



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

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

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

Tema:

**PROPUESTA SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE,
EN LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA
DISCOTECA RESTAURANTE CHAVELA
EN LA CIUDADELA URDESA**

Autora:

Mora Bonozo Karla Cecilia

Tutor:

Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

Guayaquil, Ecuador

2018



DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por permitir llegar hasta este día y a mi madre por ser mi pilar ya que siempre me ha apoyado en todo lo que hago y sin ella no estaría aquí, gracias a todo el esfuerzo que ella ha realizado desde el día en que nací, hasta el día de hoy.

Karla Cecilia Mora Bonozo



AGRADECIMIENTO

A todos los Docentes del I.T.B que han sido parte de mi formación durante estos tres años y a todos mis amigos que apoyaron en los momentos difíciles de la carrera.

A mi tutor el Dr. Simón Illescas por compartir sus conocimientos y corregir mis falencias, sé que no han sido nada fácil, pero aquí estamos logrando un objetivo más.

Karla Cecilia Mora Bonozo



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

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

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **Propuesta servicio de atención al cliente, en la satisfacción del usuario de la discoteca restaurante Chavela en la ciudadela Urdesa** y problema de investigación: **¿Qué incidencia tiene el servicio de atención al cliente, e la satisfacción del usuario de la discoteca restaurante Chavela ubicada en la ciudadela Urdesa en el año 2018?**, presentado por **Karla Cecilia Mora Bonozo** como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

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

Egresada:

Mora Bonozo Karla Cecilia

Tutor:

Dr. simón Alberto Illescas

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Karla Cecilia Mora Bonozo** en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Propuesta servicio de atención al cliente, en la satisfacción del usuario de la discoteca restaurante Chavela en la ciudadela Urdesa**, de la modalidad de presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **Tecnología en Administración de Empresas**, de conformidad con *el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de *la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Karla Cecilia Mora Bonozo

Nombre y Apellidos de la Autora

No. de cédula: 0951711969

Firma

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN CEGESCIT

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

CERTIFICO:

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

Nombre y Apellidos del Colaborador

CEGESCYT

Firma



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

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

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

Tema:

Propuesta servicio de atención al cliente, en la satisfacción del usuario de la discoteca restaurante Chavela en la ciudadela Urdesa.

Autora: Mora Bonozo Karla Cecilia

Tutor: Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

Resumen

La discoteca restaurante Chavela ubicada en Guayaquil (Urdesa) Circunvalación sur 106 y Víctor Manuel Estrada. Se pudo detectar que la atención al cliente no es eficaz ya que algunos usuarios se sienten descontentos por la atención brindada en el lugar, lo cual ocasiona que el usuario busque otros lugares que se sientan satisfecho en la atención. Este proyecto se ejecutará porque en las empresas de hoy en día no se preocupan por que el usuario se sienta satisfecho, se plasmará que tan importante es la atención del cliente para la empresa. Como objetivo se mejoró el desempeño del empleado en la atención al cliente y se implementó un plan del servicio al cliente. El tipo de investigación que fueron utilizados para el proyecto de investigación es el tipo descriptivo que especificara las características, importancia y consecuencias del servicio atención al cliente y explicativo ya que se responderá a cada uno de los sucesos que se da en el problema de investigación. En las técnicas de investigación se utilizó la encuesta y entrevista con el cual se hace el análisis para ver cuál es el problema que lo afecta.

Atención

Cliente

Satisfacción

Usuario



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

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

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

Tema:

Propuesta servicio de atención al cliente, en la satisfacción del usuario de la discoteca restaurante Chavela en la ciudadela Urdesa.

Autora: Mora Bonozo Karla Cecilia

Tutor: Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

Astract

The Chavela restaurant nightclub located in Guayaquil (Urdesa) circunvalacion sur 106 and Victor Manuel Estarada. It could be detected that customer service is not users feel unhappy about the care provided in the place, which causes the user to look for other places that they feel satisfied in the care. This project will be executed because in today's companies do not worry about the user feeling satisfied, it will show how important customer service is for the company. The objective was to improve the employee's performance in customer service and customer service plan was implemented. The type of research that was used for the research project is the descriptive type that will specify the characteristics, importance and consequences of the customer services and explanatory service since each of events that occur in the research problem will be answered. In the research techniques, the survey and interview was used, with which the analysis is made to see what is the problem that affects it

Attention

Client

Satisfaction

User



ÍNDICE GENERAL

Contenido	Páginas:
Portada.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Certificación de la Aceptación del Tutor.....	iv
Cláusula de Autorización para la Publicación de Trabajos de Titulación.....	v
Certificación de Aceptación CEGESCIT.....	vi
Resumen.....	vii
Astract.....	viii
Índice General.....	ix
Índice de Tablas.....	xii
Índice de Gráficos.....	xiii
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA.....	1
Planteamiento del Problema.....	1
Ubicación del Proyecto en un Contexto.....	3
Situación Conflicto.....	4
Delimitación del Problema.....	6
Formulación del Problema.....	6
Variables.....	6
Evaluación del Problema.....	6

Objetivos.....	7
Objetivo Específicos	7
Justificación del Problema.....	7
CAPÍTULO II	9
MARCO TEÓRICO	9
Antecedentes Históricos	9
Antecedentes Referenciales	12
Fundamentación Legal.....	15
Variables de la Investigación	19
Variable Independiente	19
Variable Dependiente.....	19
Definiciones Conceptuales.....	20
CAPÍTULO III	24
MARCO METODOLÓGICO	24
Diseño de la Investigación	28
Tipo de Investigación.....	30
Población.....	32
Población Finita	32
Población Infinita	32
Muestra	33
Métodos Teóricos.....	34
Técnicas de Investigación	35
CAPÍTULO IV	37
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	37
Encuesta.....	37
Entrevista.....	47

Plan de Mejora	53
Plan de Capacitación.....	54
Cronograma	54
Presupuesto.....	55
Conclusiones	56
Recomendaciones.....	57
Bibliografía	58
Anexos	
Anexo 1: Carta de Autorizacion de la empresa	
Anexo 2: Encuestas	
Anexo 3: Entrevista.....	
Anexo 4: Chavela ubicación y logo	

ÍNDICE DE TABLAS

Contenido	Páginas
Tabla 1: Antecedentes	4
Tabla 2: Actividades.....	26
Tabla 3: Investigación	29
Tabla 4: Tipos	30
Tabla 5: Población	33
Tabla 6: Procedimientos	35
Tabla 7: Adquirir.....	37
Tabla 8: Eficaz	39
Tabla 9: Necesidades	40
Tabla 10: Calificación.....	41
Tabla 11: Capacitaciones.....	42
Tabla 12: Bienestar.....	43
Tabla 13: Trabajo.....	44
Tabla 14: Experiencia	45
Tabla 15: Cultura de servicios.....	46
Tabla 16: Plan de Mejora	53
Tabla 17: Plan de Capacitación	54
Tabla 18: Capital.....	55

ÍNDICE DE GRAFICOS

Contenido	Páginas
Gráfico 1: Ubicación Chavela.....	3
Gráfico 2: Cargos.....	25
Gráfico 3: Adquirir	37
Gráfico 4: Servicio.....	38
Gráfico 5: Eficaz.....	39
Gráfico 6: Necesidades.....	40
Gráfico 7: Calificación	41
Gráfico 8: Capacitaciones	42
Gráfico 9: Bienestar	43
Gráfico 10: Trabajo	44
Gráfico 11: Experiencia.....	45
Gráfico 12: Cultura de Servicio	46

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

La atención al cliente ha existido desde tiempos pasado pero con el pasar del tiempo ha cambiado espontáneamente, el servicio de atención al cliente no es solo atender al usuario si no también ser amigo del cliente lo cual implica que conozcamos que quiere y desea el usuario para así satisfacer sus necesidades.

La prestación de servicio no es sinónimo de lujo, sino que un servicio de alcanza su nivel de excelencia cuando se satisface las necesidades del usuario.

Según Maldini (2012)

Para ofrecer un buen servicio hace falta hacer algo más que amabilidad y gentileza, aunque estas condiciones son imprescindibles en la atención al cliente. Así como cuando un interlocutor habla por teléfono tiene que hacerlo sonriendo, y además proporcionando sin demoras la información adecuada que oriente a la persona que ha llamado hacia el interlocutor idóneo (pág. 4)

Es decir que la atención que se brinda al cliente no solo se basa en ser amable y gentil si no ser práctico e innovador, por lo que existen diferentes tipos de clientes el cual se deben implementar estrategias que vayan de la mano con cada uno de ellos, los diferentes tipos de clientes que no encontramos dependerá del tipo de servicio que brindemos ya sea para hombres, mujeres, niños, niñas y ancianos y no se debe olvidar que el comportamiento de cada uno de ellos es cambiante por lo tanto no hay que estar pensando que el cliente querrá lo mismo toda la vida.

El servicio al cliente nace con la necesidad de satisfacer las necesidades que se presentan en los seres humanos. Algunas empresas solo piensan en vender el producto pero no piensan cual es el trato que le dan al cliente para que ellos puedan comprar el producto, pero este no es el caso de discoteca restaurante Chavela ya que es una empresa que solo brinda servicio en la discoteca de diversión y en el restaurante en la alimentación y atención al cliente.

El problema que existe en discoteca restaurante Chavela es porque algunos clientes al momento de adquirir el servicio en el área de la discoteca de Chavela no recibían el servicio acordado, por tal razón se desarrolló a este proyecto de investigación para ayudar a mejorar su servicio.

Algunas empresas creen que porque su servicio es bueno no innovan por lo que se quedan atascados en el mismo sitio y no surgen, por lo cual el usuario de hoy en día busca cambios e innovación que así como pasa el tiempo y la tecnología avanza, también necesita ver diferencia en el servicio que se le brinda, atraer a un cliente es muy difícil si no está totalmente capacitado para enfrentar los diferentes tipos de clientes por lo tanto el mejoramiento de la satisfacción del usuario debe involucrar a toda la empresa, desde el principio ya que debe velar por cada uno de sus clientes escuchando las sugerencias del usuario se mejorara en gran parte del proceso.

Un cliente satisfecho no es el que se va con una sonrisa en la cara si no aquel que vuelve de nuevo por el servicio, lo más difícil es tener clientes fieles, un cliente fiel , es aquel que estableció una relación es el que prefiere nuestro servicio que el de cualquier otra organización. La fidelización del cliente es de mucha importancia para la empresa la fidelidad ayuda a mejorar la relación del cliente y la empresa, él se siente un amigo más y si somos amigos del cliente nosotros seremos amigos de los amigos del cliente es decir que la organización podrá elevar el nivel del servicio.

Situación Conflicto

Tabla 1 **Antecedentes**

Antecedentes	Consecuencias
<ul style="list-style-type: none">• Limitada comunicación con el usuario	<ul style="list-style-type: none">• Insuficiente resolución en los problemas
<ul style="list-style-type: none">• Cliente insatisfecho	<ul style="list-style-type: none">• Comentarios desagradables de los usuarios (reputación de la empresa)
<ul style="list-style-type: none">• Carencia de capacitación de atención al cliente	<ul style="list-style-type: none">• Perjudica en no retener y conserva a clientes
<ul style="list-style-type: none">• Experiencia del consumidor	<ul style="list-style-type: none">• Positiva o negativa

Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

La limitada comunicación e información que se da entre el cliente y el vendedor (el que atiende o brinda el servicio) esto afectan de manera significativa a la empresa ya que si no hay una buena comunicación no se podrá solucionar los problemas por eso es importante que el empleado esté capacitado y apto para tratar a un cliente ya que tendrá que saber solucionar los inconvenientes que tenga el usuario.

Otro problema presente es un cliente insatisfecho, se puede decir que este es el peor enemigo de las empresas ya que un cliente que no se siente satisfecho con el servicio brindado, por lo cual al cliente se le genera una mala impresión, por tal motivo el usuario ya no querría nunca más el servicio o lo peor que hable mal de nuestro servicio.

Para Brown (2012),

Un cliente que reclama es como una muela con un flemón. Si se extrae o se trata el flemón con antibióticos se soluciona el problema al instante. Si uno no se preocupa por él, el dolor ira aumentando

gradualmente y la infección puede llegar a matar a la persona. (pág. 110)

Las encuestas aseguran que un cliente satisfecho informa a una o dos personas el buen servicio que recibió, pero un cliente insatisfecho se lo cuenta a más de dos personas, por lo cual la prioridad de las empresas es dejar al cliente satisfecho. Que el usuario no reclame por el servicio no significa que este satisfecho esto se puede observar mediante si el cliente regresa de nuevo por el servicio.

Un cliente insatisfecho se puede dar a causa porque el producto no llenó sus expectativas o por la mala atención, la mala atención se da porque los empleados no tienen una capacitación correcta lo cual perjudica en no retener y conservar a clientes, por lo tanto una empresa no solo es producto o servicio si no también personal, para que una empresa funcione es esencial el producto o servicio, el cliente y el empleado ya que si esto la empresa no marchara bien.

El servicio brindado al cliente dependerá de la experiencia vivida durante la atención dada al usuario esta puede ser positiva o negativa, una experiencia positiva da buenos resultados ya sea porque le gustó la disponibilidad, el ambiente, la actitud del personal (como lo atendieron su amabilidad, cortesía, ayuda entre otros aspectos) y la rapidez con lo que fue atendido por este motivo siempre se debe atender bien al usuario si no fuera lo contrario.

