



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DE TÍTULO DE
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**PLAN DE MEJORA PARA EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE
EN LA “PELUQUERÍA D’JESSY SPA”**

Autora:

Medina León Jessica

Tutor

Ing. Marlo López Perero

Guayaquil- Ecuador

2015



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: “plan de mejora para el servicio de atención al cliente en la “Peluquería D’JESSY SPA”

Presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **La Elevada Deficiencia en el Servicio Atención al cliente genera insatisfacción en el usuario de la “Peluquería D` Jessy Spa**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por la Egresada: **Medina León Jessica**

Tutor: **Ing. Marlo López Perero**



AUTORÍA NOTARIADA

Los criterios e ideas expuestos en el presente trabajo de graduación con el tema: “Plan de mejora para el servicio de atención al cliente en la “Peluquería D’JESSY SPA”, de la carrera de Administración de Empresas del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, son de absoluta responsabilidad del autor y no constituye copia o plagio de otra tesis presentada con anterioridad.

Autora:

.....

Medina León Jessica
C.C.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo primeramente a Dios, pilar fundamental en mi vida, por haberme permitido llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi esposo e hijos por su apoyo incondicional en todo momento, para poder culminar con éxito este trabajo.

AGRADECIMIENTO

Los resultados de este trabajo son gracias a Dios y a mi esposo que me ayudaron guiándome a lo largo de mi carrera para concluir de manera exitosa.

A todos los docentes del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano, que me ofrecieron sus conocimientos en todos estos años de estudio.

Muchas gracias.

Medina León Jessica

INDICE GENERAL

Contenido	Páginas
<i>CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR</i>	ii
AUTORÍA NOTARIADA	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
INDICE GENERAL	vi
RESUMEN	viii
Abstract	ix
CAPITULO I	1
EL PROBLEMA	1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 UBICACIÓN DEL PROBLEMA Y CONTEXTO	1
1.2 CAUSAS DEL PROBLEMA Y CONSECUENCIAS	2
1.3 SITUACIÓN CONFLICTO QUE DEBO SEÑALAR	2
1.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	2
1.5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.6 DETERMINACION DEL TEMA	4
1.7 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.8 OBJETIVOS	4
1.8.1 Objetivos generales:	4
1.8.2 Objetivos Específicos:	4
1.9 JUSTIFICACION E IMPORTANCIA	6
CAPITULO II	7
MARCO TEORICO	7
2. Fundamentación Teórica	7
2.1 Antecedentes Referenciales	15
2.2 Marco Conceptual:	21
2.3 Marco espacial	23
2.4 Marco temporal	23
2.5 Fundamentación legal	23
2.6 VARIABLES DE LA INVESTIGACION	25
2.6.1 Variable dependiente:	25

2.6.2	Variable independiente:	25
CAPITULO III		26
METODOLOGIA		26
3.	Objeto social	26
3.1	Misión	26
3.2	Visión	26
3.3	Descripción del proceso de estudio o puesto de trabajo	29
3.4	Análisis económico financiero de periodos anteriores de la empresa a través de indicadores (ingresos, costos liquidez, rentabilidad, rotación de inventarios entre otros)	30
3.5	Diseño de la investigación	31
3.6	Tipos de investigación	33
3.7	Métodos a utilizar en nuestro proyecto:	34
3.8	Población y muestra	35
3.9	Población	35
3.9.1	Tipos de población	35
3.9.2	Muestra	37
3.9.3	Tipos de muestra	37
3.10	Formato de Encuesta	39
CAPITULO IV		42
ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS		43
5.	CONCLUSIÓN	54
6.	RECOMENDACIÓN	55
7.	PROPUESTA DE PLAN DE MEJORA	56
8.	PLAN DE MEJORA	57
8.1	DESARROLLO DEL PLAN DE MEJORA	60
9.	BIBLIOGRAFIA	61
ANEXOS		63



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA
TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnóloga en administración de Empresas

Tema

“Plan de mejora para el servicio de atención al cliente en la “Peluquería D’JESSY SPA”

Autora: Medina León Jessica

Tutor: Ing. Marlo López

RESUMEN

El propósito de esta investigación es mejorar el servicio de atención al cliente de la Peluquería D’ Jessy Spa, implementando estrategias y cubriendo todos los campos que requiere un usuario al momento de visitarnos, con esta propuesta se fenecieran el cliente y la peluquería este proyecto se justifica porque la peluquería no está brindando un servicio completo por lo que está afectando las finanzas lo que requiere una atención especial para el éxito de la misma.

SERVICIO	CLIENTE	DEFICIENCIA	SATISFACCIÓN	MEJORA
----------	---------	-------------	--------------	--------



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnóloga en administración de Empresas

Tema

“plan de mejora para el servicio de atención al cliente en la “Peluquería D’JESSY SPA”

Autora: Medina León Jessica

Tutor: Ing. Marlo López

Abstract

The purpose of this research is to improve the customer service of the Barber Jessy’s Spa, implementing strategies and covering all fields requiring a user when visiting us, with this proposal the client fenecieran and the hairdresser this project It justified because the salon is not providing a complete service which is affecting finances which requires special attention to the success of it.

SERVICE

CUSTOMER

DEFICIENCY

SATISFACTION

IMPROVE

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 UBICACIÓN DEL PROBLEMA Y CONTEXTO

El presente trabajo investigativo se desarrolla en la “**PELUQUERIA D’JESSY SPA**” por la cual estamos diseñando un plan estratégico para el servicio de atención al cliente con el objetivo de que el usuario se sienta satisfecho con el servicio brindado ya que el cliente es el pilar fundamental de todo negocio.

¿Por qué brindar un buen servicio es muy importante?

Porque hoy en día todo negocio quiere brindar un servicio de calidad a cada uno de sus clientes, tanto así, que todo dinero que se utilice para un buen servicio, todo negocio ya no lo ven como gasto sino como inversión.

Hoy en día lo que importa es llevar una relación fidelizada con el cliente, es decir que no solo venga a nuestro local una vez, sino que cada vez que desee verse bien.

Con cada una de las estrategias a desarrollar para mejorar el servicio de la **Peluquería D’JESSY SPA** se hará más eficiente la atención.

“**Peluquería D’JESSY SPA**” es una peluquería spa ubicada en Ecuador, es una entidad interesada en brindar los servicios de peluquería no solo para que la mujer se vea bien sino para que el hombre también disfrute de estos servicios.

Inaugurada en el año 2012, es un negocio que presta los servicios de peluquería y spa para el hombre y la mujer.

Estructura Organizacional de la **Peluquería D’JESSY SPA** está formada por la Administración, estilista, ayudante del estilista, personal de aseo.

El problema que existe en la actualidad es el Ineficiente servicio de atención al cliente genera una alta insatisfacción al usuario de la

Peluquería D'JESSY SPA de la ciudad de Guayaquil, durante el año 2015.

Debido al poco tiempo brindado a la peluquería y el no brindar el servicio a los hombres, también nos ha traído pérdida de clientes y a su vez que ellos se sientan rechazados por el servicio que no se les brinda.

1.2 CAUSAS DEL PROBLEMA Y CONSECUENCIAS

En la ciudad de Guayaquil surge el problema del “Ineficiente servicio de atención al cliente genera una alta insatisfacción al usuario de la **Peluquería D'JESSY SPA** de la ciudad de Guayaquil durante el año 2015”

Una de las causas es la falta de conocimiento en el servicio para caballeros como resultado que nuestros clientes se vayan a la competencia. No damos servicio de manicura esta es otra razón por la que los clientes no se fidelizan.

1.3 SITUACIÓN CONFLICTO QUE DEBO SEÑALAR

En la ciudad de Guayaquil surge el problema del “Ineficiente servicio de atención al cliente genera una alta insatisfacción al usuario de la **Peluquería D'JESSY SPA** de la ciudad de Guayaquil durante el año 2015”

Una de las causas es la falta de conocimiento en el servicio para caballeros como resultado que nuestros clientes se vayan a la competencia. No damos servicio de manicura esta es otra razón por la que los clientes no se fidelizan.

1.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Tema: Plan de mejora en el servicio de Atención al Cliente a través de la **Peluquería D' JESSY SPA**

Campo: administrativo

Área: servicio de atención al cliente

Aspecto: mejorar la atención al cliente

Región: costa

País Ecuador

Cantón Guayaquil

Provincia: Guayas

Lugar: Cdla. Las Terrazas Mz.11 V15

Espacio: Servicio al Cliente

Periodo: 2016 -2017

1.5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo incide el servicio actual que brinda la **Peluquería D'JESSY SPA** en la satisfacción al cliente?

Este trabajo consiste en realizar mejoras para brindar un servicio completo en la atención al cliente aportando estrategias y técnicas necesarias para mejorar el bajo rendimiento en la **Peluquería D' JESSY SPA** y así garantizar un eficiente servicio para que mi trabajo sea competitivo y exitoso.

1.6 DETERMINACION DEL TEMA

“Ineficiente servicio de atención al cliente genera una alta insatisfacción al usuario de la **“Peluquería D’JESSY SPA”** de la ciudad de Guayaquil durante el año 2015”

Para el servicio de atención, a través de la **Peluquería D’JESSY SPA** se plantearía un Plan de Mejoras.

1.7 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Variable dependiente: Insatisfacción en la atención de la peluquería D’Jessy Spa

Variable independiente: La elevada deficiencia en el servicio de atención al cliente

Delimitación Geográfica: Gabinete de belleza

Delimitación Temporal: 2015- 2016

1.8 OBJETIVOS

1.8.1 Objetivos generales:

Diseñar un plan estratégico para que el servicio de atención al cliente genere una alta satisfacción al usuario de la **Peluquería D’JESSY SPA** de la ciudad de Guayaquil en el año 2015.

1.8.2 Objetivos Específicos:

-Brindar los servicios completos requeridos por el cliente, mediante la aplicación de talento humano capacitado, para satisfacer los requerimientos de los mismos.

-Mejorar el servicio diseñando horarios nuevos de atención, para que el cliente se sienta bien atendido como se merece para que de esa manera se fidelicen.

-Superar las expectativas del cliente mediante el cumplimiento de sus requerimientos para incrementar nuestra clientela.

1.9 JUSTIFICACION E IMPORTANCIA

Este proyecto busca mejorar nuestro servicio de atención al cliente en la **PELUQUERIA D'JESSY SPA**, y así ser más eficiente la atención.

El presente trabajo es muy importante ya que implementando estrategias mejorara en su totalidad el servicio, al momento de atender a los clientes, con esta propuesta se beneficiarán ya que tendrán todos los servicios en un solo lugar, con personal responsable y altamente capacitado.

Por esta razón considero importante elaborar este tema “Ineficiente servicio de atención al cliente genera una alta insatisfacción al usuario de la **Peluquería D'JESSY SPA** de la ciudad de Guayaquil durante el año 2015”.

Este proyecto es muy importante puesto que conlleva hacer investigaciones de como satisfacer al cliente actual.

Yo busco mejorar el servicio de atención de la peluquería D' JESSY SPA para hacer más eficiente la atención al cliente.

Por esta razón mi propuesta seria reducir la deficiencia en el servicio de atención al cliente en la **Peluquería D'JESSY SPA** de la ciudad de Guayaquil durante el año 2015

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2. Fundamentación Teórica

El Servicio al cliente es una actividad que siempre ha existido, es el pilar fundamental de toda empresa debido a la competencia y a la alta exigencia de los clientes, es muy importante que el cliente siempre quede satisfecho, que obtenga su servicio en el momento y lugar adecuado.

Atención al cliente servicio que presta toda empresa al momento de comercializar sus productos esforzándose en satisfacer sus necesidades, el éxito de las empresas está también en dar solución a las demandas de los clientes de forma rápida, en una peluquería ofrecemos varios servicios como corte de cabello cepillados, tinturados, planchados, maquillaje, etc. El lugar donde empezaron a realizar los cambios en cuanto a la belleza nos remite a Egipto lugar donde cuidaban su aspecto personal luego comenzaron a poner de moda los diferentes peinados, el uso de pelucas en donde predominaba las de cabello lacio con cerquillo.

