



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

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

TEMA:

**PROPUESTA DE UN DISEÑO DE MEJORA PARA EL SERVICIO AL
CLIENTE DE LA EMPRESA “CANDY & CLOWN”.**

Autora:

Verdesoto Limones Denisse Elizabeth

Tutor:

Dr. Víctor Gómez Rodríguez

Guayaquil, Ecuador

2017

**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 **“Propuesta de un diseño de mejora para el servicio al cliente de la empresa “Candy & Clown”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo influiría en la satisfacción al cliente, una propuesta de mejora al servicio que ofrece la Empresa “Candy & Clown”.?**

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

Presentado por la Egresada: **Verdesoto Limones Denisse Elizabeth**

Tutor: **Dr. Víctor Gómez Rodríguez**

AUTORÍA NOTARIADA

Los criterios e ideas expuestos en el presente trabajo de graduación con el tema: Propuesta de un diseño de mejoramiento para el servicio al cliente de la empresa “Candy & Clown”., de la carrera 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:

Verdesoto Limones Denisse Elizabeth

DEDICATORIA

Este Proyecto está dedicado en primer lugar a Dios que con su guía y protección me ha llevado a la culminación exitosa del mismo, a mis padres Betty y Richard que han sido el pilar fundamental para seguir adelante con mis estudios que ahora lo veo culminado tras varios años de mucho esfuerzo y dedicación, a mi abuelita Angelita que desde el cielo estoy segura me dio fortaleza y su bendición, a mis hermanos Richard, Josseline y José Luis les dedico este proyecto demostrándoles que con esfuerzo y perseverancia se pueden alcanzar las metas.

Con el inmenso amor que les tengo este proyecto es para ustedes y por ustedes mi sagrada familia.

Verdesoto Limones Denisse Elizabeth

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme entendimiento y sabiduría para poder darle punto final a este proyecto y a si cumplir mis metas propuestas. A mi familia por brindarme el apoyo incondicional en todas las etapas que me toco pasar durante mi carrera profesional. A mis compañeros de estudios “Los de la primera fila” que han formado parte de mi vida profesional apoyándonos en los momentos más difíciles de nuestra carrera. A los docentes del Instituto Superior tecnológico Bolivariano de Tecnología, por su calidad académica.

Verdesoto Limones Denisse Elizabeth

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA NOTARIADA	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE GENERAL.....	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
CAPÍTULO I	1
EL PROBLEMA.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
Ubicación del problema en un contexto	1
Situación conflicto	3
Formulación del problema.....	4
Variables de Investigación	4
OBJETIVOS.....	4
Objetivo General.....	4
Objetivos Específicos.....	4
JUSTIFICACIÓN	5
CAPÍTULO II	6
MARCO TEÓRICO	6
Antecedentes Históricos Referenciales.....	6

Cliente	6
Satisfacción al Cliente.....	7
Calidad del Servicio	9
Momentos de la verdad.....	11
Atributos del RRHH que interviene en la prestación de servicio	11
Estrategias de fidelización del cliente	14
FUNDAMENTACION LEGAL.....	14
VARIABLES DE INVESTIGACIÓN	16
CAPÍTULO III	17
METODOLOGÍA	17
DIAGNÓSTICO Y CARACTERIZACIÓN DEL SERVICIO.....	17
Generalidades de la Empresa Candy &Clown	17
Visión.....	18
Misión	18
PASOS PROCEDIMIENTOS Y TÉCNICAS.....	20
PASO 1.....	21
DEFINICIÓN DEL CICLO DE SERVICIOS DE LA EMPRESA	21
PASO 2.....	22
UBICACIÓN DE LA EMPRESA DENTRO DE LA MATRIZ DE SERVICIO DE SCHRODER.	22
PASO 3.....	24
DETERMINACIÓN DEL ATRIBUTO DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA A PARTIR DE LA MATRIZ DE SINGULARIDAD Y COMPLEJIDADFigura No. 5 Matriz de Singularidad y Complejidad.....	24
PASO 4.....	24
APLICACIÓN DE LA ENCUESTA DE SATISFACCIÓN	24

PASO 5.....	27
DEFINICIÓN DE LOS MOMENTOS DE LA VERDAD NEGATIVOS	27
PASO 6.....	29
CAUSAS Y SUB-CAUSAS.....	29
PASO 7: DETERMINACIÓN DE LA RELACIÓN ENTRE LOS MOMENTOS DE LA VERDAD NEGATIVOS Y EL TRIÁNGULO DE LOS SERVICIOS	30
CAPÍTULO IV.....	32
PROPUESTA DE UN DISEÑO DE MEJORA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA “CANDY & CLOWN”	32
MATRIZ DE CARACTERIZACIÓN DE LOS SERVICIOS	33
MATRIZ DE NECESIDADES Y ATRIBUTOS DEL SERVICIO	33
CONCLUSIONES	36
RECOMENDACIONES	37
BIBLIOGRAFÍA	38
ANEXOS	39

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No. 1. Estructura Organizativa	19
Figura No. 2 Cantidad de trabajadores por categoría ocupacional.....	19
Figura No. 3 Ciclos de Servicios de la Empresa.....	22
Figura No. 4 Matriz de Servicio	22
DETERMINACIÓN DEL ATRIBUTO DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA A PARTIR DE LA MATRIZ DE SINGULARIDAD Y COMPLEJIDAD	
Figura No. 5 Matriz de Singularidad y Complejidad	24
Figura No. 6 Definición de los momentos de la verdad negativos	27
Figura No. 7 Causas y Sub-causas.....	29
Figura No. 8 Estrategias de Servicios	30

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1 Cuanto tiempo lleva utilizando los servicios de la Empresa Candy & Clown	70
Cuadro No. 2 Como conoció la empresa.....	70
Cuadro No. 3 Frecuencia con que utiliza el servicio.....	71
Cuadro No. 4 Valoración del servicio	71
Cuadro No. 5 Valoración del Servicio.....	72
Cuadro No. 6 Nivel de recomendación.....	72
Cuadro No. 7 Recomendaría la empresa a otras personas.....	73
Cuadro No. 8 Utilizaría el servicio de nuevo.....	73



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

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

TEMA: “Propuesta de un diseño de mejora para el servicio al cliente de la empresa “Candy & Clown”.”

Autora: Verdesoto Limones Denisse Elizabeth
Tutor: Dr. Víctor Gómez Rodríguez

RESUMEN

El presente proyecto se constituye en una propuesta alternativa que incluye un diseño de mejora para el servicio al cliente de la empresa “Candy & Clown”. la cual se dedica a la venta de servicios y productos requeridos para amenizar eventos infantiles. El estudio del mismo diseñar propuestas de mejoramiento para el servicio al cliente para mantener su competitividad en los mercados debido a que se encontró que las utilidades generadas por el negocio se han afectado por la falta de ventas. Además de la evidencia de inadecuada atención al usuario y de capacitación al personal en atención al cliente a través de la determinación de las causas y sub-causas que conllevan al problema empresarial. Se aplicó como instrumento de investigación la determinación de las características de la empresa a partir de la matriz de singularidad y complejidad una encuesta de satisfacción. Se diseñaron siete pasos para determinar cómo debe entregarse el servicio de forma adecuada; además del diseño de la matriz de caracterización del servicio y la matriz de necesidades y atributos de servicios como propuestas de mejoras para la Empresa Candy & Clown, para que su aplicación definan el éxito de la organización.

PALABRAS CLAVES: PROPUESTA DE MEJORA - SERVICIO AL CLIENTE – NIVEL DE SATISFACCIÓN



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO

BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

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

TEMA

“Propuesta de un diseño de mejoramiento para el servicio al cliente de la empresa “Candy & Clown”.”

Autora: Verdesoto Limones Denisse Elizabeth

Tutor: Dr. Víctor Gómez Rodríguez

ABSTRACT

The present project constitutes an alternative proposal that includes an improvement design for the customer service of the company "Candy & Clown", "which is dedicated to the sale of services and products required to soften children's events. The study itself designing improvement proposals for customer service to maintain its competitiveness in the markets because it was found that the profits generated by the business have been affected by the lack of sales. In addition to the evidence of inadequate attention to the user and training the staff in customer service through the determination of the causes and sub-causes that lead to the business problem. We applied as a research instrument the determination of the characteristics of the company from the matrix of singularity and complexity a satisfaction survey. Seven steps were designed to determine how the service should be delivered properly; In addition to the design of the matrix of characterization of the service and the matrix of needs and attributes of services as proposals of improvements for the Company Candy & Clown, so that its application defines the success of the organization.

KEYWORDS: PROPOSAL FOR IMPROVEMENT - CUSTOMER SERVICE - LEVEL OF SATISFACTION

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto.

Años atrás, López de Arriortúa indicaba que: “El cliente es el rey, es el emperador y a él debemos orientar nuestro negocio si queremos subsistir en un mundo tan complejo y cambiante como el que nos ha tocado vivir”.

Puesto los clientes son la razón fundamental de las empresas, es menester brindarles un buen servicio, una queja es una forma que poseen los clientes para indicarnos que la entidad puede prestar de mejor forma el servicio o crear un excelente producto. Si a un cliente se lo atiende de la mejor manera posible éste permanecerá y hará crecer a la empresa, más por lo contrario, si no recibe la atención que desea y reclama, se pierde credibilidad y posesión ante la competencia y esto trasciende a clientes potenciales.

(Palomo Martinez, 2014) señala lo siguiente: Un cliente es cualquiera que tenga algo que ver con nuestro éxito o nuestro fracaso; es nuestra razón de ser y gracias a él existimos. Pero el cliente, antes que nada, es persona, y como tal, podemos encontrarnos con clientes con las más variadas personalidades, que piden y exigen aquello que satisfaga sus necesidades y supere sus expectativas.

Por ello, la política de calidad y servicio en la atención al cliente no puede ser única para todos ellos; hay que diversificarla en función del tipo de cliente con el que tengamos que tratar. (p. 70)

Actualmente en el mundo empresarial se necesita una mejora significativa en los resultados tanto operativos como financieros de las empresas.

Razón por la cual diseñar propuestas de mejoramiento para el servicio al cliente ya no es cuestión de las grandes organizaciones u empresas sino que también se volvió una necesidad imperante de las pequeñas empresas a fin de mantener su competitividad en los mercados.

Debido a que La Empresa "Candy & Clown", no tiene definido las características de los clientes que posee y las variadas necesidades que estos presentan, ha tenido que ceder a la competencia parte de los mismos, siendo las utilidades generadas por el negocio la parte afectada, que por ende ocasiona que los resultados de las ventas no sean las esperadas.

Situación conflicto

La Empresa “Candy & Clown”, se encuentra establecida en el centro de la ciudad de Guayaquil provincia del Guayas, inició sus actividades comerciales a manera de emprendimiento, dedicándose a la venta de servicios y productos requeridos para amenizar eventos infantiles.

En la actualidad la ciudad de Guayaquil ofrece diversas opciones para hacer más divertidas las celebraciones infantiles: locales especializados, fiestas temáticas, entre otras.

Así existen sitios que cuentan con diversas estaciones de juegos, dando opción a los más pequeños a elegir dónde y qué jugar.

Debido al aumento de la competencia con locales mayores que ofertan paquetes completos a la hora de organizar un evento infantil, la empresa “Candy & Clown” considera que tanto los servicios como los productos que ofrece a su clientela no satisfacen las necesidades de los mismos, viendo con suma importancia la necesidad de evaluar el servicio que ofrecen sus empleados para con los consumidores, dicha situación se evidencia debido a las pocas ventas que en el último periodo viene registrando.

Se evidencia además que al no dar una adecuada atención al usuario, estos deciden ir a la competencia y adquirir sus servicios y productos, viéndose gravemente afectado los resultados obtenidos por “Candy & Clown”, es importante considerar que los empleados no han recibido formación alguna con respecto a la atención al cliente que estos deben de tener al presentarse un usuario; así como tampoco poseen la experiencia previa.

Formulación del problema

¿Cómo influiría en la satisfacción del cliente, una propuesta de mejora al servicio que ofrece la Empresa “Candy & Clown”?

Variables de Investigación

Variable Independiente: Mejora al Servicio.

Variable Dependiente: Satisfacción del cliente.

OBJETIVOS

Objetivo General

Diseñar una propuesta de mejora en el servicio que ofrece la empresa “Candy & Clown” para lograr la satisfacción del cliente.