La experiencia negativa del cliente es sinónimo de que no se satisficó la necesidad del usuario por tanto la reacción del cliente no será buena ya que primero no volverá por el mismo servicio y si tiene la oportunidad hablara a sus amistades del mal servicio que recibió lo cual este genera un marketing de boca en boca negativo por esta razón un servicio no es solo atender si no estar al tanto de las exigencias que se presentan día a día del usuario, ya que esta es una parte vital para la empresa para afrontar los cambios que se deben de poner en marcha y mejorar consigo mismo, trabajar en equipo es lo que se deben de hacer en las organizaciones ya que

cada uno de los integrantes colaboran para que todo lo que se está haciendo mal en el servicio mejore.

Delimitación del Problema

Campo : Administración

Área : Cliente

Aspectos : Atención, cliente, satisfacción, usuario

Tema : Propuesta Servicio de atención al cliente, en la satisfacción del usuario de la discoteca restaurante Chavela en la ciudadela Urdesa.

Formulación del Problema

¿Qué incidencia tiene el servicio de atención al cliente en la satisfacción del usuario, de la discoteca restaurante Chavela, ubicada en la ciudadela Urdesa, en el año 2018?

Variables

Variables independientes : Atención al cliente

Variable Dependiente : Satisfacción del usuario

Evaluación del Problema

Evidente : es un lugar muy visitado por varias personas especialmente los fines de semanas por lo tanto debe de existir una buena atención al cliente.

Claro : permite desarrollar un plan de servicio de atención al cliente que sea rápido y relevante para mejoras de la empresa y el usuario, ya que un servicio deficiente no solo se da por la atención que brinda el empleado si no porque los encargados no evalúan el rendimiento de su equipo de trabajo, se lo puede hacer semanal o mensualmente esto solo dependerá del encargado del área.

Factible : porque la empresa podrá capacitar a los empleados para que rinda mejor.

Relevante : porque se mejorara el servicio y se obtendrá más cliente lo cual ocasiona más ingreso para la empresa.

Delimitado : Que el usuario se sienta satisfecho con el servicio

Objetivos

Desarrollar un plan de servicio al cliente el cual sea rápido y rentable, para la satisfacción del usuario de la discoteca restaurante Chavela.

Objetivo Específicos

- Fundamentar teóricamente el servicio que brinda el empleado al cliente promoviendo la satisfacción del usuario.
- Diagnosticar el desarrollo profesional del empleado en la atención al cliente.
- Elaborar un plan de capacitación del servicio al cliente en la satisfacción del usuario.

Justificación del Problema

El proyecto busca implementar un plan de servicio al cliente de mejora que se llevara a cabo porque en las empresas de hoy en día no se preocupan por que el usuario se sienta satisfecho, se plasmara que tan importante es la atención del cliente para la empresa y como el empleado es de suma en la prestación del servicio, también se busca mejorar la eficiencia de la actividad que realiza la empresa, ya que así se disminuirá el mal aspecto que se el usuario recibe, se desea evitar las quejas o reclamos, entre otras cosas que perjudiquen.

El cliente principal de la organización es el cliente interno que está conformado por los empleados, ellos son los que proporcionan mayor ingreso, por lo cual es importante invertir en capacitaciones o cursos de atención al cliente, en la comunicación y todo lo que sea positivo para ellos y para la empresa ya que a mayor conocimiento tenga el empleado de cómo tener satisfecho a un usuario, mayores serán los ingresos económicos para la organización.

El beneficiado será el señor Gino Rivera propietario de la empresa y los clientes futuros que serán satisfechos con el servicio a recibir. Es importante porque permite a la empresa ver cuál es la falencia que se está presentando, y mejorar la relación y atención con los clientes, así los empleados podrán solucionar problemas, dar un servicio de calidad por lo cual se atraerá más clientes y mejorar su eficiencia, por su parte se mejorara todo en general en la empresa tanto el servicio que se brinda al cliente así como a el empleado que este debe estar capacitado para dar el buen trato al cliente.

También es importante ya que en la actualidad hay muchas empresas (competencia) y cada una de ellas está innovando, buscan atraer e incrementar clientes ofreciendo mejorar servicio o productos por eso Chavela debe considerar el estudio del servicio al cliente y medir el grado de satisfacción del usuario.

Por lo general las empresas tienen un problema con la comunicación interna causado por las faltas de estrategias, herramientas o interés, esto tiene como consecuencia un ambiente laboral pesado, enemistades, el compromiso interno, entre otras cosas que afectan directamente con el desarrollo de la empresa. Ayudará a que la empresa innove el servicio, mejore sus estrategias, utilice mejor sus recursos y tome nuevos procesos ya que el servicio no solamente atender a un cliente y satisfacerlo si no también es un arma competitiva a nivel de las otras organizaciones ya que esta hace la diferencia cuando un el usuario busca algo nuevo e innovador pero que se sienta cómodos y satisfechos.

Es conveniente porque permitirá solucionar los problemas que actualmente está afrentando la empresa, también porque se puede hacer la diferencia en el servicio a nivel de las discotecas de Guayaquil, porque brindar un buen servicio al cliente y que este se quede satisfecho es lo mejor que puede a ver aunque unos digan que el precio es importante esto le queda a un lado para el cliente, lo que más le llama la atención es el trato que se le da y de cuanto están pendiente de ellos en el servicio.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

Antecedentes Históricos

Como dice Kotler **“Un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra”**. (pág. 1)

Por lo cual el servicio es intangible, es decir que no se obtiene algo físico si no, que es el trato que nos ofrecen, nos brindan y da ya sea una persona o una empresa, es por lo que pagamos pero que no vemos pero si sentimos. Una mala actitud o expresión si percibimos por eso el servicio al contrario de un producto es más exigentes ya que no es algo físico, una persona al momento de adquirir un servicio lo piensa mil veces ya que se pregunta si sería justo pagar tanto por ello y aún más si nunca ha recibido una atención de aquella empresa.

El cliente por lo general se enfrenta a una gran variedad de productos y servicios que pueden llenar sus expectativas o no, esto depende del desempeño y la calidad que se recibe en cuanto a ello.

Como expresa John Tschohlen en su libro Servicio al Cliente (2008)

Señala la revista Electrical Contractor: “En nuestra sociedad orientada al servicio, la calidad del mismo ha llegado a ser, para el éxito de las empresas, más importante que la calidad del producto. Y las empresas que van por delante en el camino del servicio excelente tendrán una ventaja comparativa muy poderosa respecto a las que hayan quedado rezagadas”. (pág. 2)

Al usuario lo que más le importa es el servicio que recibe al momento de adquirir un producto, algunas empresas se enfocan específicamente en los productos como en la imagen, la calidad y así como darle su valor agregado lo cual no está mal, solo que no toman en cuenta cual es el servicio que brinda al usuario, no solo con decir “pase buen día” significa que esté dando un servicio de calidad y atento solo está diciendo lo que

cualquier persona diría a otra al momento de marcharse. Para el cliente un buen servicio o servicio de calidad significa más que un saludo, significa ser amable, atento, ser capaz que solucionar cualquier inquietud que tenga, brindar información necesaria por lo tanto para brindar un servicio se necesita de mucha preparación ya que no es cualquier cosa, brindar un servicio es llenar y satisfacer al cliente.

Satisfacer al cliente es lo que toda organización busca, pero no todas consiguen satisfacer al cliente es una manera de reducir costos, reducir insatisfacción del usuario y reducir costos de marketing ya que un cliente satisfecho recomendaran el lugar o el producto a sus demás amigos. Esto es uno de los beneficios de la satisfacción al cliente de la cual muchas empresas desconocen.

Según Keith (2014) **“En la actualidad, la relación entre los que proporcionan el servicio y los clientes parece haber llegado a un punto crítico, lo que está originando gran cantidad de debates y de publicidad”** (pág. 2)

La atención al cliente ha existido desde hace décadas y la responsabilidad de cuidar a los usuarios se ha mantenido, pero como se lleva a cabo ha cambiado.

En un mundo competitivo como el actual el servicio al cliente tiene que hacer la diferencia para que clientes y nuevos compradores elijan el producto o servicio y esto aplica para todo el mundo, desde las más grandes hasta las más pequeñas empresas ya que el usuario al momento de adquirir un servicio son muy críticos y siempre andan evaluando la forma de cómo la empresa hacen negocios, como tratan a los clientes y como quieren que los traten ellos, atraer a un nuevo cliente es más difícil que mantener a uno, por eso las empresas que prestan el servicio deben de estar preparados ante cualquier situación que se presente o que perjudiquen al cliente, el comportamiento de las distintas personas con las que el cliente entra en contacto produce un impacto sobre el nivel de satisfacción del usuario.

La comunicación es un elemento importante al momento de tratar al cliente, se debe ser claro, gentil, comprensible, amable y estar predispuesto a solucionar problemas si algún usuario lo necesita ya que esto les encanta a los clientes que siempre estén atentos con ellos, y que cualquier inconveniente que se presente con sea solucionado rápidamente porque a nadie le gusta esperar y si en algunos de los casos ha recibido un mal trato

Según John (2012)

El servicio cálido y atento por parte de otro ser humano siempre será apreciado, sin importar cuan computarizada este la sociedad. Una persona sonreirá cuando se la llama por su nombre o cuando recibe información o ayuda. Esas personas comentaran con otras el trato amistoso que recibieron por parte de una empresa que disfruta y sabe la importancia de dar buena atención. (pág. 22)

Podrá realizar comentarios o como se le conoce también el marketing de boca a boca, ya sea este positivo o negativo para la empresa esto depende del servicio bueno o malo que recibió, por lo cual si es bueno la empresa se acogerá, de esto porque obtendrá más clientes y fidelidad pero si es malo obtendrá lo contrario.

En la actualidad estudios comprueban que el servicio es más efectivo que el marketing para aumentar el volumen del negocio, esto solo dependerá de cuanto entusiasmo, desempeño, atención y dedicación se esté predispuesto a brindar al usuario, porque como se sabe el cliente es el que hace el marketing sin cobrar ningún centavo a la empresa por eso es importante dar un buen servicio, ya que el cliente al momento de recibir el servicio puede quedar satisfecho (lo que generaría un valor o comentario positivo) o insatisfecho (comentarios negativos por parte del usuario).

Para el cliente lo más importante al momento de hacer una compra es la calidad de la atención que se obtiene sin importar el precio, el tamaño o el ambiente del producto, lo cual se considera que el cliente define como calidad la percepción y expectativas que se hace al momento de adquirir un producto o servicio, por eso las empresas siempre deben estar

innovando y realizando investigación de mercado ya que hoy en día el cliente es más exigente y también hay mucha demanda en cuestión de brindar productos y servicios. Con el pasar del tiempo se incrementa la población y los negocios unos mejores que otros, solo sobreviven los mejores.

La cultura de la organización en cuanto al servicio es muy importante ya que por eso para toda organización se deben de plantear objetivos y metas no solo para la organización sino también para los empleados, ya que si tiene el conocimiento de cuáles son los objetivos de brindar un buen servicio y atender a los usuarios obtendrán sus beneficios y cumplimientos de las metas y objetivos como de la empresa y de ellos como empleado teniendo en mente que un servicio de calidad traerá beneficio a la organización.

El servicio es la energía, la fuerza y la magia que toda organización necesita para mantenerse en un buen lugar, los empleados son el punto clave por eso al momento de seleccionar al personal se deberá reclutar a personas que sean optimista, que se relacione bien con las demás personas, debe ser comprensible con los clientes, pero por lo general la empresa debe de dar cursos de capacitación a los empleados para que pueden rendir más en la empresa y sean más eficientes estos son los costos que reducirían si toda organización fueran más exigentes al momento de reclutar al personal.

Antecedentes Referenciales

Tema : Calidad del servicio al cliente en el sector Bancario de la ciudad de Guayaquil período 2010- 2014 (2015)

Autoras : Castro Peralta Yajaira Jenniffer y Contreras Ponce Ingrid Azucena.

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

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

Tema : Análisis del servicio al cliente para mejorar el proceso de comercialización de la empresa Bultrims S.A ubicada en la ciudad de Guayaquil en el año 2014. (Andrade Brito y Escalante Alfonso, 2015)

Autoras : Betzi Andrade Brito Y María Escalante Alfonzo

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

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

Tema : Estudio de mercado para determinar el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa IVAN BOHMAN C.A., para crear un plan de gestión de calidad al cliente en la ciudad de Guayaquil. (Oyarvide, 2015-2016)

Autora : Lourdes Yessenia Riofrio Oyarvide

Semejanza : Determinar qué tan satisfechos quedan los clientes de la empresa después de adquirido el producto.

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

Tema : Evaluación de la calidad de atención al cliente en relación con la satisfacción de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica Hospital General de Milagro. (Maggi, 2018)

- Autoras** : Maggi Vera Wendy Angelica
- Semejanza** : Evaluar la atención al cliente para ver cuál es el grado de satisfacción de los usuarios.
- Diferencia** : Está dirigido a una institución pública de salud y la otra a una privada. Por lo general las empresas del estado nunca se preocupan por dar un buen servicio al cliente, te hacen esperar de demasiado tiempo, los empleados de dichas instituciones creen que le están haciendo un favor, pero no es porque ellos ganan el dinero de todos los ciudadanos del país y entonces ¿Por qué no se brinda un buen servicio?, porque que empresas piensas que ellas les están haciendo al favor al cliente, cuando es lo contrario.
- Tema** : Aplicación de modelo Servqual para potenciar la calidad en el servicio en el Disney-park, Quito. (2017)
- Autoras** : Intriago Ortiz Evelyn Paulina y Mendoza Jiménez Mariuxi.
- Semejanza** : Mejorar la calidad en el servicio para una mayor satisfacción todo encaminado para el mejoras.
- Diferencia** : La aplicación de modelo Servqual contra la un plan de servicio de satisfacción al cliente.
- Tema** : Análisis del servicio al cliente en el restaurante la Rivera y su impacto en la calidad del servicio e imagen del establecimiento. (2013)
- Autores** : Mariuxi Cárdenas Rivera, Néstor Mora Cabrera y Andrea Sánchez Mechan.
- Semejanza** : Realizar un análisis del servicio al cliente y ver cuál es la importancia en brindar un servicio de calidad.
- Diferencia** : Medir la calidad del servicio y que tanto influye esto en la imagen de la empresa y está enfocado en un restaurante.