Luego salió a la moda el tinturado con henna, en donde a sus clientelas les permitió cambiar el tono de su cabello de negro a rojo o caoba.

La inteligencia que Dios le ha dado al hombre ha hecho que con solo poder contar con estas herramientas poniéndolas en prácticas y con ayuda de textos dejados por nuestros antepasados ajustada a la actualidad, uno toma experiencia.

Prehistoria y Edad antigua

En la actualidad todavía algunas culturas consideran que el cabello es el alma de cada persona.

Ahora y en tiempos remotos el cuidado del cabello y el verse bien es de mucha importancia para la sociedad, en la antigüedad la primera herramienta utilizada,

las espinas de pescado, también los dientes de animales fueron usados como peines para personas de aquellas épocas.

Recordando los peinados de las mujeres de años pasados son las melenas lisas tinturados sus cabellos de negro azabache, decorado con finas diademas con piedrecitas de colores y otra de las opciones que tomaban las mujeres de aquella época eran las pelucas.

La cultura Egipcia fue la que considero como pieza fundamental al cabello, porque el buen cuidado embellece físicamente a las personas, consideraron los griegos que es la belleza un pilar de su cultura, es por eso que trabajan seguir aprendiendo para ir poco a poco mejorando en esos peinados extremadamente elaborados.

Lo contrario de los egipcios, los gustos de los griegos eran ver en el cabello de las mujeres múltiples rizos y ondas, gracias a monumentos nos podemos dar cuenta de los peinados antiguos con detalles de ondas cortas en a frente y melenas recogidas, en esos tiempos en los hombres el cabello rizado se consideraba hermosura.

En Egipto, como en Grecia, eran los esclavos encargados de embellecer la cabellera de sus amos, en donde Grecia apporto con algo muy novedoso e importante elemento los salones de belleza, lugar donde asistían las cabezas más selectas para embellecerlas, otras de las novedades fue teñir el cabello y así dar más realce a los peinados de aquellas épocas.

Los iberos

Ellos seguían sus propios criterios para embellecer las cabelleras, usaban tocados parecidos a una rueda en su contorno pelo trenzado enroscado y cubierto de tela, además accesorios complementarios como peinetas, diademas, estos accesorios son parte de nosotros en la actualidad.

Los Barbaros

Estos pueblos en cuestión a peluquería eran gente eminentemente práctica, ya que los cabellos largos y sucios causaba molestia y siendo un pueblo que no valoraba la estética hicieron de las trenzas sus peinados insignia, puesto que eran gente guerreros y cazadores por ello le daban poca importancia a las artes, debido a sus ocupaciones y poco tiempo para entretenerse en colorear, rizar o decorar su cabellera.

Imperio Romano

El imperio Romano tomo como guía a la cultura griega y a los pueblos del norte, a ellos le cautivo las hermosas cabelleras rubios, ese tono encanto a las mujeres en donde empezaron a realizar pruebas para poder aclarar sus cabellos los compuestos más populares era el sebo de cabra, ceniza de haya y flor de manzanilla

Los salones de belleza ya eran un negocio claro está que no era de modo global como en la actualidad, sino que cada salón era por especialidad unas peinaban, otras tinturaban, otras ponían extensiones llamadas en aquella época pelucas.

En poco tiempo la mejor idea fue buscar un servicio completo a los clientes que asistían a las barberías, en tiempos pasados se convertían estos lugares en centros de encuentros mientras que los profesionales se encargaban en dejar a sus clientes satisfechos.

Edad Media

En estos tiempos había falta de muchas cosas, para que sus centros sean todo un éxito, gracias al periodo cercano del Renacimiento en donde el pensamiento de las personas era totalmente diferente ahora practicarían el Arte, la estética, la moda, la belleza y de esta manera empezó la riqueza económica.

La Edad Media (s. VII - s. XV)

En esos tiempos las ciudades quedaron al cuidado de señores que imponían las leyes, aquellas personas eran tan crueles que no les importaba el bienestar de los demás solo el de ellos, esta mala actitud de aquellos señores logro que las ciudades empobrezcan, tanto así que faltaba hasta las cosas más básicas...eran tiempos muy difíciles que la única opción que les quedaba era salir al mundo rural.

Esta situación poca agradable no permitía a cualquiera visitar un centro estético, estos servicios solo estaban al alcance de los Señores Feudales que tenían una vida superior a la de los demás, la estética no estaba al alcance de cualquier persona porque algunas religiones se la impedían como por ejemplo a las mujeres ellos imponían que se recogieran su cabello.

La edad media era una época muy complicada el que usaba jabón era una persona importante ya que en esa época era un lujo usarlo, es por eso que optaron las mujeres en usar trenzas para que la cabellera no se ensucie además usaban accesorios como gorros para que no les caigan piojos sus peines eran elaborados de hilo de lana, otros peines los elaboraban de madera, el peinado de la edad media era con raya en medio era la forma más común de usarlo.

Renacimiento

En la época del renacimiento la economía era mejor que la anterior aquí era muy importante mantener el aseo personal, en esta época se recupera la moda donde los peinados antiguos era en boom, los peinados de la época romana estaban a la moda y todos los querían tener, más adelante se incorporaran los postizos en forma de trenza, una moda más para esta época.

El centro de atención europea con respecto a la moda, Italia imponía sus ideas, por ejemplo, exponía al sol la cabellera para realzar su color de ahí parte todos los cambios que se darían en el color habitual, las mujeres ahora querían tenerlos de colores claros.

El color del cabello de las mujeres iría cambiando de a poco de oscuro pasaría a colores rubio cenizos todos estos cambios se verían en las personas de clase alta, los pintores tenían pinturas de como lucían las melenas en el pasado, en el pasado se usaban las trenzas sencillas mientras que en la actualidad se sigue usando, pero con la diferencia que usan diferentes cantidades de complementos que resaltan a los peinados de esta época.

La época del Barroco

Los siglos XVII y XVIII, aquí las personas se preocupaban de aparentar porque al hacer eso indicaba que eran poderosos en esta época resaltaba la riqueza decorativa. Las personas se dedicaban más a los bailes es por eso que se preocupaban mucho en verse y sentirse bien consigo mismo.

La moda dio lugar a prendas diferentes todo cambiaba con tal de verse bien, aquí se comenzó a usar las casacas llamadas así en aquella época, el calzón que tenía que llegar hasta las rodillas, zapatos de taco alto de colores fuertes, sombreros adornados de forma exuberante llenos de plumaje, y los encajes que no podían faltar.

Las mujeres gustaban por usar grandes escotes con decoraciones de alambres en forma de armadura que las hacían lucir con gran glamur la cual robaban miradas y eso gustaba mucho de ahí provenía el quererse ver bien siempre.

El Siglo XIX. Época de cambios

Esta época marco la diferencia, era notable la aparición de nuevas costumbres, en épocas pasadas las mujeres no podían salir sin sus pelucas mientras que acá se dejó de usar las mismas porque el aseo personal era lo más importante, en poco tiempo se fue viendo la aparición de profesiones y creación de estrategias como por ejemplo la prestación de servicio a domicilio para satisfacer al cliente esto era del agrado de ellos.

Los profesionales de la época del siglo XIX prestaban su servicio a cambio de dinero, sus actividades eran lavar y peinar a un grupo de clientas es decir mujeres que se ponían en manos de profesionales estilistas mientras que los hombres seguían prefiriendo a los barberos.

La mujer de clase social baja su cabellera era sujeta con monos porque era decoroso, ellas preferían eso para sentirse bien consigo mismo, en ellas ese peinado reflejaba humildad sencillez, las que deseaban podían usar sombreros sin ningún problema, en aquella época era el mejor accesorio.

El Siglo XX (1900-1930)

En el siglo XIX fue el que impulso a las peluquerías definitivamente, en esta época hubo más apariciones de gabinetes de belleza que los dirigían profesionales de la belleza, la mayoría se ponían a estudiar para aprender y después sea parte de un ingreso familiar.

Tanto hombre como mujeres se estaban capacitando para ser unos profesionales de la belleza, en esta época las mujeres ya trabajaban para llevar el sustento a la mesa por eso ellas preferían llevar un corte de

cabello fácil de peinar por eso llevaban el corte de melena corta, el cortarse el cabello era símbolo de prosperidad.

El Siglo XX (1930-1960)

En el siglo XX las grandes ondas demuestran elegancia sus melenas ya eran diferentes sus colores eran más claros y ondulados con mucho fijador, aquí toda mujer acudía a los salones de belleza estaba al alcance de todas las mujeres de aquella época acudían una vez por semana por lo menos, mientras que las mujeres de muchos recursos a diario acudían a los gabinetes para hacerse cosas diferentes y verse bien todo el tiempo.

Para las mujeres de este siglo las melenas eran sus cambios de look ya sean melenas cortas o largas y para los hombres el patrón a seguir era los cortes y peinados de los cantantes que en aquella época era el copete o tupe como lo llamaban en aquella época.

El Siglo XX (1960-1980)

En el siglo XX evoluciona la moda el peinado es una característica en cada persona, joven, adulto, adulto mayor identificándolos como seguidores de tendencias, las personas que usaban el copete los seguirían usando como los que usaban los cerquillos igual.

En este siglo la moda para los hombres era el cabello largo como los cantantes Beatles, pero en los años 70 to cambiaría el cabello de los hombres cambiaria de forma y color, aquí su cabellera sería más larga de lo habitual

Siglo XX (1980-2000)

Con lo que se refiere a la belleza los años 80 toma una vuelta de 90 grados aquí la mujer actual quiere demostrar su profesionalidad y verse bien es lo primero en sus planes, los hombres no se quedarían atrás, el verse bien y cuidar su aspecto persona

Es cuando crean tendencia todos los gabinetes, peluquerías y barberías, en los años 80 recordamos que usaban las melenas con ondas mientras que en los 90 a la moda se puso el corte escalonado donde se le podía agregar las extensiones, pero eso dependía de cada estilo que la persona quisiera darse.

El Siglo XXI. Los inicios del nuevo milenio

En este comienzo del nuevo milenio el cambio era de acuerdo al estilo y elección que cada persona quería darle a su melena, en este milenio los ídolos a seguir eran los cantantes, actrices, top models donde los profesionales podían a prueba sus conocimientos antes sus clientes exigentes.

2.1 Antecedentes Referenciales

Con la finalidad de desarrollar un marco teórico que fundamente el tema objeto de investigación utilizaremos siempre bibliografía actualizada a partir del año 2000 en adelante, esto nos permitirá contribuir con la historia del arte sobre el tema de estudio, además de actualizar ciertos conceptos que fueron tratados con mucho empirismo. A continuación, detallaremos los conceptos y definiciones de los términos y palabras descritos en nuestro problema objeto de investigación, en nuestro objetivo general, objetivos específicos, variable independiente, y variable dependiente.

DEFICIENCIA

- **Diccionario de la lengua española (2005)**

Define que es “Defecto, carencia”

- **Diccionario Enciclopédico (2009) Larousse Editorial**

Define que es “Escasez o falta de algo”

- **Diccionario Español Lexicoon**

Define que es “Anormalidades de la estructura corporal y de la apariencia y a la función de un órgano o sistema, cualquiera que sea su causa”

- **Real Academia Española (2016)**

Defecto (ll imperfección).

Consideramos la palabra Deficiencia como carencia o limitación que tiene una cosa la cual impide que todo marche bien, ya que la carencia limita el desempeño de los colaboradores y daña la imagen empresarial con ese servicio deficiente brindado.

SERVICIO

Stanton, Etzel y Walker (2004), definen que los **servicios** "*como actividades*

intangibles son la parte principal de una transacción para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades" Pag.333

Para Richard L. Sandhusen (2003), define que los **servicios** “son actividades, que ofrecemos a la venta o renta, siendo intangible y no dan como resultado la propiedad de algo”. Pag.385

Según Lamb, Hair y McDaniel, define que los **servicios** “son el resultado de un esfuerzo que no se posee físicamente, los servicios son el esfuerzos humanos y mecánicos ya sea de personas u objetos ” Pag.344

Para la American Marketing Association (A.M.A.), Define qué **servicio** “son productos, tales como seguridad de domicilio, préstamo de banco”, es decir que cambian directamente del productor al usuario, estos no podrán ser transportados ni almacenados, la mayoría de los productos tangibles y en parte intangibles.