Objetivos Específicos

- Estructurar el marco teórico que permita el estudio de las variables determinadas.
- Realizar un diagnóstico del servicio actual que ofrece la empresa Candy & Clown a los clientes.

- Proponer las acciones de mejora al servicio para la empresa Candy & Clown.

JUSTIFICACIÓN

Para poder desarrollar la presente investigación es necesario conocer la importancia que tienen los clientes en el desarrollo de una empresa, las características de estos, sus necesidades y expectativas durante la atención que reciben, para lograr entender cómo deben ser tratados.

Por tal razón, la Empresa “Candy & Clown”, percibe necesario iniciar una investigación. El presente proyecto tiene implicación práctica pues se centrará en establecer las acciones de mejora de los servicios que brinda “Candy & Clown” generando a la vez información que permita determinar la incidencia de los mismos en la operatividad de la empresa y del posicionamiento del mismo frente a la competencia existente.

La propuesta es de utilidad metodológica, se enfocará en los tipos de investigación descriptivo, explicativo y correlacional, la técnica de investigación a utilizar será la encuesta.

El presente trabajo constituirá una evaluación al área de atención al cliente, donde se establezca la percepción de los mismos frente a la empresa, desde varios puntos de vista; lo cual permitirá dar solución a la problemática planteada y además servirá de fuente de información para futuras investigaciones, determinando al final del estudio las acciones de mejora necesarias a ser aplicadas en “Candy & Clown”.

Así también, mediante la presente labor investigativa, se permitirá el cumplimiento del Objetivo 9 establecido en el Plan Nacional para el Buen Vivir: **Garantizar el trabajo digno en todas sus formas**, al proponer las acciones correctivas necesarias para mejorar la satisfacción del cliente, lo cual redundará en la oportunidad de “Candy & Clown” de generar trabajo en condiciones dignas garantizando el cumplimiento de derechos

laborales, logrando sostenibilidad de las actividades desarrolladas y fortaleciendo la capacitación necesarias en el personal a fin de incrementar la productividad laboral.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes Históricos Referenciales

Cliente

Del latín “cliens”, el término cliente es un término que puede tener diferentes significados, de acuerdo a la perspectiva en la que se lo analice.

Dentro de las ciencias Económicas este concepto hace referencia a la persona que se adhiere un producto o servicio partiendo de un valor determinado. Se pueden encontrar clientes constantes y ocasionales o aquellos que solo se convierten en clientes momentáneos de acuerdo a satisfacer sus necesidades puntuales.

Dentro de este contexto el cliente es conocido como aquella persona que compra un bien o producto, usuario la persona que usa el servicio o consumidor quien consume un producto o servicio.

Los especialistas en marketing y ventas suelen distinguir entre distintas clases de clientes, los clientes activos son los que, en la actualidad, concreten compras de maneras frecuentes.

Dentro de las actividades comerciales se puede hacer referencia que existen también los tipos de clientes inactivos, que son consideradas

aquellas personas que hace tiempo que no realizan una compra por lo que es probable que estén satisfaciendo sus necesidades en la competencia.

También se pueden clasificar a los clientes satisfechos o clientes insatisfechos, de acuerdo al tipo de resultados que haya tenido el intercambio comercial. Basado en el principio básico de la mercadotecnia como dicho popular de que “el cliente siempre tiene la razón”. La empresa, deberá basar todos sus esfuerzos en la satisfacción del cliente, ya que un cliente satisfecho seguirá comprando y gastando su dinero en la empresa lo cual le asegura su permanencia en el mercado.

Satisfacción al Cliente

Por otra parte, Philip Kotler, define la **satisfacción del cliente** como “El nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.” (p. 40 – 41).

(Escudero, 2011), señala:

El perfil del cliente se determina por una serie de variables que caracterizan al individuo, según estas características se comporta de un determinado modo frente a la demanda de los productos que consume. El perfil del cliente lo estudiaremos a través de las siguientes variables: personalidad, actitud, clase social y estilo de vida (p.59).

La **personalidad** se define como el conjunto de características psicológicas que determinan y reflejan la forma que tiene una persona de responder ante determinadas situaciones en otros términos es el modo habitual por el cual un ser habla, siente y lleva a cabo alguna acción para satisfacer las diversas necesidades que se obtienen en el diario vivir.

La **actitud** es el estado de ánimo del individuo en el momento de la compra todo esto es importante para la empresa ya que facilitara a la

toma de decisiones y acciones sobre el producto o servicio en todo momento; influye sobre la información que recibe sobre el producto y la postura favorable o desfavorable que adoptará.

Las características de la actitud son:

- Responde a un comportamiento
- Se aprende o se modifica con la experiencia.
- Es constante en el comportamiento que refleja.
- Está dirigida hacia un objeto.

La **clase social** es la subdivisión de la sociedad en grupos relativamente homogéneos y estables en los cuales situamos a los individuos o familias que tienen comportamiento, valores y actitudes similares. La pertenencia a una u otra clase social influye de forma poderosa en el comportamiento del consumidor, sobre todo al elegir los productos relacionados con la forma de vestir, el hogar, el automóvil y el ocio. Los intereses del individuo suelen coincidir con los de la clase social y hará lo posible por adquirir los artículos que lo identifiquen con el grupo o con su clase social.

El **estilo de vida** refleja la forma de vivir de una persona, marca el comportamiento y los patrones de consumo en los productos tales como la música, la ropa, el ocio, etc.; y se define a partir de tres elementos:

- Actividades, nos dicen la forma que tiene una persona de ocupar su tiempo libre.
- Intereses, nos informan sobre las preferencias y prioridades de la persona.
- Opiniones, reflejan cómo piensa o se manifiesta la persona ante ciertos eventos y sucesos. (p. 46-47)

Ahora bien, un negocio tiene dos clases de clientes: los clientes actuales y los clientes potenciales; los primeros representan a los clientes que generan ventas actuales, se consideran la fuente de ingreso de la empresa, mientras que los segundos, clientes potenciales, son aquellos

que no figuran como clientes en el presente, más son vistos como clientes del futuro, pues tienen la disposición necesaria para efectuar posibles compras. Así también estos tipos de clientes pueden ser medidos por el nivel de satisfacción.

Palomo Martinez, (2014), al respecto, señala que:

Cientes Satisfechos son aquellos que han percibido el desempeño del negocio, el producto y el servicio como coincidente con sus expectativas. Este tipo de clientes se muestra poco dispuesto a cambiar de negocio, pero puede hacerlo si encuentra otro que le ofrezca una oferta mejor. Si se quiere elevar su nivel de satisfacción, se deben planificar servicios especiales que puedan ser percibidos por ellos como un plus que no esperan recibir (p. 72).

Se puede establecer que para que una empresa logre buenas relaciones con los clientes ésta deberá concebir una orientación empresarial que predisponga a los empleados mantener como prioridad la retención del cliente, la cual se conseguirá si estos tienen la plena capacidad de maniobra para satisfacerlos; pudiendo la empresa aplicar incentivos o estableciendo una adecuada estructura organizacional y las asignaciones de responsabilidades correspondientes de cada uno.

El personal existente dentro de la empresa debe estar consciente de que el éxito entre la organización y los clientes que esta posee depende de las conductas y actitudes que observen en la atención de las demandas de los clientes. Es importante mencionar que las motivaciones en el trabajo es un factor imperante que forma parte del fortalecimiento de una cultura de servicios que se otorga a los clientes.

Calidad del Servicio

“El **servicio al clientes** es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de los clientes externos” (Serna Gómez, 2010, p. 17)

"Los directivos deben cultivar cuidadosamente a sus empleados: enseñarles cómo solucionar problemas, encontrar formas de medir sus esfuerzos, y recompensar a aquellos que den mejor servicio" (Dr. Keith Denton, Calidad en el servicio a los clientes). (Serna Gómez, 2010)

Algunos puntos importantes de cómo mejorar la calidad del servicio al cliente:

- Mejorar el conocimiento del producto.
- Mejorar nuestros conocimientos de los deseos, necesidades y actitudes del cliente.
- Desarrollar una definición de calidad para la organización.
- Establecer normas de servicios y mejorar nuestra medición del servicio.
- Facilitar a las personas encargadas de servicio al público una formación basadas en capacidades y en el conocimiento del producto.
- Establecer incentivos y motivaciones para proveer calidad en el servicio."

La calidad al servicio al cliente es un elemento imprescindible para la existencia de una empresa y constituye la clave del éxito de la misma en el que su objetivo principal es de brindar una excelencia al trato que se les ofrece a los clientes.

Se debe enfocar en la mayor parte al cliente ya que ellos son las personas más importantes para la empresa debe entender que los clientes no dependen de nosotros sino que dependemos de ellos ya que se debe trabajar por ellos y para ellos se debe satisfacer sus necesidades deseos y expectativas, siempre que sea necesario disipar sus temores y resolver sus quejas, nuestros clientes deben ser tratados con la mayor atención, cortesía y profesionalismo que se les pueda brindar ya que son la parte vital de la empresa .

Momentos de la verdad

En la relación existente entre el cliente y el personal a cargo de la empresa existen un sin número de puntos críticos individuales de contacto.

Detalles pequeños hacen la diferencia entre un servicio bueno y uno malo.

Existen muchos momentos de la verdad pero los más frecuentes son:

- El cliente llama, escribe o averigua por algo: Rapidez, amabilidad y preparación.
- El cliente bravo u ofuscado: No pelee, no discuta con el busque una solución a sus requerimientos.
- El cliente busca algo que haga de ese momento especial: Procure dárselo.
- Cliente indeciso: Si busca una opinión procure dársela lo más profesional posible.
- Cliente que se queja: Respuestas rápidas y de una manera positiva para que así despejar todas sus dudas.
- Despedirse

Atributos del RRHH que interviene en la prestación de servicio.

Una persona que brinda soporte técnico no solo debe tener conocimientos sobre su trabajo, también debe saber cómo tratar a las personas que le brindará su servicio, teniendo una buena actitud ya que de esta forma hará sentir al cliente más cómodo y satisfecho con su trabajo.

A continuación se muestra algunos de los atributos universales del servicio que debemos tener como futuros técnicos y una explicación de que consiste cada uno.

1.- Deseo de servir: Es el deseo interior que tenemos de ser útil, de beneficiar a los demás y sobretodo tener voluntad de ayudar con nuestro

trabajo. Al servir obtenemos beneficios haciendo el bien a las demás personas por muy pequeño que sea, y sin duda disfrutaras más tu trabajo.

2.- Aprecio por el ser humano: Es el cariño o afecto, estima hacia las demás personas y el reconocimiento del valor, del mérito o de sus cualidades. Un aprecio verdadero se traduce con una buena disposición actitudinal a la hora de apoyar a los clientes y colaborar con ellos.

3.-Orientación al logro (mayores y mejores metas): Se define como el esfuerzo que hacen las personas como individuos y el equipo de trabajo como unidad, por cumplir con los objetivos planteados en un proyecto, dentro de las expectativas esperadas.

4.- Responsabilidad: Es un valor que está en la conciencia de la persona, que le permite reflexionar, administrar, orientar y valorar las consecuencias de sus actos, siempre en el plano de lo moral. Ser responsable implica el cumplimiento de nuestras obligaciones.

5.- Conocimientos: El conocimiento se conoce con hechos, o datos de información adquiridos por una persona a través de la experiencia o la educación, la comprensión teórica o práctica de un asunto u objeto de la realidad.

6.- Determinación: Es un valor que se refiere cuando la persona establece definiciones, limitaciones y conceptos en su vida con la fortaleza mental para perseguir los objetivos que se propone y así tomar una resolución. Voluntad de realizar algún acto.

7.-Dedicación: Entrega intensa a una actividad determinada, aplicando todo el esfuerzo y empeño en un objetivo. Una persona dedicada a lo que hace es aquella que lo desempeña con amor y esmero. También se utiliza como sinónimo de valor u osadía.

8.- Disciplina: La definición de disciplina en su forma más simple es la coordinación de actitudes, con las cuales se instruye para desarrollar habilidades, o para seguir un determinado código de conducta u “orden”.

9.- Orden: Situación o estado de normalidad o funcionamiento correcto de algo, en especial armonía en las relaciones humanas dentro de una colectividad, es el método que se sigue para hacer algo.

10.-Actitud: Es la forma de actuar de una persona, el comportamiento que emplea un individuo para hacer las cosas y el ánimo con el que frecuentamos una determinada situación. La actitud positiva permite que el individuo afronte las situaciones únicamente enfocando los beneficios de esta.