Tema : Proyecto de mejora de servicio al el cliente en la empresa Distribuciones AC SAS (2017)

Autora : Nubia Esperanza Gaitán Moreno

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

Diferencia : Que no se realizara en la misma ubicación geográfica ya que será en Bogotá Colombia y la otra en Ecuador Guayaquil.

Tema : La calidad de servicios y ventas en el área de atención al cliente en la veterinaria Pet's Family Eirl Chiclayo (2016)

Autor : Olortegui Quispe Victor Jefferson

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

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

Fundamentación Legal

Ley orgánica de defensa del consumidor (OMPI, 2000)

CAPÍTULO II

Derechos y Obligaciones de los Consumidores

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

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derechos a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuario, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor; y
10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención sanciones y oportuna reparación de su lesión;
11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,
12. Derecho a que las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que

se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

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

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

CAPÍTULO III

Regulación de la Publicidad y su Contenido

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

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

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

4. Los reconocimientos, aprobaciones o distinciones oficiales o privadas, nacionales o extranjeras tales como medallas, premios, trofeos o diploma.

Nota: El artículo 17 del Código Orgánico Integral Penal dispone: “Se consideran exclusivamente como infracciones penales las tipificadas en este Código. Las acciones u omisiones punibles, las penas o procedimientos penales previstos en otras normas jurídicas no tendrán validez jurídica alguna, salvo en materia de niñez y adolescencia.

CAPITULO V

Responsabilidades y Obligaciones del Proveedor

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

CAPÍTULO XIII

De Infracciones y Sanciones

Art. 75.- Servicios Defectuosos.- Cuando los servicios prestados sean manifiestamente defectuosos, ineficaces, causen daños o no se ajusten a lo expresamente acordado, los consumidores tendrán derecho, además de la correspondiente indemnización por daños y perjuicios, a que le sea restituido el valor cancelado. Además, el proveedor de tales servicios, serán sancionados con una multa de cincuenta a quinientos dólares de los Estados Unidos de América o su equivalente en moneda de curso legal, sin perjuicio de las demás acciones a que se hubiere lugar.

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

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

Variables de la Investigación

Variable Independiente : Atención al cliente.

Manifiesta Andrew Brown (2015)

La atención al cliente es una modalidad de gestión que empieza desde lo más alto de la organización. Se trata de la filosofía y la cultura de la empresa. Una vez que se ha identificado estos factores, si alguno de los integrantes de la organización es capaz de articularlos dándoles una forma sencilla, se estará construyendo algo duradero. (pág. 3)

La atención al cliente depende de la cultura de cada empresa y como ellas las aplican con los empleados y de cómo el empleado se dirige al usuario, por tanto la organización es el pilar fundamental, de que el cliente se sienta cómodo con la atención, ya que la empresa es la responsable de brindar el servicio juntos a los empleados.

Para crear relaciones duraderas o un cliente fiel es necesario que el usuario se haya sentido como en casa al momento de brindar el servicio y sobre todo que haya quedado satisfecho, y así generar fidelidad y al momento de comprar o pedir un servicio el usuario piense mil veces en dejarnos a nosotros por la competencia, ya que no es lo mismo perder una venta que a un cliente, perder a un cliente es un riesgo que corre la organización, un cliente fiel es el que siempre regresa y esto genera porque un quedo contento siempre

Variable Dependiente : Satisfacción del usuario.

Expone Alan Dutka (2015) “**Las primeras investigaciones acerca de la satisfacción al cliente señalaron que tanto los clientes satisfechos como los que no lo están influyen de manera decisiva sobre el desempeño básico de las empresas**” (pág. 16)

La demanda de la competencia ha aumentado y así como las exigencias de los clientes, por ello un cliente es un pilar fundamental para la empresa, un usuario feliz es sinónimo de satisfacción, pero ¿Que hacen las empresas para medir el grado de satisfacción de sus clientes? Algunas nada y otras utilizan estrategias, investigación de mercados, e incluso establecen metas para captar más clientes.

Como conseguimos tener a un cliente satisfecho, llenando sus expectativas, que lo ofrecido sea lo que el espere. Una mala publicidad de la empresa seria falta para la empresa, hay que saber llegar al cliente

Definiciones Conceptuales

Abusivo : adj. Que se introduce o practica por abuso. (RAE, 2018)

Administración: f. Acción y efecto de administrar. (RAE, 2018)

Apto : adj. Idóneo, hábil, a propósito para hacer algo. (RAE, 2018)

Atención : f. Acción de atender./ Cortesía, urbanidad. (Sin. Cuidado, interés, esmero, aplicación, cortesía, cumplido, deferencia, obsequio.) (RAE, 2018)

Bienes : m. Econ. Todo aquello que es apto para satisfacer, directa o indirectamente, una necesidad humana. (RAE, 2018)

Bueno : adj. De valor positivo, acorde con las cualidades que cabe atribuirle por su naturaleza o destino. (RAE, 2018)

Calidad : f. Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor. (RAE, 2018)

Capacitación: f. Acción y efecto de capacitar. (RAE, 2018)

Captar : tr. Percibir algo por medio de los sentidos o de la inteligencia, percatarse, comprender. (RAE, 2018)

Claridad : f. Cualidad de claro. (RAE, 2018)

Competitivo: adj. Pertenciente o relativo a la competición. (RAE, 2018)

Competencia: f. Oposición o rivalidad entre dos o más personas que aspiran a obtener la misma (RAE, 2018)

Complacencia: f. Satisfacción, placer y contento que resulta de algo. (RAE, 2018)

Conocimiento: m. Acción y efecto de conocer. (RAE, 2018)

Consumidor: m. y f. Persona que adquiere productos de consumo o utiliza ciertos servicios. (RAE, 2018)

Costo : m. cantidad que se da o se paga por algo. (RAE, 2018)

Cliente : m. y f. Persona que compra en una tienda, o que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa. (RAE, 2018)

Daño : m. pl. Compensación que se exige a quien ha causado un daño, para reparar este. (RAE, 2018)

Decisión : f. Determinación, resolución que se toma o se da en una cosa dudosa. (RAE, 2018)

Defectuoso : adj. Imperfecto, falto. (RAE, 2018)

Demanda : f. Econ. Cuantía global de las compras de bienes y servicios realizados o previstos por una colectividad. (RAE, 2018)

Derecho : m. Facultad de hacer o exigir todo aquello que la ley o la autoridad establece en nuestro favor, o que el dueño de una cosa nos permite en ella. (RAE, 2018)

Desempeño : m. Acción y efecto de desempeñar o desempeñarse. (RAE, 2018)

Discoteca : f. Local público donde sirven bebidas y se baila al son de música disco. (RAE, 2018)

Eficaz : adj. Que tiene eficacia. (RAE, 2018)

Eficiencia : f. Capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un efecto determinado. (RAE, 2018)

Empresa : f. Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos. (RAE, 2018)

Estrategias : f. Arte, Traza para dirigir un asunto. (RAE, 2018)

Exigencia : f. Acción y efecto de exigir. (RAE, 2018)

Expectativa: f. esperanza de realizar o conseguir algo. (RAE, 2018)

Experiencia : f. Conocimiento de la vida adquirido por las circunstancias o situaciones de la vida. (RAE, 2018)

Fidelidad : f. Lealtad, observancia de la fe que alguien debe a otra persona. (RAE, 2018)

Fidedigno : adj. Digno de fe y crédito. (RAE, 2018)

Imagen : f. Figura, representación, semejanza y apariencia de algo. (RAE, 2018)

Información : f. Acción y efecto de informar. (RAE, 2018)

Indemnizar : tr. Resarcir de un daño o perjuicio, generalmente mediante compensación económica. (RAE, 2018)

Innovación : f creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado. (RAE, 2018)

Insatisfecho: adj. No satisfecho. (RAE, 2018)

Intangible : adj. Que no debe o no puede tocarse. (RAE, 2018)

Malo : adj. De valor negativo, falta de las cualidades que cabe atribuirle por su naturaleza función o destino. (RAE, 2018)

Mercado : m. Sitio Público destinado permanentemente, o en días señalados, para vender, comprar o permutar bienes o servicios. (RAE, 2018)

Mercadotecnia: f. Econ. Conjunto de principios y prácticas que buscan el aumento del comercio, especialmente de la demanda. (RAE, 2018)

Meta : f. Fin a que se dirigen las acciones o deseos de alguien. (RAE, 2018)

Necesidad : f. Impulso irresistible que hace que las cosas obren infaliblemente en ciertos sentidos. (RAE, 2018)

Negativo : adj. Que Incluye o contiene negación o rechazo. (RAE)

Rendimiento: m. Producto o utilidad que rinde o da alguien o algo. (RAE)

Rentable : adj. Que produce un beneficio que compensa la inversión o el esfuerzo que se ha hecho. (RAE, 2018)

Perjuicio : m. Der. Detrimento patrimonial que debe ser indemnizado por quien lo causa. (RAE, 2018)

Problema : m. Conjunto de hechos o circunstancias que dificultan la consecución de algún fin. (RAE, 2018)

Publicidad : f. Conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender la noticia de las cosas o de los hechos. (RAE, 2018)

Objetivo : adj. Pertenciente o relativo al objeto en sí mismo, con dependencia de la propia manera de pensar o sentir. (RAE)

Organización: f. Asociación de personas regulada por un conjunto de normas en función de determinados fines. (RAE, 2018)

Satisfacción: f. Acción y efecto de satisfacer o satisfacerse. (RAE, 2018)

Servicio : m. Acción y efecto de servir. (RAE, 2018)

Usuario : adj. Der. Dicho de una persona: que tiene derecho a usar una cosa ajena con cierta limitación. (RAE, 2018)

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

Datos de la Empresa

Nombre de la Empresa: Chavela Resto Longue

Nombre Comercial: Discoteca Chavela

Fecha de Constitución: Agosto del 2014

Objeto Social: Discoteca y Restaurante (diversión y entretenimiento)

Misión

Brindar un servicio seguro e innovador con un ambiente cómodo y apropiado para divertirse, festejar y celebrar entre dos o más personas

Definida por Thomas L en su libro la administración estratégica y políticas del Negocio (2013)

Una declaración de la misión bien concebida define el propósito exclusivo y fundamental que distingue a una empresa de otras de su tipo e identifica el alcance de sus operaciones con respecto a los productos que ofrece (incluyendo servicios) y los mercados que sirve (pág. 12)

La misión es la razón del porque existe la organización, es la que la define lo que es y que es a lo que se dedica en general en cuanto a prestar un servicio o brindar un producto, es como se define la empresa.

Visión

Ser una empresa reconocida por brindar un excelente servicio de entretenimiento del todo el país.

Para Daniel M en su libro Metas Estratégica (2012) define a la visión,

El punto de comienzo para articular la jerarquía de metas de una empresa es la visión de una compañía que podíamos definir como declaraciones que

determina donde queremos llegar en el futuro. Una visión o no puede tener éxito, depende de si el resto sucede según la estrategia de la empresa. (pág. 3)

La visión es a donde se proyecta la organización es lo que quiere llegar a ser ya sea en un corto o largo tiempo. La visión de la empresa ayuda a cumplir cada uno de los objetivos trazados.

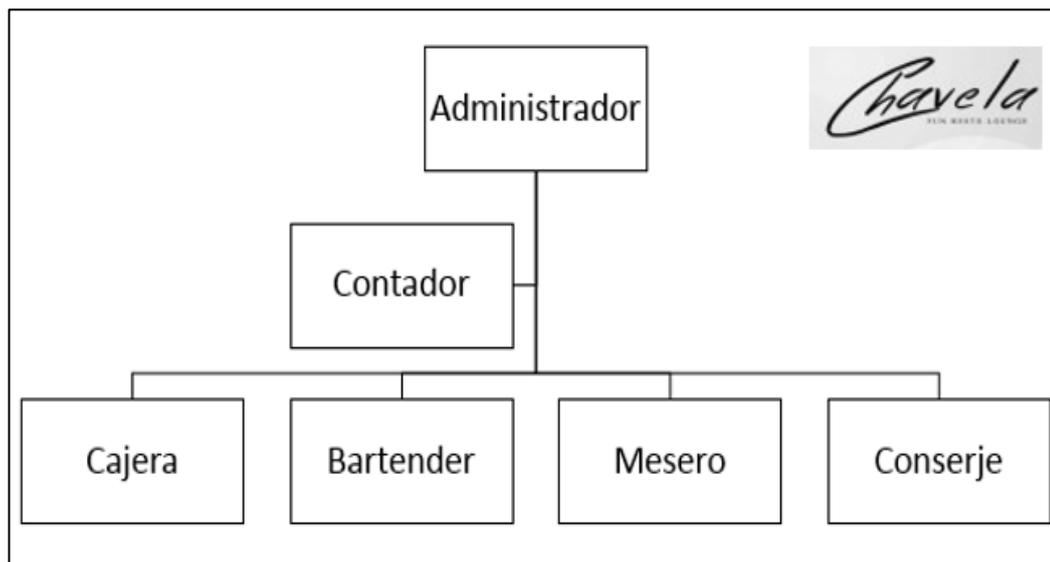
Logotipo



Organigrama

Gráfico 2

Cargos



Fuente: Discoteca Restaurante Chavela

Las organizaciones están conformadas por estructuras jerárquicas para empresa es importante determinar los cargos los cuales se representan en cuadros o grafico llamado organigrama empresarial, esto comprende para que cada empleado cumpla con su trabajo y objetivo en cada cargo.