Consideramos la palabra Servicio como actividades que realizamos para satisfacer de forma inmediata las necesidades de nuestros clientes, nos daremos cuenta si el servicio ha sido excelente si el usuario regresa nuevamente a nuestras instalaciones.

ATENCIÓN

Kahneman (1973, 1997): Define qué atención “indica que la correcta relación que exista con los clientes eso ayudara a que la empresa conozca las actitudes y poder así anticiparnos a sus necesidades.

Tudela (1992): Define qué **atención** “indica que toda empresa ofrece una atención en el servicio al cliente donde cada persona tiene la oportunidad de estar en contacto con los clientes buscando en ellos su total satisfacción Pág. 12

Rosselló (1997): Define qué **atención** “es el arte de brindar un servicio como parte de un intercambio con sus clientes en una cadena de valor y comercialización. Pag.11

García Sevilla (1997): Define qué **atención** “Es el servicio que le damos constantemente a nuestros clientes, toda empresa debería de financiar programas de capacitación de atención al cliente a sus colaboradores y no tomarlo como pérdida sino como ganancia porque es de mucha importancia la manera como se va a dar la atención para que su clientes vuelvan y haya ingresos a la misma. Pág. 11

Consideramos que atención es una estrategia que cualquier empresa diseña para satisfacer sus necesidades y relacionarse con sus clientes, la atención se aplica a toda organización que brinda servicio y bienes, la atención es una actividad que vincula una organización con sus usuarios.

CLIENTE

Según la American Marketing Association (A.M.A.) Se define que **cliente** es "la persona que utiliza los servicios de otra persona, empresa o profesional con la expectativa de recibir lo deseado.

Según The Chartered Institute of Marketing (CIM, del Reino Unido), Se define que **cliente** es "una persona que adquiere un producto o servicio" existen los clientes satisfechos y los clientes insatisfechos, esto depende mucho del tipo de atención que haya tenido el cliente.

En el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., (1999) Se define que **cliente** es un "Término que define a la organización o persona que hace una compra, el cliente es la persona natural que desea hacer una compra o quiere algún servicio, todo cliente es una persona que adquiere un servicio o producto de manera ocasional o de manera frecuente depende mucho sus necesidades. Pag.54

En el libro "Marketing de Clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente?" (2007) se menciona lo siguiente: "La palabra cliente proviene del griego antiguo. Es decir, mis clientes son aquellas personas que utilizan o adquieren de manera frecuente un servicio o un producto del agrado de cada uno. Recordemos que el cliente siempre va a tener la razón, entre los clientes nos encontraremos con los constantes frecuentes y ocasionales.

Consideramos que cliente es un individuo que mediante una compra o un intercambio adquiere un bien o un servicio, cabe recalcar que existen los clientes satisfechos y clientes insatisfechos, claro que al cliente satisfecho deberemos cuidar para que siga comprando o usando nuestros servicios en nuestra organización, y los insatisfechos recuperarlos brindándoles promociones especiales.

SATISFACCIÓN

Philip Kotler, Se define que **satisfacción** es "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas" Pag.10

Howard y Sheth (1969) Se define que **satisfacción** es estado cognitivo derivado de la adecuación o inadecuación de la recompensa recibida respecto a la inversión realizada, se produce después del consumo del producto o servicio. Pág. 1

Hunt (1977) Se define que **satisfacción** es evaluación que analiza si una experiencia de consumo es al menos tan buena como se esperaba, es decir, si se alcanzan o superan las expectativas. Pág. 459

Westbrook y Reilly (1983) Se define que **satisfacción** es la respuesta emocional causada por un proceso evaluativo-cognitivo donde las percepciones

sobre un objeto, acción o condición, se comparan con las necesidades y deseos del individuo.

Bachelet (1992) Se define que **satisfacción** son técnicas usadas con frecuencia y la más importante para toda organización. se consideró que la satisfacción es utilizada en el marketing con mucha frecuencia, la satisfacción al cliente es superar las expectativas del mismo. En esta teoría toman en cuenta a la hora de elegir un servicio y que satisfaga sus necesidades. Pág. 5

Consideramos que **satisfacción** es una meta que toda organización debe aspirar, dado que el cumplimiento de la misma determinara que el cliente regrese satisfecho a su organización y no tomar como primera opción ir a la competencia.

GENERAR

Real Academia Española 2016

Este diccionario define que **generar es** “Producir, causar algo procrear”

Diccionario Manual de la Lengua Española vol. 1 (2007) Larousse

Editorial Este diccionario define que generar es “crear alguna cosa”

Diccionario Enciclopédico vol.1 (2009) Larousse Editorial

Este diccionario define que **generar** es “Engendrar, Ocasionar, causar”.

Diccionario Manual de Sinónimos y Antónimos de la Lengua Española

(2007) Larousse Editorial Este diccionario define que generar es “engendrar, procrear. Engendrar, originar, ocasionar, causar, producir”.

Consideramos que **generar** es crear algo que tendrá un efecto, o que da lugar a cierta consecuencia.

INSATISFACCIÓN

Diccionario Manual de la Lengua Española vol. 1 (2007) Larousse Editorial

Este diccionario define que **insatisfacción** es “sentimiento, disgusto que se tiene cuando no se cubre una necesidad, insatisfacción cosa que provoca malestar o disgusto.

Diccionario Enciclopédico vol.1 (2009) Larousse Editorial

Este diccionario define que **insatisfacción** es “Falta de satisfacción, disgusto por algo”.

Real Academia Española (2016)

Este diccionario define que **insatisfacción** es “Falta de satisfacción”

Definición ABC

Insatisfacción “es algo que se experimenta cuando al obtener algo deseado no cumple con las expectativas requeridas”.

Consideramos que insatisfacción es un sentimiento que experimenta una persona cuando sus expectativas no se han cumplido a cabalidad, es decir es una frustración de no haber cumplido un deseo determinado, insatisfacción podemos considerar que es un sentimiento que experimenta una persona cuando no son cumplidas sus expectativas.

USUARIO

Real Academia Española (2016)

Se define que **usuario** “es aquel que usa algo, es alguien quien tiene derecho a usar algo ajeno con limitación”

Diccionario Manual de la Lengua Española vol. 1 (2007) Larousse Editorial

Se define que usuario “se aplica a la persona que usa habitualmente algo”.

Diccionario Enciclopédico vol.1 (2009) Larousse Editorial Se define que

usuario es el individuo que utiliza algún objeto para usarlo, que usa una cosa constantemente.

Consideramos que usuario es una persona que usa algo, persona que utiliza algún objeto que sea prestado, pero con limitaciones, o que usa habitualmente un servicio ya sea el ir a una peluquería o adquirir un producto, usuario también es un individuo que usa algo con un fin.

2.2 Marco Conceptual:

Deficiencia

Considero la palabra deficiencia como la escasez, defecto, falla, o imperfección que tiene una cosa, especialmente por la carencia de algo.

Servicio

Los **servicios** son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en la renta o a la venta y son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades

Atención

Yo considero que atención es el gesto de cortesía, respeto, Aplicar los sentidos al asunto junto con un proceso de focalización perceptiva que incrementa la conciencia clara y diferente del núcleo de estímulos

Cliente

Es la base de toda empresa debemos decir también que es la persona u organización que realiza una compra, y que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa

Satisfacción.

A mi criterio personal es una reacción positiva o placer que se tiene cuando se ha colmado un deseo o se satisface una necesidad.

Insatisfacción

Sentimiento de malestar que se tiene cuando no se colma un deseo o no se cubierto por completo una necesidad

Generar

Producir, algo que tendrá una causa y un efecto o consecuencia

Usuario

Es el beneficiario del servicio ofrecido

2.3 Marco espacial

El proyecto de la Alta deficiencia en la atención al cliente genera Ineficiente servicio en la Peluquería “**D’JESSY SPA**”

Se va a realizar en la misma peluquería, ubicada en Cdla. Las Terrazas Mz.11 V15

2.4 Marco temporal

Los datos serán considerados para la realización del trabajo de investigación serán enmarcados dentro del periodo 2015-2016

2.5 Fundamentación legal

Las relaciones patronos obreros en la República del Ecuador, están normadas por diferentes instituciones del Estado que al momento de cumplir funciones tendrán leyes que seguir como las que a continuación detallamos.

Reformas laborales del Ecuador

1.- Trabajo juvenil

Esta reforma está destinada para los jóvenes desde los 18 hasta los 26 años de edad, claro está que se tomara en cuenta si es su primer trabajo, una opción muy agradable para las empresas es que si contratamos estos trabajadores jóvenes el estado nos ayudara con el aporte del empleador al IESS, solo se cubrirá si el trabajador tiene como ingreso hasta dos salarios básicos, al momento de contratar trabajadores jóvenes de esto se encargara el Ministerio del Trabajo.

2.-Jornada prolongada de trabajo

Esta Reforma contempla por escrito que se trabaje más de 8 horas sin sobrepasar las 10 horas al día, estos horarios serian distribuidos de la manera que desee el trabajador, pero dentro de los 5 días laborales.

3.-Licencia o permiso sin remuneración para el cuidado de los hijos

El trabajador luego de haber tomado su licencia tendrá derecho a la licencia opcional y voluntaria sin paga alguna hasta 9 meses más para cuidar a sus recién nacido, solventando los gastos de cesantía, esta licencia aplica también a padres y a madres adoptivas, todo con referente a salud lo asumirá el Ministerio de Salud.

Se considerará despido ineficaz, si el trabajador fuese despedido por acogerse a este beneficio.

5.- Seguro de Desempleo

Este beneficio lo tiene toda persona que pierda su trabajo por causas ajenas a su voluntad, el Proyecto indica que el 3%del aporte que se va acumulando, el 1% a un fondo solidario y el 2% a una cuenta individual

2.6 VARIABLES DE LA INVESTIGACION

2.6.1 Variable dependiente:

Ineficiente servicio en la peluquería “D’JESSY SPA” debido a la mala atención al cliente.

2.6.2 Variable independiente:

Alta deficiencia en la atención al cliente

Delimitación Geográfica: Peluquería.

Delimitación Temporal: 2015- 2016

CAPITULO III

METODOLOGIA

Nombre de la Peluquería: **“D’JESSY SPA”**

“D’JESSY SPA” es un centro que brinda una variedad de servicios para las personas que quieren verse bien.

“D’JESSY SPA” es una Peluquería localizado en la ciudad de Guayaquil constituida en el año 2012

3. Objeto social

En la Peluquería: **“D’JESSY SPA”** tiene como prioridad brindar un espacio de estética y cuidado personal al servicio de cualquier persona en el que pueden encontrar profesionales, productos y servicios de la mejor calidad dentro de un ambiente cómodo e innovador

3.1 Misión

Nuestro compromiso es brindar a los clientes un servicio integral de belleza completo con altos estándares de calidad, con la atención de buen capital humano y equipos de última tecnología, para eficientizar el servicio, satisfacer las necesidades de los clientes y comercializarlos a precios razonables, cumpliendo con las expectativas de las mismas.

3.2 Visión

Tener un constante desarrollo, superando las expectativas de los clientes, cubriendo el mercado local en el mediano plazo, logrando establecer las estrategias para marcar la diferencia y ser una empresa reconocida prestando los servicios de Alta Peluquería a nivel nacional.

