



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE HOTELERIA Y TURISMO**

TEMA:

**ELABORACIÓN DE UNA PROPUESTA ESTRATÉGICA PARA MEJORAR
LA CALIDAD DE SERVICIO EN CHINO'S BAR DE LA CIUDAD DE
HUAQUILLAS**

**TRABAJO DE EXAMEN COMPLEXIVO DE CASO PRÁCTICO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO EN LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE
HOTELERIA Y TURISMO.**

AUTOR:

LUIS ALBERTO VILLARREAL RUIZ

MACHALA – EL ORO

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, VILLARREAL RUIZ LUIS ALBERTO, con C.I. 0705057735, estudiante de la carrera de ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO de la UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA, en calidad de Autor del siguiente trabajo de titulación "ELABORACIÓN DE UNA PROPUESTA ESTRATÉGICA PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN CHINOS BAR DE LA CIUDAD DE HUAQUILLAS"

- Declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional. En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad del mismo y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto, asumiendo la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera EXCLUSIVA.

- Cedo a la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA de forma NO EXCLUSIVA con referencia a la obra en formato digital los derechos de:
 - a. Incorporar la mencionada obra al repositorio digital institucional para su democratización a nivel mundial, respetando lo establecido por la Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0), la Ley de Propiedad Intelectual del Estado Ecuatoriano y el Reglamento Institucional.

 - b. Adecuarla a cualquier formato o tecnología de uso en internet, así como incorporar cualquier sistema de seguridad para documentos electrónicos, correspondiéndome como Autor(a) la responsabilidad de velar por dichas adaptaciones con la finalidad de que no se desnaturalice el contenido o sentido de la misma.

Machala, 17 de noviembre de 2015



VILLARREAL RUIZ LUIS ALBERTO
C.I. 0705057735

INTRODUCCION

Cuando el cliente recibe un buen servicio, el precio por el que paga pasa a un segundo plano, de esta manera la satisfacción del cliente aumenta y las ganancias para el bar también.

El presente proyecto surge con la necesidad de analizar la situación actual de los empleados que laboran en Chinos Bar, la calidad de servicio que ofrecen a sus clientes, para determinar el problema existente al momento de ordenar sus pedidos.

Se pretende analizar las estrategias competitivas que se pueden adoptar, con la finalidad de proponer argumentos y exponer buenas razones para conseguir el acuerdo, frente a clientes cada vez más exigentes, sabiendo dar buenas razones, y convirtiendo esta habilidad en un mecanismo eficiente y que de forma progresiva incrementará las fortalezas en el Bar.

En esta propuesta se describen estrategias para atender con calidad a los clientes quienes son parte fundamental en el buen desempeño de cualquier empresa, frente a mercados más competitivos. Sin embargo, argumentar no significa convencer a toda costa: el buen uso del razonamiento requiere dejar a un lado las técnicas de manipulación y encaminarse en el bienestar genuino del cliente, por lo que en este proyecto se incluye una propuesta de Técnicas para un servicio de calidad en el que las buenas prácticas y el conocimiento darán valor agregado al establecimiento.

Según se manifiesta en la página web de Consumoteca (Consumoteca, 2010), “Los bares, restaurantes y cafeterías son espacios donde con carácter principal o complementario, se ofrecen comidas y bebidas, mediante precio, para que sean consumidas”.

La importancia del cliente en cualquier empresa surge a partir del momento que deja ser parte de un proceso de venta, a verdadero motivo del éxito de la empresa.

En la Revista Científica El Papel de la Calidad del Servicio del Restaurante como Antecedente de la Lealtad del Cliente (Vera & Trujillo, 2009) manifiesta que “No existe una definición única para calidad del servicio, y en consecuencia tampoco una forma única para medirla”.

Todos estos aspectos deberán ser revisados y corregidos de tal manera que el servicio que el empleado le da al cliente sea profesional y adaptable al tipo de cliente (**Ver Anexo N°1**) y al escenario en el que se desarrolla la acción.

Para la presente propuesta se tomó como objeto de estudio a Huaquillas cantón de la Provincia de El Oro, principal entrada vía terrestre al Ecuador, en esta ciudad lo que predomina son las actividades comerciales por ser una frontera activa, por lo tanto ofrecen de todo tipo de servicios siendo esta su herramienta principal, cuenta con amplio lugares de Restaurantes, Picanterías y bares donde se puede disfrutar de la exquisita variedades gastronómica y bebidas que el Cantón fronterizo ofrece.