<p>Contador</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar informaciones y emitir información de los gastos e ingresos de la empresa. • Evaluar la situación financiera de la empresa. • Orienta a las tomas de decisiones administrativas. • Manejo de factura y retención • Envíos de declaraciones mensualmente • Declaración de impuestos. • Manejo de inventario • Conciliación de cuentas. Bancarias
<p>Cajera</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Registrar al cliente en el sistema • Cobrar al cliente • Realizar arqueo de caja • Proactivo y trato cordial • Entregar o recibir provisiones. • Atender a la clientela. • Facturar
<p>Bartender</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Atender a los clientes en el bar • Realizar variedad de bebidas para los usuarios • Mantener limpia la barra • Preparar cocteles y bebidas que soliciten los usuarios • Ser rápido y atento con los pedidos de los usuarios.

Mesero	<ul style="list-style-type: none"> • Atender a los clientes • Hacer sugerencias al usuario de que tomar o comer. • Tomar los pedidos • Dar buen trato al cliente • Dar la bienvenida
Conserje	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener siempre limpio el lugar • Limpieza de oficinas • Labores de mensajería local. • Brindar apoyo en bodega • Bajar y subir mercadería • Realizar encargos

Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

Diseño de la Investigación

Como argumenta Arias en su libro El proyecto de Investigación (2012), la investigación es la actividad de averiguar un suceso, hechos que ocurren en un determinado tiempo y tiene como objetivo resolver el problema. El hombre por naturaleza es curioso por tal motivo siempre estará indagando cosas nuevas o antiguas que estén ocurriendo, o ya seas por dudas que se tenga. Así mismo define al diseño de la investigación como la estrategia que utilizara el investigador para realizar su estudio.

Para este presente estudio, la metodología a utilizarse será la de campo debido a que se ira al lugar de los hechos averiguar más de cerca la problemática que está afectando al usuario de la discoteca restaurante Chavela.

También se utilizará será el mixto (cualitativa y cuantitativa) ya que se clarificará los aspectos fundamentales de la investigación, su definición, sus fines y objetivos respecto a lo cualitativo y cualitativos de la investigación el rol que tiene la investigación para el beneficio de la empresa. Sera de

carácter bibliográfico ya que se utilizara revistas, cuadernos y libros donde se sacara información veraz y fidedigna para la realización del trabajo de investigación.

Con la investigación cualitativa y la cuantitativa se aplicarán técnicas y herramientas que permitirán obtener resultados que serán sustentados en tabulaciones con sus respectivos resultados, conclusiones y recomendaciones.

Tabla 3 **Investigación**

	Cualitativa	Cuantitativa
Objetivo	Aplicación de métodos teóricos, explicación del problema	Recolección de muestras, pruebas que permita obtener un resultado
Recolección de datos	No estructurado	Estructurado
Análisis estadístico	No estadístico	Estadístico
Resultados.	Establecer una conclusión mediante lo investigado	Dar soluciones al problema.

Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

Investigación Cualitativa

Mediante la investigación cualitativa se podrá examinar y mostrar las cualidades de la investigación que está siendo estudiado, la investigación está enfocada en todos los aspectos relacionados con el servicio al cliente y cómo influye la atención con la satisfacción del usuario.

Investigación Cuantitativa

Con la investigación cuantitativa será realizada en este proyecto porque esta relacionada con las estadísticas, se fundamenta en los hechos encontrados

y no en supuestos, con el cual se podrá obtener un claro resultado y preciso a través de las encuestas y las entrevistas, esto permitirá conocer los factores del problema de investigación.

Las dos investigaciones, la cualitativa y la cuantitativa intervienen en el desarrollo del proyecto estudio.

Investigación de campo

Con la investigación de campo se ira a el lugar de los hechos es decir

Con la investigación de campo se irá a el lugar de los hechos es decir donde ocurre el problema, porque se origina, como lo tratan, si se está haciendo algo al respecto para contrarrestar el problema y entre otras cosas.

Por tal motivo la investigación de campo será de gran ayuda porque se podrá conocer más de cerca el inconveniente, mediante la entrevista se podrá recopilar información que nos ayudara con el tema de investigación ya que la entrevista será realizada a los superiores de la empresa donde se podrán conocer sus puntos de vista, que es lo que es lo que hacen por el servicio que brindan y las encuestas a los empleados así se podrá recolectar información, que ayudara con nuestro análisis.

Tipo de Investigación

Tabla 4 Tipos

Descriptiva	Correlacional	Explorativa	Explicativa
Explica Hernández (2015) "Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades,	Dice Hernández (2015) "Tiene como finalidad la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en	Menciona Hernández (2015) "Se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas	Como dice Hernández (2015) "El estudio explicativo va más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos.

<p>procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (pág. 92)</p> <p>Es decir que detalla todo de la persona o cosa que se vaya a investigar.</p>	<p>particular” (pág. 93)</p> <p>Es decir que la investigación correccional es la que compara dos variables entre sí para ver cuáles son las diferencias que existen entre ellos y llegar así a un resultado para mejorarlo.</p>	<p>o no se ha abordado antes” (pág. 91)</p> <p>Este tipo de investigación se lo utiliza para indagar un suceso nuevo o que na sido estudiado con anterioridad.</p>	<p>Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiestan o por que se relacionan dos o más variables” (pág. 95)</p> <p>Es decir que busca responder las interrogantes de la investigación y así se puede llegar a definir los resultados en general.</p>
--	--	---	---

Fuente: Metodología de la investigación (Sampieri, 2015)

El tipo de investigación que se utilizará será el descriptivo por cual se especificará todo lo referente al servicio, al cliente, las características, importancia, el comportamiento de los usuarios y consecuencias que provoca una inadecuada atención y cuál es el factor que influye en este problema también se responderá a cada uno de los sucesos que se dan en la investigación por cual se darán las recomendaciones pertinentes que se deberán tomar para evitar cualquier inconveniente, de investigación.

El otro tipo de investigación que se utilizará es el explicativo ya que se explicará qué es lo que ocurre con el problema de investigación y porqué se manifiestan y se realizarán las comparaciones de las variables de la satisfacción del usuario y se buscará una respuesta que beneficie a la discoteca restaurante Chavela.

Población y Muestra

Población

Para Arias (2012) Población es, **“una característica del conocimiento científico es la generalidad, de allí que la ciencia se preocupe por extender sus resultados de manera que sean aplicables, no solo a uno o a pocos casos, sino que sean aplicables a muchos casos similares o de la misma clase. En este sentido, una investigación puede tener como propósito el estudio de un conjunto numeroso de objetos, individuos, e incluso documentos. A dicho conjunto se lo denomina población”**. (pág. 81)

La población es una el número de personas o cosas elegidas para el estudio de investigación una población se la puede determinar por varios grupos esto depende de que se vaya a estudiar, en esta investigación la población de estudio son los empleados y los clientes que asisten a la discoteca restaurante Chavela.

Población Finita

Según lo señalado por Arias (2006) Población finita, **“Agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran”** (pág. 82)

Es decir que la población finita es el número exacto de población de estudio, es una parte proporcional que ya se la tiene identificada, para el objeto de estudio, por ejemplo en esta investigación son los clientes y los empleados ya que medirá cual es el grado de satisfacción del usuario y cómo influyen los empleados para que el usuario se sienta satisfecho.

Población Infinita

Como explica Arias (2016) **“es aquella en la que se desconoce el total de elementos que la conforman, por cuanto no existe un registro documental de éstos debido a que su elaboración sería prácticamente imposible”** (pág. 82)

Para nuestro trabajo de investigación se utilizará la población infinita ya que constamos con una población de ocho personas miembros de la Discoteca

restaurante Chavela, pero no se tiene el registro de que esa población sea exactamente la indicada.

El número de clientes que asisten al lugar de investigación no es exacto y tampoco se cuenta con un registro total de cuantos empleados trabajan en la empresa.

Tabla 5 Población

Población	Cantidad
Administrador	1
Socio	1
Contador	1
Cajero	1
Bartender	1
Mesero	2
Conserje	1
Total	8

Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

Muestra

Para Hernández (2015) **“La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población”** (pág. 175)

Es decir, que la muestra la parte una parte conformada de la población, pero que de la población se busca lo específico a estudiar o investigar

En este estudio de investigación no utilizaremos la muestra, debido a que la muestra es un subconjunto definido, pero nosotros no contamos con ese grupo de estudio.

Muestra Estratificada

Según Arias (2012), **“Consiste en dividir la población en subconjuntos cuyos elementos posean características comunes, es decir, estratos**

homogéneos en su interior. Posteriormente se hace la escogencia al azar en cada estrato”. (pág. 84)

Es decir aquí se segmenta la población en grupos o nichos, por ejemplo en este estudio se puede separar ya sea en la empresa mediante los empleados desde el más alto rango hasta el más bajo, o también se puede segmentar por los diferentes tipos de clientes que hay y esto nos da un estudio más amplio de cada uno de ellos.

Muestra no Estratificada

Como expresa Hernández Sampieri (2015) **“La muestra no estratificada es una parte de la población que se la divide en partes específicas ya sean del mismo elemento o no y que busca que pertenezcan a un estrato, para la investigación”.** (pág. 255)

La muestra no estratificada es la que pertenece una parte de la investigación ya identificada y separada.

No se utilizará la muestra debido a que la población pertenece a mínima cantidad de ocho personas

Métodos Teóricos

De acuerdo al problema planteado y a los objetivos a trazados en este presente trabajo de investigación se utilizara el método de encuesta ya que por medio de este se analizará cómo se brinda el servicio al cliente y que tiempo se demora en ser atendidos en la discoteca restaurante Chavela. Por cual también se considera el método descriptivo, ya que se describe, analiza e interpreta el nivel de la satisfacción de los clientes a cuanto el servicio que recibe, por ello se recurrirá al uso del cuestionario ya que se obtendrán resultados específicos del porque ocurre este problema de investigación y porque aún no se han tomado medidas de prevención para la mejora del servicio.

La descriptiva es la que va a trabajar sobre las definiciones reales de los hechos.

Técnicas de Investigación

Para Arias (2012), “Se entenderá por técnica de investigación, el procedimiento o forma particular de obtener datos o información”. (pág. 67)

La técnica de la investigación es la herramienta que utilizará para obtener más información acerca del problema de estudio y depende de cada técnica, los diferentes resultados obtenidos y de los cuales permitirán analizarlos y mejorarlos.

Cada técnica que se aplica será ejecutada a cada uno de los empleados de la discoteca restaurante Chavela.

Tabla 6 Procedimientos

Técnicas	Instrumentos
<ul style="list-style-type: none">• Encuesta• Entrevista	<ul style="list-style-type: none">• Cuestionario• Formulario

Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

Menciona Arias en su libro el Proyecto de la Investigación (2012), la entrevista,

Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). En el último caso podría ser tal vez una pareja o un grupo pequeño como una familia o un equipo de manufactura. En la entrevista, a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema (pág. 403)

Para la realización de la presente investigación se contará con la técnica de la entrevista, con el cual se obtendrán información las personas involucradas en este problema y se utilizará como instrumento al formulario. La entrevista se la realizará a dos personas más influenciadas de la

empresa Chavela mediante esta se arrojarán una serie de respuestas la cuales se analizarán para ver las falencias y como mejorarlas.

Para Arias (2012) **“Se define la encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de si mismo, o en relación con un tema en particular”** (pág. 67)

También se contará con la técnica de la encuesta, esta se la aplicará a la población afectada, la cual es a los usuarios midiendo el grado de satisfacción y la buena o mala atención que reciben aplicando como instrumento el cuestionario que constarán diez preguntas.

Con una población de ocho personas, se aplicó de la técnica de la encuesta con su respectivo instrumento el cuestionario con un éxito que todos ayudaron en la obtención de información, el tipo de pregunta a utilizar fueron diez preguntas abiertas y con la ayuda de excel se procedió a realizar las respectivas tabulaciones con los gráficos estadísticos de los resultados de cada pregunta

La entrevista está dirigida solo a dos personas de la empresa las cuales fueron hechas al administrador y al socio de discoteca restaurante Chavela, con la cual una vez hecha la entrevista se comparan los resultados obtenidos y se sacarán las conclusiones respectivas.

Con todo esto se estaría cumpliendo el tipo de investigación cualitativo y cuantitativo ya que procedió a realizar el marco teórico a partir de investigaciones realizadas e implementadas, mediante la encuesta realizada a la población finita se obtuvo los resultados deseados que nos ayudara a realizar el plan de mejora en el servicio al cliente y también para mejorar la calidad del servicio y satisfacer al cliente en todos los ámbitos posibles se dará las respectivas conclusiones y recomendaciones obtenidos mediante todo el trabajo de investigación .