Algunos ejemplos de atributos negativos son:

- Incompetente
- Ineficiente
- Frío
- Descortés
- Desatento

Fidelización de clientes:

Entre los distintos tipos de clientes que existen en una cartera, interesa resaltar especialmente el punto de vista del cliente fidelizado al producto. Cuando se dice fidelizarlo, se refiere a una estabilidad en el pedido, a un estrecho margen de movilidad en el volumen anual de ventas.

Clientes fieles son aquellos con lo que se ha establecido una relación tan estrecha que compran sistemáticamente el producto, de modo que, con la frecuencia correspondiente a su situación, realizan gastos en la misma empresa.

La fidelización del cliente es una tarea de vital importancia para la supervivencia de la empresa. La mayor parte de las carteras de cliente se

crea en función de las previsiones que se deducen de estos hábitos en los clientes.

Permite a las empresas especializar sus productos, ya que saben perfectamente a quien dirigirse. A través de encuestas y otros estudios de posventas, se obtiene información válida para la realización de mejoras en los atributos de estos productos.

El cliente fidelizado proporciona estabilidad a la empresa, que puede organizar mejor su contabilidad e inversión, arriesgándose en menor medida, ya que es más fácil establecer objetivos realistas.

La fidelización sirve a las organizaciones para elevar el nivel de servicio en relación a sus competidores ya que son consistes de la cuota de mercado que ocupan y las que desean alcanzar. (Fidelización al cliente. Introducción a la venta personal y a la dirección de ventas.

Estrategias de fidelización del cliente

La fidelización es uno de los aspectos más importantes en un negocio, de eso no hay duda. Para ello, se invierten serios esfuerzos en el diseño de estrategias de atracción, pero desgraciadamente no siempre se ven recompensadas con nuevos compradores. Indiferentemente del entorno en el que desarrolles tu actividad es primordial que mantengas un nivel de satisfacción elevado, para que los clientes se mantengan en fidelidad con la empresa.

FUNDAMENTACION LEGAL

Teniendo en cuenta que las actividades que ofrece la empresa está relacionada con los niños, niñas y adolescentes se tiene presente la normativa ecuatoriana que en lo fundamental establece la protección de los derechos de este sector vulnerable de la población en el CÓDIGO DE LA NINEZ Y ADOLESCENCIA libro primero se define:

Art.6.- Igualdad y no discriminación y Art 7.- Niños, niñas y adolescentes indígenas y afro ecuatorianos.-Respetar el origen la nacionalidad en un marco de interculturalidad y de respeto a las culturas donde proceden los niños ya que todos los niños, niñas y adolescentes serán iguales ante la ley siempre que estas prácticas culturales no conculquen sus derechos (Congreso Nacional, 2003).

El Estado adoptara las medidas necesarias para eliminar toda forma de discriminación ya que la ley les permite desarrollarse de acuerdo a su cultura.

Teniendo en cuenta todo lo mencionado con anterioridad cualquier violación a los derechos está previsto sanciones en el Art. 19 del mencionado código de la niñez y adolescencia donde se establece que las personas que incurran en ello serán sancionado en la forma descrita en el código y que no habrá perjuicio de la reparación que corresponda como consecuencia de la responsabilidad civil.

En este sentido la actividad que desarrolla Candy &Clown es una actividad de recreación, descanso y diversión para los niños aplica también el Art. 48 del capítulo III Derecho a la recreación y al descanso donde estable que los niños y adolescente tienen derecho a la recreación y al descanso y que es obligación de los establecimientos de propiciarles la forma donde ellos puedan descansar, divertirse, jugar y realizar actividades propia de su etapa de desarrollo (Congreso Nacional, 2003).

Ninguna de las actividades que desarrolla Candy & Clown puede ir en contra de la integridad de la persona en el Art.50 se menciona el derecho que tiene los niños a la integridad personal se establece que hay que respetar su integridad física, psicológica, cultural, sexual y afectiva (Congreso Nacional, 2003).

Las actividades que desarrolla el personal no pueden coaccionar a los niños de manera que no les permita emitir sus propios criterios sobre algún juego o alguna situación que se desarrolle en el mismo.

Los niños tienen Art. 61 Derecho a la libertad de pensamiento, conciencia y religión por lo tanto no tiene que haber ningún tipo de mensaje discriminatorio esto garantiza a los niños niñas y adolescentes las libertades de pensamientos de conciencia y de religión sujeta a sus limitaciones descritas por la ley (Congreso Nacional, 2003).

En el Art. 67 del Código de la Niñez y Adolescencia establece al maltrato como una conducta que afecta la integridad física o donde se pueda dañar la integridad de los niños niñas y adolescentes por parte de cualquier persona, incluido sus progenitores y familiares que estén a su cargo (Congreso Nacional, 2003).

Estas responsabilidades por maltrato institucional recaen en el autor de dicho maltrato y en su representante legal, autoridad o responsable de la institución o establecimiento al cual pertenece.

VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

Variable Independiente: Mejora del Servicio:

Acciones, implementaciones y otras actividades que como parte del proceso análisis y estudio de un problema o actividad productiva o de servicio, son implementadas para garantizar la calidad ofrecida, ofertada y percibida por el cliente.

Variable Dependiente: Satisfacción del cliente

Clientes fidelizados que accedan nuevamente a los servicios de Candy & Clown donde ellos sientan que son parte fundamental e importante para la empresa y que induzcan a otros clientes a consumir los servicios que ofrece la misma, cuanto más positiva sea la percepción sobre el servicio

recibido y se cubra todas las expectativas mayor será la satisfacción de los clientes mediante la cual se fidelicen a la empresa y por ende ellos la recomienden.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

DIAGNÓSTICO Y CARACTERIZACIÓN DEL SERVICIO

Generalidades de la Empresa Candy &Clown

Candy & Clown es una empresa privada que tiene por objeto social la Animación para fiestas infantiles fundada en el 2015 situada en la ciudad de Guayaquil.

Unos de sus objetivos principales es prestar servicios de Animación para fiestas infantiles donde principalmente los niños tengan un momento de recreación y esparcimiento junto a sus familiares y amigos más cercanos en donde se ponga en primer lugar la diversión y se resguarde su integridad física y moral.

Desde sus inicios ha sido una empresa con visión dedicada al esparcimiento y recreación de los más pequeños de la casa, además de que consta con un personal idóneo que ofrecen nuestros servicios con la más alta calidad y por lo tanto nuestros cliente salgan satisfechos y felices.

Estas características reflejan la pasión por la excelencia que tiene la empresa Candy & Clown y constituyen el pilar fundamental sobre el que

se ha basado su consolidación y desarrollo en el mercado de Animación para fiestas infantiles.

La empresa Candy & Clown ejerce todas las actividades comerciales para la ejecución de servicios de Animación para fiestas infantiles para todos los padres de familia que buscan hacer del cumpleaños de sus hijos un momento inolvidable y muy especial.

Visión

Llegar a ser en los años siguientes la empresa de Animaciones más reconocidas a nivel nacional permitiéndoles a nuestros clientes disfrutar de su evento y sus invitados de principio a fin sin tener que estar pendiente de organizar las distintas actividades para la diversión de sus invitados.

Brindando con Energía y buena vibra toda la creatividad del personal de Candy & Clown a través del Juego y el Entretenimiento provocando aprendizajes a los niños y al mismo tiempo fortaleciendo las relaciones entre las personas creando una experiencia única, llena de alegría, dinamismo y diversión para todos los asistentes del evento.

Misión

Somos una empresa comprometida con nuestros clientes la misión de Candy & Clown es llegar a ser la empresa número uno en la organización y Animación de fiestas infantiles en donde nuestros servicios estén al alcance de todos con innovadores personajes y una creatividad para todos los gustos.

Candy & Clown en todo momento brinda un trato personal, humano, de calidez asegurándose de satisfacer a todos los clientes, diseñando actividades para que ellos reconozcan que son especiales, diferentes y únicos.

Además de buscar una rentabilidad sostenible y de desarrollo tanto para la empresa como para sus colaboradores.

Candy & Clown para cumplir con sus metas y objetivos tiene estructurada su organización como muestra la estructura organizativa en la siguiente figura. 1

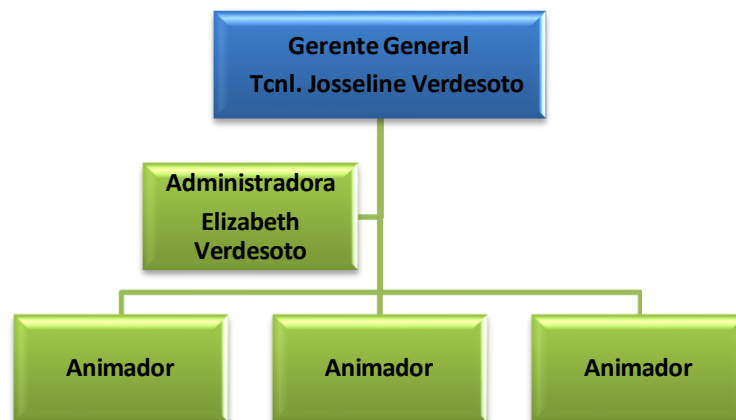


Figura No. 1. Estructura Organizativa

Candy & Clown para realizar sus diferentes actividades cuenta con 5 trabajadores por ser una empresa pequeña distribuidos por áreas según muestra la figura 1.

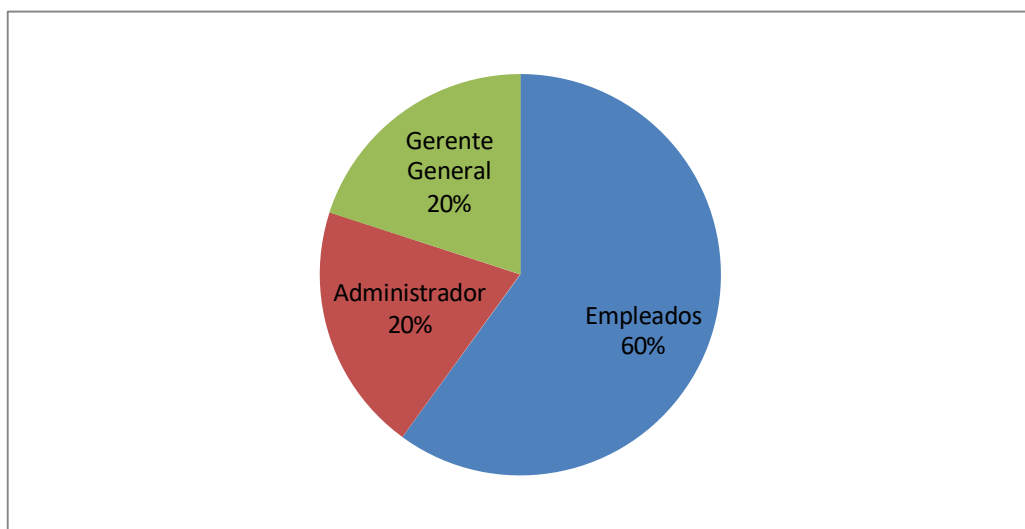


Figura No. 2 Cantidad de trabajadores por categoría ocupacional

PASOS PROCEDIMIENTOS Y TÉCNICAS

En la investigación se va aplicar una encuesta de satisfacción para definir las principales satisfacciones de los clientes que se abran tomado en cuenta al momento de determinar los momentos negativos de la verdad que va a definir la posición que la empresa ocupa dentro de la matriz de servicio de SCHROEDER.

Se va a describir el tipo de servicio de la empresa y definir los momentos de la verdad negativos que tendrán una relación directa con los resultados de la encuesta de satisfacción realizada con anterioridad.

Posteriormente se determinaran las causas y sub-causas que estarán relacionadas con el triángulo de los servicios.

En este sentido, el procedimiento seguido para evaluar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en Candy & Clown es el siguiente:

PASO 1: Definición del ciclo de Servicios de la Empresa.

PASO 2: Ubicación de la empresa dentro de la matriz de servicio de SCHROEDER.

PASO 3: Determinación de las características de la empresa a partir de la matriz de singularidad y complejidad.

PASO 4: Aplicación de la encuesta de Satisfacción.

PASO 5: Definición de los momentos de la verdad negativos.

PASO 6: Determinación de las Causas y Sub-causas.

PASO 7: Determinación de la relación sobre los momentos de la verdad negativos y el triángulo de los servicios.

