



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

JUNIO - OCTUBRE 2021

EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA DE CARÁCTER COMPLEXIVO

PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERIA COMERCIAL

TEMA

ESTRATEGIAS DE SUSTENTABILIDAD DEL RESTOBAR “LA BACANA” DE LA CIUDAD DE BABAHOYO

EGRESADO:

JULIO CÉSAR AGUIRRE YCAZA

TUTOR:

ING. LUIS ALBERTO LOZANO CHAGUAY

AÑO 2021

RESUMEN

El presente estudio de caso denominado: Estrategia de Sustentabilidad del Restobar “La Bacana” en la ciudad de Babahoyo, analiza las falencias y dificultades de los emprendimientos, por medio de una unidad de análisis como lo es la institución antes mencionada, para comprender las dificultades de los pequeños negocios en la actualidad, con la finalidad de describir las problemáticas que se pueden mejorar en la administración interna de la organización. Por medio de una metodología de investigación descriptiva-bibliográfica junto con la implementación de instrumentos técnicos para la correcta recolección de información como son la encuesta y entrevista aplicadas al gerente propietario y consumidores del local, se describirá cada uno de los inconvenientes encontrados en la institución objeto de estudio con sus particularidades con base a sustentos teóricos previamente definidos con el afán de concluir de forma exitosa el método deductivo que aplica el actual documento sobre la sustentabilidad del Restobar “La Bacana”, lo cual como resultado de la investigación arrojó que el restobar satisface al cliente con la calidad de su producto sin embargo la atención no es la adecuada por parte de los empleados como menciona el gerente propietario.

PALABRAS CLAVES: Restobar, servicio al cliente, control de inventario, Sustentabilidad.

ABSTRACT

This case study called: Sustainability Strategy of the Restobar "La Bacana" in the city of Babahoyo, analyzes the shortcomings and difficulties of the undertakings after the arrival of the pandemic in the country, through a unit of analysis such as the aforementioned institution, to understand the difficulties of small businesses today, in order to describe the problems that can be improved in the internal administration of the organization. Through a descriptive-bibliographic research methodology together with the implementation of technical instruments for the correct collection of information such as the survey and interview applied to the owner manager and consumers of the premises, each of the inconveniences found in the target institution will be described. study with its particularities based on previously defined theoretical support in order to successfully conclude the deductive method applied by the current document on the sustainability of the Restobar "La Bacana", which as a result of the research showed that the restobar satisfies the customer with the quality of their product, however, the attention is not adequate from the employees as mentioned by the owner manager.

KEY WORDS: Restobar, customer service, inventory control, sustainability.

Introducción

El Restobar “La Bacana”, es un emprendimiento que surgió en el año 2019, con la finalidad de brindarle a la ciudadanía de Babahoyo, una nueva opción de distracción familiar, ofreciendo a sus clientes, piqueos y variedad de bebidas para el deleite de propios y extraños. Este local, se encuentra ubicado en las calles Malecón y Eloy Alfaro, lugar estratégico donde la afluencia de personas los fines de semana es prolongada, debido al número considerable de negocios que se encuentra en el lugar.

La presente investigación denominada Estrategias de Sustentabilidad en el Restobar la Bacana, tiene como objetivo analizar las diferentes falencias encontradas en el local, y como está influyo en el crecimiento comercial que la entidad obtuvo un año después de su apertura en la ciudad de Babahoyo, además se determinará su forma de actuar ante la ardua competencia del sitio en el cual se encuentra establecida la institución.

El presente caso de estudio, se encuentra ubicado en la línea de investigación denominada: Gestión Financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control específicamente en la sublínea correspondiente a: Desarrollo Local y emprendimiento sostenible y sustentable, debido a que en el actual documento se exponen las diferentes estrategias que implementa el Restobar “La Bacana”, para hacerle frente a las adversidades del mercado altamente competitivo de la ciudad de Babahoyo.

El método a utilizar para el siguiente trabajo, es el deductivo, debido a que se partirá de una conclusión general como lo son las Estrategias de Sustentabilidad, hacia premisas particulares que determinan el impacto de dichos factores, en el crecimiento comercial del Restobar “La Bacana”. Para la obtención de información, que valide la realidad del fenómeno a estudiar, como instrumentos se utilizaron herramientas como la encuesta y la entrevista, aplicadas a los

principales protagonistas, siendo estos el gerente propietario y los consumidores para exponer de manera concreta los datos encontrados en la presente investigación.

Con las técnicas aplicadas, los resultados obtenidos lograron que la presente investigación, concluya de forma exitosa, demostrándose las principales incidencias de varias estrategias implementadas en el Restobar que no han sido las más satisfactorias, las cuales tienden a ser susceptibles de mejoras para que la entidad puede generar ganancias considerables y su crecimiento en el mercado sea totalmente próspero para los meses venideros.