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

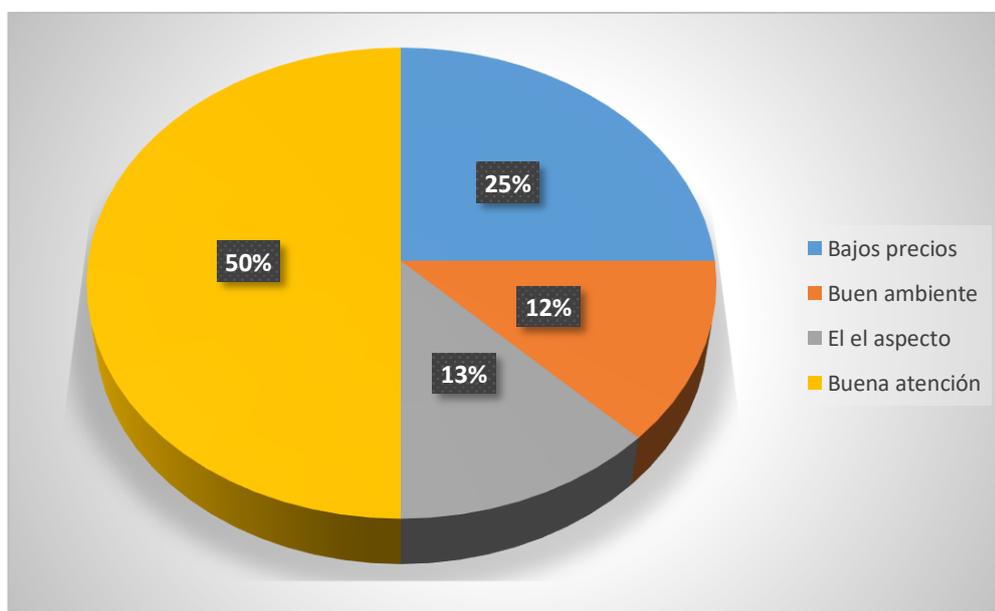
1. ¿Qué es lo que más le atrae al usuario al momento de adquirir un servicio?

Tabla 7 Adquirir

Opción	Cantidad	Porcentaje
Bajos precios	2	25%
Buen ambiente	1	12%
El aspecto del lugar	1	13%
Buena atención	4	50%
Total	8	100%

Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

Gráfico 3 Adquirir



Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

La mitad de los encuestados consideran que el usuario al momento de adquirir un servicio lo que más les interesa es el trato que se les da por tal razón se debe priorizar y mejorar el servicio.

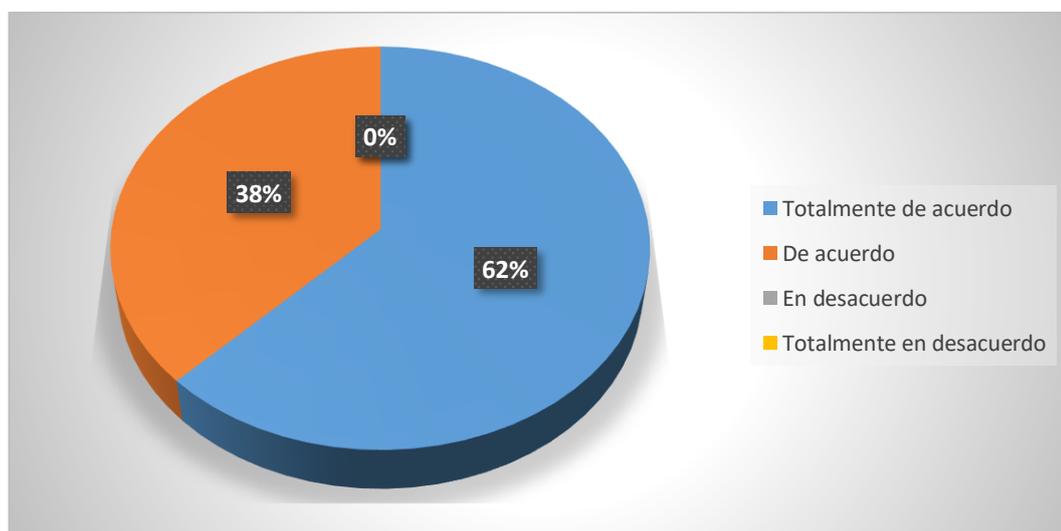
2. ¿Cree usted que el servicio que brinda en la discoteca restaurante Chavela satisface las necesidades de los usuarios?

Tabla 8 Servicio

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	5	12%
De acuerdo	3	12%
En desacuerdo	0	25%
Totalmente en desacuerdo	0	13%
Total	8	100%

Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

Gráfico 4 Servicio



Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

Análisis

La mayoría de la población está totalmente de acuerdo que el servicio que ellos brindan satisfacen a los usuarios, pero una cosa es lo que el empleado dice y otra lo que diga el cliente, por eso para que la empresa tengan constancia que los clientes quedan realmente satisfecho se debería implementar la calificación del servicio para cada empleado que brinda servicio al usuario y al final del mes ver si ha mejorado o ha disminuido el rendimiento en su trabajo, y no solo se analiza el desempeño del trabajador si no el grado de satisfacción que se da al cliente y que tan complacido queda.

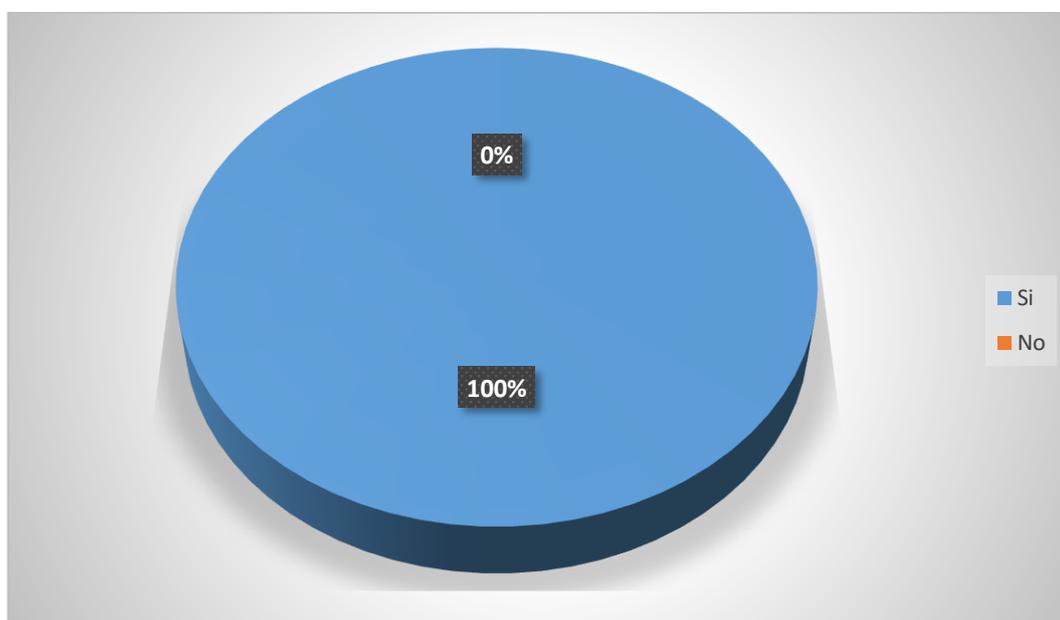
3. ¿Cree usted que el servicio de discoteca restaurante Chavela es eficiente?

Tabla 8 Eficaz

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	8	100%
No	0	0%
Total	8	100%

Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

Gráfico 5 Eficaz



Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

Análisis

El todos los encuestado aseguran que son eficientes con el servicio que prestan en la discoteca restaurante Chavela, hacer las cosas bien es una ventaja para los empleados ya sea por la experiencia o porque sean muy activos al momento de hacer las sus obligaciones, pero esto no quiere decir que sean eficaz, hacer una cosa al apuro no significa que todo terminara bien y para satisfacer a un usuario se necesitan las dos cosas al momento de brindar el servició ya que el cliente le gusta que lo atiendan rápido pero que también el servicio sea de lo mejor para así poder quedar satisfecho.

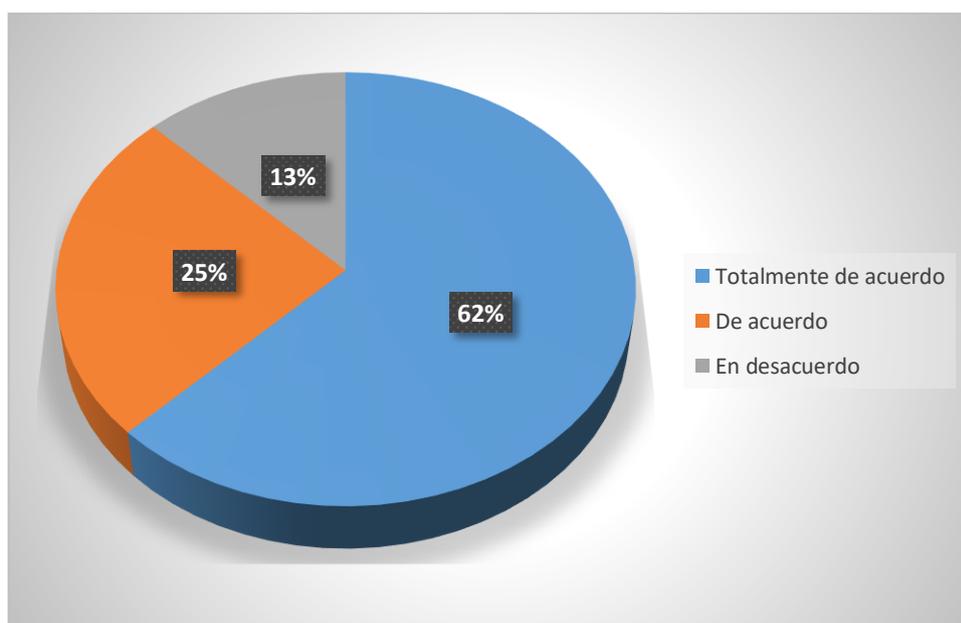
4. ¿Cree usted que Chavela discoteca restaurante cubren todas las necesidades de los clientes?

Tabla 9 Necesidades

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	5	62%
De acuerdo	2	25%
En desacuerdo	1	13%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	8	100%

Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

Gráfico 6 Necesidades



Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

Análisis

La mayoría de la población asevera que si cubren las necesidades de los usuario, porque si no discoteca restaurante no existiera y ellos no tendrían empleos aparte todas las empresas que están en la sociedades nacen con el deseo que satisfacer necesidades, en cambio un 13% respondió que no la cubrían este porcentaje se considera que varía debido a que los empleados han de tener conocimiento del tema o simplemente a una mala experiencia.

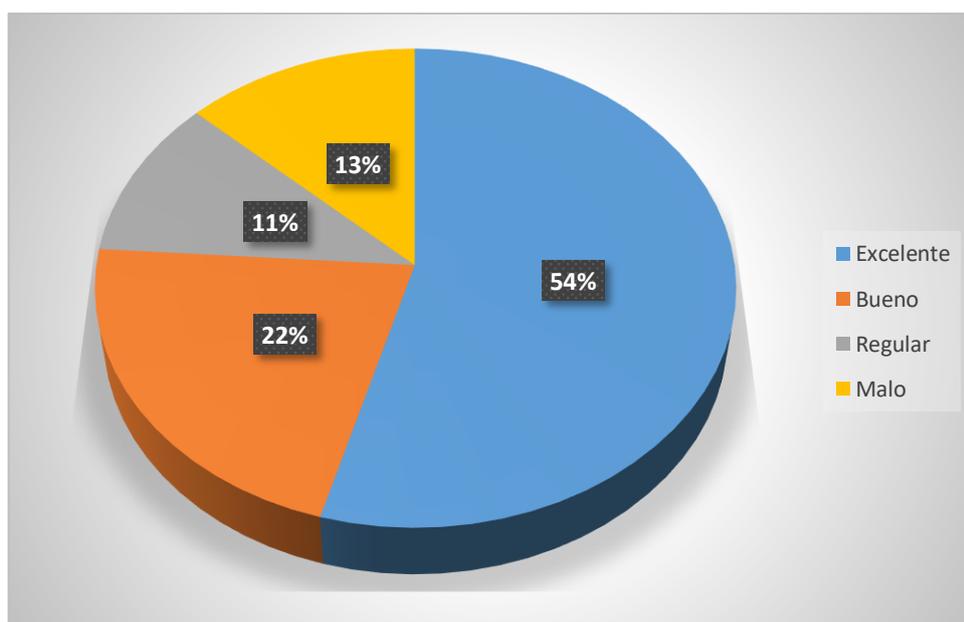
5. ¿Cómo califica el servicio que usted brinda a los usuarios de discoteca restaurante Chavela?

Tabla 10 Calificación

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Excelente	5	54%
Bueno	2	22%
Regular	1	11%
Malo	0	13%
Total	8	100%

Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

Gráfico 7 Calificación



Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

Análisis

La mitad de los encuestados garantiza que si brindan un buen servicio al usuario por tal razón se cree que estos son los empleados que sienten que hacen su trabajo bien y que se destacan más y hay un 11% respondió que es regular esto se puede dar porque el empleado no está totalmente capacitado o que es nuevo en la empresa o por ultimo una mala experiencia al tratar a un usuario y no se sintió totalmente a gusto.