PASO 8: Completamiento de la matriz de caracterización del servicio.

PASO 9: Completamiento de la matriz de necesidades y atributos de servicios como propuestas de mejoras para la Empresa Candy & Clown.

PASO 1.

DEFINICIÓN DEL CICLO DE SERVICIOS DE LA EMPRESA

Para poder ofrecer un mejor servicio a los clientes se requiere tener presente cada uno de los momentos de la verdad.

El cliente desconoce todas las estrategias o problemas que en ese momento pueda tener la empresa, solo conoce lo que la empresa hace en ese momento por él y a partir de ahí el cliente califica el servicio ofrecido.

Es por eso que el servicio que se ofrece debe buscar como estrategia que todos esos momentos conduzcan a satisfacer todas las necesidades que tenga y busque el cliente en ese momento.

Para realizar dicho análisis la empresa Candy & Clown en primer lugar utiliza el ciclo del servicio donde se presenta cada uno de las actividades del cliente desde que llega a solicitar el servicio hasta que esté de por finalizado.



Figura No. 3 Ciclos de Servicios de la Empresa
Fuente: Elaboración propia, 2017

PASO 2.

UBICACIÓN DE LA EMPRESA DENTRO DE LA MATRIZ DE SERVICIO DE SCHRODER.

Grado de interacción y adaptación

		Bajo	Alto
Grado de intensidad de la mano de obra	Bajo	FABRICA DE SERVICIO (CANDY & CLOWN)	TALLER DE SERVICIO
	Alto	SERVICIOS MASIVOS	SERVICIOS PROFESIONALES

Figura No. 4 Matriz de Servicio
Fuente: Tomado de Schroeder

El grado de intensidad de la mano de obra es baja y el grado de interacción y adaptación del negocio es alta por lo que la empresa, cae

dentro del cuadrante de taller de servicios de la matriz propuesta por Schroeder.

La gestión de los procesos en empresas como la que se está analizando es compleja debido a la alta interacción con los clientes (padres de familias y niños) lo que redundaría en la existencia de distintas secuencias de actividades de acuerdo a las preferencias y gustos particulares atendidos esto incide en los costos del servicio y la calidad percibida.

Por otro lado la baja intensidad de la mano de obra apunta la necesidad de encontrar mecanismos de gestión de la demanda y la capacidad por lo costoso que puede representar largas estadías sin contratos, vestuarios sin ser utilizados tiempos alargados de definición de las condiciones y cambios a último momento del contrato.

PASO 3.

DETERMINACIÓN DEL ATRIBUTO DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA A PARTIR DE LA MATRIZ DE SINGULARIDAD Y COMPLEJIDAD

		Complejidad del servicio prestado	
		Baja	Alta
Singularidad	A medida	Trato amigable, buenas relaciones	Conocimiento, credibilidad, capacidad de enjuiciamiento
	Estándar	Marketing masivo de bajo costo	Conocimiento específico

Figura No. 5 Matriz de Singularidad y Complejidad.

Fuente: Elaboración propia, 2017

El en el cuadro de singularidad y complejidad el servicio que ofrece Candy & Clown es a la medida por lo que la complejidad del servicio ofrecido es baja y la característica de la empresa debe de ser un trato amigable y buenas relaciones que van ayudar a que Candy & Clown ofrezca sus servicios de una manera más eficaz y profesional.

PASO 4.

APLICACIÓN DE LA ENCUESTA DE SATISFACCIÓN .

La satisfacción de los clientes son el eje principal y de partida para mejorar que la empresa, debe plantearse donde se debe determinar y conocer las diferencias existentes entre el cliente cuando conoce el servicio y el que realmente recibe.

En el recuadro se realiza un análisis de la satisfacción que sobre el servicio tienen los clientes de Candy & Clown a partir de la aplicación de una encuesta.

Esta encuesta ha sido diseñada teniendo en cuenta las principales preguntas que miden este tipo de servicio.

Las encuestas se muestran en el anexo y las preguntas encuestadas son las siguientes:

- Tiempo que ha utilizado los servicios de la empresa Candy & Clown.
- A través de que medio conoció la empresa Candy & Clown.
- Frecuencia utiliza los servicios de Candy & Clown.
- Valoración de los atributos de la empresa Candy & Clown
 - Relación calidad precio
 - Profesionalismo
 - Satisface las necesidades requeridas
 - Servicio de calidad
- Valore del 1 al 5 los siguientes atributos del servicio recibido
 - Excelente
 - Bueno
 - Muy Bueno
 - Regular
 - Malo
- Ha recomendado usted la empresa Candy & Clown a otras personas.
- Recomendaría usted la empresa Candy & Clown a otras personas?
- Volvería a utilizar los servicios de Candy & Clown?
- Tiene alguna recomendación para el mejoramiento del servicio.

Como la población es muy pequeña teniendo en cuenta la mortalidad muestral se toma la misma población como muestra.

El tamaño de la muestra a encuestar es de 15 clientes reales ya que la empresa es pequeña y tiene poco tiempo en el mercado, otro punto es que los clientes que nos contactan no siempre hacen uso de los servicios por lo tanto el número seleccionado como muestra parte de un análisis de clientes reales y como promedio utilizan nuestros servicios.

Para esto se toman los clientes atendidos es decir los que realmente utilizaron dichos servicios durante los meses de establecida la empresa.

La encuesta aplicada para evaluar la satisfacción de los clientes, los resultados se analizan a continuación. Dichos resultados se reflejan en el anexo más extensamente.

A pesar que un gran número de personas revisan la página de la empresa no siempre adquieren los servicios por ende se parte de un análisis de clientes reales que como promedio adquieren los servicios se toma en cuenta dichos clientes atendidos, es decir, las que realmente prestan los servicios de la empresa Candy & Clown.

Una de las insatisfacciones mayores de los clientes encuestados manifiestan (50%) insatisfacción en el momento de escoger los personajes ya que la empresa no cuenta con variedad de ellos.

PASO 5.

DEFINICIÓN DE LOS MOMENTOS DE LA VERDAD NEGATIVOS



Figura No. 6 Definición de los momentos de la verdad negativos
Fuente: Elaboración propia, 2017

Análisis del servicio centrado en el cliente

En este punto es muy importante ponerse en el lugar del cliente por ello el análisis del proceso de servicios de la empresa Candy & Clown se centra básicamente en ellos.

Utilizando el círculo del servicio expuesto anteriormente se podrán identificar los sucesos que de manera negativa se expone al cliente y que son parte de sus insatisfacciones que ellos manifiestan en los estudios realizados con anterioridad.

Definición de las causas negativas en el análisis.

Una vez realizado el análisis de las diferentes causas que provocan los momentos negativos de la verdad en el servicio de Candy & Clown se relacionan las diferentes causas raíces definidas.

- El cliente no encuentra lo que busca.
- No se actualiza en la web los nuevos servicios.;
- Nadie contesta los teléfonos para brindar la información que solicita el cliente.
- La persona que contesta se muestra apática
- No hay suficientes videos para la demostración de los diferentes shows ofrecidos por Candy & Clown.
- Los vestuarios no son los colores del personaje que en primer momento escoge el cliente por eso hay descontento en esa parte.

PASO 6:

CAUSAS Y SUB-CAUSAS

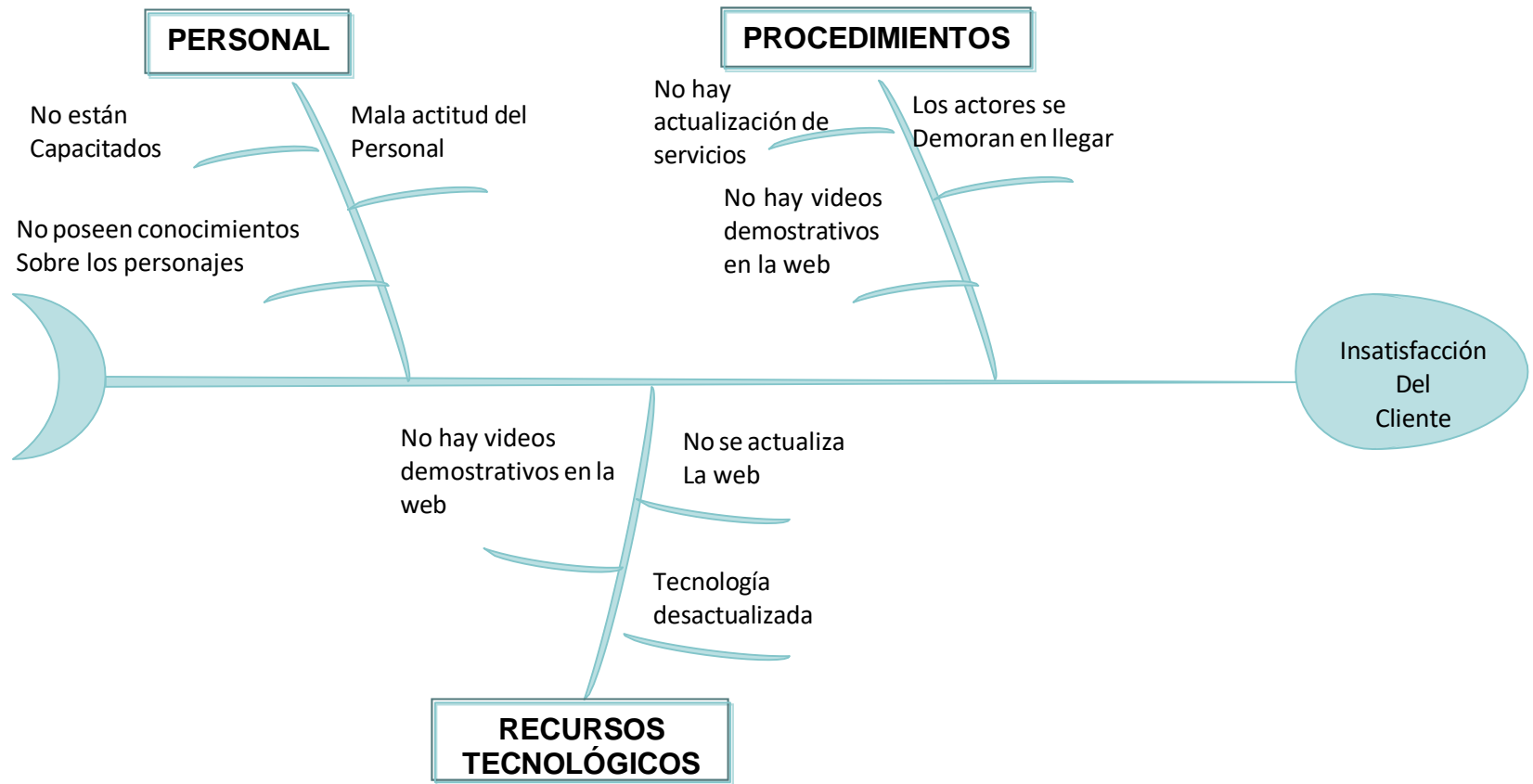


Figura No. 7 **Causas y Sub-causas**
Fuente: Elaboración propia, 2017

PASO 7: DETERMINACIÓN DE LA RELACIÓN ENTRE LOS MOMENTOS DE LA VERDAD NEGATIVOS Y EL TRIÁNGULO DE LOS SERVICIOS

Karl Albrecht, Lawrence J. Bradford, (2012) en su libro " La excelencia del servicio ", ilustró como un triángulo la filosofía del servicio y definió cada uno de sus componentes:

El Cliente

Un cliente es la persona o empresa receptora de un bien o servicio a cambio de un valor monetario.

La Estrategia

La estrategia es el camino por la cual la empresa genera un valor mediante la planificación de un asunto donde se tiene decisiones fijadas en un determinado contexto y que integran misión y objetivos a seguir, tienen dos orientaciones una interna que tiene que ver con el servicio y otra externa que corresponde a la promesa del mismo que se ofrece a los clientes.