Huaquillas ciudad pionera del Ecuador vive del comercio por ende la mayoría de sus empresarios vienen de generación en generación fundando así su propia fuente de ingreso.

En la actualidad según el reporte registrado por el Ministerio de Turismo (Ministerio de Turismo, 2015) y la cual reposan en el Departamento de Turismo del Gobierno Autónomo Municipal Descentralizado del Cantón Huaquillas, indica que cuentan con 6 bares reconocidos con todas las normativas vigentes.

DESARROLLO

El problema radica que en la mayoría de bares ubicados en esta ciudad, tienen como parte de su equipo de trabajo a personal que no se encuentra debidamente capacitado o entrenado para la atención al cliente, creando así un ambiente indiferente e incluso hostil al momento de tomar el pedido.

En algunos de los casos al no contar con el requerimiento realizado por el cliente el mesero de forma mecánica indica que no tienen ese pedido, sin dar opciones o recomendaciones, olvidando incentivar y tratar en lo posible que el cliente salga satisfecho, mostrándole otras opciones de bebida a las que puede acceder en el bar.

Con el fin de incentivar el turismo, las utilidades de los bares y por lo tanto obtener personal debidamente capacitado para atención a los clientes surge la siguiente problemática Caso: Dar opciones de pedido a los clientes sin expresar tajantemente que no se cuenta con su pedido.

OBJETIVO GENERAL

“Diseñar una propuesta estratégica para mejorar la calidad de servicio de los empleados que laboran en Chinos Bar de la Ciudad de Huaquillas”

OBJETIVO ESPECIFICO

- Analizar situación actual del personal que labora en Chino's Bar
- Plantear las características que debe tener el personal que trabaja en bares.
- Formular estrategias para mejorar la calidad de servicio, proporcionado las herramientas adecuadas.
- Socializar la propuesta estratégica al propietario de Chino's Bar.

ALCANCES Y LIMITACIONES

El proyecto se desarrolla en la Ciudad de Huaquillas, en Chino's Bar ubicado en la Avda. De la República y Arenillas a 100m del Puente Internacional de propiedad del Sr. David Moran Cazares.

La propuesta tiene como limitación la atención al cliente, específicamente en la recepción de pedidos y la relación cliente-empleado que se desarrolla en ese momento.

LAS VENTAJAS COMPETITIVAS

La ventaja competitiva de Chino's Bar junto con la propuesta que se desarrolla hará que Chino's Bar de la Ciudad de Huaquillas lidere en el mercado y se mantenga en esta posición a lo largo del tiempo, por la atención personalizada al cliente desde que este llega al establecimiento, mediante uso de técnicas de atención al cliente, capacitación permanente y el uso de las mismas, además de la aplicación de herramientas tecnológicas para reducir tiempo de toma y espera de pedidos.

Una ventaja competitiva inherente es su posición geográfica. Chino's Bar se encuentra ubicado en un lugar estratégico de la Ciudad de Huaquillas, parafraseando a (Dorf, 1992) en un establecimiento se necesita encontrar la correcta localización, tener capacidad financiera y crear un ambiente que refleje el espíritu, espacio, color y textura que se desea. Al encontrarse a 100 metros entre la Frontera Ecuador – Perú lo que facilita el acceso a ciudadanos de ambas nacionalidades lo que hace que Chino's Bar cuente con una cartera de clientes diversa.

Finalmente estas ventajas competitivas y otras que puedan ser identificadas producto de la investigación y cumplimiento de los objetivos permitirán que Chino's Bar logre satisfacer las expectativas del cliente y proporcione aquello que el cliente busca.

METODOLOGIA

Se aplicara la metodología cualitativa para determinar el grado de satisfacción del cliente con respecto al conocimiento que tiene el empleado de los productos disponibles así como la flexibilidad y personalización del servicio.

Esta metodología permite captar la percepción de las personas con respecto a la satisfacción del servicio brindado.

Los métodos a utilizar en esta investigación serán las entrevistas para determinar el grado de satisfacción de los clientes en Chino's Bar, como los servicios que este Bar ofrece. **(Ver Anexo N°2)**

Se aplicara también el método de Observación para identificar comportamientos habituales del cliente y su reacción ante la no existencia del producto deseado,

además de la reacción inmediata del empleado para sugerir alternativas que logre llenar la expectativa del cliente.

