigación descriptiva tiene como objetivo llegar a conocer las situaciones destacadas a través de la descripción exacta de las acciones.

Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre

conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente. (Tamayo, 2008, pág. 35)

Investigación explicativa: “se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de las relaciones causa – efecto”. (Arias F. , 2012)

Investigación correlacional: Este tipo de investigación es no experimental en que los investigadores miden dos variables y forman una relación estadística entre las mismas (correlación), sin necesidad de incluir variables externas para llegar a conclusiones relevantes. (Mejia, 2018).

Enfoques de investigación

Cuantitativo: se asienta en la recaudación y análisis de datos para contestar dudas de investigación y experimentar hipótesis preestablecidas y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística. (Hernandez, 2002)

Cualitativo: Se maneja para descubrir y refinar preguntas, a veces, pero no necesariamente, se examinan hipótesis. Creadas ambas flexiblemente. Además de utilizar el método de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones. (Hernandez, 2002)

Población y Muestra

Población: Se especifica como un conjunto de sujetos de la misma especie que viven en un territorio y tiempo determinados y que interaccionan tanto genética como ecológicamente. (Portal Academico, 2017).

Población Finita: Agrupación en la que se conoce la monto de unidades que la integran. Además, existe un registro fundamentado de dichas unidades. (Arias F. G., 2012, pág. 82)

Población Infinita: Es aquella en la que se desconoce el total de elementos que la conforman, por cuanto no consta un registro documental de estos debido a que su elaboración sería prácticamente insostenible. (Arias F. G., 2012, pág. 82)

En este caso, es muestra finita porque se tomará en cuenta la totalidad de la población por ser pequeña,.

Tabla 7: Población

ITEM	POBLACION	CANTIDAD
1	Cientes Recurrentes	10
2	Personal Administrativo	4
Total		14

Elaborado por: (Andrade, Susana Juana Vargas, 2019)

Muestra: Es un subconjunto o parte de la naturaleza o población en que se llevara a cabo la investigación. Hay instrucciones para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como formulas, métodos etc. La muestra es una parte distintiva de la población. (López P. L., 2004)

Muestra Probabilística: Son aquellos que se establecen en el principio de equiprobabilidad. Es decir, aquellos en los que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser seleccionados para formar parte de un ejemplar, todas las posibles muestras de tamaño tienen la misma probabilidad de ser seleccionadas. (Narciso, 2011)

Muestra No Probabilística: En este tipo de muestreo, puede haber clara influencia de la persona o personas que seleccionan la muestra o simplemente se realiza atendiendo razones de comodidad. (FERRER, 2010)

Muestreo por conveniencia: Es una técnica usualmente usada, radica en escoger una muestra de la población por el hecho de que sea accesible. Es

decir, los individuos empleados en la investigación se escogen porque están simplemente disponibles. (Ochoa, 2015)

Por lo expuesto el tipo de muestra a ejecutar corresponde a la muestra no probalística debido a que no se empleara fórmula, y para efectos de la investigación se encuestara a los clientes recurrentes del Gabinete de Belleza Lily y se entrevistará a su Propietaria, debido que la investigación se enfoca en el servicio que proporcionan los colaboradores y su influencia en la fidelización del cliente.

Tabla 8: Muestra

ITEM	MUESTRA	CANTIDAD
1	Clientes	40
2	Gerente	1
Total		41

Elaborado por: (Andrade, Susan Juana Vargas, 2019)

Procedimiento o pasos a seguir en la investigación

El estudio del proyecto se lo realizará en el Gabinete de belleza Lily ubicado en la ciudad de Guayaquil en el año 2019, la investigación contará con varias etapas, las mismas que se especifican a continuación:

La primera etapa se basará en la observación de la atención al cliente brindada por los trabajadores, lo que servirá para la formulación de los interrogantes que se plantearán en la encuesta.

La segunda etapa consiste en la aplicación de encuestas a los clientes más frecuentes y entrevista a la gerente del lugar.

La tercera etapa es el análisis de los resultados de la encuesta y ordenarlos, a partir de los resultados de las encuestas se elaborara el plan de mejoras con las soluciones y recomendaciones.

Técnicas e instrumentos de la investigación.

Tabla 9: Procedimientos

Técnicas	Instrumentos
Encuesta	Formulario
Entrevista	Cuestionario

Elaborado por : (Andrade, Susan Juana Vargas, 2019)

Encuesta:

La encuesta se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medias sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación. (López & Fachelli, 2015)

Una encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación. (García Ferrando, 1993)

En síntesis, una encuesta es una técnica o método que permite recolectar información en donde se investiga de manera verbal, escrita o digitalmente a un grupo de personas con el propósito de obtener determinada información necesaria para una investigación.

Entrevista:

Las entrevistas son un método que utiliza el investigador para reclutar información sobre un tema social, también se podría definir como la herramienta de excavar para adquirir los conocimientos necesarios sobre el objeto de estudio. (Taylor, 1992)

La entrevista en el sentido estricto se desarrolla entre dos o más personas, que responden a la conformación de preguntas y respuestas, en lo que respecta a su propósito profesional, la entrevista cumple con una función principal: adquirir información de individuos o grupos y facilitarla al aspecto amplio de población.

Tipos de preguntas en una entrevista

1: Preguntas cerradas: son las que se pueden contestar con una sola palabra, generalmente sí o no.

2: Preguntas de sondeo: estas son las que permiten al entrevistador sondear más a fondo en busca de información profunda.

3: Preguntas abiertas: son preguntas que no se pueden contestar con un sí o un no y sin duda alguna son la más eficaces que se le puedan hacer a un candidato.

Tipos de entrevistas

1: Entrevista Individual: es el tipo de entrevista más utilizada y también recibe el nombre de conversación personal, por ejemplo cuando una persona busca empleo y se tiene un encuentro cara a cara con el entrevistador.