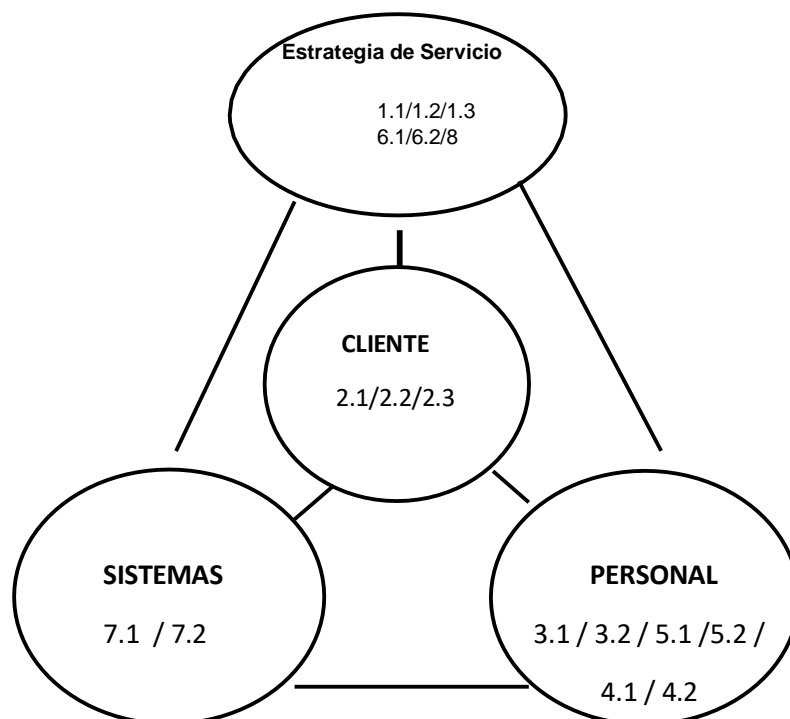


Figura No. 8 Estrategias de Servicios
Fuente: Elaboración propia, 2017

Personal

Todas las personas que conforman la empresa, la verdadera transformación de una empresa se da cuando la gente al interior cambia por completo y se decide dar lo mejor de sí mismo para la empresa.

Los Sistemas

Definir las diferentes maneras para dirigir el negocio, estos sistemas ayudan a controlar y coordinar a todo el personal que labora en la empresa.

En este paso relacionamos los momentos negativos con los elementos del triángulo de los servicios esto se hace a través de las causas que ocasionan en cada momento.

En cada uno de estos momentos se relaciona con el desarrollo de los procesos.

1. El cliente busca el servicio deseado
 - a) No encuentra el personaje que desea
2. Llama y solicita información
 - a) Nadie contesta los teléfonos
 - b) La persona que contesta se muestra apática
3. El cliente recibe servicio seguimiento y fidelización
 - a) No hay contacto posterior para retroalimentar el servicio ofrecido.

Se han desarrollado los primeros 7 pasos del procedimiento propuesto. En el siguiente capítulo se desarrollaran el paso 8 y el paso 9 teniendo en cuenta que el capítulo incluye el análisis y la propuesta de las mejoras para solucionar el problema que se presente.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA DE UN DISEÑO DE MEJORA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA “CANDY & CLOWN”

Como parte de las mejoras que se propone en la presente investigación se decide utilizar 2 herramientas para presentar.

En la primera herramienta la matriz de Caracterización de los Servicios se va hacer una identificación de las necesidades más latentes y apremiantes del cliente, las formas de satisfacerlas, cuales son las características y atributos que debe tener la necesidad detectadas y quiénes son los responsables más directos para ejecutarlas.

También se va a obtener todos los recursos y tiempos en los que se van a ejecutar dichas metas.

En la segunda matriz de Necesidades Atributos y Servicios se describe cuáles son los componentes que se presentan en el ciclo del servicio que se relacionan directamente con el triángulo de los servicios y los momentos de la verdad y se proponen soluciones a ello mediante el análisis de las fallas potenciales y las acciones de contingencias para evitar las fallas o minimizar su impacto en la satisfacción del cliente.

MATRIZ DE NECESIDADES Y ATRIBUTOS DEL SERVICIO

MATRIZ DE CARACTERIZACIÓN DE LOS SERVICIOS

Necesidades del Cliente	Forma de satisfacer la necesidad	Atributo	Responsable	Recursos	Tiempos
Definir información general de la empresa y sus servicios	Publicar información general de la empresa	Claridad Y Agilidad	Jefe de Área	teléfonos de la empresa, correos	Permanente
Recibir información actualizada sobre los servicios ofrecidos y emitir sus demandas de personalización del servicio	Información actualizada en la web de todos los servicios. Maiting, redes sociales, mensajería, SMS WhatsApp.	Información actualizada para Satisfacer al cliente y rapidez en la respuesta sobre la personalización del servicio.	Jefe de Área	Internet	Permanente
Servicio acorde a sus expectativas y a la personalización solicitada	Ofreciendo el servicio a la medida y retroalimentando de acuerdo a la necesidad que tiene el cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Expectativa del servicio cubierta. • Evaluación por parte del cliente • Implementación de mejoras 	Jefe de área Jefe de Área	teléfonos, correos equipos, internet	Permanente

Momento de Verdad	Valores Agregados	Responsable	Tiempos	Información	Falla Potencial	Acción de Contingencia
1. Cliente ingresa a la página web	. Seguimiento a la pagina y actualización permanente	. Web master .Administradores	Inmediato	Características de la pagina Web.	.Falla técnica . Calidad . Falta de claridad . Poco atractivo . El cliente no conoce el URL de La web.	Aclarar información facilitar contacto Por otra vía.
2. Busca el servicio deseado	. Descripción completa de los servicios. .Videos demostrativos	. Web master . Gerente	Permanente	. Características del servicio con la información Requerida.	. No contar con lo Que el cliente busca. . No se actualiza en la web los nuevos Servicios. . Mala calidad videos	Facilitar contactos.
3. Llama y solicita Información.	. Dar respuesta vía telefónica inmediata . Amable . Ofrece toda la Información.	Secretaria	Inmediato	Decisiones del cliente sobre el servicio a contratar	. Nadie contesta Los teléfonos. . La persona que contesta se muestra Apática.	Suplir las necesidades De los clientes.
4. Se decide por algún servicio	. Enviar respuestas via mail.	Administradores	Depende de la decisión Del cliente.	Cotización	Se demora en la	Implementar cotización online

	Contacto y seguimiento del cliente via mail				cotización solicitada	
5. Solicita información del servicio.	.Existencia de videos. .Fotos del evento .Fotos del vestuario. .Actores	Administradores	Inmediato	. Preferencias personalización y propuestas a la medida del cliente.	. Los actores no están disponibles en el momento requerido. . No hay videos de demostración.	. Registros de eventos pasados. . Fotos, videos, etc.
6. Recibe demostración del servicio.	. Cambios instantáneos a la medida del cliente.	Administradores	Inmediato	Definición de las características del servicio contratado.	. No eran los animadores que esperaba el cliente. . Los vestuarios no son los colores de los personajes.	. Tener alternativas para la personalización a la medida del cliente.
7. Se entrega el servicio ofrecido	. Servicios con agregados.	Administrador	Lo que especifica el contrato	.Reporte de fallas en la prestación de servicios.	. Personal .Hay demoras en la hora de llegada al evento.	Alternativas
8. Cliente recibe servicio de seguimiento y fidelización.	.Encuesta de satisfacción	Gerente Administrador		. Evaluación del servicio de calidad percibida	. No hay contacto retroalimentación del servicio.	Programar visita

CONCLUSIONES

- La revisión de la literatura especializada permitió identificar aquellos autores que estaban relacionados directamente con el tema de la investigación sobre todo con referencia a la satisfacción del cliente y fidelización de los mismos.
- Durante la realización del diagnóstico se identificaron un grupo de momentos negativos de la verdad que estaban relacionados directamente con las insatisfacciones más frecuentes encontradas en los clientes entre las cuales podemos mencionar: dificultad para encontrar la información, El cliente no encuentra lo que busca, Nadie contesta los teléfonos, Se equivocan en el servicio que desea el cliente, Los actores no están disponibles en el momento requerido, No eran las animaciones que esperaban, Hay demora en la hora de llegada al evento, No hay contacto posterior para retroalimentar el servicio ofrecido.
- Para profundizar en el estudio del servicio que ofrece la empresa Candy & Clown se utilizaron una serie de herramientas entre las cuales se puede mencionar: La matriz de Schroeder, El ciclo del servicio, Los momentos de la verdad, La matriz de singularidad y complejidad y la matriz de caracterización de servicios con todas ellas se logró hacer la caracterización adecuada de los servicios para poder establecer la propuesta de mejora que se incluye en el trabajo a través de otra herramienta denominada Matriz de necesidades y atributos del servicio donde se alista un análisis de las fallas potenciales y las acciones de contingencias para evitar dichas fallas o minimizar su impacto en la satisfacción del cliente de Candy y clown.

RECOMENDACIONES

Con el objetivo de que este proyecto de investigación se desarrolle con resultados positivos recomendaremos lo siguiente:

- Capacitar continuamente al personal para incrementar sus conocimientos relacionados al servicio al cliente y fidelización del mismo, animación de eventos, la finalidad es que la empresa innove constantemente los servicios y el trato que tiene el personal con los clientes mejore y así ellos se fidelicen con la empresa.
- Realizar publicidad actualizada de todos los servicios que ofrece Candy & Clown por medio de Redes sociales, mailing, SMS, mensajería WhatsApp, etc.
- Crear políticas de atención al cliente para que la empresa pueda garantizar la fidelización de los mismos.
- Investigar el mercado para generar nuevas e innovadoras propuestas que permitan estar acorde a las diversas necesidades de los clientes para que estas satisfagan sus objetivos.

BIBLIOGRAFÍA

Congreso Nacional. (03 de Enero de 2003). *Código de la Niñez y Adolescencia*. Obtenido de Registro Oficial 737 : <http://www.igualdad.gob.ec/docman/biblioteca-lotaip/1252--44/file.html>

Cottle W., David (2010). *El Servicio Centrado en el Cliente, Como lograr que regresen y sigan utilizando sus servicios*. Madrid. Ediciones Díaz de Santos, S.A.

Escudero, M. J. (2011). *Gestión comercial y servicio de atención al cliente*. Madrid.: Ediciones Paraninfo, S.A.

Hernández, Fernández y Baptista (2013). *Metodología de la Investigación*. México: Editorial Mac Graw Hill S.A.

Karl Albrecht, Lawrence J. Bradford, (2012), *La excelencia en el servicio*. California: 3R Editores

Palomo Martinez, M. (2014). *Atención al Cliente* . Madrid: Ediciones Paraninfo, SA.

Serna Gómez, H. (2010). *Gerencia Estratégica*. Colombia: Panamericana 3R editorial Limitada .

Swift, Ronald S. (2012). *CRM: Como mejorar las relaciones con los clientes*. México. Pearson Educación.

ANEXOS

ENCUESTA PARA LA EMPRESA CANDY & CLOWN

Sus comentarios y respuestas son importantes muchas gracias

Nombres: Anabell Eva
Apellidos: Moran Bajaña
Edad: 24 años
Sexo: Femenino

1.- Tiempo que ha utilizado los servicios de la Empresa Candy & Clown?

- Una vez al año (x)
- De uno a tres veces al año ()
- De tres a seis veces al año ()
- Nunca los he utilizado ()

2.- A través de que medio conoció la empresa Candy & Clown?

- TV ()
- Radio ()
- Internet ()
- Medios publicitarios ()
- Referencias de contactos (x)
- No la conozco ()
- Otro

3.- Frecuencia utiliza los servicios de Candy & Clown

- Muy Frecuentemente (x)
- Frecuentemente ()
- Rara vez ()
- Casi nunca ()
- Nunca ()

4.- Valoración de los atributos de la empresa Candy & Clown del 1 al 5 (donde 1 es pobre y 5 es excelente)

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Relación calidad-precio					1
<input type="checkbox"/> Servicio profesional					
<input type="checkbox"/> Satisface las necesidades requeridas					
<input type="checkbox"/> Servicio de calidad					

5.- Valore del 1 al 5 los siguientes atributos del servicio recibido:

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Excelente					1
<input type="checkbox"/> Bueno					
<input type="checkbox"/> Muy bueno					
<input type="checkbox"/> Regular					
<input type="checkbox"/> Malo					

6.- Ha recomendado usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

7.- Recomendaría usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

8.- Volvería a utilizar los servicios de Candy & Clown?

- Sí lo utilizaría (x)
 Quizás lo utilizaría ()
 No lo utilizaría ()

9.- Recomendaciones para el mejoramiento del servicio?

NINGUNA

Encuesta para la Empresa Candy & Clown

Sus comentarios y respuestas son importantes muchas gracias

Nombres: BELLA
Apellidos: MENDOZA
Edad: 30
Sexo: Femenino

1.- Tiempo que ha utilizado los servicios de la Empresa Candy & Clown?