FUNDAMENTACION DEL PROBLEMA

La Elaboración de una Propuesta Estratégica para mejorar la calidad de servicio en Chino's Bar", enfocándonos al caso planteado en esta investigación: Dar opciones de pedido a los clientes sin expresar tajantemente que no se cuenta con su pedido.

Luego de haber realizado la observación minuciosa y detallada del servicio que ofrece el personal que labora dentro de este centro de diversión, quienes reflejan no contar con la capacidad de satisfacer al cliente y de proporcionar opciones que cubran y mejoren sus expectativas.

En cuanto a la entrevista se puede evidenciar que es uno de los bares más recurrentes pero que tiene fallas en cuanto a la persuasión, ya que no saben cómo actuar cuando no tiene una bebida solicitada por el cliente.

Todos estos detalles sirven para desarrollar esta investigación, necesaria para fortalecer la calidad de servicio, desarrollando métodos y técnicas que permitan persuadir al cliente en la toma de decisiones.

MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA

Estrategias analizadas como necesarias a implementar en Chino's Bar:

- 1.- Conocimiento de la cultura y políticas del bar por parte de los empleados.
- 2.- Capacitación al personal
3. Elaborar un sistema de recompensas
- 4.- Estar pendiente del cliente
- 5.-. Relación cliente-empleado
- 6.- Comunicación asertiva

A continuación se describe la forma en la que se desarrollara la propuesta:

1. Conocimiento de la cultura y políticas del bar por parte de los empleados.

Para el conocimiento de la cultura y políticas de los empleados, el propietario del Bar deberá socializar las normas y políticas del establecimiento para que el

objetivo del negocio este claro y se pueda trabajar en equipo en la consecución del mismo, además de incluir el perfil adecuado de empleados que se desea para el establecimiento, en caso de no contar con el manual de normas y políticas deberá crearlo de forma inmediata ya que este documento es primordial para el cumplimiento de las metas.

2. Capacitación al personal.

Para la realización de esta estrategia se promoverá el Programa Nacional de Capacitación Turística que el Ministerio de Turismo realiza y que se dicta en 8 competencias laborales: hospitalidad, seguridad alimentaria, meseros, cocineros, camarera de piso, agentes de ventas, recepcionistas y conductores de transporte turístico terrestre. (Ministerio de Turismo, 2015), de forma gratuita a todos los establecimientos que se encuentren avalados por el Ministerio de Turismo.

Se propone el acceso al Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) que dentro de su programación tiene contemplados los siguientes cursos de corta duración: Etiqueta y protocolo, Mesero Polivalente, Hospitalidad. (SECAP, 2015).

Para lo cual es necesario que el empleador establezca un presupuesto anual para el efecto tomando en consideración el número de personas a capacitar y los horarios establecidos.

Si el presupuesto es limitado se podría contar con recursos propios:

- Usando sus propios recursos de capacitación.
 1. El empleador utilizara su creatividad enseñando al personal sobre la calidad de servicio al cliente a través de ensayos, dramatizaciones de la actitud que deben mostrar frente a un cliente.
Reuniones y foros grupales para asegurarse de la comprensión de la importancia de tratar bien a un cliente y demostrar su buena actitud.
 2. A través de videos, folletos, reportes, que deben de conocer y leer sobre información de la calidad de servicio y sus funciones para que se desempeñen de forma correcta.
 3. Conversaciones con el propietario y su personal para guiar y despejar dudas que tengan sobre el comportamiento de un cliente.

3. Elaborar un sistema de recompensas

Como reconocimiento al empleado del mes, así como plan de bonificaciones a los empleados que se hayan destacado en ofrecer un servicio de calidad al cliente.

4. Estar pendiente del cliente.

Siempre tiene que existir un empleado designado de estar pendiente de los clientes que están consumiendo en el bar, puesto que en muchas ocasiones los clientes desean realizar el pedido y al no encontrar a quien solicitarlo se irritan.

5. Relación cliente-empleado

Por medio de los empleados podemos obtener información de los clientes, porque ellos atienden a los clientes satisfechos e insatisfechos, los empleados conocen la clave para solucionar el problema, ya que ellos son los que mantienen contacto directo con ellos, y pueden hacernos llegar las dudas, quejas y comentarios que se tenga.