2: Entrevista de grupo: La entrevista en grupo se suele utilizar en el ámbito laboral. Pues permite apreciar distintas capacidades de los aspirantes al puesto de trabajo.

3: entrevista telefónica: es utilizada en la selección de personal, pues se emplea como filtro dentro del proceso de reclutamiento si existe un volumen elevado de candidatos.

4: Entrevista por competencia: Este tipo de entrevista se conoce como entrevista conductual y es utilizada por los expertos en recursos humanos para saber si la persona entrevistada es idónea para el puesto que aspira.

5: Entrevista informativa: tiene por propósito obtener información mediante una comunicación fluida de preguntas y respuestas acerca de un tema.

6: Entrevista de personalidad: el responsable de la entrevista tiene por objeto identificar el perfil del postulante a través de test escritos u orales que le permita conseguir rasgos de comportamiento y personalidad de los postulantes.

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

Encuesta

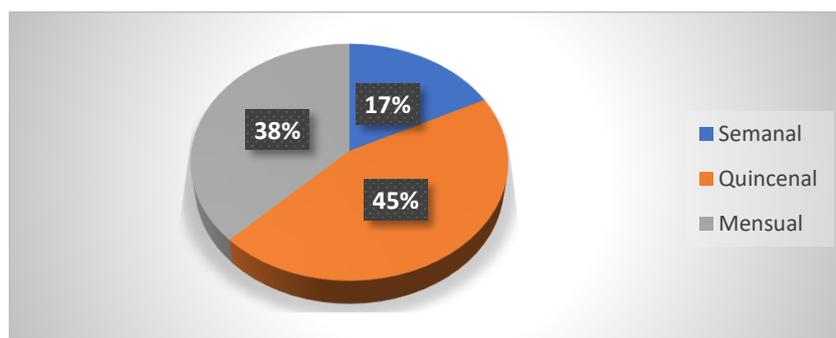
1. ¿Con que frecuencia visita el Gabinete de belleza?

Tabla 10: Frecuencia

Opción	Cantidad	Porcentaje
Semanal	7	18%
Quincenal	18	45%
Mensual	15	38%
TOTAL	40	100%

Elaborado por: (Andrade, Susan Juana Vargas)

Gráfico 3: Frecuencia



Elaborado por: (Andrade, Susan Juana Vargas)

Análisis

De acuerdo a los datos arrojados en la encuesta el 45% asiste cada 15 días, el 38% de los clientes asisten mensualmente al establecimiento, y el 18% una vez a la semana, por lo tanto es de suma importancia cuidar el servicio que se ofrece en cada visita.

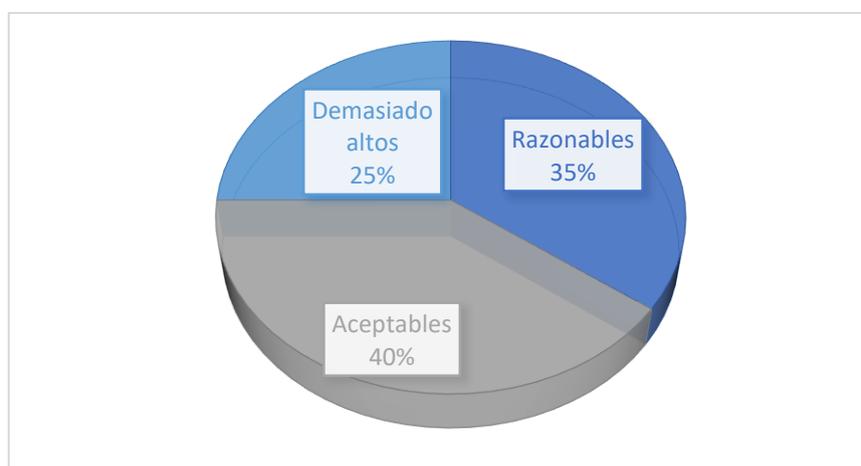
2. ¿Cómo calificaría los precios?

Tabla 11: Precios

Opción	Cantidad	Porcentaje
Bajos	14	35%
Aceptables	16	40%
Demasiado altos	10	25%
TOTAL	40	100%

Elaborado por: (Andrade, Susan Juana Vargas)

Gráfico 4: Precios



Elaborado por: (Andrade, Susan Juana Vargas)

Análisis

El 40% de los encuestados considera que los precios son aceptables, el 35 % consideran que son precios bajos, mientras el 25% considera que son demasiados altos. Por lo tanto, se deberá analizar los precios para poder captar de manera continua la presencia de los clientes.

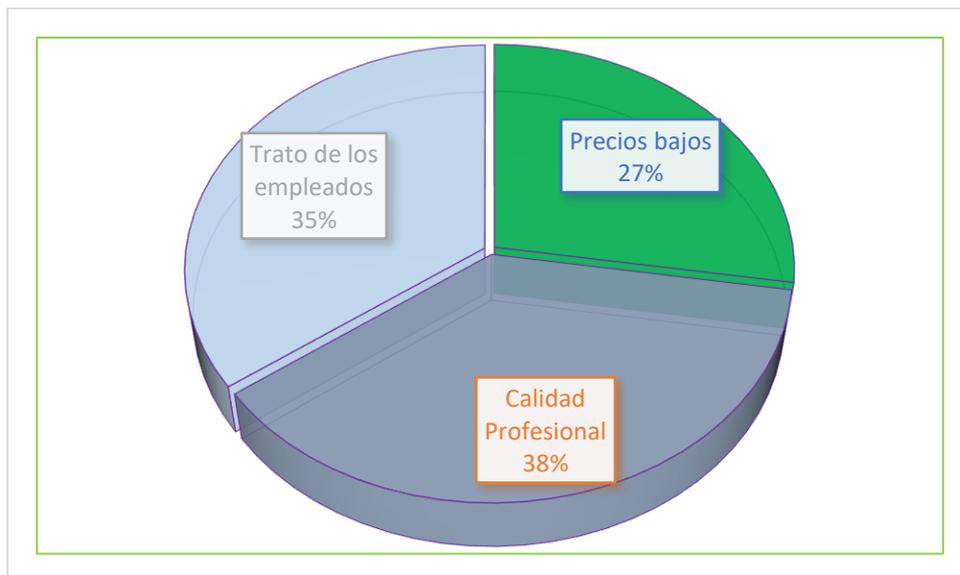
3. ¿Qué es para usted lo más importante que debe de tener un Salón de Belleza?