- Una vez al año ()
- De uno a tres veces al año (x)
- De tres a seis veces al año ()
- Nunca los he utilizado ()

2.- A través de que medio conoció la empresa Candy & Clown?

- TV ()
- Radio ()
- Internet ()
- Medios publicitarios ()
- Referencias de contactos (x)
- No la conozco ()
- Otro

3.- Frecuencia utiliza los servicios de Candy & Clown

- Muy Frecuentemente ()
- Frecuentemente (x)
- Rara vez ()
- Casi nunca ()
- Nunca ()

4.- Valoración de los atributos de la empresa Candy & Clown del 1 al 5 (donde 1 es pobre y 5 es excelente)

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Relación calidad-precio					1
<input type="checkbox"/> Servicio profesional					
<input type="checkbox"/> Satisface las necesidades requeridas					
<input type="checkbox"/> Servicio de calidad					

5.- Valore del 1 al 5 los siguientes atributos del servicio recibido:

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Excelente					1
<input type="checkbox"/> Bueno					
<input type="checkbox"/> Muy bueno					
<input type="checkbox"/> Regular					
<input type="checkbox"/> Malo					

6.- Ha recomendado usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

7.- Recomendaría usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

8.- Volvería a utilizar los servicios de Candy & Clown?

- Sí lo utilizaría (x)
 Quizás lo utilizaría ()
 No lo utilizaría ()

9.- Recomendaciones para el mejoramiento del servicio?

NINGUNA

Encuesta para la Empresa Candy & Clown

Sus comentarios y respuestas son importantes muchas gracias

Nombres: Fernando
Apellidos: Samaniego del Pozo
Edad: 24 años
Sexo: Masculino

1.- Tiempo que ha utilizado los servicios de la Empresa Candy & Clown?

- Una vez al año ()
- De uno a tres veces al año (x)
- De tres a seis veces al año ()
- Nunca los he utilizado ()

2.- A través de que medio conoció la empresa Candy & Clown?

- TV ()
- Radio ()
- Internet ()
- Medios publicitarios ()
- Referencias de contactos (x)
- No la conozco ()
- Otro

3.- Frecuencia utiliza los servicios de Candy & Clown

- Muy Frecuentemente (x)
- Frecuentemente ()
- Rara vez ()
- Casi nunca ()
- Nunca ()

4.- Valoración de los atributos de la empresa Candy & Clown del 1 al 5 (donde 1 es pobre y 5 es excelente)

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Relación calidad-precio					
<input type="checkbox"/> Servicio profesional					
<input type="checkbox"/> Satisface las necesidades requeridas				1	
<input type="checkbox"/> Servicio de calidad					

5.- Valore del 1 al 5 los siguientes atributos del servicio recibido:

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Excelente					1
<input type="checkbox"/> Bueno					
<input type="checkbox"/> Muy bueno					
<input type="checkbox"/> Regular					
<input type="checkbox"/> Malo					

6.- Ha recomendado usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

7.- Recomendaría usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

8.- Volvería a utilizar los servicios de Candy & Clown?

- Sí lo utilizaría (x)
 Quizás lo utilizaría ()
 No lo utilizaría ()

9.- Recomendaciones para el mejoramiento del servicio?

MAS JUEGOS
 ACTIVIDADES

Encuesta para la Empresa Candy & Clown

Sus comentarios y respuestas son importantes muchas gracias

Nombres: José Luis
Apellidos: Limones Moran
Edad: 38 años
Sexo: Masculino

1.- Tiempo que ha utilizado los servicios de la Empresa Candy & Clown?

- Una vez al año ()
- De uno a tres veces al año ()
- De tres a seis veces al año (x)
- Nunca los he utilizado ()

2.- A través de que medio conoció la empresa Candy & Clown?

- TV ()
- Radio ()
- Internet ()
- Medios Publicitarios ()
- Referencias de contactos (x)
- No la conozco ()
- Otro

3.- Frecuencia utiliza los servicios de Candy & Clown

- Muy Frecuentemente ()
- Frecuentemente (x)
- Rara vez ()
- Casi nunca ()
- Nunca ()

4.- Valoración de los atributos de la empresa Candy & Clown del 1 al 5 (donde 1 es pobre y 5 es excelente)

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Relación calidad-precio					1
<input type="checkbox"/> Servicio profesional					
<input type="checkbox"/> Satisface las necesidades requeridas					
<input type="checkbox"/> Servicio de calidad					

5.- Valore del 1 al 5 los siguientes atributos del servicio recibido:

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Excelente					
<input type="checkbox"/> Bueno					
<input type="checkbox"/> Muy bueno					1
<input type="checkbox"/> Regular					
<input type="checkbox"/> Malo					

6.- Ha recomendado usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

7.- Recomendaría usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

8.- Volvería a utilizar los servicios de Candy & Clown?

- Sí lo utilizaría (x)
 Quizás lo utilizaría ()
 No lo utilizaría ()

9.- Recomendaciones para el mejoramiento del servicio?

NINGUNA

Encuesta para la Empresa Candy & Clown

Sus comentarios y respuestas son importantes muchas gracias

Nombres: Richard Geovanny

Apellidos: Verdesoto Fajardo

Edad: 55

Sexo: Masculino

1.- Tiempo que ha utilizado los servicios de la Empresa Candy & Clown?

- Una vez al año (x)
- De uno a tres veces al año ()
- De tres a seis veces al año ()
- Nunca los he utilizado ()

2.- A través de que medio conoció la empresa Candy & Clown?

- TV ()
- Radio ()
- Internet ()
- Medios Publicitarios ()
- Referencias de contactos (x)
- No la conozco ()
- Otro

3.- Frecuencia utiliza los servicios de Candy & Clown

- Muy Frecuentemente (x)
- Frecuentemente ()
- Rara vez ()
- Casi nunca ()
- Nunca ()

4.- Valoración de los atributos de la empresa Candy & Clown del 1 al 5 (donde 1 es pobre y 5 es excelente)

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Relación calidad-precio					1
<input type="checkbox"/> Servicio profesional					
<input type="checkbox"/> Satisface las necesidades requeridas					
<input type="checkbox"/> Servicio de calidad					

5.- Valore del 1 al 5 los siguientes atributos del servicio recibido:

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Excelente					1
<input type="checkbox"/> Bueno					
<input type="checkbox"/> Muy bueno					
<input type="checkbox"/> Regular					
<input type="checkbox"/> Malo					

6.- Ha recomendado usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

7.- Recomendaría usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

8.- Volvería a utilizar los servicios de Candy & Clown?

- Sí lo utilizaría (x)
 Quizás lo utilizaría ()
 No lo utilizaría ()

9.- Recomendaciones para el mejoramiento del servicio?

NINGUNO

Encuesta para la Empresa Candy & Clown

Sus comentarios y respuestas son importantes muchas gracias

Nombres: Miguel
Apellidos: Mejia
Edad: 30 años
Sexo: Masculino

1.- Tiempo que ha utilizado los servicios de la Empresa Candy & Clown?

- Una vez al año (x)
- De uno a tres veces al año ()
- De tres a seis veces al año ()
- Nunca los he utilizado ()

2.- A través de que medio conoció la empresa Candy & Clown?

- TV ()
- Radio ()
- Internet ()
- Medios publicitarios ()
- Referencias de contactos (x)
- No la conozco ()
- Otro

3.- Frecuencia utiliza los servicios de Candy & Clown

- Muy Frecuentemente (x)
- Frecuentemente ()
- Rara vez ()
- Casi nunca ()
- Nunca ()

4.- Valoración de los atributos de la empresa Candy & Clown del 1 al 5 (donde 1 es pobre y 5 es excelente)

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Relación calidad-precio					
<input type="checkbox"/> Servicio profesional					1
<input type="checkbox"/> Satisface las necesidades requeridas					
<input type="checkbox"/> Servicio de calidad					

5.- Valore del 1 al 5 los siguientes atributos del servicio recibido:

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Excelente					
<input type="checkbox"/> Bueno					
<input type="checkbox"/> Muy bueno					1
<input type="checkbox"/> Regular					
<input type="checkbox"/> Malo					

6.- Ha recomendado usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

7.- Recomendaría usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

8.- Volvería a utilizar los servicios de Candy & Clown?

- Sí lo utilizaría (x)
 Quizás lo utilizaría ()
 No lo utilizaría ()

9.- Recomendaciones para el mejoramiento del servicio?

MAS JUEGOS CON
LOS NIÑOS

Encuesta para la Empresa Candy & Clown

Sus comentarios y respuestas son importantes muchas gracias

Nombres: Zulay Evelyn
Apellidos: Riquero Moran
Edad: 23 años
Sexo: Femenino

1.- Tiempo que ha utilizado los servicios de la Empresa Candy & Clown?

- Una vez al año (x)
- De uno a tres veces al año ()
- De tres a seis veces al año ()
- Nunca los he utilizado ()

2.- A través de que medio conoció la empresa Candy & Clown?

- TV ()
- Radio ()
- Internet ()
- Medios Publicitarios ()
- Referencias de contactos (x)
- No la conozco ()
- Otro

3.- Frecuencia utiliza los servicios de Candy & Clown

- Muy Frecuentemente ()
- Frecuentemente (x)
- Rara vez ()
- Casi nunca ()
- Nunca ()

4.- Valoración de los atributos de la empresa Candy & Clown del 1 al 5 (donde 1 es pobre y 5 es excelente)

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Relación calidad-precio					1
<input type="checkbox"/> Servicio profesional					
<input type="checkbox"/> Satisface las necesidades requeridas					
<input type="checkbox"/> Servicio de calidad					

5.- Valore del 1 al 5 los siguientes atributos del servicio recibido:

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Excelente					1
<input type="checkbox"/> Bueno					
<input type="checkbox"/> Muy bueno					
<input type="checkbox"/> Regular					
<input type="checkbox"/> Malo					

6.- Ha recomendado usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

7.- Recomendaría usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

8.- Volvería a utilizar los servicios de Candy & Clown?

- Sí lo utilizaría (x)
 Quizás lo utilizaría ()
 No lo utilizaría ()

9.- Recomendaciones para el mejoramiento del servicio?

NINGUNA

Encuesta para la Empresa Candy & Clown

Sus comentarios y respuestas son importantes muchas gracias

Nombres: Peguis
Apellidos: Alchundia
Edad: 23 años
Sexo: Femenino

1.- Tiempo que ha utilizado los servicios de la Empresa Candy & Clown?

- Una vez al año (x)
- De uno a tres veces al año ()
- De tres a seis veces al año ()
- Nunca los he utilizado ()

2.- A través de que medio conoció la empresa Candy & Clown?

- TV ()
- Radio ()
- Internet ()
- Medios publicitarios ()
- Referencias de contactos (x)
- No la conozco ()
- Otro

3.- Frecuencia utiliza los servicios de Candy & Clown

- Muy Frecuentemente ()
- Frecuentemente (x)
- Rara vez ()
- Casi nunca ()
- Nunca ()

4.- Valoración de los atributos de la empresa Candy & Clown del 1 al 5 (donde 1 es pobre y 5 es excelente)

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Relación calidad-precio					
<input type="checkbox"/> Servicio profesional					
<input type="checkbox"/> Satisface las necesidades requeridas					
<input type="checkbox"/> Servicio de calidad				1	

5.- Valore del 1 al 5 los siguientes atributos del servicio recibido:

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Excelente					1
<input type="checkbox"/> Bueno					
<input type="checkbox"/> Muy bueno					
<input type="checkbox"/> Regular					
<input type="checkbox"/> Malo					

6.- Ha recomendado usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

7.- Recomendaría usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

8.- Volvería a utilizar los servicios de Candy & Clown?

- Sí lo utilizaría (x)
 Quizás lo utilizaría ()
 No lo utilizaría ()

9.- Recomendaciones para el mejoramiento del servicio?

QUE TENGAN MAS PERSONAJES PARA NIÑOS

Encuesta para la Empresa Candy & Clown

Sus comentarios y respuestas son importantes muchas gracias

Nombres: Raul
Apellidos: Soledispa
Años: 49 años
Sexo: Masculino

1.- Tiempo que ha utilizado los servicios de la Empresa Candy & Clown?

- Una vez al año (x)
- De uno a tres veces al año ()
- De tres a seis veces al año ()
- Nunca los he utilizado ()

2.- A través de que medio conoció la empresa Candy & Clown?