Grafico N. 1 Estructura Organizativa



Fuente: Elaboración de la autora

Tabla N. 1 Plantilla Total de los trabajadores

administradora y dueña del negocio	1
Estilistas	1
Manicurista	1

Fuente: elaboración de la autora

Tabla N. 2 cantidad de trabajadores por categoría ocupacional

Nombre	Ocupación	Núm. trabajadores
Jessica Medina León	Dueña del Negocio Peina, corta, plancho, tinturo	1
Adamaría Mendoza	Manicurista	1

Fuente: elaboración de la autora

Tabla N. 3 Clientes, Proveedores y Competidores

Clientes	Proveedores	Competidores
Fiscalía del sur	Gloria Saltos	Gabinete Mary
Universidad Estatal de Guayaquil	La Casa del Peluquero	Gabinete Byn
Colegio Nueva Semilla	Dipaso	
Escuela Sagrados Corazones		
Academia Yesenea Mendoza		

Fuente: elaboración de la autora

Tabla N. 4 Principales productos y servicios

SERVICIOS	CARACTERÍSTICAS
Corte de pelo	
Cepillado	Se seca bien la raíz, sin quemar el cuero cabelludo, hasta llegar a las puntas. Desplaza el cepillo, poco a poco, con dinamismo y apuntando la punta del secador hacia el cabello.
planchado	Se pasa la plancha cuando el pelo esté casi seco, para acabarlo de secar y darle la forma que queramos Elije la temperatura de la plancha de pelo según tu tipo de cabello: 165°C

	para pelo fino y 185°C para pelo rizado.
Tinturado	El teñido del cabello es el procedimiento para cambiar el color del cabello. Entre las razones usuales para querer cambiar el color se encuentran cubrir las canas o cabellos grises, cambiar a un color que se considera más a la moda o deseable, y restaurar el color original del cabello luego de haber sido decolorado mediante procesos de peluquería o decoloración inducida por la acción de los rayos solares.
Pedicura	Conservar las uñas de los pies en un buen estado para que luzcan bien y saludables
Manicure	Tiene por objeto conservar las manos y uñas en el mejor estado posible. Para que luzcan más bonitas y elegantes con la aplicación de cremas y color en las uñas. Con la ayuda de cosméticos podemos disimular algunos defectos de la mano y de las uñas. Sin embargo, corresponde en su mayoría a la cirugía plástica.

Fuente: elaboración de la autora

3.3 Descripción del proceso de estudio o puesto de trabajo

Administradora de la peluquería- spa

Como en todo equipo bien organizado, siempre será imprescindible la figura de la administradora o dueña del local, el cual será el **principal responsable del funcionamiento de la peluquería**.

Para este cargo, es necesario tener nociones de peluquería ya que de ese modo podrá administrar mejor y definir las capacidades del resto del equipo.

Estilistas

Un estilista es un profesional que se encargara de asesorar al cliente, el trabajo de Él será siempre conseguir que la persona, transmita aquellas cualidades que desea proyectar, en todo momento se deberá revisar la perfecta limpieza de los puestos de trabajo en general.

Para no interrumpir su trabajo, mantendrá informado al ayudante de los productos que necesita.

Manicurista

Es la persona que tiene por ocupación el cuidado y embellecimiento de las manos y en especial, el cuidado y pintura de las uñas.

Las manicuras trabajan en establecimientos destinados al embellecimiento de las personas como los centros de estética y/o de peluquería. Entre sus ocupaciones se encuentran el corte, limpieza y pulido de las uñas de los clientes tanto de las manos como de los pies. Para ello, primero retiran la pintura anterior utilizando acetona o un líquido similar. Luego, cortan y perfilan la forma de las uñas utilizando tijeras y limas. Para ablandar las cutículas del cliente se ayudan de agua y aceite y para limpiarlas de asperezas y recortarlas utilizan cuchillos y tijeras especiales.

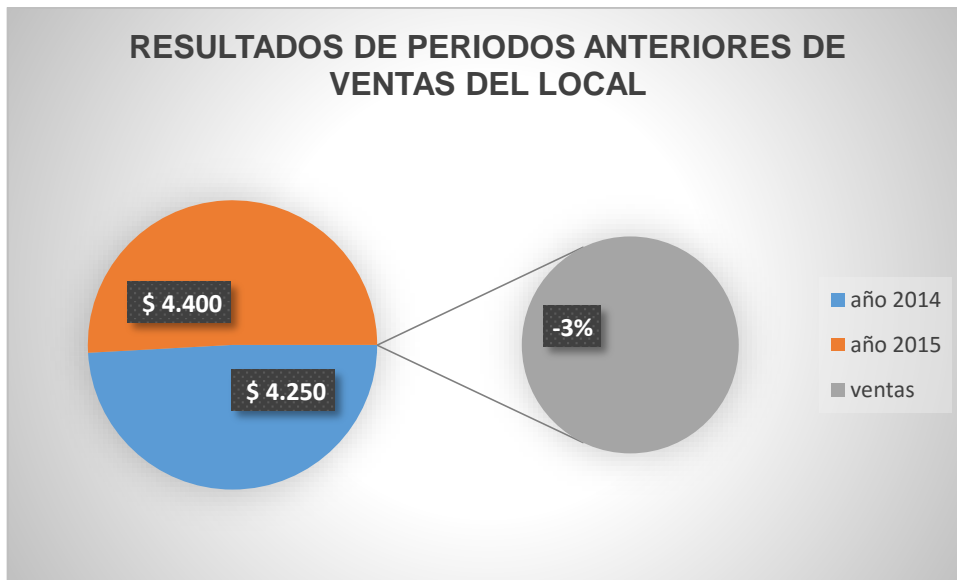
3.4 Análisis económico financiero de periodos anteriores de la empresa a través de indicadores (ingresos, costos liquidez, rentabilidad, rotación de inventarios entre otros)

Tabla N. 5

año 2014	año 2015	ventas
\$ 4.250	\$ 4.400	-3%

Fuente elaboración de la autora

Grafico N. 6 ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO



Fuente: Elaboración de la autora

3.5 Diseño de la investigación

Investigación Cualitativa. –

La investigación cualitativa pretende generalizar la población a través de técnicas estadísticas de muestreo, logrando establecer las estrategias para mejorar la diferencia. No se trata de medir en qué grado una cierta cualidad se encuentra, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible.

La investigación cualitativa, es aquella que permite examinar los datos de manera científica, numérica, con ayuda estadística, es por eso que esta investigación se produce por la causa y efecto de las cosas.

Investigación Analítica. –

Aquí se lleva a cabo la Investigación Analítica, una vez que se han determinado bien los hechos con respecto al problema de investigación, pero el objetivo de esta investigación es conocer el fondo del problema para que el investigador trate de probar o negar.

Investigación Comparativa. –

La Investigación Comparativa, logra la identificación de semejanzas o diferencias de las situaciones que ocurren en diferentes escenarios permitiendo desarrollar comparaciones.

Investigación Deductiva. –

Este método utiliza instrumentos científicos, es deductivo si las premisas de partida son hipótesis contrastables, el concepto de investigación deductiva indica que iniciamos con una generalidad para llegar a una particularidad.

Investigación Inductiva. –

Este método se emplea como instrumento de trabajo, por lo tanto, se asciende de lo particular a lo general, es decir iniciamos con individualidades o

particularidades para llegar a una generalidad que nos permita resolver nuestra situación conflicto, este método nos permite medir las probabilidades de los argumentos.

3.6 Tipos de investigación

Investigación Exploratoria. –

Este método nos da una visión general respecto a una determinada realidad, este método se lo utiliza cuando la investigación a realizarse no requiere de mucha profundidad, es decir se lo utiliza cuando el problema a resolver no tiene claridad, aquí es muy importante recoger datos para luego seleccionarlos.

Investigación Descriptiva. –

En este método se describirá el comportamiento de un sujeto sin influir sobre el de ninguna manera, determinando una relación causas y efecto que tiene como objetivo buscar la solución para esto tendremos que conocer las actitudes a través de las actividades descritas, su herramienta principal para este método es la gráfica.

Investigación Explicativa. –

Este método su objetivo principal sería el porqué de las cosas, siempre se buscará llegar al conocimiento de la causa del problema y la comprobación de hipótesis y en qué condiciones se da, este método que analiza e identifica las variables dependientes e independientes.

Investigación Evaluativa. –

Este método su objetivo es evaluar el resultado de los programas que hayan sido explicados dentro de una situación determinada, tomando decisiones, evaluando resultados para buscar mejoras

Diagnostico

Es un proceso analítico que permite conocer la situación real de la organización en un momento dado para descubrir problemas y áreas de oportunidad, con el fin de corregir los primeros y aprovechar las segundas. En el diagnostico se examinan y mejoran los sistemas y prácticas de la comunicación interna y externa de una organización en todos sus niveles

3.7 Métodos a utilizar en nuestro proyecto:

Investigación Analítica

En este proyecto llevaremos a cabo este método una vez establecido los hechos con respecto al problema de la deficiencia en el servicio de atención al cliente, el objetivo es detectar el problema en nuestra peluquería spa, mediante el análisis de cada una de las causas es decir cada causa la vamos a dividir en diferentes artes para estudiarlas de una manera profunda luego aplicaremos el método de síntesis que nos permitirá posteriormente volver a integrar todas las partes que separamos con el método de análisis.

Diagnostico

Este método me permitido conocer la situación real de la peluquería, descubrir el problema y plantear mejoras

Explicativa

Con este método encontraremos las razones o causas que este tipo de método también está orientado a la comprobación de hipótesis causales de tercer grado; identificación y análisis de las causas (variables dependientes) y sus efectos (variables independientes) de la deficiencia del servicio de atención dentro de la peluquería spa.

3.8 Población y muestra

3.9 Población

La palabra población hace referencia al grupo formado por las personas que viven en un determinado lugar o incluso en el planeta en general. También permite referirse a los espacios y edificaciones de una localidad u otra división política, y a la acción y las consecuencias de poblar.

3.9.1 Tipos de población

Cuando nosotros queremos organizar u ordenar una población consideraremos siempre la cantidad de cada uno de los habitantes.

- **La Población urbana:** cuando hablamos de la población urbana nos referimos a todo habitante que vive en la zona urbana, están alrededor de 2500 personas.
- **La Población rural:** Cuando hablamos de la población rural hablamos de que sus habitantes son menos de 2500 personas.

Se clasifica en:

- **Población económicamente activa:**

La población económicamente activa es toda persona que tiene un trabajo, se puede decir también que toda persona activa es aquella que trabajo al menos una hora durante un periodo. Es la persona que gestiona para incluirse en centros laborales.

- **Población ocupada o personas con empleo:**

La población ocupada son las personas que laboran, es decir que tienen un empleo, toda persona que cuente con una actividad laboral y reciba dinero a cambio durante cierto tiempo esto quiere decir que ya cuenta con una actividad laboral

Población desempleada o parada:

La población desocupada son todas las personas que no laboran, es decir son aquellas personas que no tienen por el momento ningún empleo, en esta población incluso pueden entrar las personas con actitudes y condiciones adecuadas, pero igual no tienen la oportunidad de tener un empleo, pero eso no quita que sigan en la búsqueda del mismo.

- **Población económicamente inactiva:**

La población económicamente inactiva son las personas que no reúnen los requisitos pedidos por los dueños de los trabajos es decir no califican. Esta clase de personas son aquellas que están dispuestas a laborar en forma rápida.

Tabla N. 6 tabla de población

Área	Características	Personal
Administradora	Como en todo equipo bien organizado, siempre será imprescindible la figura de la administradora o dueña del local, el cual será la principal responsable del funcionamiento de la peluquería.	1

Estilista	Organizarán los trabajos que se van a realizar a los clientes. En todo momento, deberá comprobar la perfecta limpieza de los puestos de trabajo y del salón en general. Para no interrumpir su trabajo, mantendrá informado al ayudante de los productos que necesita.	2
Manicurista- pedicurista	Es la persona que tiene por ocupación el cuidado y embellecimiento de las manos y en especial, el cuidado y pintura de las uñas de manos y pies	1

Fuente: Elaboración de la autora

3.9.2 Muestra

Parte o cantidad pequeña de una cosa que se considera representativa del total y que se toma o se separa de ella con ciertos métodos para someterla a estudio, análisis o experimentación.

3.9.3 Tipos de muestra

Muestreo de conveniencia o por selección intencionada: aquí la muestra similar al universo objetivo es seleccionada a partir de métodos no aleatorios. La representatividad de dicha muestra es determinada por el investigador de manera subjetiva. Por funcionar de esta manera, las muestras suelen tener sesgos, por lo que lo ideal es recurrir a esta técnica cuando no quede ninguna otra alternativa.