Tabla 12: Importancia

Opción	Cantidad	Porcentaje
Precios bajos	11	28%
Calidad Profesional	15	38%
Trato de los empleados	14	35%
TOTAL	40	100%

Elaborado por: (Andrade, Susan Juana Vargas)

Gráfico 5 :Importancia



Elaborado por: (Andrade, Susan Juana Vargas)

Análisis

El 38% de los encuestados valora la importancia de la calidad profesional, el 35% considera importante el trato de los empleados y el 28% considera los precios bajos, por lo tanto, se debe priorizar y mejorar el servicio que se brinda.

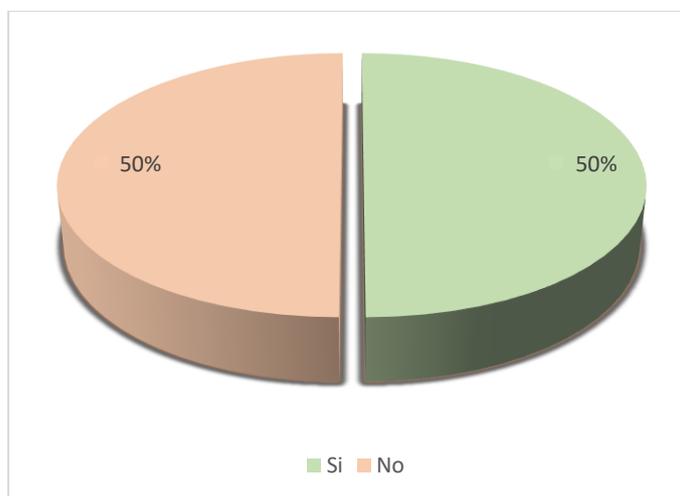
4. ¿Usted considera que el personal cuenta con los conocimientos necesarios para contestar sus inquietudes de manera correcta?

Tabla 13. Conocimientos

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	20	50%
No	20	50%
TOTAL	40	100%

Elaborado por: (Andrade, Susan Juana Vargas)

Gráfico 6: Conocimientos



Elaborado por: (Andrade, Susan Juana Vargas)

Análisis

El 50% de los encuestados considera que los empleados no tienen los conocimientos necesarios para satisfacer sus necesidades. Al relacionar esta con la pregunta anterior hay que considerar que la calidad profesional es un buen complemento para poder brindar un servicio de calidad.

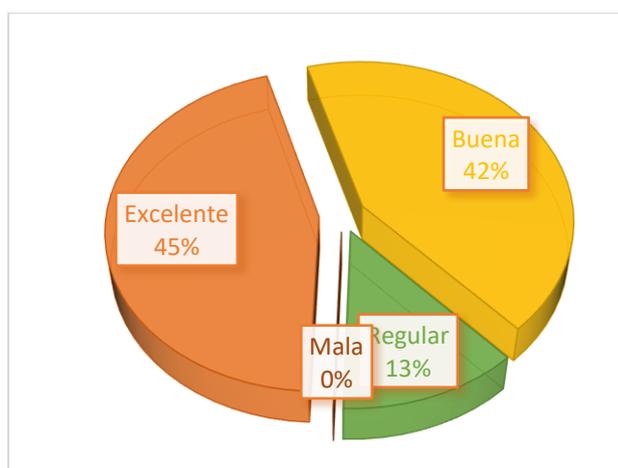
5. ¿Cómo calificaría la atención que usted recibe?

Tabla 14: Calificación

Opción	Cantidad	Porcentaje
Excelente	17	42%
Buena	19	45%
Regular	4	13%
Mala	0	0%
TOTAL	40	100%

Elaborado por: (Andrade, Susan Juana Vargas, 2019)

Gráfico 7: Calificación



Elaborado por: (Andrade, Susan Juana Vargas, 2019)

Análisis

El 45% de los encuestados considera que la atención que reciben es buena, el 42% indica que es excelente, por otro lado el 13% estima que es regular y esto significa que el Gabinete de belleza Lili tiene que trabajar para mejorar el servicio y la atención a sus clientes.

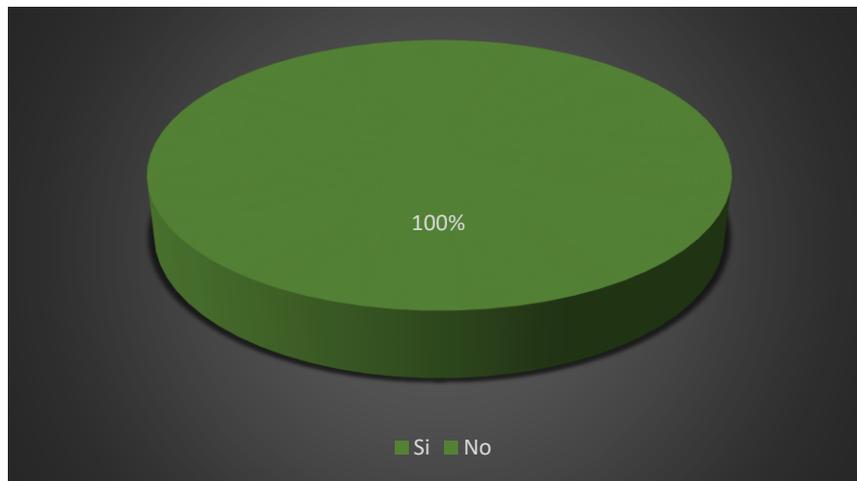
6. ¿Considera usted que el personal debe de recibir capacitaciones continuamente para mejorar su servicio?