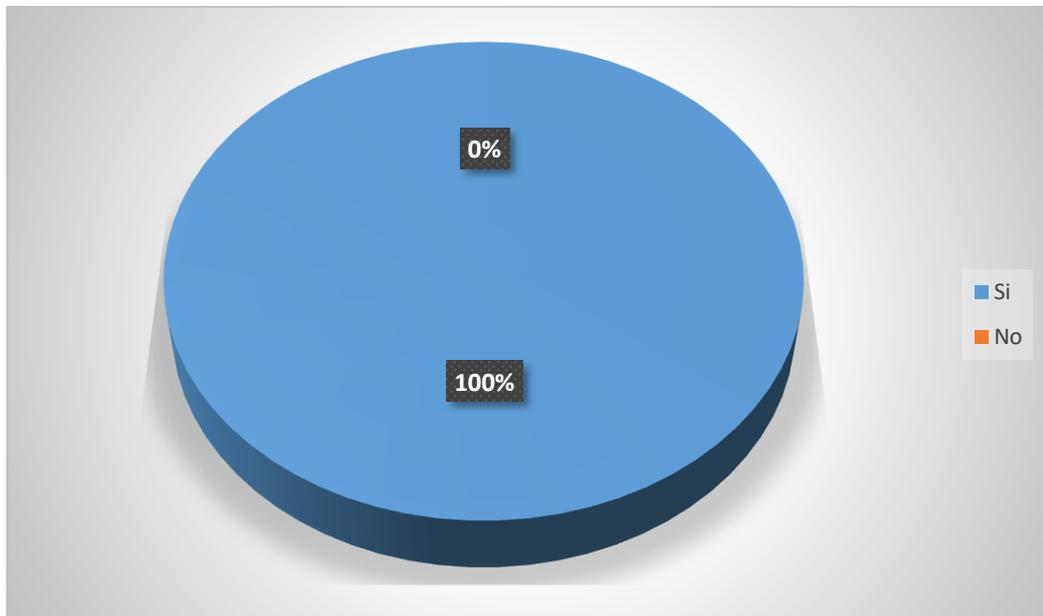
6. ¿Considera usted que deben de recibir capacitaciones continuamente para mejorar su servicio?

Tabla 11 Capacitaciones

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	8	100%
No	0	0%
Total	8	100%

Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

Gráfico 8 Capacitaciones



Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

Análisis

El 100% de los empleados consideran que realizar continuamente capacitaciones se podrá mejorar el servicio que se brinda a los empleados y así aumentan el grado de satisfacción al cliente ya que un personal totalmente capacitado rinde mejor y si se contrata a un empleado que solo sabe relacionarse como la demás personas pero no tiene experiencia en cómo tratar al cliente y como solucionar sus problemas no se podrá mejorar ni al empleado ni a la empresa por eso es recomendable capacitar a los empleados en diversos temas para que tengan conocimiento y puedan mejorar el servicio que dan.

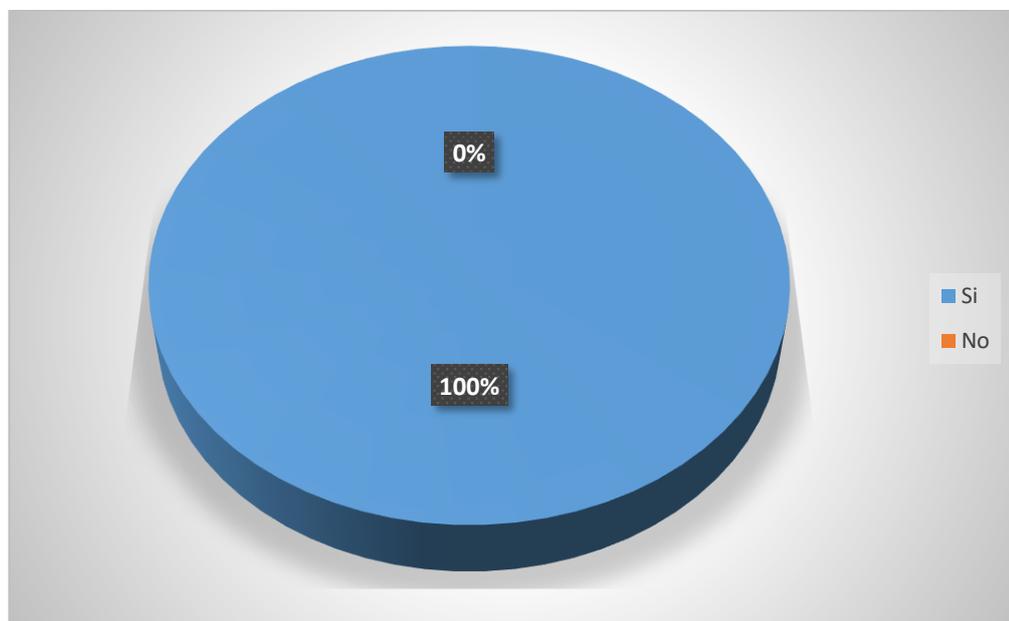
7. ¿Al momento de atender al usuario usted se preocupa por su bienestar?

Tabla 12 Bienestar

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	8	100%
No	0	0%
Total	8	100%

Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

Gráfico 9 Bienestar



Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

Análisis

Toda la población asegura que si se preocupan por el bienestar del usuario al momento de dar el servicio, que el cliente se sienta cómodo en todos los aspectos, porque saben que para brindar servicio al cliente es las cosas deben de ser desempeño ya que los usuarios hoy en día son demasiado exigentes, ya que adquirir un servicio no es igual a producto ya que el servició es intangible por tal razón satisfacer al cliente es más complicado por eso se sabe que se debe de dar un servició de calidad al usuario y ellos lo hacen preocupándose por su bienestar.

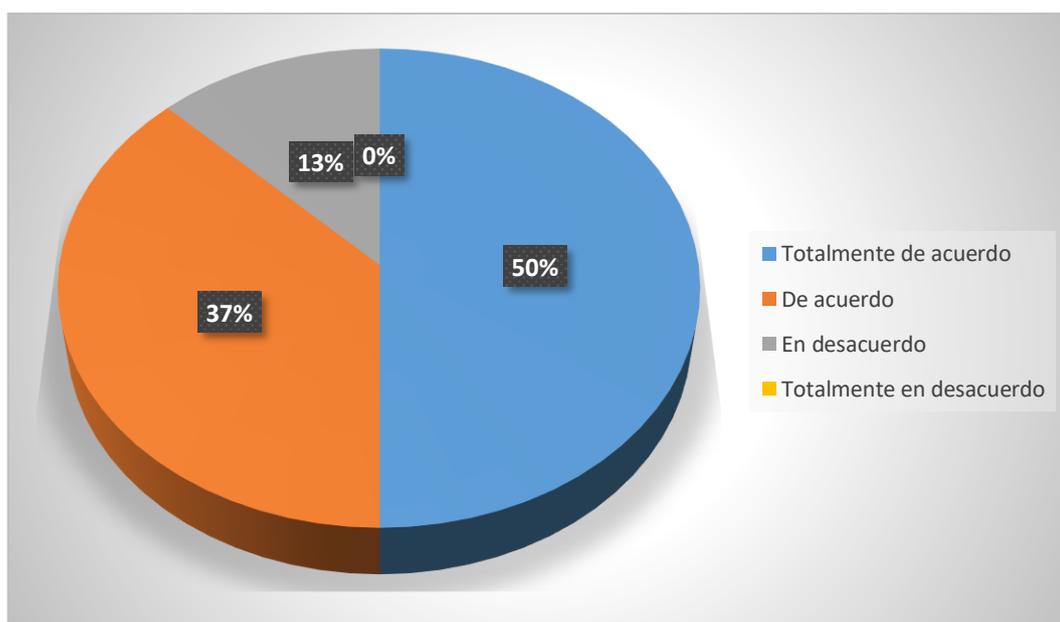
8. ¿Está de acuerdo que necesita motivación por parte de la empresa para poder realizar su trabajo adecuadamente?

Tabla 13 Trabajo

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	4	50%
De acuerdo	3	37%
En desacuerdo	1	13%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	8	100%

Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

Gráfico 10 Trabajo



Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

Análisis

La mitad desean que se realicen motivación para realizar mejor su trabajo esto más que nada ocasiona algo positivo en la empresa ya que el empleado que si en un momento no les va bien y esto ayudara a mejorar su rendimiento y un 13% dice que no necesita motivación esto ocurre cuando empleados depende de ellos mismo y no le gusta que los ayuden los demás porque ellos se sienten aptos para realizar las cosas solo.

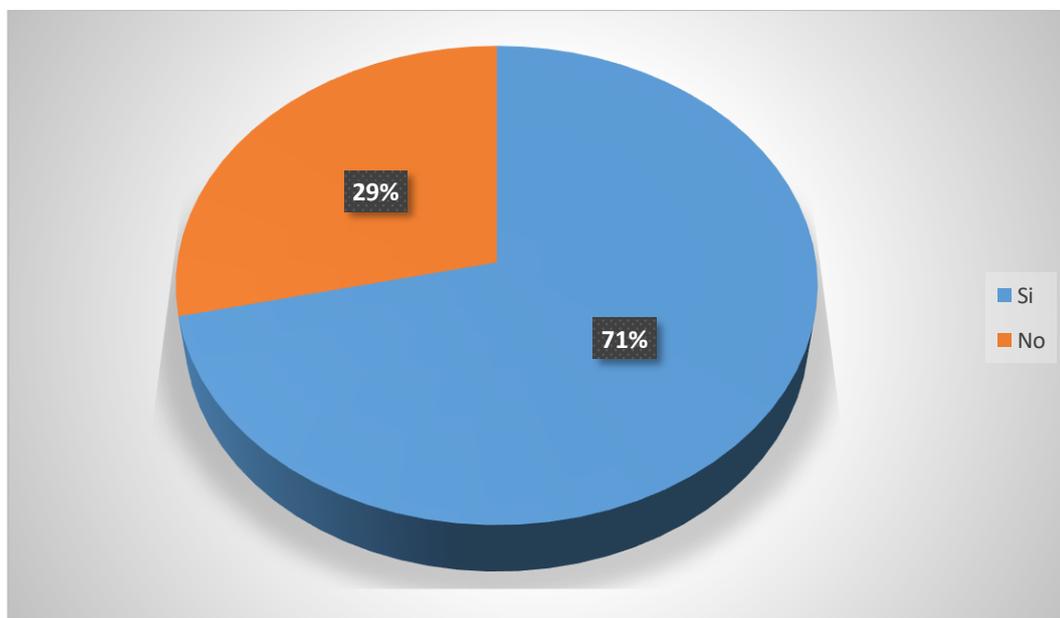
9. ¿Tiene usted mucha experiencia en atender a clientes?

Tabla 14 **Experiencia**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	5	100%
No	3	29%
Total	8	100%

Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

Gráfico 11 **Experiencia**



Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

Análisis

La mayoría de los encuestados tiene experiencia con el servicio al cliente lo cual es un porcentaje a favor ya que ellos podrán ayudar a ese 29% de empleados que no tiene conocimiento de cómo tratar al cliente esto es por la poca experiencia que se tiene, lo cual es mejor que la empresa cuente con personal que tenga experiencia pero también se debe de dar las debidas capacitaciones para que obtengan más conocimiento.

Un personal totalmente apto para prestar un servicio será la diferencia entre las demás empresas.

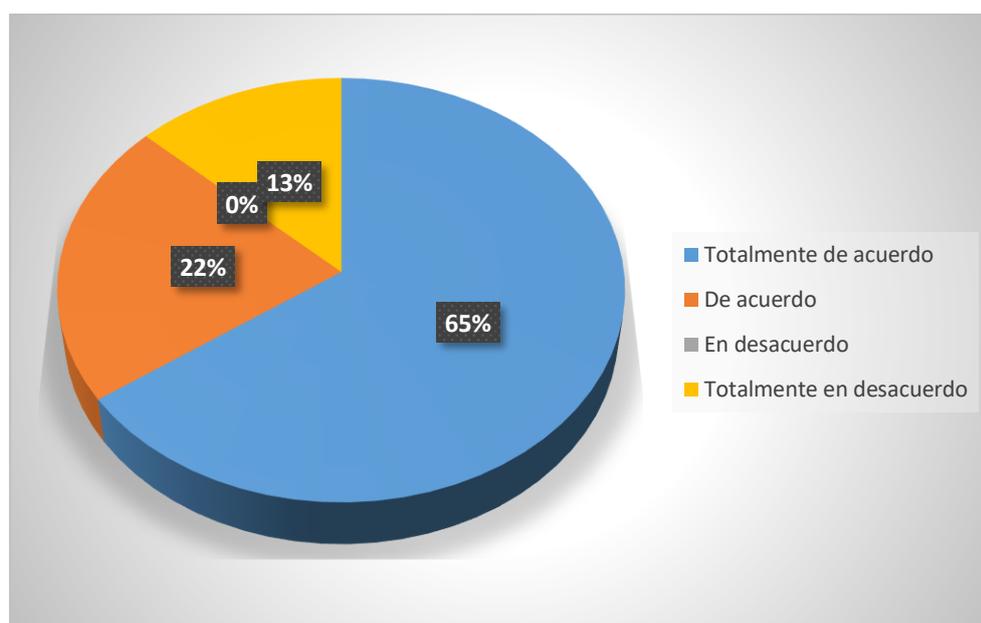
10. ¿Usted cree que la empresa debe de implementar una cultura de servicio a los clientes internos?

Tabla 15 Cultura de servicios

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	6	65%
De acuerdo	2	22%
En desacuerdo	1	13%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	8	100%

Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonzo

Gráfico 12 Cultura de Servicio



Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonzo

Análisis

La mitad de los encuetados manifiesta que está totalmente de acuerdo que se debe de implementar una cultura de servicio ya que se establecen metas a cumplir y sobre todo de cómo tratar al cliente mejorando el servicio y una minoría que está en desacuerdo esto ha de pasar por han de estar predispuestos hacer cambios por que han de pensar que afectan de forma negativa su trabajo.

Entrevista

Objetivo: Obtener información veraz de cómo se maneja el servicio al cliente para la satisfacción del usuario

Fecha : Lunes 7 de Mayo del 2018

Lugar : Oficina de la discoteca restaurante Chavela

Hora inicio :10h00

Hora finalizo : 12h00

Entrevistado : Cristian Padilla

Cargo : Administrador General

Entrevistador : Karla Mora

INSTRUCCIONES

La respuesta que proporcione será confidencial y de uso exclusivo para los entrevistadores.

1. ¿Cómo motiva usted a sus colaboradores para que mejore su rendimiento?