DESARROLLO

El emprendimiento llamado “La Bacana” no posee un número adecuado de empleados por lo que existe deficiencia al momento de atender a los clientes, debido a que existen usuarios exigentes que desean un servicio eficaz que le transmita seguridad y comodidad. De acuerdo a Humberto Peña (2017): “La carencia de experiencia laboral, es la principal dificultad para encontrar el personal idóneo en la actualidad” (pg. 1). En la ciudad, existen varios jóvenes que desean laboral, pero como no poseen el conocimiento necesario y las organizaciones tampoco brindan la oportunidad de aprender, es común, encontrar colaboradores a la par de lo que necesita el negocio.

Para Duque Oliva (2015): "A la hora de contratar, los empresarios buscan gente que le resuelva los problemas", dijo Juan Corona, director general del IEF. Esta es la cualidad principal que el 69% de los empresarios requiere del nuevo empleado”. Es decir, el empleado juega una parte fundamental en la empresa ya que este se encarga de cumplir las metas establecidas para la empresa y a su vez metas personales como empleados. En el emprendimiento del restobar La Bacana posee mucha falencia en atender al cliente, los meseros no saludan, simplemente dejan los documentos que conlleva el menú del Restobar y se dirigen a otras mesas, lo cual genera inconformidad en los consumidores, donde no generan lo que cada restaurante produce que son las propinas por parte del mesero. Según Humberto Serna Gómez (2016) define que:

“El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa”.

Es decir, el servicio al cliente es importante al momento de realizar una venta o compra de mercaderías, porque esto hace que el cliente se sienta cómodo al hablar con el vendedor y pueda sacar las dudas sobre el producto o servicio que se va a brindar. En el emprendimiento La Bacana el servicio que el consumidor requiere no está en el tiempo determinado que los empleados dictan, lo cual genera inconformidad al cliente ya que su necesidad de disfrutar el lugar no lo están cumpliendo y a su vez existe una mala capacitación del personal de la cocina ya que para entrar a laborar como ayudante de cocina se debe hacer una pequeña evaluación en el tiempo que demora al hacer un producto donde se puede dar el tiempo específico al cliente que debe de esperar. Según Vizcano y Sepuldia (2018):

Las empresas y organizaciones del siglo XXI se enfocan cada vez más en la importancia que tiene el cliente en la proyección de su negocio, por lo que guían su atención hacia la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes, ya que los consumidores de esta época suelen dar mayor importancia a los atributos intangibles de los productos que consumen: los servicios”. (pg.13).

Es decir, Los clientes son la parte fundamental de un negocio se le debe dar la mayor relevancia posible para que el cliente se vaya satisfecho con el servicio brindado por la empresa y por sus colaboradores. El personal administrativo no capacito bien a sus empleados ya que intentaron improvisar en la inauguración ya que todo esto salió un poco mal, hubo aglomeraciones de clientes, había pocos empleados ya que no se pensó que el nuevo emprendimiento podría tener muy buena acogida en el mercado Babahoyense el cual es un poco difícil de conquistar.

Según Parra Pérganos y Rodríguez (2015): “La administración de calidad da pautas para transformar la dirección tradicional y se centra en los requisitos del cliente, trabajo en equipo e involucramiento total de sus miembros”. La administración es importante ya que este es el

que guía a cada miembro de la empresa a la mejora continua de sus actividades, es decir, ayuda a fomentar una meta u objetivo que la empresa desea llegar. Existen 2 cocineros en el emprendimiento, pero cada uno tiene su variable al preparar los productos al cliente, a pesar que los 2 hacen el mismo trabajo al mismo tiempo sin embargo esto genera que el consumidor tenga esas variaciones en el sabor que se le ofrece al cliente. Según Édison Duque Oliva (2015) dice:

Servicio al cliente es el establecimiento y la gestión de una relación de mutua satisfacción de expectativas entre el cliente y la organización. Para ello se vale de la interacción y retroalimentación entre personas, en todas las etapas del proceso del servicio. El objetivo básico es mejorar las experiencias que el cliente tiene con el servicio de la organización. (pg.15).

El cliente busca satisfacer sus necesidades de la mejor manera, donde cada miembro de la organización debe de interactuar entre ellos y capacitarse en las actividades que están desarrollando para mejorar el servicio que se le brinda al cliente. En el emprendimiento “La Bacana” no existe un control de Inventario, es decir muchas veces no se cuenta con ciertos productos por falta de tiempo y de empleados, existen ciertos menús que no se pueden preparar por falta de implementos lo cual genera inconformidad en el cliente y a su vez pérdidas para el emprendimiento.

En este enfoque se cita a Ana Ortega Márquez (2017) quien plantea que el control “es el proceso para determinar lo que se está llevando a cabo, valorización y, si es necesario, aplicando medidas correctivas, de manera que la ejecución se desarrolle de acuerdo con lo planeado”. El control de Inventario nos ayuda a valorizar los implementos o recursos que posee la organización antes de iniciar las actividades, esto ayuda a saber cuántos productos o servicios puedo ofrecerle a un estimado de clientes y así generar ganancias para la organización.