Tabla 15 : Capacitación

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	40	100%
No	0	0%
TOTAL	40	100%

Elaborado por: (Andrade, Susan Juana Vargas, 2019)

Gráfico 8: Capacitación



Elaborado por: (Andrade, Susan Juana Vargas, 2019)

Análisis

El 100% de los encuestados está de acuerdo con que los empleados reciban capacitaciones. Es necesario que los empleados se capaciten para poder responder inquietudes y satisfacer a los clientes; además adquieren conocimientos que ayudan a mejorar al servicio al cliente.

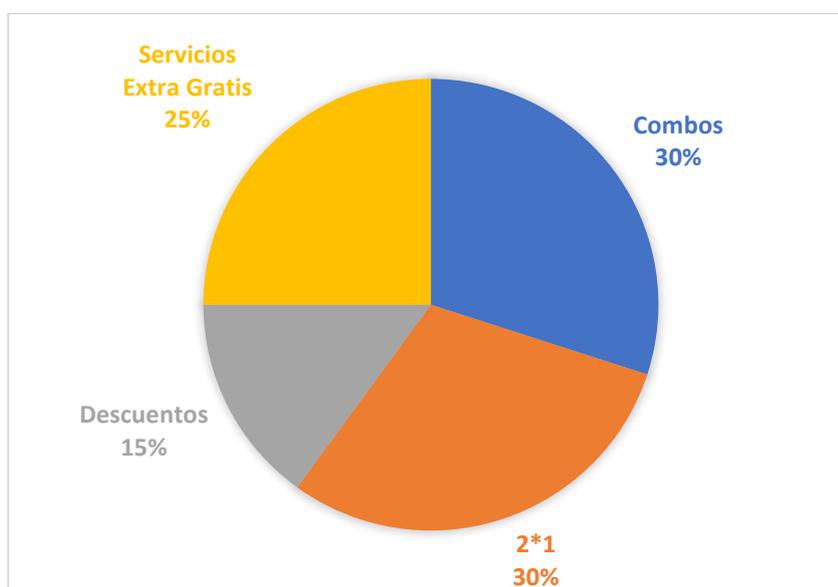
7. ¿Qué tipo oferta le atrae más?

Tabla 16: Oferta

Opción	Cantidad	Porcentaje
Combos	12	30%
2X1	12	30%
Descuentos	6	15%
Servicios Extra Gratis	10	25%
TOTAL	40	100%

Elaborado por: (Andrade, Susan Juana Vargas, 2019)

Gráfico 9: Oferta



Elaborado por: (Andrade, Susan Juana Vargas, 2019)

Análisis

De acuerdo a los resultados de la encuesta el 30% de las preferencias de los clientes son los combos y la opción 2X1; el 25 % de los encuestados indicó que los servicios extras también son de su agrado, debido a que por un valor determinado reciben varios beneficios, el 15% indicó descuentos y son la opción que menos atrae a los clientes.

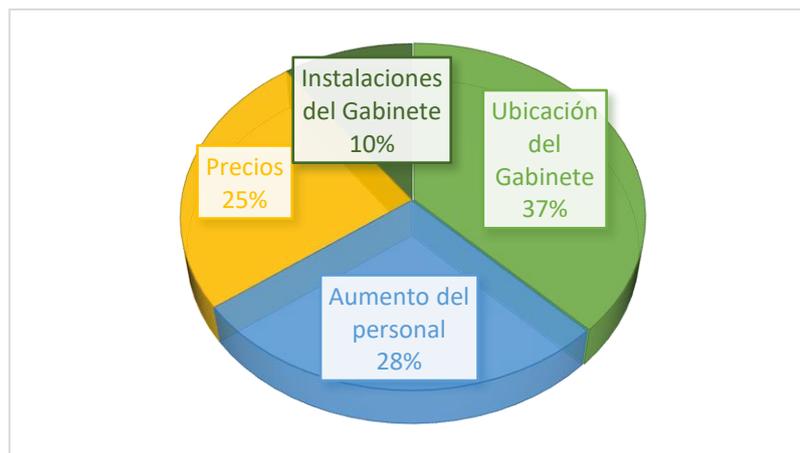
8. ¿Qué le gustaría que mejoráramos en el futuro?

Tabla 17: Mejorar

Opción	Cantidad	Porcentaje
Ubicación del Gabinete	15	37%
Aumento del personal	11	28%
Precios	10	25%
Instalaciones del Gabinete	4	10%
TOTAL	40	100%

Elaborado por: (Andrade, Susan Juana Vargas, 2019)

Gráfico 10: Mejorar



Elaborado por: (Andrade, Susan Juana Vargas, 2019)

Análisis

Como podemos observar en el gráfico el 37% de los encuestados nos indican que la ubicación del local es un factor que debe mejorar, el 28% de los encuestados sugiere aumentar el número del personal, por otro lado el 25% indica revisar los precios y el 10% considera que se deben mejorar las instalaciones del gabinete para poder satisfacer las necesidades de los clientes.

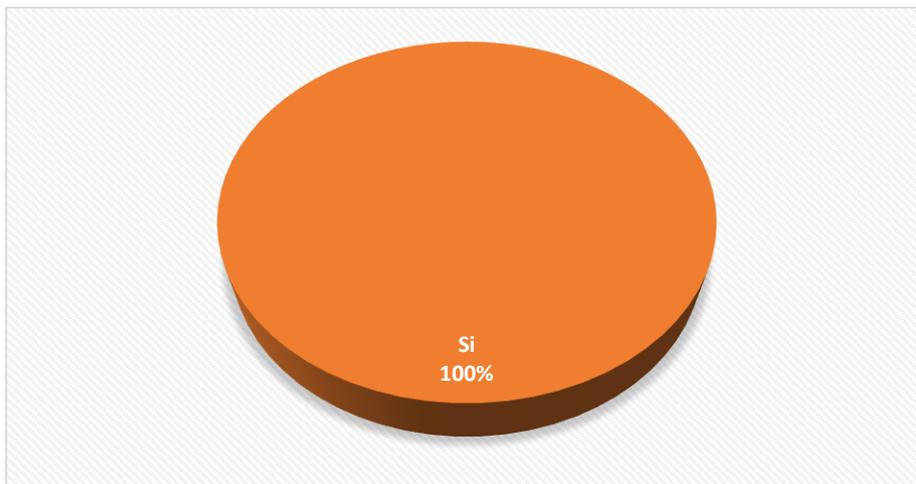
9. ¿Considera importante que el Gabinete de Belleza Lily premie a los clientes que envíen por lo menos a 3 referidos?