- TV ()
- Radio ()
- Internet ()
- Medios Publicitarios ()
- Referencias de contactos (x)
- No la conozco ()
- Otro

3.- Frecuencia utiliza los servicios de Candy & Clown

- Muy Frecuentemente (x)
- Frecuentemente ()
- Rara vez ()
- Casi nunca ()
- Nunca ()

4.- Valoración de los atributos de la empresa Candy & Clown del 1 al 5 (donde 1 es pobre y 5 es excelente)

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Relación calidad-precio					1
<input type="checkbox"/> Servicio profesional					
<input type="checkbox"/> Satisface las necesidades requeridas					
<input type="checkbox"/> Servicio de calidad					

5.- Valore del 1 al 5 los siguientes atributos del servicio recibido:

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Excelente					1
<input type="checkbox"/> Bueno					
<input type="checkbox"/> Muy bueno					
<input type="checkbox"/> Regular					
<input type="checkbox"/> Malo					

6.- Ha recomendado usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

7.- Recomendaría usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

8.- Volvería a utilizar los servicios de Candy & Clown?

- Sí lo utilizaría (x)
 Quizás lo utilizaría ()
 No lo utilizaría ()

9.- Recomendaciones para el mejoramiento del servicio?

NINGUNA

Encuesta para la Empresa Candy & Clown

Sus comentarios y respuestas son importantes muchas gracias

Nombres: Henry
Apellidos: Holguin
Edad: 51
Sexo: Masculino

1.- Tiempo que ha utilizado los servicios de la Empresa Candy & Clown?

- Una vez al año (x)
- De uno a tres veces al año ()
- De tres a seis veces al año ()
- Nunca los he utilizado ()

2.- A través de que medio conoció la empresa Candy & Clown?

- TV ()
- Radio ()
- Internet ()
- Medios Publicitarios ()
- Referencias de contactos (x)
- No la conozco ()
- Otro

3.- Frecuencia utiliza los servicios de Candy & Clown

- Muy Frecuentemente (x)
- Frecuentemente ()
- Rara vez ()
- Casi nunca ()
- Nunca ()

4.- Valoración de los atributos de la empresa Candy & Clown del 1 al 5 (donde 1 es pobre y 5 es excelente)

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Relación calidad-precio					1
<input type="checkbox"/> Servicio profesional					
<input type="checkbox"/> Satisface las necesidades requeridas					
<input type="checkbox"/> Servicio de calidad					

5.- Valore del 1 al 5 los siguientes atributos del servicio recibido:

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Excelente					1
<input type="checkbox"/> Bueno					
<input type="checkbox"/> Muy bueno					
<input type="checkbox"/> Regular					
<input type="checkbox"/> Malo					

6.- Ha recomendado usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

7.- Recomendaría usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

8.- Volvería a utilizar los servicios de Candy & Clown?

- Sí lo utilizaría (x)
 Quizás lo utilizaría ()
 No lo utilizaría ()

9.- Recomendaciones para el mejoramiento del servicio?

MAS SORPRESAS

Encuesta para la Empresa Candy & Clown

Sus comentarios y respuestas son importantes muchas gracias

Nombres: Cristhian
Apellidos: Contreras
Edad: 39 años
Sexo: Masculino

1.- Tiempo que ha utilizado los servicios de la Empresa Candy & Clown?

- Una vez al año (x)
- De uno a tres veces al año ()
- De tres a seis veces al año ()
- Nunca los he utilizado ()

2.- A través de que medio conoció la empresa Candy & Clown?

- TV ()
- Radio ()
- Internet ()
- Medios Publicitarios ()
- Referencias de contactos (x)
- No la conozco ()
- Otro

3.- Frecuencia utiliza los servicios de Candy & Clown

- Muy Frecuentemente (x)
- Frecuentemente ()
- Rara vez ()
- Casi nunca ()
- Nunca ()

4.- Valoración de los atributos de la empresa Candy & Clown del 1 al 5 (donde 1 es pobre y 5 es excelente)

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Relación calidad-precio					1
<input type="checkbox"/> Servicio profesional					
<input type="checkbox"/> Satisface las necesidades requeridas					
<input type="checkbox"/> Servicio de calidad					

5.- Valore del 1 al 5 los siguientes atributos del servicio recibido:

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Excelente					1
<input type="checkbox"/> Bueno					
<input type="checkbox"/> Muy bueno					
<input type="checkbox"/> Regular					
<input type="checkbox"/> Malo					

6.- Ha recomendado usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

7.- Recomendaría usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

8.- Volvería a utilizar los servicios de Candy & Clown?

- Sí lo utilizaría (x)
 Quizás lo utilizaría ()
 No lo utilizaría ()

9.- Recomendaciones para el mejoramiento del servicio?

MAS CONCURSOS

Encuesta para la Empresa Candy & Clown

Sus comentarios y respuestas son importantes muchas gracias

Nombres: Nicole
Apellidos: Mendieta
Edad: 24 años
Sexo: Femenino

1.- Tiempo que ha utilizado los servicios de la Empresa Candy & Clown?

- Una vez al año (x)
- De uno a tres veces al año ()
- De tres a seis veces al año ()
- Nunca los he utilizado ()

2.- A través de que medio conoció la empresa Candy & Clown?

- TV ()
- Radio ()
- Internet (x)
- Medios Publicitarios ()
- Referencias de contactos ()
- No la conozco ()
- Otro

3.- Frecuencia utiliza los servicios de Candy & Clown

- Muy Frecuentemente ()
- Frecuentemente (x)
- Rara vez ()
- Casi nunca ()
- Nunca ()

4.- Valoración de los atributos de la empresa Candy & Clown del 1 al 5 (donde 1 es pobre y 5 es excelente)

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Relación calidad-precio					
<input type="checkbox"/> Servicio profesional					
<input type="checkbox"/> Satisface las necesidades requeridas				1	
<input type="checkbox"/> Servicio de calidad					

5.- Valore del 1 al 5 los siguientes atributos del servicio recibido:

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Excelente					
<input type="checkbox"/> Bueno					1
<input type="checkbox"/> Muy bueno					
<input type="checkbox"/> Regular					
<input type="checkbox"/> Malo					

6.- Ha recomendado usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

7.- Recomendaría usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

8.- Volvería a utilizar los servicios de Candy & Clown?

- Sí lo utilizaría (x)
 Quizás lo utilizaría ()
 No lo utilizaría ()

9.- Recomendaciones para el mejoramiento del servicio?

MAS ACTIVIDADES CON LOS INVITADOS

Encuesta para la Empresa Candy & Clown

Sus comentarios y respuestas son importantes muchas gracias

Nombres: Jimmy
Apellidos: Saavedra
Edad: 52 años
Sexo: Masculino

1.- Tiempo que ha utilizado los servicios de la Empresa Candy & Clown?

- Una vez al año (x)
- De uno a tres veces al año ()
- De tres a seis veces al año ()
- Nunca los he utilizado ()

2.- A través de que medio conoció la empresa Candy & Clown?

- TV ()
- Radio ()
- Internet ()
- Medios publicitarios ()
- Referencias de contactos (x)
- No la conozco ()
- Otro

3.- Frecuencia utiliza los servicios de Candy & Clown

- Muy Frecuentemente (x)
- Frecuentemente ()
- Rara vez ()
- Casi nunca ()
- Nunca ()

4.- Valoración de los atributos de la empresa Candy & Clown del 1 al 5 (donde 1 es pobre y 5 es excelente)

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Relación calidad-precio					1
<input type="checkbox"/> Servicio profesional					
<input type="checkbox"/> Satisface las necesidades requeridas					
<input type="checkbox"/> Servicio de calidad					

5.- Valore del 1 al 5 los siguientes atributos del servicio recibido:

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Excelente					1
<input type="checkbox"/> Bueno					
<input type="checkbox"/> Muy bueno					
<input type="checkbox"/> Regular					
<input type="checkbox"/> Malo					

6.- Ha recomendado usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

7.- Recomendaría usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

8.- Volvería a utilizar los servicios de Candy & Clown?

- Sí lo utilizaría (x)
 Quizás lo utilizaría ()
 No lo utilizaría ()

9.- Recomendaciones para el mejoramiento del servicio?

NINGUNA

Encuesta para la Empresa Candy & Clown

Sus comentarios y respuestas son importantes muchas gracias

Nombres: Thalia
Apellidos: Baque
Edad: 24 años
Sexo: Femenino

1.- Tiempo que ha utilizado los servicios de la Empresa Candy & Clown?

- Una vez al año (x)
- De uno a tres veces al año ()
- De tres a seis veces al año ()
- Nunca los he utilizado ()

2.- A través de que medio conoció la empresa Candy & Clown?

- TV ()
- Radio ()
- Internet ()
- Medios publicitarios ()
- Referencias de contactos (x)
- No la conozco ()
- Otro

3.- Frecuencia utiliza los servicios de Candy & Clown

- Muy Frecuentemente ()
- Frecuentemente (x)
- Rara vez ()
- Casi nunca ()
- Nunca ()

4.- Valoración de los atributos de la empresa Candy & Clown del 1 al 5 (donde 1 es pobre y 5 es excelente)

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Relación calidad-precio					1
<input type="checkbox"/> Servicio profesional					
<input type="checkbox"/> Satisface las necesidades requeridas					
<input type="checkbox"/> Servicio de calidad					

5.- Valore del 1 al 5 los siguientes atributos del servicio recibido:

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Excelente					
<input type="checkbox"/> Bueno					
<input type="checkbox"/> Muy bueno					1
<input type="checkbox"/> Regular					
<input type="checkbox"/> Malo					

6.- Ha recomendado usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

7.- Recomendaría usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

8.- Volvería a utilizar los servicios de Candy & Clown?

- Sí lo utilizaría (x)
 Quizás lo utilizaría ()
 No lo utilizaría ()

9.- Recomendaciones para el mejoramiento del servicio?

MAS CARITAS PINTADAS VARIEDAD

Encuesta para la Empresa Candy & Clown

Sus comentarios y respuestas son importantes muchas gracias

Nombres: Wendy
Apellidos: Quinto
Sexo: Femenino
Edad: 24 años

1.- Tiempo que ha utilizado los servicios de la Empresa Candy & Clown?

- Una vez al año (x)
- De uno a tres veces al año ()
- De tres a seis veces al año ()
- Nunca los he utilizado ()

2.- A través de que medio conoció la empresa Candy & Clown?

- TV ()
- Radio ()
- Internet ()
- Medios publicitarios ()
- Referencias de contactos (x)
- No la conozco ()
- Otro

3.- Frecuencia utiliza los servicios de Candy & Clown

- Muy Frecuentemente ()
- Frecuentemente (x)
- Rara vez ()
- Casi nunca ()
- Nunca ()

4.- Valoración de los atributos de la empresa Candy & Clown del 1 al 5 (donde 1 es pobre y 5 es excelente)

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Relación calidad-precio					
<input type="checkbox"/> Servicio profesional					
<input type="checkbox"/> Satisface las necesidades requeridas					
<input type="checkbox"/> Servicio de calidad				1	

5.- Valore del 1 al 5 los siguientes atributos del servicio recibido:

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Excelente					1
<input type="checkbox"/> Bueno					
<input type="checkbox"/> Muy bueno					
<input type="checkbox"/> Regular					
<input type="checkbox"/> Malo					

6.- Ha recomendado usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

7.- Recomendaría usted la empresa Candy & Clown a otras personas?

- Si (x)
 No ()

8.- Volvería a utilizar los servicios de Candy & Clown?