6. Comunicación asertiva

Entre todos los miembros del Bar, desde la persona que está encargada de la preparación de bebidas hasta el mesero, que tendrá el conocimiento previo de los productos que aún quedan disponibles y de las alternativas que se pueden sugerir

Debido a que el Servicio de Atención al Cliente es un tema bastante amplio en el que se relaciona múltiples factores se ha creído conveniente junto con las estrategias antes mencionadas y considerando el caso que nos ocupa desarrollar el siguiente Procedimiento.

1. Cuando los clientes lleguen al bar, se les entregara la carta de vinos y licores para que puedan escoger la bebida a su elección.
2. Luego con gesto amable el mesero deberá anotar su solicitud, no sin antes sugerirles la bebida que esta de promoción o de oferta según sea el caso.
3. Para ese entonces el mesero ya tendrá una imagen clara del tipo de cliente que está tratando.
4. Cuando el cliente haga su pedido y en caso de que la bebida no esté disponible, el mesero inmediatamente brindara más información sobre otras bebidas que puedan satisfacer al cliente e intentara dar alternativas similares a la solicitada.

5. En caso de que el cliente no desista de su pedido se pedirá las disculpas respectivas y se le concederá unos minutos más para que pueda ordenar otra bebida a su gusto, no sin antes ofrecerle una bebida de cortesía por el inconveniente presentado.
6. Este caso será inmediatamente notificado al gerente del Bar o en su defecto a la persona encargada de las compras de los productos, para los correctivos necesarios.
7. Cuando el cliente se retire se le agradecerá su estancia en el bar, procurando sentirse apenado por el problema presentado.

Para que el empleado sepa manejar este tipo de situaciones, como es el caso de brindar alternativas del producto que ofrece el bar, debe estar estrechamente ligado a la empresa que labora, por tal motivo es imprescindible contar con estrategias como las propuestas en este trabajo que permitan desenvolverse de forma adecuada y correcta para la consecución de los procedimientos correctos.

CIERRE

El proyecto de diseño de propuesta estratégica para mejorar la calidad de servicio de los empleados que laboran en Chino's Bar de la Ciudad de Huaquillas una vez que haya sido aprobado será entregado al propietario del Bar para que se ponga en marcha en un tiempo estimado de 30 días, además se debe realizar el constante control y supervisión de personal para conocer de esta manera si hubiera algún inconveniente en la aplicación del mismo.

Esta propuesta se socializara en búsqueda de cumplir con todo los requerimientos para lograr el éxito en la calidad de servicio al cliente, tomando como ejemplo que para cuando se presente algún inconveniente en cuanto a la orden de pedido y este no se encuentre disponible el empleado esté preparado para persuadir de forma correcta al cliente, logrando que su pedido sea cubierto de manera eficiente con otro producto que satisfaga sus necesidades, reflejando así el control y comunicación de parte del propietario del bar y su personal. Así mismo en cuanto al tiempo de entrega del pedido ya que mientras menos nos demoremos estaremos dando un servicio de calidad.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:

- La atención al cliente es uno de los requisitos fundamentales que determinara el éxito o fracaso de una empresa, sea está de consumo o servicios.
- Chino's Bar tiene una excelente ubicación estratégica que la hace reconocida a nivel local e Internacional, puesto que queda ubicada a 100 metros del Puente Internacional siendo un atractivo turístico para el visitante.
- Se comprobó la falta de preparación profesional de los empleados en cuanto a atención al cliente y la forma de persuadirlos, por esta razón se debería implementar inmediatamente los correctivos ante estas falencias.
- El proyecto de "Elaboración de Diseño Estratégico para Mejorar la Calidad de Servicio en Chino's Bar de la Ciudad de Huaquillas" cuenta con actividades y técnicas para asegurar la rentabilidad del mismo.
- Se evidencio interés por parte del personal y propietario de Chino's Bar para llevar a cabo la propuesta planteada.