Tabla 18: Premiación

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	40	100%
No	0	0%
TOTAL	40	100%

Elaborado por: (Andrade, Susan Juana Vargas, 2019)

Gráfico 11 :Premiación



Elaborado por: (Andrade, Susan Juana Vargas, 2019)

Análisis

El 100% de los encuestados considera importante que se premie a los clientes que refieran 3 personas como mínimo. Podemos tomar en cuenta que un cliente se convierte en un cliente fiel como consecuencia de una experiencia positiva y esto ayudará a incrementar clientes.

10. ¿Cómo conoció usted el Gabinete de Belleza Lily?

Tabla 19: Conocer

Opción	Cantidad	Porcentaje
Solo	8	20%
Publicidad en redes sociales	10	25%
Amigo	22	55%
TOTAL	40	100%

Elaborado por: (Andrade, Susan Juana Vargas, 2019)

Gráfico 12: Conocer



Elaborado por: (Andrade, Susan Juana Vargas, 2019)

Análisis

El 55% de los encuestados conoció el Gabinete de Belleza Lily por un amigo que les dio buenas referencias del lugar, y el 25% por medio de publicidad en las redes sociales y el 20% conocieron el establecimientos solos.

Entrevista

Fecha: 16 de Julio del 2019

Entrevistada: Lilysbeth Torres Varas

Cargo: Gerente

1. ¿Cuáles serían los factores por el cual no obtiene la fidelización de los clientes?

Considero que la poca capacitación a mi personal, debido a que les falta conocimiento tanto en temas de estética y en cómo brindar servicio y atención a los clientes, por ejemplo muchas veces no saben cómo mantener la calma cuando se presenta un pequeño conflicto o inconveniente, que suelen presentarse porque el local es muy pequeño y a veces tenemos la “casa llena”, cuando tengo promociones, debido a la estrechez del lugar para los clientes es incómodo tener que esperar su turno en un lugar pequeño. Yo considero que estos serían los principales factores por los cuales no consigo fidelizar a mis clientes.

2. ¿Usted escucha las sugerencias de los clientes?

Si, la verdad escucho cada sugerencia que me dan y las voy implementando cuando es posible porque esto me ayuda a brindarles un excelente servicio.

3. ¿Qué mejoras implementaría usted para mejorar el servicio?

Capacitaría a mi personal para que tenga conocimientos tanto en servicio de atención al cliente como en temas estéticos, además para atraer nuevos clientes, quiero mantener promociones especiales por a las primeras visitas.

4. ¿Cuál es el mayor desafío que has enfrentado con tu empresa?

El mayor desafío fue cuando recién comencé a causa de que mis clientes solo eran mis familiares, pensé que esto no iba a funcionar hasta que poco a

poco se fueron incrementando nuevos clientes y gracias a nuestro esfuerzo y dedicación hemos captado su atención y ganando confianza. Por ahora tengo otro desafío que es mantener fidelizados a mis clientes y atraer nuevos.

5. ¿Usted capacita regularmente a su personal?

No, Solo los capacite una vez, pero creo que sería conveniente volverlo hacer para elevar el conocimiento de mi personal.

6. ¿Usted motiva a su personal para que mejore su rendimiento?

Claro, cuando atendemos a muchos clientes y tuvimos un día agotador los invito a comer, claro que esto no lo hago siempre, además cuando hay algún inconveniente con algún cliente les doy ánimos para que no se desaminen, y trato de subirles la autoestima.

Plan de Mejora

Objetivo: Elaborar un plan que permita mejorar el servicio de atención al cliente con la finalidad de obtener la fidelización de los clientes.

Tabla 20: Plan de Mejora

¿Qué?	¿Cuándo?	¿Dónde?	¿Quién?	¿Por qué?	¿Cómo?	¿Cuanto?
Crear promociones para los clientes que visitan el local por primera vez	Se inicia desde el 30 de Septiembre del 2019	Gabinete de Belleza Lily	Gerente del Gabinete de Belleza Lily	Atraer y fidelizar nuevos clientes.	En la primera visita del cliente se le ofrecerá gratis las siguientes opciones : 1: Corte de cabello 2: Manicure 3: Tratamiento capilar sencillo El cliente deberá seleccionar una de ellas.	\$480,00
Capacitar a los Empleados	5 de Octubre del 2019			Esto permitirá a mejorar las capacidades de los empleados.	Contratar un consultor externo para los cursos de capacitación de servicio y atención al cliente y contratar a una maestra artesana en técnicas de belleza.	\$500,00
Recompensar a los clientes que aporten con referidos	15 de Octubre del 2019			Motivara a los clientes recurrentes.	Implementando obsequios a los clientes que envíen 3 referidos	\$250,00

Buzón de sugerencias	15 de Octubre del 2019	Gabinete de Belleza Lily	Gerente del Gabinete de Belleza Lily	Mediante este buzón de sugerencias se podrá tomar las recomendaciones y quejas de los clientes.	Adquiriendo un buzón donde los clientes puedan dirigir sus sugerencias.	\$30,00
Cambiar la ubicación de local	10 Octubre de del 2019			Se les brindara mayor comodidad a los clientes mientras esperan o reciben el servicio.	Buscando un local amplio y cerca de un lugar transitado.	\$3.000,00
Implementar un día dedicado a la belleza	18 de noviembre del 2019			Impulsara a los clientes a visitar el gabinete de belleza Lily.	Se escogerá un día al azar para realizar promociones exclusivas. Combos 1: Corte + cepillado + planchado. 2: Tratamiento Capilar sencillo + manicure + pedicura. 2x1 1: Pigmentación de cejas 2: cirugía capilar	\$738,00
TOTAL USD						\$4.998,00

Elaborado por: (Andrade, Susan Juana Vargas, 2019)

Plan de capacitación

Objetivo: Mejorar el servicio de atención al cliente de los empleados del Gabinete de Belleza Lily.