Muestreo aleatorio: en este todos los elementos que lo componen tienen exactamente la misma posibilidad de ser elegidos. Estos elementos son

seleccionados de forma azarosa por medio de números aleatorios. Existen distintas formas de realizar el muestreo aleatorio, entre ellas:

1. **Muestreo aleatorio simple:** este método es muy simple y se caracteriza por la extracción de los individuos de una lista de forma azarosa. Cuando el universo es muy numeroso y complejo, no suele resultar eficaz.
2. **Muestreo sistemático:** en este caso, el primer individuo se extrae al azar y a partir de este se elige, a intervalos constantes, el resto. Este método resulta más sencillo que el muestreo aleatorio simple y además no precisa de un listado elaborado para seleccionar a los individuos. Si bien el muestreo sistemático es aplicable a la mayoría de los casos, se debe tener en cuenta que la característica que se esté estudiando no posea una periodicidad igual a la del muestreo.
3. **Muestreo aleatorio estratificado:** para realizar este muestreo se debe dividir a la población en grupos de acuerdo a un carácter específico y luego, cada uno de estos grupos es muestreado aleatoriamente, obteniendo así una parte que sea proporcional a la muestra. Estos muestreos son útiles cuando la característica que determina la división de la población está relacionada con la variable que quiera estudiarse.
4. **Muestreo aleatorio por conglomerados:** aquí, la población es dividida en grupos que posean características similares entre ellos. Luego de realizar esto, algunos grupos son analizados completamente dejando de lado al resto.
5. **Muestreo mixto:** en este caso se utilizan al menos dos de los métodos mencionados anteriormente. Esto ocurre cuando la población a estudiar es sumamente compleja, por lo que la aplicación de un solo método resultaría difícil o resultaría ineficiente.

Determinamos la muestra mediante el **muestreo aleatorio simple** debido a que se ha escogido a 10 clientes fijos del local, también por que fue realizado en poco tiempo donde obtuvimos detalles muy importantes para analizar el

problema, llevándolo a una pronta solución y así poder presentar sus resultados.

Se encuestó a 10 clientes fijos de la peluquería

Tabla N. 7 tabla muestra

Atención al cliente de la peluquería spa	La atención en una peluquería debe ser amable, debemos saber tratar a cada uno de los clientes para que no sean un problema para nosotros Teniendo en cuenta que la competencia entre los Salones de Belleza es cada vez más fuerte y el cliente tiene la posibilidad de elegir entre varias empresas para satisfacer las mismas necesidades, es indispensable que los salones logren la fidelidad de sus clientes . Esto implica aplicar estrategias de retención de clientes, para poder mantener durante mucho tiempo a los clientes más rentables.	10 personas
--	--	-------------

3.10 Formato de Encuesta



ENCUESTA N.-

Estudiante del Instituto Bolivariano, de la carrera de Tecnología en Administración de Empresas está realizando una investigación sobre la Deficiencia en el Servicio al Cliente lo que genera insatisfacción en el Usuario de la Peluquería D'JESSY SPA se llevara a cabo la utilización de una encuesta.

Objetivo de la encuesta: Determinar cómo se está llevando a cabo el servicio al cliente en la Peluquería D'JESSY SPA, estamos realizando un estudio con respecto a la atención y los servicios que se brindan en la peluquería D' JESSY SPA.

Datos Generales

Edad:

18 a 30

31 a 40

41 a 50

51 a 60

Genero

Masculino

Femenino

Nivel de Educación:

Primaria

Secundaria

Superior

1. ¿Usted considera que las instalaciones de la Peluquería D'Jessy Spa cumple con sus expectativas?

si
no

2. ¿Usted considera que el número del personal de la Peluquería D' Jessy Spa cubre la demanda del servicio?

si
no

3. ¿Considera Usted que nuestros servicios están acorde a su economía?

si
no

4. ¿Considera Usted que los horarios de la Peluquería D' Jessy Spa son los apropiados para cumplir con sus expectativas?

si
no
no importa

5. ¿Considera usted necesaria la atención?

Con cita
Por orden de llegada

6. ¿Con que regularidad frecuenta los servicios de un Spa?

una vez a la semana

una vez al mes
dos veces al mes

7. ¿Frecuenta Usted, los servicios de un Centro de Estética... de tratamiento, terapias, sistemas de relajación, actualmente?

si
no

8. ¿Qué condiciones considera Usted debe tener un buen Spa?

unisex
ambiente moderno

¡GRACIAS POR SU VALIOSO TIEMPO!

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

Este capítulo tiene como finalidad presentar el rendimiento adquirido a partir del empleo de entrevista a los clientes que accedieron a participar, con la finalidad de obtener las causas del porque existe una elevada deficiencia en el servicio de atención al cliente, por consiguiente, ocasiona insatisfacción en el usuario, es por eso que se implementaran técnicas y estrategias para las mejoras de la Peluquería D'Jessy Spa.

La interpretación de los resultados adquiridos de la encuesta que se realizó a los clientes fue en base al análisis de 2 métodos: el deductivo y el analítico, los cuales nos llevaron a la realidad del problema.

DATOS GENERALES DE LOS ENCUESTADOS

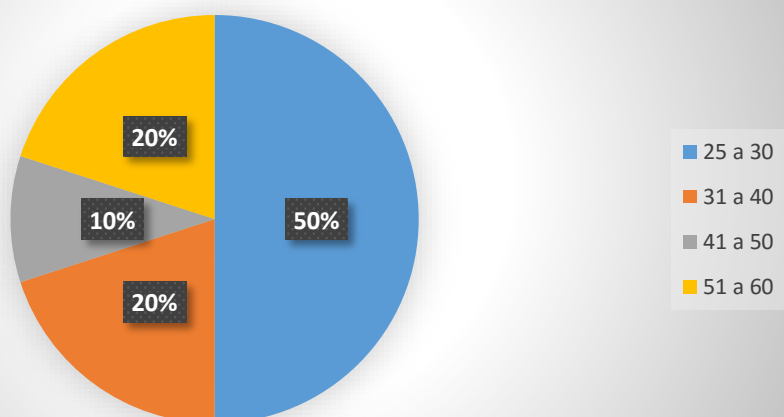
Datos generales de los encuestados

Tabla N.1. Edad

25 a 30	5	50%
31 a 40	2	20%
41 a 50	1	1%
51 a 60	2	2%

Fuente: elaboración de la autora

Grafico N. 1 Edades



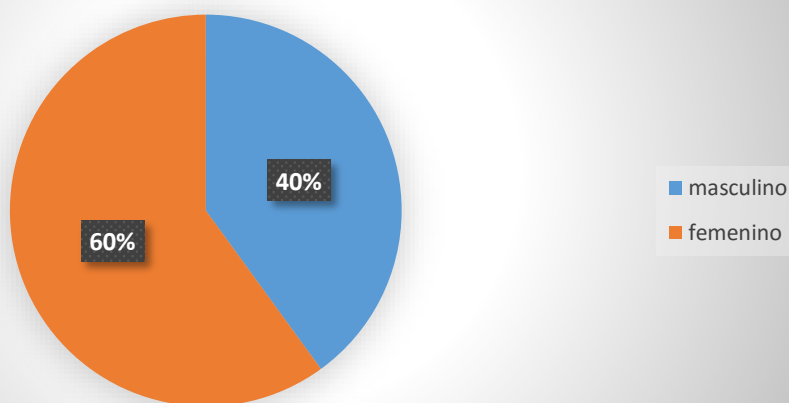
Fuente: Elaboración de la autora

Tabla N.2. Genero

masculino	4	40%
Femenino	6	60%

Fuente elaboración de la autora

Grafico 2. Genero



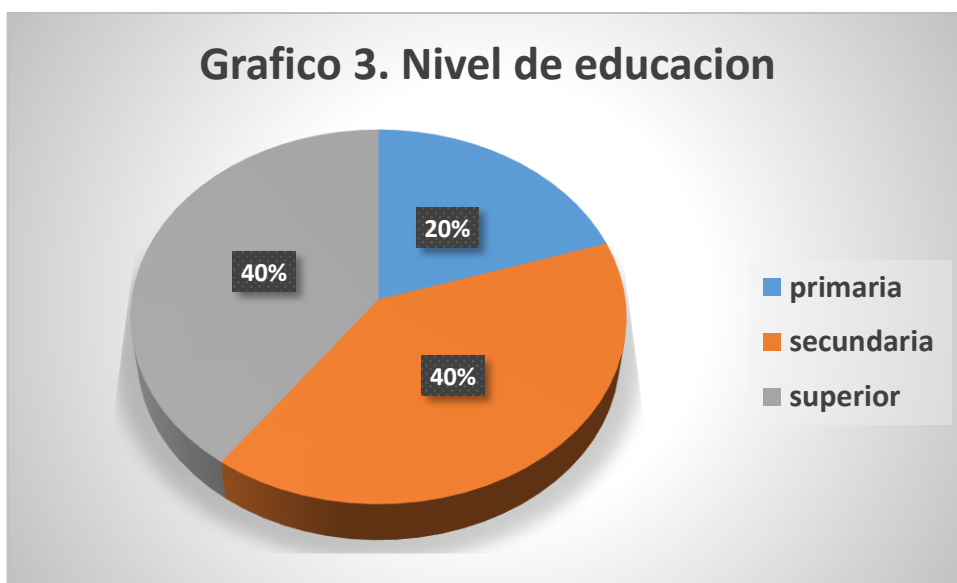
Fuente: Elaboración de la autora

Nivel de educación:

Tabla N.3

primaria	2
secundaria	4
superior	4
total	10

Fuente: elaboración de la autora



Fuente: elaboración de la autora

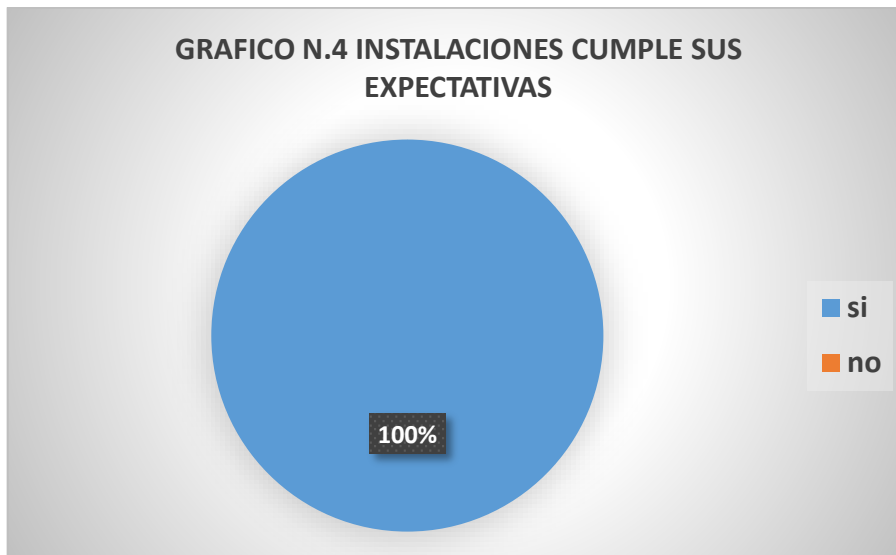
1 ¿Usted considera que las instalaciones de la Peluquería D´Jessy Spa cumple con sus expectativas?

Tabla N. 4 INSTALACIONES CUMPLE EXPECTATIVAS

Si	10	100%
No	0	

Fuente: Elaboración de la autora

GRAFICO N.4 Usted considera que las instalaciones de la Peluquería D´Jessy Spa cumple con sus expectativas.