Los motivo dándole la seguridad para generar su potencial, el esfuerzo laboral ya que como se sabe en todo trabajo debe de ser reconocido y recompensado con el salario justo de acorde con sus responsabilidades, también los reconocimientos no financieros son una manera de valorar a los colaboradores como es el empleado del mes y medallas de honor crean competencia sana en el personal de la empresa brindado a los empleados oportunidad para ampliar sus conocimientos y mejorar sus habilidades.

Porque nosotros nos preocupamos por nuestros empleados ya que sin ellos no se lograría nada porque antes del cliente externo tenemos al cliente interno que es por el cual nosotros funcionamos y dando servicio por parte de ellos llegaremos a cumplir nuestros objetivos.

2. ¿Por qué cree que se origina un servicio deficiente en discoteca restaurante Chavela?

A nivel de las organizaciones siempre van a ver conflictos, pero para eso no se descarta que en Chavela se origine problemas, un servicio deficiente se da por no tener personal capacitado lo cual ocasiona que el empleado no comprenda lo que el cliente busca por tal motivo discoteca restaurante Chavela busca a personas que tengan experiencia con el cliente y otra parte que ocasiona realmente un conflicto es la comunicación entre los que empleados lo que significa que no está siendo llevada bien al camino del éxito por eso cada día buscamos mejoras con los pequeños problemas que se dan a diario.

3. ¿Cada que tiempo brindan capacitación al personal de discoteca restaurante Chavela?

Considero que las capacitaciones no solo son entrenamiento o ir a un curso a escuchar clase si no es la ayuda fidelizada, la capacitación se hace necesaria cuando hay novedades que afecten a tareas o funciones, o cuando se hace necesario elevar el nivel del conocimiento del personal.

4. ¿Cómo califica el servicio que brinda discoteca Restaurante Chavela?

La califico como buen servicio donde se brinda buena atención, donde encuentras buenas músicas donde los clientes pueden pedir las músicas que deseen y cuentan con un servicio de barra libre

5. ¿Cree usted que el personal de discoteca restaurante Chavela se siente totalmente capacitado para atender al cliente?

Contamos con un personal que tiene experiencia de años y con eso es suficiente, ya que han trabajado por años con clientes y creemos que su experiencia aporta con el servicio.

6. ¿Cuáles serían las mejoras que haría para mejorar el servicio?

Aplicar reglas de negocios, capacitar más al personal para que tengan más conocimiento de cómo se debe de tratar a los clientes y mejorar la falta de comunicación del personal.

Objetivo: Obtener información veraz de cómo se maneja el servicio al cliente para la satisfacción del usuario.

Fecha : Martes 8 de Mayo del 2018

Lugar : Oficina de la discoteca restaurante Chavela

Hora inicio : 10h00

Hora finalizo : 12h00

Entrevistado : Víctor Morante

Cargo : Contador

Entrevistador: Karla Mora

1. ¿Cómo motiva usted a sus colaboradores para que mejore su rendimiento?

Se los motiva dándoles reconocimientos mensuales como el mejor empleado del mes o bonos que reconozcan el esfuerzo que ellos hacen día creemos que esto es una gran estrategia para que los empleados se motiven hacer mejor cada día aparte que se crea competencia entre personal y ellos buscan sobre salir y mejorar sus habilidades.

Lo que busca Chavela es que los empleados se sientan como en casa, buscamos que nuestro cliente interno mejore como personas y como profesional.

2. ¿Por qué cree que se origina un servicio deficiente en discoteca restaurante Chavela?

Se origina por la falta de organización, comunicación, las actitudes negativas de algunos empleados y algunas deficiencia en el manejo y resolución de los problemas con los clientes, pero todo esto se está mejorando implementando estrategias que ayuden a mejorar estos problema que de una a otra manera afecta a la empresa y para cambiar de mejor manera el servicio que se brinda y a los empleados que no quieren afrontar cambios, los cambios que se realiza en la organización son los objetivos del día a día.

3. ¿Cada que tiempo brindan capacitación al personal de discoteca restaurante Chavela?

En Chavela no se brinda capacitaciones fuera de nuestro establecimiento, ya que contamos con evaluador de servicio que analiza de cerca cómo trabajan los empleados y cada cierto tiempo recibe clases de cómo mejorar su servicio y habilidades, aparte de contar con este análisis a los empleados también se los ayuda a que mejores con consejos necesarios .

4. ¿Cómo califica el servicio que brinda discoteca Restaurante Chavela?

El servicio de Chavela es muy versátil y original encuentras dos ambientes, la discoteca y el bar restaurante donde puedes ir a donde te sientas más cómodo, por eso Chavela es una empresa que se ha preocupado por el bienestar del cliente atrayéndolo de diferentes manera y dándole un espacio a cada tipo de cliente, por ello Chavela se califica como dar un buen servicio y velar por el bienestar del cliente.

5. ¿Cree usted que el personal se siente totalmente capacitado para atender al cliente?

Contamos con un personal apto y capacitado para atender a variedad de clientes aparte los empleados que se integran a Chavela son con bastante experiencia al trato de servicio al usuario.

6. ¿Cuáles serían las mejoras que haría para mejorar el servicio?

Uno de los cambio en el servicio seria capacitar más a los empleados debido que nuestros empleados tiene experiencia pero creo que deberían de tener más conocimiento profesional de un educador y otra seria innovar el aspecto de discoteca restaurante Chavela ya que por años ha tenido las misma imagen y creo innovar no vendría nada mal a la empresa, esto será conveniente ya que atraerá al cliente porque vera cambios no solo en el físico de Chavela si no que gracias a las capacitaciones correctas para los empleados ayudara con el mejoramiento del servicio brindado en discoteca restaurante Chavela.

Análisis de entrevista

Preguntas	Análisis
<p>1. ¿Cómo motiva usted a sus colaboradores para que mejore su rendimiento?</p>	<p>Los dos entrevistados tienen algo en común comentan que reciben se les dan bonos, medallas a los empleados para así reconocer el esfuerzo que ellos hacen por su trabajo y que cada mes se sientan motivados para dar una buena atención al usuario, el administrador nos comentó que no solo se los motiva con bono si no con palabras de alientos diciéndoles que ellos pueden y que no se den por vencidos que todos los días no son y tampoco malos, pero que siempre tiene que dar lo mejor de ellos. Por cuanto se reconoce que es necesario tener motivado a los colaboradores para que den lo mejor de ellos en la empresa.</p>
<p>2. ¿Por qué cree que se origina un servicio deficiente en discoteca restaurante Chavela?</p>	<p>Se concluye que se busca mejorar día a día y que los problemas no solo viene de los empleados si no por la falta de organización y liderazgo de la empresa, las actitudes que se toman frente a los problemas que se dan internamente son lo que se reflejan al exterior como son a los clientes por eso se recomienda que se tomen medidas de solución.</p>
<p>3. ¿Cada que tiempo brindan capacitación al personal de</p>	<p>Consideran que no es necesario capacitar al personal fuera de su nivel del trabajo ya que cuentan con un personal con experiencia y según cuentan con un</p>

discoteca restaurante Chavela?	evaluador que mide el rendimiento de cada empleado por lo que se recomienda que se deben de realizar más capacitaciones no solo de servicio si no de mejoras personales, actitudes, etc.
4. ¿Cómo califica el servicio que brinda discoteca restaurante Chavela?	Se califica al servicio como bueno, consideran que la creación de Chavela se dio para satisfacer las necesidades del cliente ya que se crearon dos ambientes en un solo lugar y que el usuario, por este motivo se sentirá como porque encuentra todo lo que necesita en un solo lugar.
5. ¿Cree usted que el personal se siente totalmente capacitado para atender al cliente?	Se cuenta con un personal con experiencia pero no con un personal completamente capacitado un personal con experiencia si suma a la empresa ya que conoce el manejo del cliente y la variedad de clientes a los que se enfrenta, pero suma más un personal con experiencia y capacitado ya que aparte de lo que ha experimentado en los años que ha trabajado con clientes también podrá adquirir cosas.
¿Cuáles serían las mejoras que harías para mejorar el servicio?	El cambio más relevante que se llegó a concluir que se haría es la de capacitar más el personal porque ellos reconocen que cuentan con personal con experiencia pero no totalmente capacitados. También con estos cambios se haría una renovación en la imagen de discoteca restaurante Chavela.

Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

Plan de Mejora

Objetivo: Ejecutar un plan de servicio al cliente con la finalidad de satisfacer al usuario

Tabla 16 **Plan de Mejora**

¿Qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Dónde?	¿Por qué?
Capacitaciones a los empleados de Chavela	Todos los fines de mes se realizarán las capacitaciones para mejorar el servicio. Contratando a un experto en capacitación del servicio al cliente	Se inicia desde el 30 de Mayo del 2018	Oficinas de discoteca restaurante Chavela	Porque esto ayudara al mejoramiento de las capacidades de los empleados ya que adquieren nuevos conocimientos y mejoraran sus habilidades con los clientes mejorando su servicio.
Integración entre los empleados	Estableciendo un día en especial donde todos los empleados puedan asistir a la integración.	18 de Mayo del 2018	Camping en el parque de samanes	Se busca mejorar la relación entre los empleados y mejorar la comunicación para que no haya malos entendidos.
Difundir el servicio	Publicar las promociones de los servicios	15 de Julio 2018	Redes sociales	Para atraer más clientes y dar a conocer nuestro servicio
Llevar un control del grado de satisfacción del usuario	Poniendo un medidor de servicio donde el cliente puede calificar la atención brindada por el empleado, se realizará todos los días laborables pero a inicios del mes se realizarán los análisis correspondientes	Se inicia desde el 2 de Junio en adelante	En discoteca restaurante Chavela	Porque se llevara un control de si la empresa satisface o no al cliente por medio de su servicio.
Buzón de sugerencias y recomendaciones	Mediante la autorización de los encargados, se recopilará información necesaria para la empresa.	Se implementara el 15 de Junio del 2018	Discoteca restaurante Chavela	Porque mediante este buzón el cliente podrá hacer sus quejas y dar las recomendaciones que se debería de hacer para mejorar el servicio y la satisfacción.

Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

Plan de Capacitación

Objetivo: Mejorar el servicio de atención y comunicación de los empleados de discoteca restaurante Chavela

Tabla 17 Plan de Capacitación

Tema	Fecha	Hora	Responsable	Lugar
Fundamentos de servicio al cliente	2018/05/30	15h00 a	Dr. Luis Chávez	Sala de reunión de Chavela
	2018/06/30	18h00		
	2018/07/30			
Comunicación asertiva	2018/05/30	15h00 a	Dr. Luis Chávez	Sala de reunión de Chavela
	2018/06/30	18h00		
	2018/07/30			

Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

Cronograma

N°	Tiempo Actividades	2018															
		Mayo				Junio				Julio							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Capacitaciones																
2	Integración																
3	Difundir servicio																
4	Control del grado de satisfacción de los usuarios																
5	Buzón de sugerencias y recomendaciones																

Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

Presupuesto

Tabla 18 **Capital**

Ingresos	Cantidad
Administrador	\$ 950,00
Total de ingresos	\$ 950,00

Egresos	Cantidad
Capacitaciones	\$450,00
Integración	\$200,00
Difundir el servicio	\$ 0,00
Control del grado de satisfacción del usuario	\$200,00
Buzón de sugerencias	\$ 100,00
Total de egresos	\$ 950,00

Elaborado por: Karla Cecilia Mora Bonozo

Los gastos realizados en al proyecto fueron de \$ 950,00 asumidos totalmente por la empresa ya que se contó con la ayuda necesaria de apoyo desde el primer momento que se fue a sacar el permiso correspondiente.

Todos los gastos fueron para la información proporcionada por la empresa como son las encuestas y las entrevistas realizadas a los colaboradores de las mismas.

Con la información obtenida permitió ver los problemas internos que afecta a la empresa y desarrollar un plan de mejoras que se aplicarán a la misma, mejorando el servicio y midiendo el grado de satisfacción de los clientes.

Conclusiones

- Se fundamentó teóricamente el servicio que brinda el empleado al usuario, con las investigaciones realizadas.
- Se logró diagnosticar el desempeño y el desarrollo profesional del empleado en cuanto al servicio que brinda al cliente.
- Empleados totalmente capacitados e innovando según la planificación propuesta.
- Al usuario importa como el empleado lo atiende al momento de brindar el servicio.
- Discoteca restaurante Chavela se preocupa por el bienestar del usuario, que se sienta cómodo.
- Se cuenta con un personal totalmente incentivado por parte de la empresa.
- La mayoría de los empleados tiene experiencia en atender a clientes.
- Se logró verificar el problema que afectaba y se implementó el plan correspondiente para mejoras

Recomendaciones

- Establecer metas y objetivos cada 6 meses a los empleados para ser más competitivos
- Realizar capacitaciones mensualmente para todos los empleados de discoteca restaurante Chavela mejorar sus conocimientos aportando de mejor manera al servicio que brindan al cliente.
- Llevar una cartera de clientes para estar al día de cada cierto tiempo visitan el lugar.
- Implementar una cultura de servicio en toda la empresa para que el cliente interno sepa cuales con las prioridades del servicio.
- El cliente interno se lo debe de preparar para enfrentar algún problema y sobre todo para complacer al cliente y que este quede satisfecho con el servicio brindado
- Para dar un buen servicio es necesario conocer al cliente e incluso hacerse amigos así cliente se siente que está en su casa, un buen líder sabe cómo llevar al éxito a una empresa incentivando a los colaboradores, sacando lo mejor de ellos para que den lo mejor de ellos al cliente.