Tabla 21 : Plan de Capacitación

Tema	Fecha	Hora	Responsable	Lugar
Fundamentos de servicio al cliente	5 de Octubre del 2019	08h30 a 10 h00	Lcda. Ana Luisa Escobar	Instalaciones del Gabinete de Belleza Lily
Técnicas de manejo de conflictos	19 de Octubre del 2019	08h30 a 10 h00	Lcda. Ana Luisa Escobar	Instalaciones del Gabinete de Belleza Lily
Nuevas tendencias en maquillaje y diseños de uñas	8 de Noviembre del 2019	08h30 a 11h00	Maestra artesana Alexandra Villacreces	Instalaciones del Gabinete de Belleza Lily

Elaborado por: (Andrade, Susan Juana Vargas, 2019)

Cronograma

Tabla 22

Cronograma

N.	Tiempo Actividades	2019											
		Septiembre				Octubre				Noviembre			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Crear promociones para los clientes que visitan el local por primera vez												
2	Capacitar a los Empleados												
3	Recompensar a los clientes que aporten con referidos												
4	Buzón de sugerencias												
5	Cambiar la ubicación de local												
6	Implementar un día dedicado a la belleza												

Elaborado por: (Andrade, Susan Juana Vargas, 2019)

Conclusiones

Se estableció los fundamentos teóricos desde la administración del servicio al cliente y su relación con fidelización de los clientes.

Se determinó la situación actual del servicio y atención al cliente del gabinete de belleza Lily.

Se identificó las falencias que existen en el servicio de atención al cliente del gabinete de belleza Lily para elaborar un plan de mejoras.

Por medio de la encuesta hemos notado que no se obtiene la fidelización de los clientes por varios factores, como la infraestructura, los precios y la falta de capacitación del personal; por lo tanto, todo esto afecta los ingresos económicos del establecimiento.

Se elaboró el plan de mejoras correspondiente, este permitirá mejorar el servicio y atención al cliente del gabinete de belleza Lily.

Recomendaciones

- Crear promociones para los clientes que visitan el local por primera vez, esto permitirá atraer y fidelizar nuevos clientes.
- Capacitar a los empleados en temas de servicio y atención al cliente y temas de tendencias de belleza.
- Recompensar a los clientes que aporten con 3 referidos como mínimo debido a que esto permitirá aumentar la clientela del Gabinete de belleza Lily.
- Implementar un Buzón de sugerencias puesto que se podrá tomar las recomendaciones y quejas de los clientes.
- Cambiar la ubicación de local.
- Implementar un día dedicado a ofrecer diversas ofertas para satisfacer las necesidades de los clientes (por ejemplo combos y promociones 2x1).

Bibliografía

- López, P., & Fachelli, S. (2 de 2015). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION SOCIAL CUANTITATIVA. Barcelona, Bellaterra (Cerdanyola del Vallès), España: Dipòsit Digital de Documents.
- Pérez Porto , J., & Gardey, A. (s.f.). *Definición de observación* Definición de observación. Obtenido de 2009: <https://definicion.de/observacion/>
- (18 de 5 de 2019). Obtenido de Defincion: <https://definicion.mx/cliente/>
- (18 de 5 de 2019). Obtenido de Concepto: <https://conceptodefinicion.de/servicio/>
- Acevedo, C. R. (2017). Universidad Santo Tomas. *Propuesta de plan de negocios para la creación de salón de belleza y Spa azul*. Bogota , Colombia: Universidad Santo Tomas. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/4716/Ortizclaudia2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Andrade, Susan Juana Vargas. (12 de 6 de 2019).
- Arias, F. (2012). *Investigacion Explicativa 6ta Edicion*. Caracas: Episteme.
- Arias, F. G. (2012). El Proyecto de investigacion Introduccion a la Metologia Cientifica. Caracas: Episteme.
- Azanza, R. (23 de enero de 2017). *Riunet*. Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/39816/Confort-style.pdf>
- biblioteca Itson*. (s.f.). Obtenido de <http://biblioteca.itson.mx/oa/educacion/oa1/paradigmasinvestigacion/i4.htm>

Cadena, A. V. (2014). *epositorio.unemi.edu*. Obtenido de epositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/655/3/ANÁLISIS%20DEL%20SERVICIO%20DE%20ATENCIÓN%20AL%20CLIENTE%20DE%20LA%20CORPORACIÓN%20NACIONAL%20DE%20TELECOMUNICACIONES%20EP%20DEL%20CANTÓN%20MILAGRO%20PROVINCIA%20DEL%20GUAYAS.pdf

ConceptoDefinicion . (188 de 5 de 2019). Obtenido de

<https://conceptodefinicion.de/proceso/>

Deconceptos. (10 de 5 de 2019). Obtenido de <https://deconceptos.com/ciencias-juridicas/queja>

Definición. (18 de 5 de 2019). Obtenido de <https://definicion.mx/estrategia/>

definición, C. (10 de 5 de 2019). Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/queja/>

Definiciones Abc. (18 de 5 de 2019). Obtenido de

<https://www.definicionabc.com/social/expectativa.php>

DefinicionesAbc. (18 de 5 de 2019). Obtenido de

<https://www.definicionabc.com/general/decepcion.php>

Diccionario. (10 de 5 de 2019). Obtenido de

<https://www.google.com/search?q=Diccionario>

Española, R. a. (10 de 5 de 2019). Obtenido de <https://dle.rae.es/?id=LjSwokt>

ESTAÑ, Y. A. (11 de 2014). Plan de empresa para la creación de un salón de peluquería y estética en Bétera". . Venezuela : Universidad Politecnica de Valencia . Obtenido de

<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/45453/TFC%20YLENIA%20ALONSO.pdf>

Explorable.com. (19 de mayo de 2019). Obtenido de Explorable.com :

<https://explorable.com/es/muestreo-no-probabilistico>

FERRER, J. (31 de 7 de 2010). *Metodología* . Obtenido de <http://metodologia02.blogspot.com/>

García Ferrando. (1993). La Encuesta. En *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación* (pág. 123). Madrid, España: Alianza Universidad.