Recomendaciones

- Para llevar a efecto esta propuesta será necesario contar con el apoyo de todos los empleados que cuya actitud y comportamiento deberá estar alineado con las políticas y técnicas establecidas por el empleador.
- Actualmente en el Ecuador el Ministerio de Turismo ha venido impulsando el Programa Nacional de Capacitación Turística, para que todas las personas involucradas en este medio puedan prepararse en conocimientos básicos de hospitalidad, seguridad alimentaria, meseros, cocineros, camarera de piso, agentes de ventas, recepcionistas y conductores de transporte turístico terrestre de forma gratuita, por lo que se recomienda que los empleadores registren a sus empleados para que puedan acceder a estos beneficios, además de los diferentes cursos a los que puede ingresar a través del SECAP.
- Que el propietario del Bar socialice a sus empleados los planes de estrategias a implementar para que pongan en práctica los procedimientos de servicio al cliente y si existiera alguna duda poder despejarla.
- Realizar el adecuado control y supervisión del plan estratégico implementado en el bar para el buen funcionamiento o corrección del mismo.

ANEXOS

ANEXO 1

Tabla Anexo 1

Tipología de clientes

Tipo de Clientes	Descripción
Habladores	<ul style="list-style-type: none"> • Son los que empiezan a hablar apenas llegan al local, exigiendo que se le preste atención, cuando tenemos otros clientes que atender. • No se debe entrar en conversación, procedemos con las disculpas respectivas por no prestar la atención que merece dada la cantidad de trabajo, pero de vez en cuando acercarse a la mesa a consultar como va todo hará que se sientan importantes y vean realmente nuestro interés.
Tímidos	<ul style="list-style-type: none"> • Hablan poco • y no les gusta que les miren a los ojos, quieren toda la información rápida y clara. • Se debe realizar el pedido de forma rápida y sin mucha conversación, suelen ser clientes muy fieles si se van satisfechos por primera vez.
Irrazonables	<ul style="list-style-type: none"> • Debemos intentar llegar a pequeños acuerdos antes del servicio ya que de otro modo serán siempre clientes insatisfechos.
Inquisitivos	<ul style="list-style-type: none"> • Dar todos los detalles posibles del servicio para que confíen en nosotros, no debemos contradecir y mostrar que tenemos conocimientos técnicos y profesionales para que se sientan a gusto.
Excitables	<ul style="list-style-type: none"> • Vienen con una carga de estrés y están buscando cualquier motivo para descargarlo con nosotros. • Debemos mostrarle carga y tranquilidad. Hablándoles en un tono suave podemos lograr que se relajen y empiecen a disfrutar su comida.
Presuntuosos	<ul style="list-style-type: none"> • Hemos de adularlos, sin caer en el servilismo. Por ejemplo al tomar el pedido, podemos decirles que han hecho la mejor de las decisiones posibles.
Silenciosos	<ul style="list-style-type: none"> • Saben lo que quieren y no les gusta perder el tiempo. Su satisfacción depende de nuestra cortesía hacia ellos y de la brevedad de su estancia.
Escépticos	<ul style="list-style-type: none"> • Debemos tener especial paciencia con estos, siendo siempre sinceros y dándoles garantías de lo decidimos. Si logramos que se vayan satisfechos la primera vez suelen ser clientes fieles.
Expertos	<ul style="list-style-type: none"> • Son personas con ideas claras y precisan muchos datos para hacer análisis completo producto o servicio antes de decidirse. • No debemos contradecirlos ni dar información de lo que no estemos seguros.
Desconfiados	<ul style="list-style-type: none"> • Buscan calidad en el servicio. Suelen actuar de forma prudente y precavida hasta que crean la imagen de nuestro establecimiento en su mente.
Tranquilos	<ul style="list-style-type: none"> • Son de pocas palabras y no expresan claramente lo que quieren. Para ellos lo más importante es recibir una rápida acogida y acompañamiento a la mesa
Indecisos	<ul style="list-style-type: none"> • Son incapaces de tomar decisiones, por lo que agradecen que le hagamos sugerencias.
Con prisa	<ul style="list-style-type: none"> • Sin difíciles ya que suelen estar insatisfechos y ser desconfiados. Hay que tratarlos con profesionalidad y celeridad.
Reflexivos	<ul style="list-style-type: none"> • Son muy sosegados y no suelen tener prisa. Pueden ser algo lentos y dudosos al estudiar sus decisiones, pero son versátiles.
Enfadados	<ul style="list-style-type: none"> • Estos llegan a los establecimientos ya agresivos. Debemos dejar que se desahoguen e intenten solucionar lo más rápido posible sus problemas.
Amigables	<ul style="list-style-type: none"> • No suelen ser muy exigentes en cuanto al servicio o calidad; simplemente necesitan alguien con quien hablar. Más bien, les gustan ser escuchados, no tanto escuchar.
Itinerantes	<ul style="list-style-type: none"> • Estos clientes demanda una recepción espontanea y profesional que inmediatamente comparan con el de otros establecimiento. Por ello,