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis: de la siguiente encuesta realizada obtuvimos que el 100% de las personas están de acuerdo con que las instalaciones de la peluquería spa cumple con sus expectativas

Interpretación: tenemos que la mayoría de las personas apoyan y el spa peluquería si llena sus expectativas

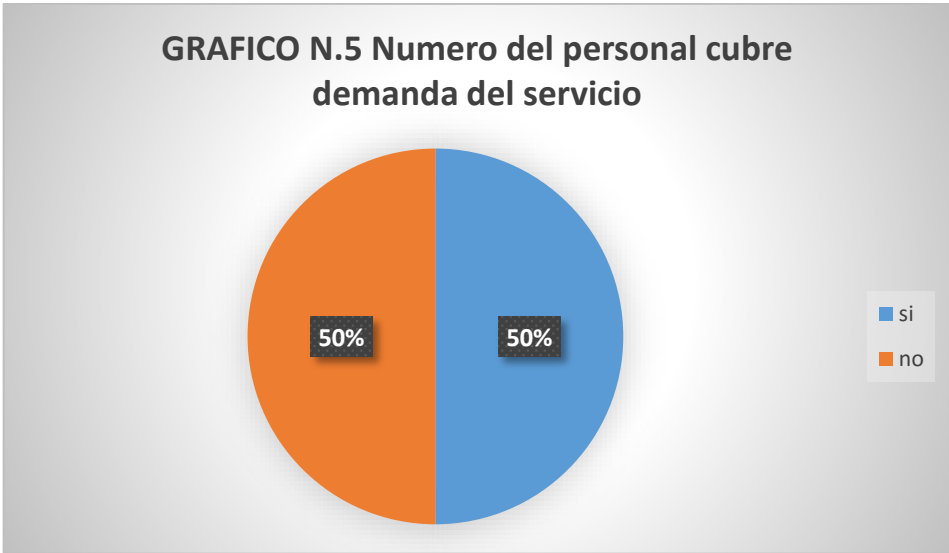
2 ¿Usted considera que el número del personal de la Peluquería D' Jessy Spa cubre la demanda del servicio?

Tabla N.5 NUMERO DEL PERSONAL CUBRE DEMANDA DEL SERVICIO

si	5	50%
no	5	50%

Fuente: Elaboración de la autora

GRAFICO N.5 Usted considera que el número del personal de la Peluquería D' Jessy Spa cubre la demanda del servicio.



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis: de la siguiente encuesta tabulada obtuvimos que el 50% de las personas opina que el número del personal si cubre la demanda del servicio, mientras que el otro 50% no cubre la demanda de servicio

Interpretación: tenemos que el porcentaje de personas encuestadas opinan que no cubre la demanda de servicio es porque hace falta más personal dentro de la peluquería spa.

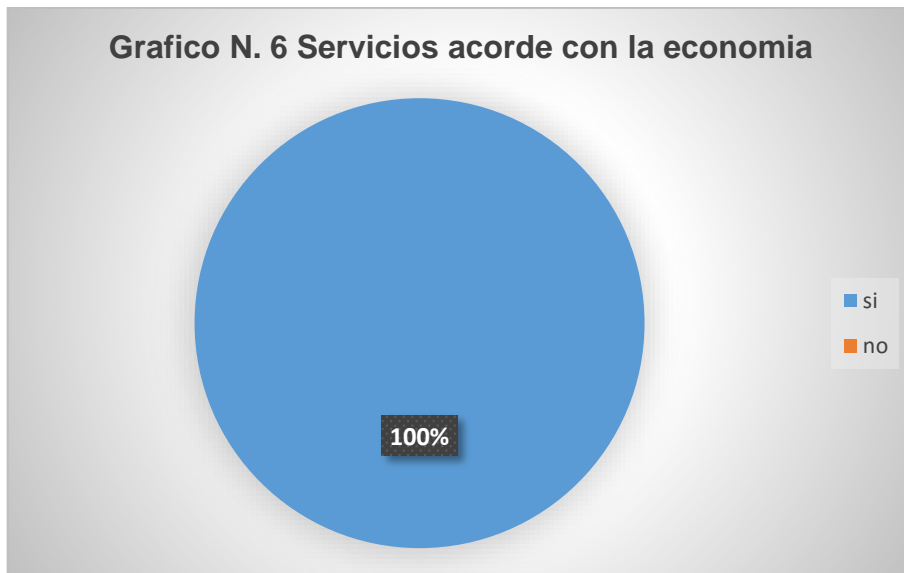
3 ¿Considera Usted que nuestros servicios están acorde a su economía?

Tabla N.6 SERVICIOS ACORDE CON LA ECONOMIA

si	10	100%
no		

Fuente: Elaboración de la autora

GRAFICO N.6 Considera Usted que nuestros servicios están acorde a su economía.



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis: el 100% de las personas encuestadas opinan que el servicio brindado esta de acorde a su economía

Interpretación: tenemos que a la mayoría de las personas están de acuerdo al precio de los servicios

4 ¿Considera Usted que los horarios de la Peluquería D´ Jessy Spa son los apropiados para cumplir con sus expectativas?

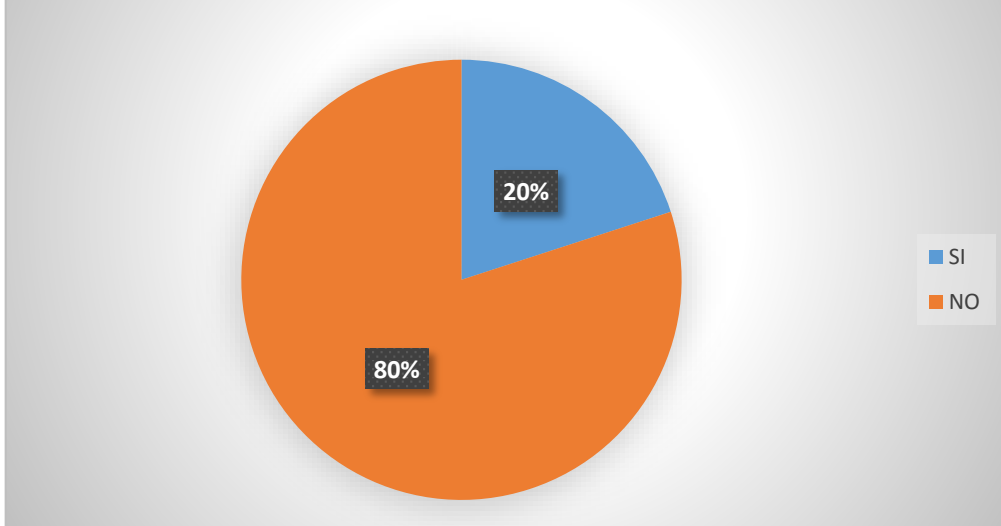
Tabla N.7 Los horarios de atención son los apropiados

Si	2	20%
No	8	80%
No importa	0	

Fuente elaboración de la autora

GRAFICO N.7 Considera Usted que los horarios de la Peluquería D´ Jessy Spa son los apropiados para cumplir con sus expectativas.

GRAFICO N.7 los horarios de atención son los apropiados



Análisis: tenemos que un 20% está de acuerdo con que los horarios de la peluquería spa son apropiados para cumplir con sus expectativas, mientras que un 80% indican que los horarios de atención no son apropiados.

Interpretación: tenemos que la mayoría de las personas indican que los horarios de atención no son apropiados, es decir debemos mejorar en ese aspecto.

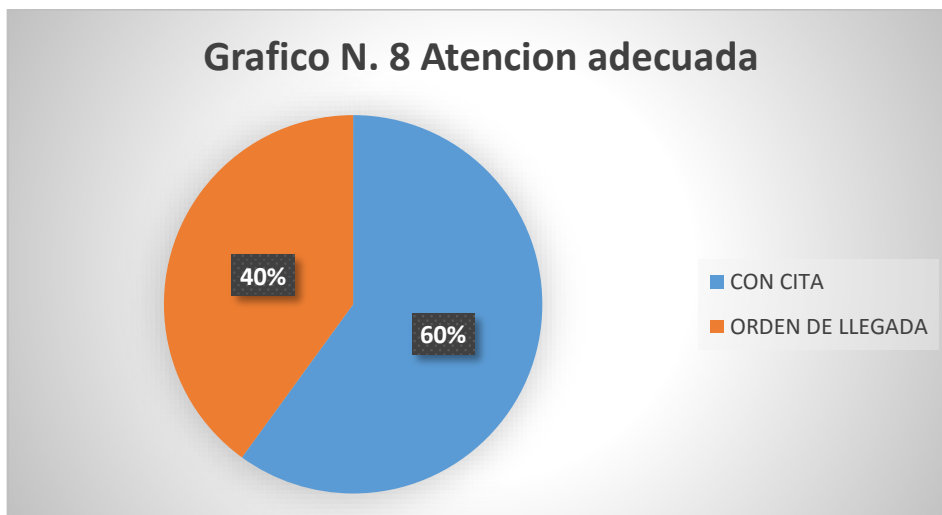
5 ¿Considera usted necesaria la atención?

Tabla N. 8 Atención Adecuada

CON CITA	6	60%
ORDEN DE LLEGADA	4	40%

Fuente: elaboración de la autora

GRAFICO N.8 Considera Usted necesaria la atención.



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis: el 40% de los encuestados nos indican que la atención la prefieren con previa cita, mientras que el 60% la prefieren por orden de llegada.

Interpretación: tenemos que la mayoría de los encuestados prefieren que se respete el turno por orden de llegada para ser atendidos.

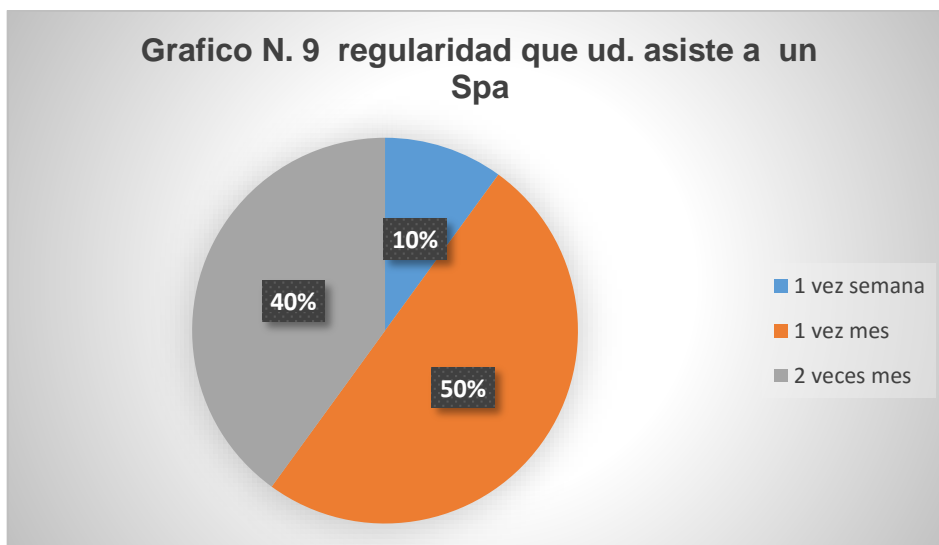
6 ¿Con que regularidad frecuenta los servicios de un Spa?

Tabla N. 9 Regularidad que usted asiste a un spa

1 vez semana	1	10%
1 vez mes	5	50%
2 veces mes	4	40%

Fuente: Elaboración de la autora

GRAFICO N.9 Con que regularidad frecuenta los servicios de un Spa.



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis: el 50% de los encuestados asisten 1 vez al mes a un spa, el 40% 2 veces al mes, y un 10% 1 vez a la semana.

Interpretación: la mayoría de los encuestados por su tiempo indicaron que asisten 1 vez a la semana al spa.

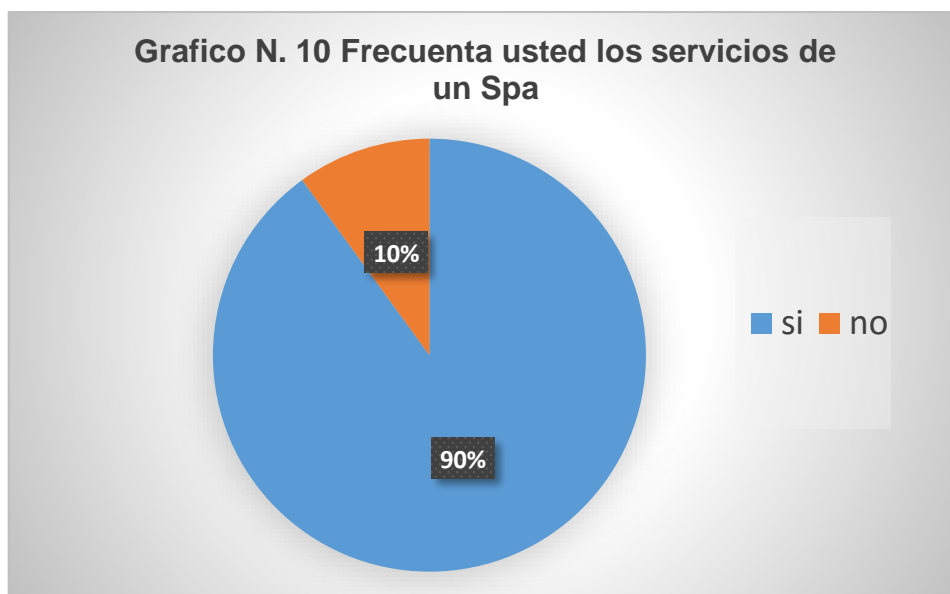
7 ¿Frecuenta Usted los servicios de un Centro de Estética... de tratamiento, terapias, sistemas de relajación, actualmente?