Global, F. A. (2019). *AMA GLOBAL*. Obtenido de

https://www.amamex.org.mx/articulos/Reglas_de_Oro_del_Servicio_al_Cliente.html

Gómez, H. S. (2006). Del servicio al cliente a la gestión de clientes. En *Servicio al cliente*. Colombia: Panamericana editorial Ltda.

Hernandez, R. (2002). *Metodología de la Invetigacion 3 Era Edicion* . Mexico: Mc.Graw Hill.

Isabel., F. A. (2017). Propuesta de estrategias para incrementar la fidelización de clientes a través de encuestas de satisfacción de los Spa`s de belleza en el distrito de Puente Piedra 2016". *Propuesta de estrategias para incrementar la fidelización de clientes a través de encuestas de satisfacción de los Spa`s de belleza en el distrito de Puente Piedra 2016"*. Pimentel, Peru: Universidad del señor de sipan. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4146/Fernández%20Avalos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Iván, B. (1 de Marzo de 2015). *Fundamentos de Mercadeo*. Obtenido de <http://fmercadeusb.blogspot.com/2015/02/dimensiones-del-servicio-la-calidad-de.html>
- Jesùs, I. (2 de 3 de 2017). *Sinnaps*. Obtenido de <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodologia-cualitativa>
- Jiménez, W. (2000). *Introduccion a la teoria administrativa*. Mexico: Fondo de la cultura.
- Koontz, H. (4 de 3 de 2003). *El pensante* . Obtenido de <https://educacion.elpensante.com/koontz-and-odonnell-concepto-de-administracion/>
- López, P. L. (2004). *POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO*. Obtenido de Punto Cero: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012
- Loyola Alva, M. S., & Villanueva Meyer Garfias, D. F. (2015). *Aplicación de marketing experiencial para la fidelización de los clientes de un salón Spa en la ciudad de Trujillo en el año 2015*". Trujillo, Peru: Universidad Privada del Norte. Obtenido de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/7992/Loyola%20Alva%20C%20Marlon%20Segundo%20-%20Villanueva%20Meyer%20Garfias%20C%20Diego%20Fernando.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mejia, T. (3 de 2 de 2018). *Lifeder*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-correlacional/>

MONTES SALAZAR, M. G., & PÉREZ VERA, T. E. (2 de 2018). *Plan de negocio para la creación del Salón de belleza "Essence" en la cabecera parroquia de la Isla Puná de la provincia del Guayas*. Guayaquil, Guayas , Ecuador : Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/29254/1/Trabajo%20de%20Titulacion%20Final%20Pérez-%20Montes.pdf>

Narciso, E. L. (7 de Julio de 2011). TÉCNICAS Y MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN. *TÉCNICAS Y MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN*. GUATEMALA: UNIVERSIDAD RURAL DE GUATEMALA.

Ochoa, C. (5 de 2015). *Netquest*. Obtenido de <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-por-conveniencia>

Portal Academico. (29 de 05 de 2017). Obtenido de <https://portalacademico.cch.unam.mx/alumno/biologia2/unidad2/estructuraEcosistema/poblacion>

Reference, W. (10 de 5 de 2019). Obtenido de <http://www.wordreference.com/definicion/Servicio>

significados. (19 de 5 de 2019). Obtenido de <https://www.significados.com/calidad/>

Swift, R. s. (5 de 7 de 2001). *Repositorio Ug*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/15819/1/TESIS-FINAL-TOTAL.pdf>

Tamayo. (2008). *Proceso de investigacion cientifica* 4ta edicion. Mexico: Lumisa.

Taylor, S. (1992). *"La entrevista en profundidad"*. España,: .Ed.Paidós.

Toala Pozo, W. E., & Chavez Quezada , K. (2015). Repositorio.ulvr.edu.ec. *“Desarrollo de una estrategia de mercado para lograr la fidelización de clientes e incrementar las ventas de servicio en el centro de belleza Ámbar Studio de Guayaquil”*,. Guaya, Guayaquil, Ecuador : Universidad Laica Vicente Rocafuerte . Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/814/1/T-ULVR-0866.pdf>

Anexos

Anexo 1 Encuesta



UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS

Encuesta de Satisfacción del servicio de atención al cliente que brinda el
Gabinete de Belleza Lily

N°	Interrogantes	Opciones
1	¿Con que frecuencia visita el Gabinete de belleza?	Semanal <input type="checkbox"/> Quincenal <input type="checkbox"/> Mensual <input type="checkbox"/>
2	¿Cómo calificaría los precios?	Bajos <input type="checkbox"/> Aceptables <input type="checkbox"/> Demasiados altos <input type="checkbox"/>
3	¿Qué es para usted lo más importante que debe de tener un Salón de Belleza?	Precios bajos <input type="checkbox"/> calidad profesional <input type="checkbox"/> Trato de los empleados <input type="checkbox"/>