	debemos ofrecer algo que nos distinga de estos.
Sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Buscan en el establecimiento la posibilidad de encontrar un ambiente familiar y nuevo, amistan normalmente con el personal de SAC.
Mundanos	<ul style="list-style-type: none"> • Están motivados por un deseo de prestigio social y de pertenencia a un grupo privilegiado. En este sentido, eligen el establecimiento por su fama.
Fijos	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene costumbres fijas. No les gusta cambiar mucho y buscar que estar en nuestro establecimiento sea como estar en su casa. Debemos darles un trato educado y acogedor.
Sedentarios	<ul style="list-style-type: none"> • Hay que ofrecerles muchas facilidades para que decidan visitar nuestro local.
De aventura	<ul style="list-style-type: none"> • Buscan cualquier producto que salga de lo normal. Demandan mucha información adicional.
Curiosos	<ul style="list-style-type: none"> • Son amables, simpáticos y abiertos a todo tipo de contacto. Buscan un ambiente moderno y novedoso
Con niños	<ul style="list-style-type: none"> • Debemos a recibir a estos clientes siempre con un espíritu alegre y amable. Cualquier detalle que tengamos con los niños serán más agradecidos que si fuese con ellos mismos.
Grupos	<ul style="list-style-type: none"> • Es especialmente importante la acogida. Dependiendo del volumen e importancia del grupo.
Discapacitados	<ul style="list-style-type: none"> • Estas valoran, sobre todo, el trato empático y comprensivo que le ofrecemos.

Fuente: (SERVICIO DE ATENCION AL CLIENTE: BARES Y RESTAURANTES: MANUAL DE FORMACION PROFESIONAL, 2015)



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE HOTELERIA Y TURISMO

Estimados Clientes la presente tiene como finalidad diagnosticar la atención al cliente que reciben por parte del personal de labora en Chinos Bar y a través de esto implementar estrategias para la corrección y mejora del servicio que ofrecen, les agradecemos por la atención prestada.

1.- ¿Qué opinión tiene acerca de Chino's Bar?

2.- ¿Qué le pareció el servicio brindado por el personal de Chino's Bar?

3.- Conforme al Servicio recibido ¿Qué recomendación le daría a Chino's bar?

4.- ¿Regresaría a Chinos' bar?

Ing.
Fanny Yadira Lasso Merchán
COORDINADORA DE LA UMMOG DE LA UACE

Presente.-

De mi consideración.

Para fines pertinentes, presento el resultado del análisis del sistema urkund del trabajo de titulación presentado por el alumno VILLARREAL RUIZ LUIS ALBERTO con cédula de identidad 0705057735, el que presenta un porcentaje de coincidencia del 3 %.

Path/Filename	Rank
http://www.turismo.gub.ec/ta/sociedad-turistica/	1
http://www.redatly.org/anuncio.php?id=35911003003	2
http://www.consulta.ec/sociedad-turismo-y-viajes/restaurado...	3
http://ofeccion-de-hoteles.blogspot.com/2012/04/taoazand...	4

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO TÍTULO:
"ELABORACIÓN DE UN PROPUESTA ESTRATÉGICA PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN CHINO'S BAR DE LA CIUDAD DE HUAYQUILLAS"
PERFIL DEL PROYECTO: TRABAJO DE EXAMEN COMPLEMENTARIO DE CASO PRÁCTICO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO EN LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO. AUTOR: LUIS ALBERTO VILLARREAL RUIZ C. 0705057735 MACHALA OCTUBRE DE 2015 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA CARRERA DE LICENCIATURA EN HOTELERÍA Y TURISMO CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO - ELABORACIÓN DE UN PROPUESTA ESTRATÉGICA PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN CHINO'S BAR DE LA CIUDAD DE HUAYQUILLAS"
..... AUTOR: LUIS ALBERTO VILLARREAL RUIZ
C. 0705057735 Correo: luisvillarreal2.turismo@gmail.com MACHALA OCTUBRE DE 2015

Atentamente,

ING. FABIOLA DURÁN G.