TABLA N.10 frecuenta usted servicios de un spa

si	9	90%
no	1	10%

Fuente: Elaboración de la autora

GRAFICO N.10 Frecuenta Usted los servicios de un Centro de Estética...de tratamiento, terapias, sistemas de relajación, actualmente.



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis: el 90% de los encuestados indicaron que, si frecuentan un spa, mientras que un 10% indico que no lo frecuenta.

Interpretación: la mayoría de los clientes si frecuentan un spa y eso es muy satisfactorio.

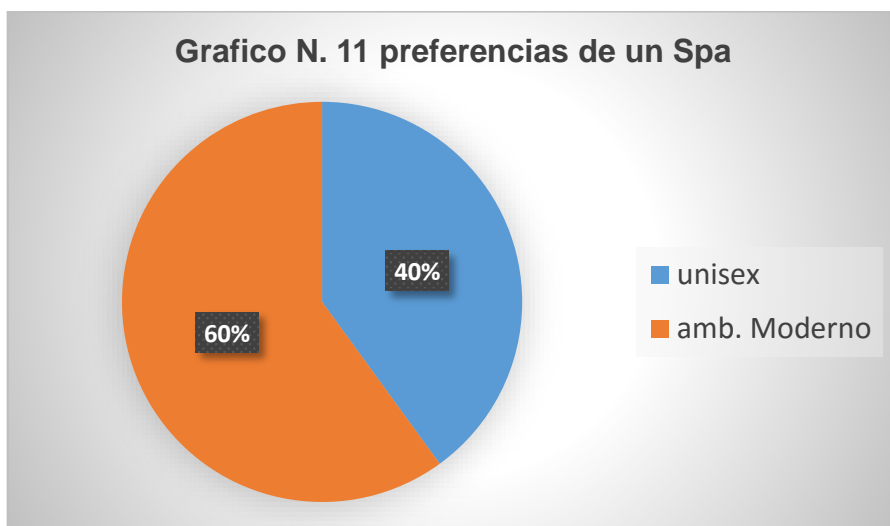
8 ¿Qué condiciones considera Usted debe tener un buen Spa?

TABLA N. 11 Preferencias de un Spa

Unisex	4	40%
Ambiente Moderno	6	60%

Fuente: Elaboración de la autora

GRAFICO N.11 Que condiciones considera Usted debe tener un buen Spa.



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis: el 60% de los encuestados indican que prefieren un ambiente moderno, mientras que un 40% un ambiente unisex

Interpretación:

Tenemos que la mayoría de las personas prefieren un ambiente moderno, mientras que las otras personas prefieren un ambiente unisex.

5. CONCLUSIÓN

Basado en la encuesta realizada a los clientes de la Peluquería D'Jessy Spa, se obtuvieron los siguientes resultados:

- Se cuenta con instalaciones confortables las cuales cumplen con las expectativas de los clientes encuestados. Esta variable no requiere acciones correctivas.
- La oferta de servicio en relación al recurso humano no cubre medianamente la demanda de los clientes. Esta variable requiere acciones correctivas.
- La lista de precios considerada es competitiva acorde a la oferta del mercado. Brinda un margen de participación rentable. Esta variable no requiere acciones correctivas.
- Los horarios de atención adaptados a la disponibilidad del cliente mediante el sistema de citas programadas permiten incrementar los niveles de aceptación del mercado. Pero a la vez deja entrever los amplios tiempos de espera lo cual se convierte en una debilidad influyendo en la frecuencia de consumo del servicio prolongada a un mes. Estas variables requieren acciones correctivas de la mano con la variable del recurso humano.
- La variedad de servicios no es una fortaleza del negocio y no permite cumplir con las expectativas de los clientes, sobre todo que no se practica la atención unisex. Estas variables ameritan acciones correctivas.
- Los resultados indican que el segmento de mujeres de 25 a 30 años se convierte en el mercado potencial del negocio. Estas variables exigen acciones correctivas.

6. RECOMENDACIÓN

- Establecer acciones correctivas en base a investigaciones periódicas con resultados orientados a identificar la evolución de la oferta y nuevas tendencias y técnicas que exige el mercado dentro del sector de la belleza.
- Se debe realizar cambios en el manejo y administración del negocio inspirado en el aumento del capital de inversión para su mejor funcionamiento. La investigación que se realizará para comprobar si puede ser factible el proyecto de inversión estará comprometido con el entorno ambiental y social de la Ciudad satisfaciendo las necesidades de sus futuros clientes y trabajadores al implementar las respectivas mejoras en este Spa, igualmente de su compromiso al proporcionar una mejor vida a todas las personas.
- tener una relación fuerte con los clientes, proveedores, y trabajadores del Spa para encontrar un equilibrio estable en las actividades que cada uno desempeñara, y para que el Spa pueda funcionar de la mejor manera y no solo tenga una vida útil de cinco años.
- En cuanto al financiamiento se buscará analizar los distintos créditos que actualmente ofrecen las instituciones bancarias, y las posibilidades de pago, su Evaluación económica y la recuperación del proyecto que permita comprobar la factibilidad del mismo.

7. PROPUESTA DE PLAN DE MEJORA

Considerar el desarrollo de la propuesta de plan de mejora para el servicio de atención al cliente en la “PELUQUERÍA D’JESSY SPA”

Se realizará un plan de mejora con el cual vamos a superar las expectativas de los clientes, utilizando estrategias para marcar la diferencia y ser una empresa reconocida prestando los servicios de Alta Peluquería a nivel nacional, con el cual garantizamos una mejor atención, un personal eficiente y que cubra por completo las necesidades del cliente.

El plan se toma a considerar ya que se ha presentado la elevada deficiencia en la atención al cliente lo cual está generando una insatisfacción en el mismo.

Por lo tanto, nuestra peluquería tomara los correctivos para beneficio de sus usuarios y de la misma

8. PLAN DE MEJORA

Es importante que la peluquería **D'JESSY SPA** desarrolle técnicas y estrategias para mejorar la atención al cliente y de esa manera fidelizar a los mismos y así alcanzar las metas deseadas con éxito.

El Plan señala que la Peluquería debe implementar el servicio de corte con estilos a hombres, actualizar al personal encargado de hacer manicure y pedicura con técnicas de diseño.

Es indispensable que la peluquería haga cambios en los horarios de atención, ya que el cliente es la pieza fundamental de toda organización y básicamente el plan va dirigido a ellos para satisfacer sus necesidades de tal manera que los trabajadores aportaran una buena atención con iniciativas y conocimiento es muy importante las opiniones de los clientes ya que se afianza la relación empresa / mercado.

Y también permite identificar las debilidades del negocio y aplicar acciones de mejora continua.

¿Que?	¿Por qué?	¿Como?	¿Cuando?	Quien	¿Donde?	Costo
Elaborar un plan de mejora para el servicio de atención al cliente de la peluquería D' Jessy Spa para beneficio del mismo y de los clientes y de esa manera fidelizarlos	<ul style="list-style-type: none"> La oferta de servicio en relación al recurso humano no cubre medianamente la demanda de los clientes. <u>Esta variable requiere acciones correctivas.</u> Los horarios de atención adaptados a la disponibilidad del cliente mediante el sistema de citas programadas permiten incrementar los niveles de 	<ul style="list-style-type: none"> Actualizar a mis colaboradores con cursos en cortes con estilo para cabello de hombre Capacitar al personal de la peluquería con cursos de atención al cliente Realizar paquetes promocionales a clientes frecuentes Se realizarán volantes publicitarios, y publicidad en redes sociales Actualización constante en diseño de uñas 	Se llevará a cabo este plan de mejora en el mes de junio del 2016	Se beneficiará con esta propuesta el local, los clientes y sus colaboradores	Se realizará en el área de corte de cabello para hombre, en atención al cliente y en diseño de unas. está ubicado en la cdla. Las terrazas mz. 9 v. 11	\$80 \$160 \$15 \$100

	<p>aceptación del mercado. Pero a la vez deja entrever los amplios tiempos de espera lo cual se convierte en una debilidad influyendo en la frecuencia de consumo del servicio prolongada a un mes. <u>Estas variables requieren acciones correctivas de la mano con la variable del recurso humano</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Actualizar datos de los clientes para tenerlos al tanto de las promociones 				<p>Total: 355</p>
--	---	--	--	--	--	--------------------------

8.1 DESARROLLO DEL PLAN DE MEJORA

1. Se recomienda como parte fundamental que el personal tenga capacitaciones en corte de cabello para hombres.
2. Brindar una capacitación al personal en atención al cliente
3. Se recomienda la realización de paquetes promocionales para clientes fijos
4. Realización de volantes publicitarios y publicidad mediante redes sociales
5. Se recomienda la preparación constante de nuestras colaboradoras en manicure, pedicura y diseño de uñas
6. Actualización de base de datos de los clientes

9. BIBLIOGRAFIA

<http://www.definicionabc.com>

<https://es.wikipedia.org>

<http://www.monografias.com>

<http://definicion.mx/atencion-al-cliente/>

<http://www.monografias.com/trabajos95/definiciones-importantes/definiciones-importantes.shtml#ixzz41fajRDnz>

<http://www.monografias.com/trabajos11/sercli/sercli.shtml>

<http://importacionesan.blogspot.com/http://www.monografias.com/trabajos98/historia-de-peluqueria/historia-de-peluqueria.shtml#ixzz42tBYmjQJ>

<http://www.wordreference.com/>

<http://es.thefreedictionary.com/deficiencia>

<http://lexicoon.org/es/deficiencia>

<http://dle.rae.es/?id=C2d982B>

Del libro: «Fundamentos de Marketing», 13va. Edición, de Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, Mc Graw Hill, 2004, Págs. 333 y 334.

Del libro: «Mercadotecnia», Primera Edición, de Sandhusen L. Richard, Compañía Editorial Continental, 2002, Pág. 385

Del libro: «Marketing», Sexta Edición, de Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl, International Thomson Editores, 2002, Pág. 344.

Del Sitio Web: MarketingPower.com, de la *American Marketing Association*, Sección Dictionary of Marketing Terms, Obtenido en Fecha: 22 de Agosto del 2006, de la Versión Original en Inglés.

<http://formavil.es/modulo3.pdf>

Del sitio web «Marketingpower.com», de la American Marketing Association (A.M.A.), Sección: Resource Library – Dictionary

URL: <http://www.marketingpower.com/layouts/Dictionary.aspx?dLetter=C>,

Del sitio web «cim.com.uk», de The Chartered Institute of Marketing (CIM), Sección: Marketing glossary,

URL: <http://www.cim.co.uk/resources/glossary/home.aspx>, obtenido en fecha: 22 de julio 2009.

Del «Diccionario de Marketing», de Cultural S.A., Edición 1999, Pág. 54.