Bibliografía

- Andrade Brito y Escalante Alfonso. (2015). *Análisis del servicio al cliente para mejorar el proceso de comercialización de la empresa Bultrims S.A ubicada en la ciudad de Guayaquil en el año 2014*. Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/11343/1/AN%C3%81LISIS%20DEL%20SERVICIO%20AL%20CLIENTE%20PARA%20MEJORAR%20EL%20PROCESO%20DE%20COMERCIALIZACI%C3%93N%20DE%20LA%20EMPRESA%20BULTRI.pdf>
- Arias, F. G. (2006). *El Proyecto de la Investigación* (El Pasillo 2011, C.A. ed.). Caracas: EPISTEME, C.A.
- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigacion* (6 ta ed.). Caracas, Venezuela : Episteme.
- Brow, A. (2012). *Gestión de la Atención al cliente*. Madrid, España: Butterworth Ileineman Ltd.
- Brown, A. (2012). *Gestión de la atención al cliente*. Madrid, España : butterworth Ileineman Ltda.
- Brown, A. (2012). *Gestión de la atencion al cliente*. (D. d. Santos, Ed., & D. S.A, Trad.) Madrid , España: Butterworth Heineman, Ltda.
- Cárdenas Rivera, Mora Cabrera, Sánchez Merchán. (2013). *Análisis del servicio al cliente en el restaurante la Rivera y su impacto en la calidad del servicio e imagen del establecimiento*. Academico , Universidad de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10491/1/Analisis%20de%20Servicio%20al%20cliente%20en%20el%20restaurante%20la%20Riviera.pdf>
- Castro Peralta Y y Conteras Ponce. (2015). *Calidad del servicio al cliente en el sector bancario de la ciudad de Guayaquil periodo 2010-2014*. Universidad Santiago de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/3501/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-178.pdf>
- Daniel M, A. M. (2012). *Metas Estrategicas*. Investigativo, Madrid.
- Denton, D. k. (2014). *Calidad en el servicio al cliente* (Diaz de Santos S.A ed.). (G. p. company, Trad.) Madrid, España.
- Dutka, A. (2015). *Manual de AMA para la satisfacción del cliente* (Granica S.A ed.). Buenos Aires, Argentina.
- Gosso, F. (2008). *Hiper Satisfaccion del Cliente*. Mexico, México : Panorama Editorial S.A.

- Gosso, F. (2008). *Hiper satisfacción del Cliente*. México: Panorama Editorial S.Ade C.V.
- Intriago Ortiz E, Mendoza Jimenez M. (2017). *Aplicación de modelo Serqual para potenciar la calidad en el servicio en el Disney-park, Quito*. Universidad de Guayaquil, Administración, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20625/1/TESIS%20FINAL%2009-05-2017%20.pdf>
- Maggi, V. W. (2018). *Evaluación de la calidad de atención al cliente en relación con la satisfacción de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica Hospital General de Milagro*. Academico , Univerdad Santiago de Guayaquil , Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9976/1/T-UCSG-POS-MGSS-115.pdf>
- Maldini. (2013). *La calidad en el servicio*. Madrid, España : vertice.
- Moreno, G. M. (2017). *Proyecto de mejora de servicio al el cliente en la empresa Distribuciones AC SAS*. Academico investigativo, Universidad Santo Tomas , Bogota. Obtenido de <http://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/9132/GaitanNubia2017.pdf?sequence=1>
- OMPI. (10 de 07 de 2000). Obtenido de http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=251868
- Oyarvide, L. Y. (2015-2016). *Estudio de mercado para determinar el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa IVAN BOHMAN C.A., para crear un plan de gestión de calidad al cliente en la ciudad de Guayaquil*. Academico , Universidad de Guayaquil , Publicidad y Mercadotecnia , Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8742/1/TESIS%20LOURDES%20RIOFRIO%20O.pdf>
- RAE. (2018). Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=3KdgGI7>
- RAE. (2018). Obtenido de Diccionario RAE: <http://dle.rae.es/?id=0mCOzj6>
- RAE. (2018). Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=4CZgsSP>
- RAE. (2018). Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=5TkGdE0>
- RAE. (2018). Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=7M88XDA>
- Sampieri, R. H. (2015). *Metodología de la Investigación*. (S. D. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, Ed.) México D.F, México: Marcela I. Rocha Martínez.
- Thomas L. Wheelen, J. D. (2013). *Administración estratégica y política de negocios* (13 ed.). Mexico , Mexico.

Tschohl, j. (2008). *Servicio al Cliente* (5ta ed.). Minneapolis, Minesota 55429, USA .

Tschohl, J. (2012). *Tecnicas, Estrategias de una Verdadera Cultura para Generar Beneficios*. Minesota, Estados Unidos.

Victor, O. Q. (2016). *La calidad de servicios y ventas en el área de atención al cliente en la veterinaria Pet's Family Eirl Chiclayo*. Universidad Señor de Sipán, Peru. Obtenido de <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/115162>

Ley orgánica del consumidor (2015)

La RAE (real academia española)

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20625/1/TESIS%20FINAL%2009-05-2017%20.pdf>

<http://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/9132/GaitanNubia2017.pdf?sequence=1>

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/3501/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-178.pdf>

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8742/1/TESIS%20LOURDES%20RIOFRIO%20O.pdf>

<https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/123456789/10362/1/FV-31768.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1



Guayaquil, 1 de Mayo del 2018

Señores

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

De nuestras consideraciones:

Cristhian Padilla Herrera, en mi calidad de Administrador General de la empresa discoteca restaurante Chavela, tengo a bien dirigirme a ustedes para darles a conocer lo siguiente:

La estudiante egresada Karla Cecilia Mora Bonozo, portadora de la cédula de ciudadanía No. 09517171969, viene realizando la aplicación de su proyecto de investigación con el tema: **PROPUESTA DE ATENCION AL CLIENTE, EN LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA DISCOTECA RESTAURANTE CHAVELA EN LA CIUDADELA URDESA**, cuya finalidad. Permitirá mejorar el nivel productivo de la empresa.

Es todo cuando puedo informar en honor a la verdad, al mismo tiempo que autorizo a la estudiante egresada darle el uso que estime conveniente al presente.

Atentamente,

C.I. 0924988090

Administrador General

ANEXO 2

ENCUESTA



Soy Estudiante del I.T.B de Guayaquil y me encuentro aplicando una encuesta, solicito que responda de forma anónima el cuestionario ya que este documento será utilizados para fines investigativo.

INSTRUCCIONES

Utilice esfero de color azul o negra y elija la opción que considere conveniente.

Objetivo: Indagar cuanto conocen los empleados acerca del servicio al cliente que brinda la discoteca restaurante Chavela y medir el grado de satisfacción del usuario.

N°	Interrogantes	Seleccione una alternativa
1	¿Qué es lo que más le atrae al usuario al momento de adquirir un servicio?	Bajos precios <input type="checkbox"/> Buen Ambiente <input type="checkbox"/> Aspecto del lugar <input type="checkbox"/> Buena atención <input type="checkbox"/>
2	¿Cree usted que el servicio que brinda en la discoteca restaurante Chavela satisface las necesidades de los usuarios?	Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo <input type="checkbox"/>
3	¿Cree usted que el servicio que ofrece la discoteca restaurante Chavela es eficiente?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
4	¿Cree usted que discoteca restaurante Chavela cubre todas las necesidades de los clientes?	Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo <input type="checkbox"/>

5	¿Cómo califica el servicio que usted brinda a los usuarios de discoteca restaurante Chavela?	Excelente <input type="checkbox"/>
		Bueno <input type="checkbox"/>
		Regular <input type="checkbox"/>
		Malo <input type="checkbox"/>
6	¿Considera usted que deben de recibir capacitaciones continuamente para mejorar su servicio?	Si <input type="checkbox"/>
		No <input type="checkbox"/>
7	¿Al momento de atender al usuario usted se preocupa por su bienestar?	Si <input type="checkbox"/>
		No <input type="checkbox"/>
8	¿Está de acuerdo que necesita motivación por parte de la empresa para poder realizar su trabajo adecuadamente?	Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/>
		De acuerdo <input type="checkbox"/>
		En desacuerdo <input type="checkbox"/>
		Totalmente en desacuerdo <input type="checkbox"/>
9	¿Tiene usted mucha experiencia en atender clientes?	Si <input type="checkbox"/>
		No <input type="checkbox"/>
10	¿Usted cree que la empresa debe de implementar una cultura de servicio a los clientes internos?	Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/>
		De acuerdo <input type="checkbox"/>
		En desacuerdo <input type="checkbox"/>
		Totalmente en desacuerdo <input type="checkbox"/>

Gracias por la atención prestada

Atentamente

Karla Mora Bonozo

C.I 0951711969

ANEXO 3 ENTREVISTA

Objetivo: Obtener información veraz de cómo se maneja el servicio al cliente para la satisfacción del usuario

Fecha : 7 y 8 de Mayo del 2018

Lugar : Oficina de la discoteca restaurante Chavela

Hora inicio :10h00

Hora finalizo : 12h00

Entrevistados : Cristian Padilla y Víctor Morante

Cargo : Administrador General y Contador

Entrevistador : Karla Mora

INSTRUCCIONES

La respuesta que proporcione será confidencial y de uso exclusivo para los entrevistadores.

1. ¿Cómo motiva usted a sus colaboradores para que mejore su rendimiento?

2. ¿Por qué cree que se origina un servicio deficiente en discoteca restaurante Chavela?

3. ¿Cada cuánto tiempo se brindan capacitan al personal de discoteca restaurante Chavela?

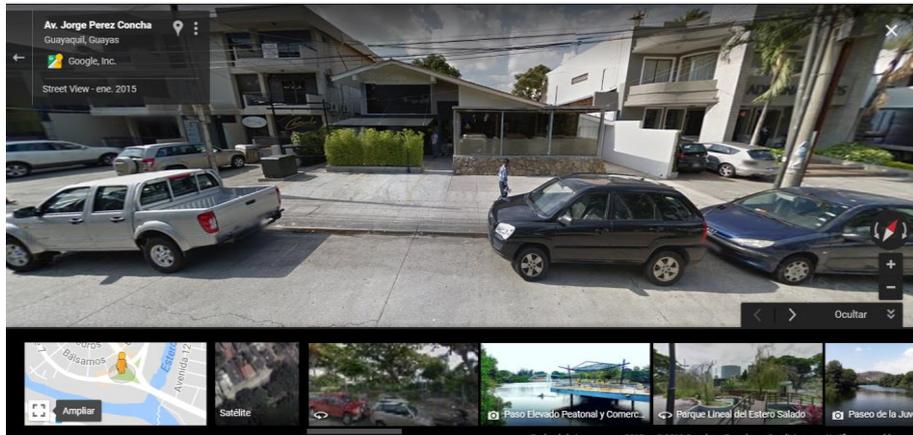
4. ¿Cómo califica el servicio que brinda discoteca Restaurante Chavela?

5. ¿Cree usted que el personal se siente totalmente capacitado para atender al cliente?

6. ¿Cuáles serían las mejoras que harías para mejorar el servicio?

ANEXO 4

Ubicación de Chavela



Fuente: Google maps

Logotipo



Fuente: Google

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

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

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **Propuesta servicio de atención al cliente, en la satisfacción del usuario de la discoteca restaurante Chavela en la ciudadela Urdesa** y problema de investigación: **¿Qué incidencia tiene el servicio de atención al cliente, e la satisfacción del usuario de la discoteca restaurante Chavela ubicada en la ciudadela Urdesa en el año 2018?**, presentado por **Karla Cecilia Mora Bonozo** como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

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

Karla Mora B

Egresada:

Mora Bonozo Karla Cecilia

Tutor:

Dr. Simón Alberto Illescas

Dr. Simón Alberto Illescas



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Karla Cecilia Mora Bonozo** en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Propuesta servicio de atención al cliente, en la satisfacción del usuario de la discoteca restaurante Chavela en la ciudadela Urdesa**, de la modalidad de presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **Tecnología en Administración de Empresas**, de conformidad con *el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de *la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Karla Cecilia Mora Bonozo

Nombre y Apellidos de la Autora

No. de cédula: 0951711969

Karla Mora B.

Firma



Factura: 001-004-000032966

20180901038D14764

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20180901038D14764

ante mí, NOTARIO(A) HUMBERTO ALEJANDRO MOYA FLORES de la NOTARÍA TRIGÉSIMA OCTAVA , comparece(n)
CARLA CECILIA MORA BONOZO portador(a) de CÉDULA 0951711969 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad,
estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de
COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLAUSULA DE
AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en
sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto,
todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del
artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede,
sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. - Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 7 DE AGOSTO DEL
2018, (11:28).

Carla Mora B
CARLA CECILIA MORA BONOZO
CÉDULA: 0951711969

NOTARIO(A) HUMBERTO ALEJANDRO MOYA FLORES
NOTARÍA TRIGÉSIMA OCTAVA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Número único de identificación: 0951711969

Nombres del ciudadano: MORA BONOZO KARLA CECILIA

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/XIMENA

Fecha de nacimiento: 24 DE FEBRERO DE 1997

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: BACHILLER

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: MORA MORA PABLO CARLOS

Nombres de la madre: BONOZO ROMERO SANTA CECILIA

Fecha de expedición: 26 DE ENERO DE 2018

Información certificada a la fecha: 7 DE AGOSTO DE 2018

Emisor: HUMBERTO ALEJANDRO MOYA FLORES - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 38 - GUAYAS - GUAYAQUIL

Número de certificado: 181-144-29290



181-144-29290

Ing. Jorge Troya Fuertes

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN CEGESCIT

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

CERTIFICO:

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

Juvis Alberto Akater Juvis Alberto Akater

Nombre y Apellidos del Colaborador

CEGESCYT