4	¿Usted considera que el personal cuenta con los conocimientos necesarios para contestar sus inquietudes de manera correcta?	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
5	¿Cómo calificaría la atención que usted recibe?	Excelente <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/>
6	¿Considera usted que el personal debe de recibir capacitaciones continuamente para mejorar su servicio?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
7	¿Qué tipo oferta le atrae más?	Combos <input type="checkbox"/> 2*1 <input type="checkbox"/> Descuentos <input type="checkbox"/> Servicios extra gratis <input type="checkbox"/>
8	¿Qué le gustaría que mejoremos en el futuro?	Ubicación del Gabinete <input type="checkbox"/> Aumento del personal <input type="checkbox"/> Precios <input type="checkbox"/> Instalaciones <input type="checkbox"/>
9	¿Considera importante que el Gabinete de Belleza Lily premie a los clientes que envíen por lo menos a 3 referidos?	si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>
10	¿Cómo conoció usted el Gabinete de Belleza Lily?	Amigo <input type="checkbox"/> Solo <input type="checkbox"/> Publicidad (redes sociales) <input type="checkbox"/>

Anexo 2 Entrevista



Fecha: 16 de Julio del 2019

Entrevistada: Lilysbeth Torres Varas

Cargo: Gerente

1. ¿Cuáles serían los factores por el cual no obtiene la fidelización de los clientes?

2. ¿Usted escucha las sugerencias de los clientes?

3. ¿Qué mejoras implementaría usted para mejorar el servicio?

4. ¿Cuál es el mayor desafío que has enfrentado con tu empresa?

5. ¿Usted capacita regularmente a su personal?

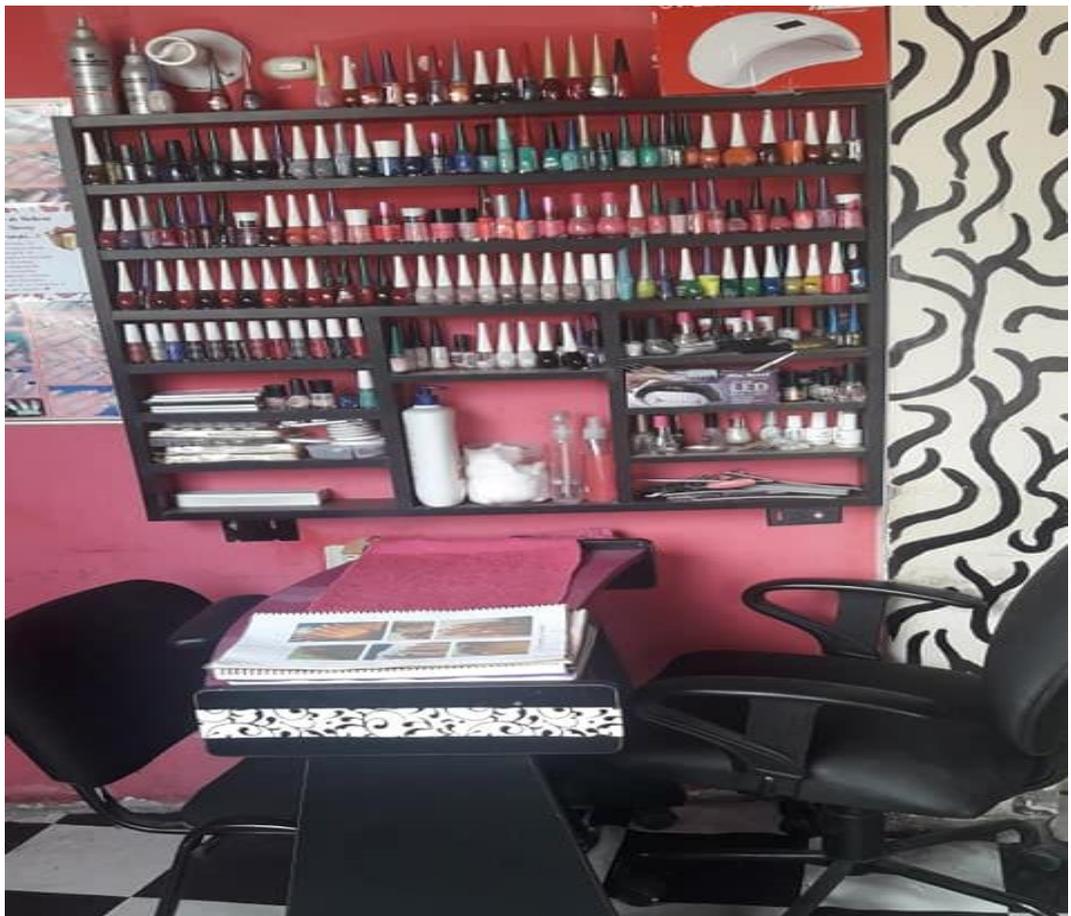
6. ¿Usted motiva a su personal para que mejore su rendimiento?

Anexo 3 Servicio



Fuente:(Lily, 2019)

Anexo 4 Instalaciones



Fuente:(Lily, 2019)

Gabinete De Belleza
Lily Torres

Tinturados
Rayitos
Mechas
balayage
Botox capilar
Alisado de keratina
Manicure y pedicure
Maquillaje para toda ocasión
Pigmentación de cejas y depilación
Cepillado
Planchado
Ondas
Repolivación
peinados
Cortes de Damas
Colocación de pestañas postizas

Separa tu cita
0988239937



Fuente: (Lily, 2019)



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÌA**

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor de Proyecto de investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **Plan de mejora a servicio de atención al cliente del gabinete de belleza Lily** y problema de investigación: **¿Cómo mejorar el servicio de atención al cliente para obtener la fidelización de los clientes del Gabinete de Belleza Lily, ubicado en la parroquia Pascuales del cantón Guayaquil, en el año 2019, provincia del guayas?** , Presentado por **Susan Juana Vargas Andrade** como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINSTRACION DE EMPRESAS

El mismo que cumple con los requisitos establecidos, en orden metodológico científico académico, además de construir un importante tema de investigación

Egresada:

Vargas Andrade Susan Juana

Tutora:

Ing. Com. Silvia Delgado V.