Del libro: «Marketing de Clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente?», Segunda Edición, de Barquero José Daniel, Rodríguez de Llauder Carlos, Barquero Mario y Huertas Fernando, McGraw-Hill Interamericana de España, 2007 Pág.1

<http://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>

<http://bibing.us.es/proyectos/abreproy/3966/fichero/1%252F2.pdf>

<http://dle.rae.es/?id=J40Yv4a>

<http://es.thefreedictionary.com/generar>

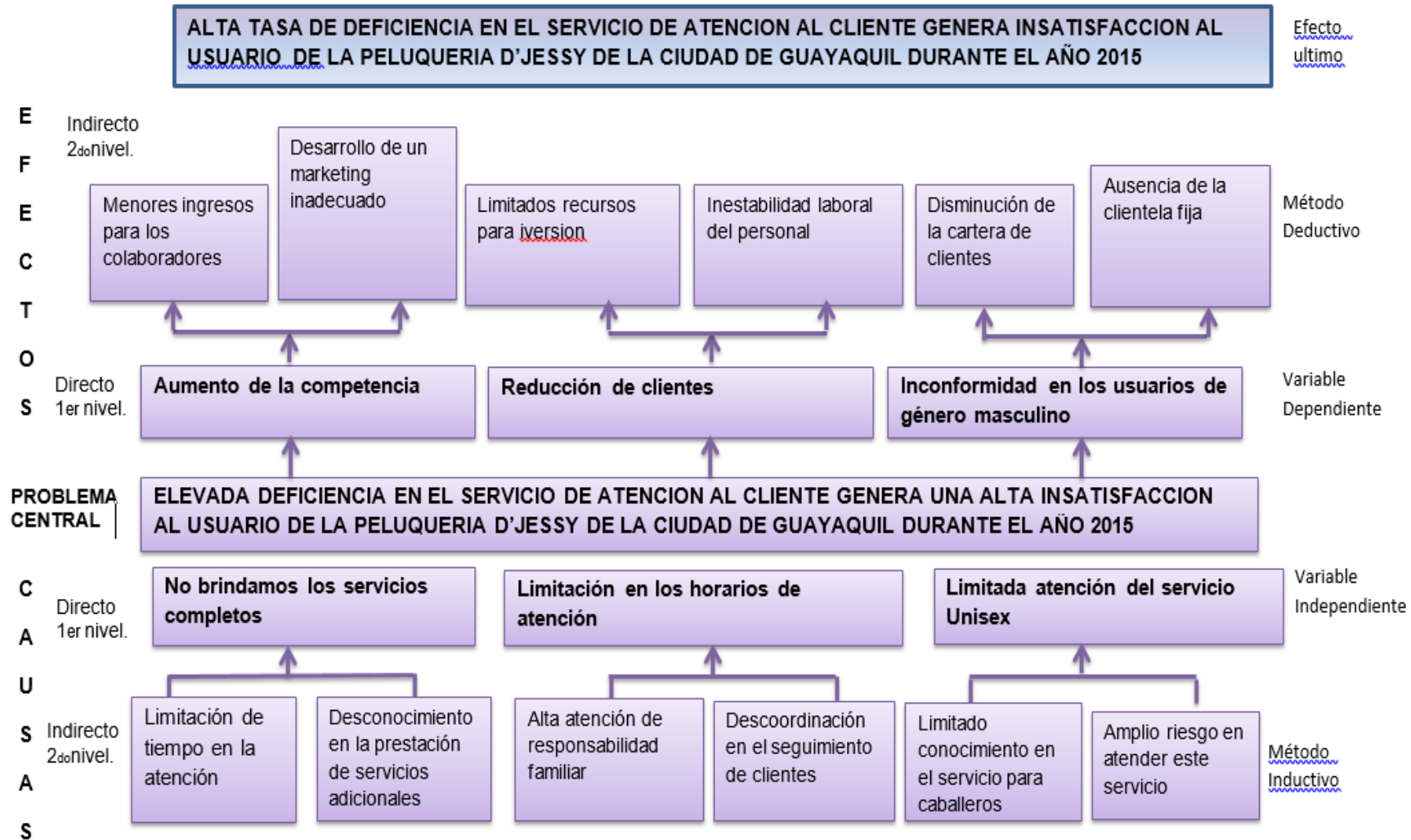
<http://dle.rae.es/?id=bBsqKPc>

<http://www.definicionabc.com/tecnologia/usuario.php>

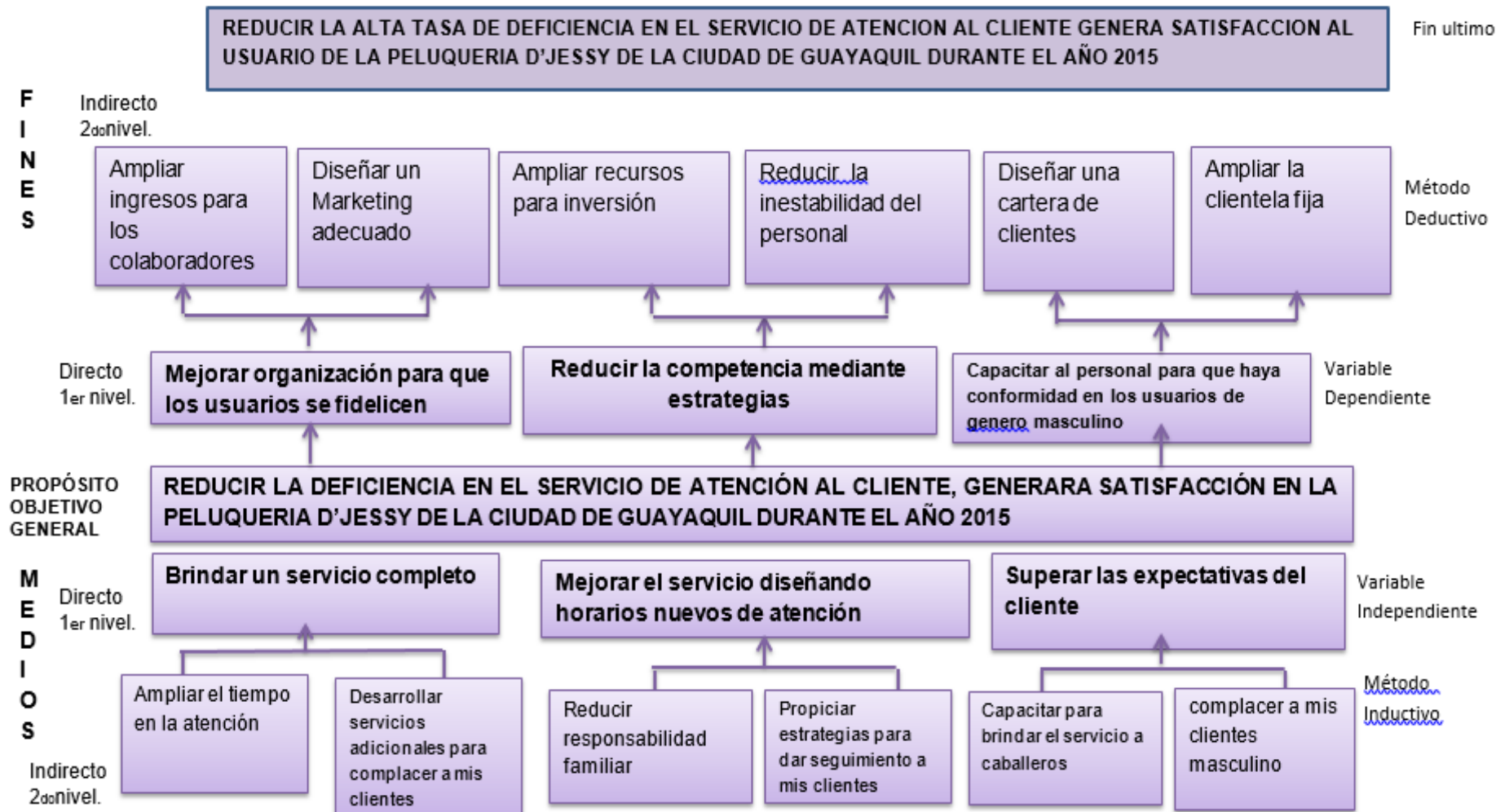
<http://es.thefreedictionary.com/usuario>

ANEXOS

ÁRBOL DE PROBLEMAS-



ÁRBOL DE OBJETIVOS+







DJESSY...spa capilar!
PROMOCIÓN INVIERNO 2015
del 26 de Enero al 30 de Abril

Súper Combo
BELLEZA INTEGRAL

Incluye:

CORTE DE CABELLO CON ESTILO
TRATAMIENTO CAPILAR
CEPILLADO Y PLANCHADO
LIMPIEZA DE CUTIS
DEPILACIÓN DE CEJA Y BIGOTE

TAN SÓLO POR **\$40**

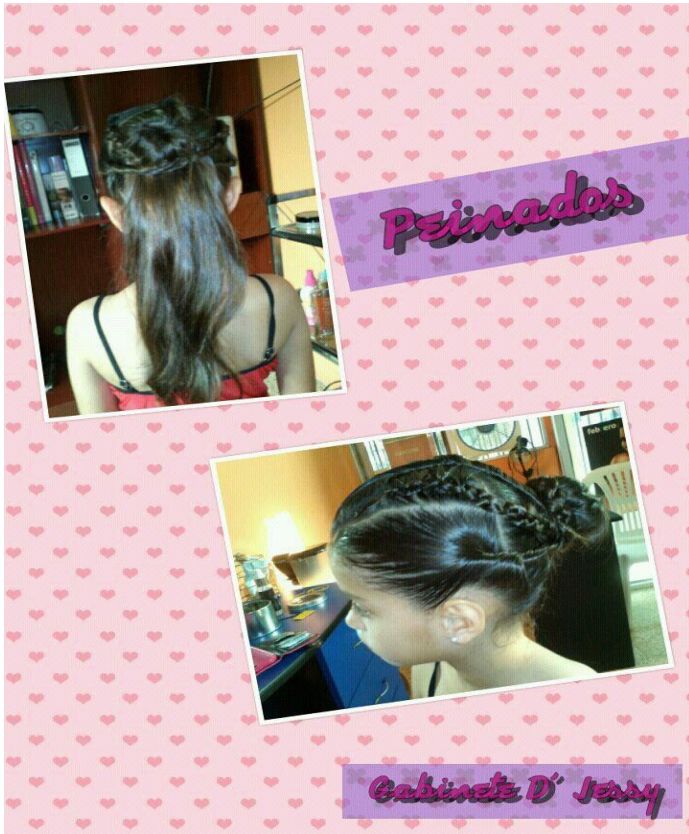
Cortesía:

Manicure y Pedicure con masaje
exfoliante

Promoción aplica de Lunes a Sábado desde las 16:00 hasta las 22:00.

Previa cita al 0981423684

PRÉSTAME COMO GANAR EL 50% DE DESCUENTO EN TU SEGUNDA VISITA





EXTENSIONES CON DISEÑO
D' JESSY

ORGANIGRAMA





ENCUESTA N.-

Estudiante del Instituto Bolivariano, de la carrera de Tecnología en Administración de Empresas está realizando una investigación sobre la Deficiencia en el Servicio al Cliente lo que genera insatisfacción en el Usuario de la Peluquería D'JESSY SPA se llevara a cabo la utilización de una encuesta.

Objetivo de la encuesta: Determinar cómo se está llevando a cabo el servicio al cliente en la Peluquería D'JESSY SPA, estamos realizando un estudio con respecto a la atención y los servicios que se brindan en la peluquería D' JESSY SPA.

Datos Generales

Edad:

- 18 a 30
- 31 a 40
- 41 a 50
- 51 a 60

Genero

- Masculino Femenino

Nivel de Educación:

- Primaria
- Secundaria
- Superior

1. ¿Usted considera que las instalaciones de la Peluquería D' Jessy Spa cumple con sus expectativas?

si
no

2. ¿Usted considera que el número del personal de la Peluquería D' Jessy Spa cubre la demanda del servicio?

si
no

3. ¿Considera Usted que nuestros servicios están acorde a su economía?

si
no

4. ¿Considera Usted que los horarios de la Peluquería D' Jessy Spa son los apropiados para cumplir con sus expectativas?

si
no
no importa

5. ¿Considera usted necesaria la atención?

Con cita
Por orden de llegada

6. ¿Con que regularidad frecuenta los servicios de un Spa?

una vez a la semana

una vez al mes

dos veces al mes

7. ¿Frecuenta Usted, los servicios de un Centro de Estética... de tratamiento, terapias, sistemas de relajación, actualmente?

si

no

8. ¿Qué condiciones considera Usted debe tener un buen Spa?

unisex

ambiente moderno

¡GRACIAS POR SU VALIOSO TIEMPO!