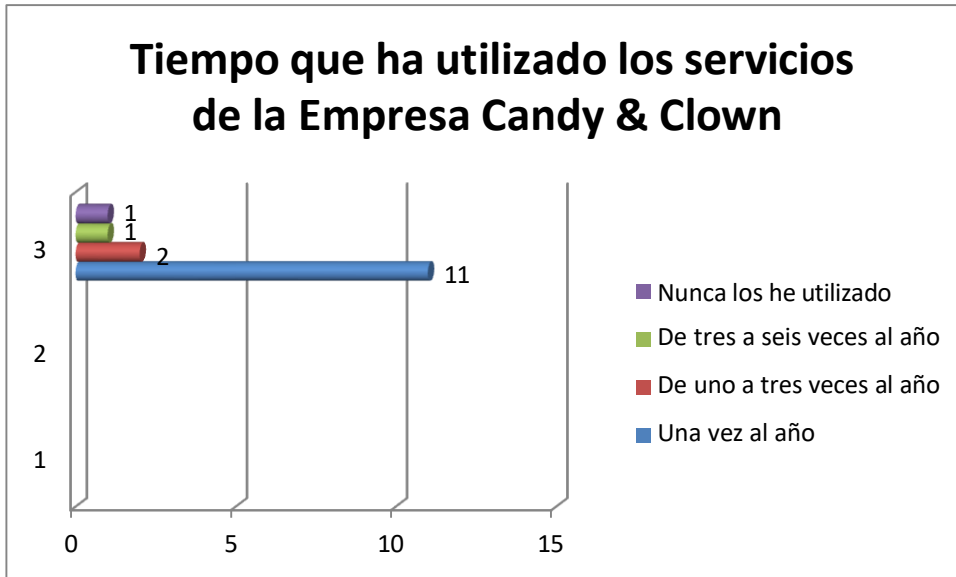
- Sí lo utilizaría (x)
 Quizás lo utilizaría ()
 No lo utilizaría ()

9.- Recomendaciones para el mejoramiento del servicio?

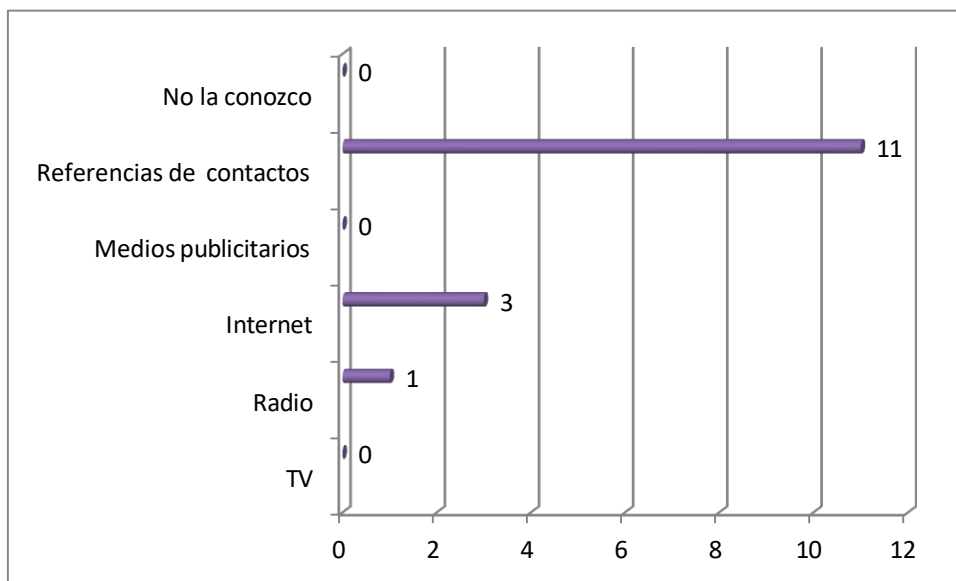
NINGUNA

RESULTADOS TOTALES

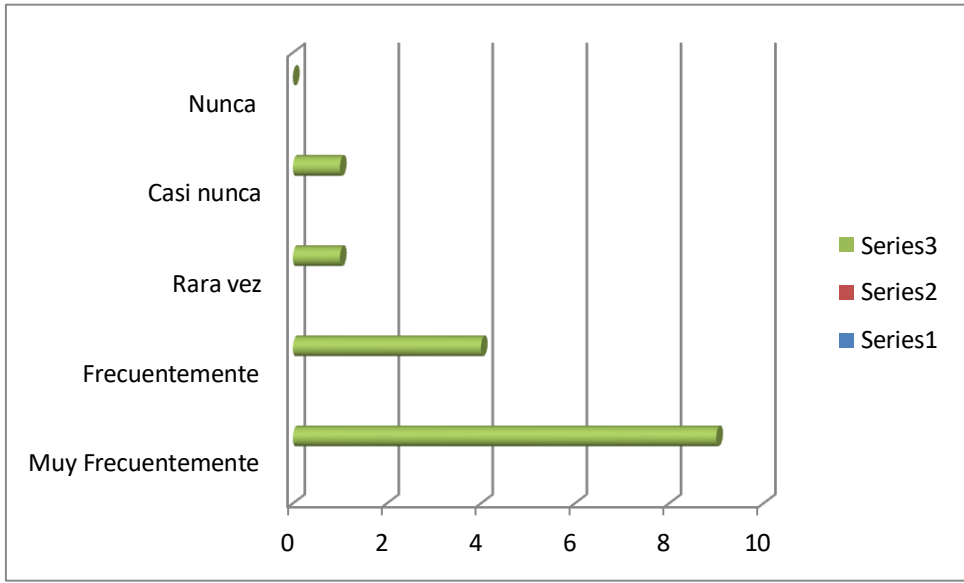
Cuadro No. 1 Cuanto tiempo lleva utilizando los servicios de la Empresa Candy & Clown



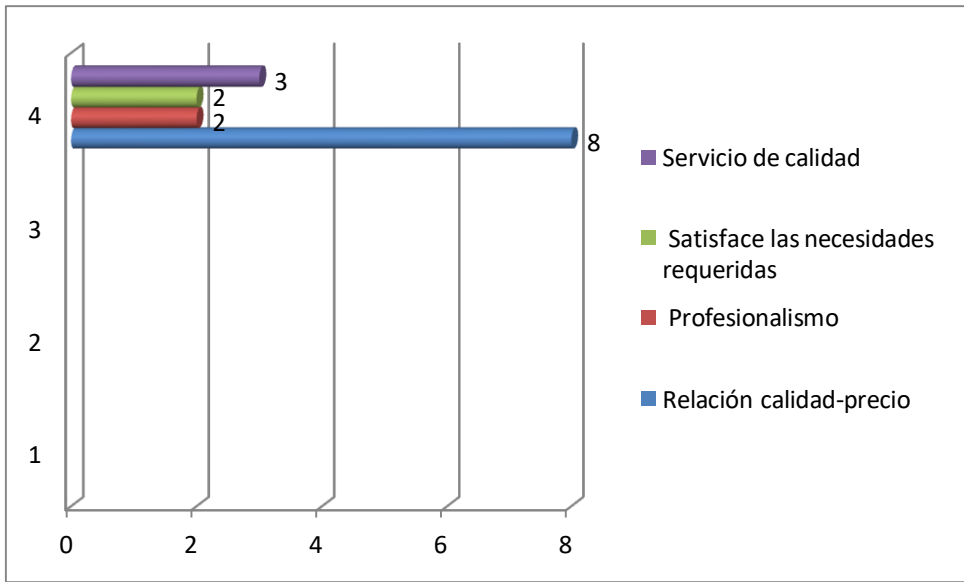
Cuadro No. 2 Como conoció la empresa



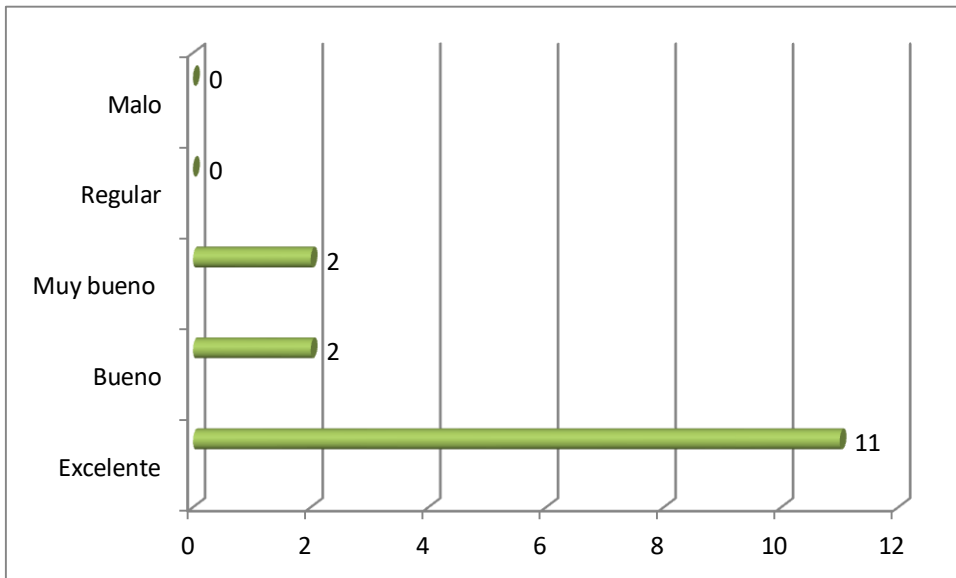
Cuadro No. 3 Frecuencia con que utiliza el servicio



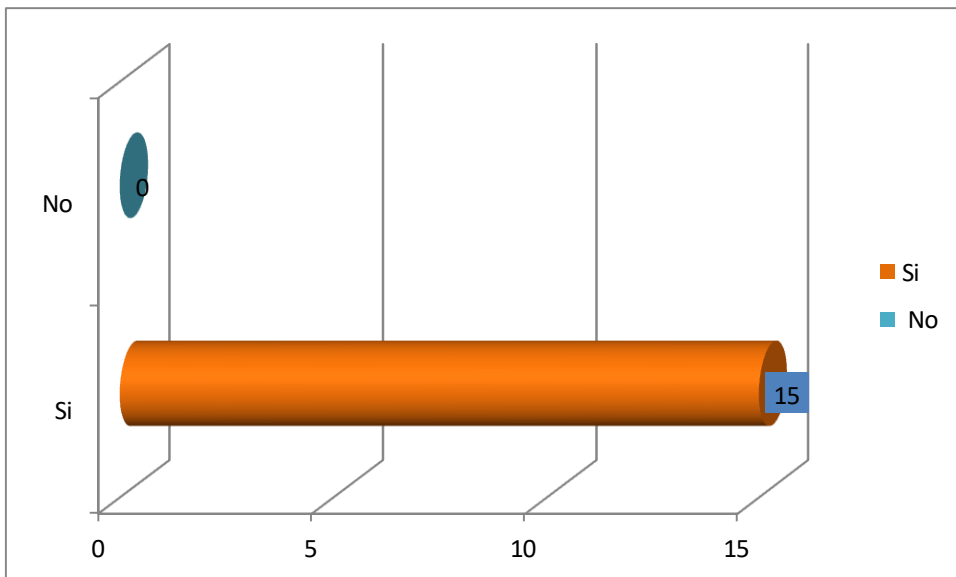
Cuadro No. 4 Valoración del servicio



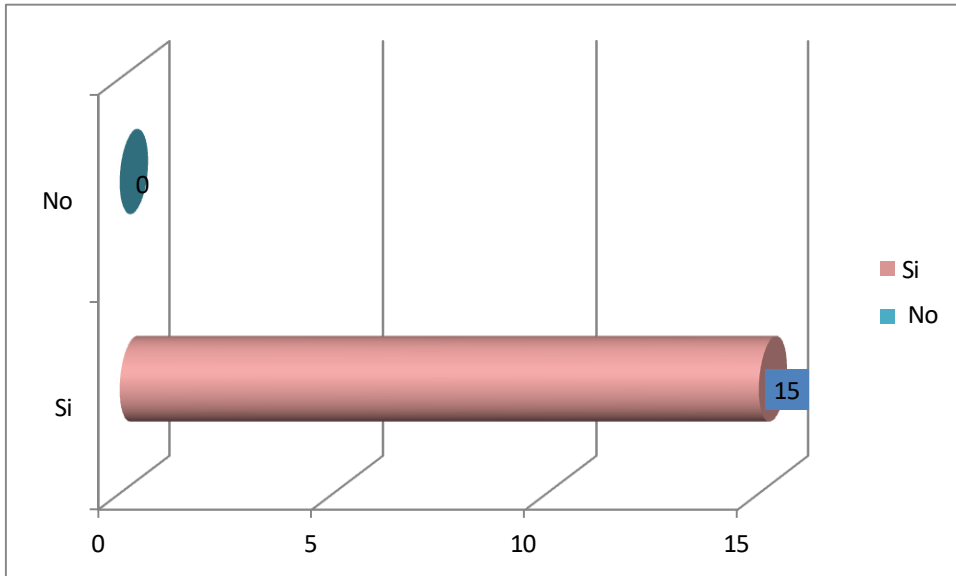
Cuadro No. 5 Valoración del Servicio



Cuadro No. 6 Nivel de recomendación



Cuadro No. 7 Recomendaría la empresa a otras personas



Cuadro No. 8 Utilizaría el servicio de nuevo