Esta es la parte fundamental de una organización ya que en el emprendimiento no se siente un ambiente laboral cómodo ya que la falta de motivación del personal administrativo lo cual es demasiado importante ya que esto genera confianza en cada empleado darle la libertad de hacer que el empleado se sienta cómodo y a su vez ser tratado de la mejor manera por los diferentes compromisos que La Bacana requiere. Frederick Herzberg (2019) menciona que:

Los factores de motivación (logros, reconocimiento, responsabilidad, incentivos) son los que ayudan principalmente a la satisfacción del trabajador, mientras que si los factores de higiene (sueldo, ambiente físico, relaciones personales, status, ambiente de trabajo...) fallan o son inadecuados, causan insatisfacción en el trabajador. (pg.12).

Es decir, la insatisfacción laboral podría existir en los trabajadores de la Bacana por que la parte administrativa no hace que los empleados tengan un reconocimiento a los diferentes logros que podría llegar a obtener este emprendimiento. Esto muchas veces genera desconfianza entre los diferentes socios y personal administrativo ya que no se analiza al público que se dirige en si el emprendimiento tiene como objetivo satisfacer la necesidad del cliente, pero lo que no se sabe a qué tipos de cliente ya que hoy en día existen un sin número de consumidores que tienen diferentes gustos. Según Philip Kotler y Gary Amstrong (2018):

Un segmento de mercado se define como "un grupo de consumidores que responden de forma similar a un conjunto determinado de esfuerzos de marketing" Es decir ese es el grupo al que el emprendimiento se debe dirigir porque muchas veces puede existir inconformidad con los consumidores y el comportamiento de dichas personas no sea el adecuado para el Restobar. (pg.17).

Muchas veces las organizaciones pueden hacer estos cambios por querer tener más ingresos y pocos gastos contratamos al personal que posee demasiados títulos de tercer nivel, pero con

poca experiencia laboral, esto hizo que el emprendimiento tuviera a la segunda semana laboral no obtenga ingresos fijados como metas ya que esta mala contratación no llevaba una contabilidad rígida del emprendimiento. Según Luisa Carrasco (2017) dice:

No tener un buen método de selección y reclutamiento puede desencadenar una serie de errores que conlleven pérdidas de tiempo, dinero, imagen y clima laboral, entre otras.

En Meta Soluciones llevan a cabo procesos para gestionar candidatos para evitar todas estas complicaciones. (pg.9).

En el emprendimiento ha hecho muchos contratos de meseros y cocineros lo que ha ocasionado pérdidas económicas invertidos en la selección de personal y a su vez genero un clima organizacional pésimo entre los empleados. El negocio no posee con muchas mesas y sillas ya que en muchas personas desean pasar en familia y con sus grupos de amigos y disfrutar una tarde llena de música al ambiente y diversión lo cual el emprendimiento cuenta con pocas unidades y eso hace que pierda mucha clientela que desea satisfacer sus necesidades, también la organización carece de asientos para niños menores de 3 años de edad ya que esto es primordial para los padres de familia que desean divertidos. Según Marco Velásquez (2016) se refiere:

Para que el personal mejore el nivel de productividad, es deber de la empresa brindarle el ambiente y los recursos necesarios para el desarrollo de sus tareas los cuales no sólo favorecerán a la organización, sino que también propiciarán el crecimiento profesional de los empleados, la motivación y el compromiso”. (pg.19).

Los implementos y recursos para la buena actividad de una empresa son importante ya que por el servicio que presta los consumidores tienen mayor satisfacción de sus necesidades y a

su vez le facilita la ejecución de los servicios por parte de los empleados. A continuación, se describe los datos proporcionados por la entrevista realizada al gerente propietario del lugar:

Resultados de la Entrevista dirigida al Gerente Propietario del Restobar “La Bacana”.

Tabla 1

Orden	Preguntas	Datos relevantes encontrados
1	¿Qué estrategias de sustentabilidad aplica en el Restobar “La Bacana”?	Publicidad y promociones para obtener muchos ingresos.
2	¿Cómo considera usted que es la atención que brindan sus empleados al cliente?	Deficiente debido a la carencia de experiencia Laboral.
3	¿Cómo son las promociones que brinda el Restobar?	Se adiciona un plus, por cada compra realizada. .
4	¿Qué clase de incentivos brinda a los empleados? Incentivo a Los empleados	Aumento del salario Básico Unificado.
5	¿Cómo eligió usted el personal de trabajo para su emprendimiento?	Por medio de un exhaustivo análisis, por la experiencia en gastronomía que debería tener.
6	¿Qué estrategias aplicaría para la mejora del personal?.	Capacitación de meseros y jefes de cocina.

Fuente: Entrevista aplicada a Gerente Propietario del Restobar La Bacana.

Elaborado por: Julio Cesar Aguirre Ycaza.

De acuerdo a las respuestas obtenidas por el entrevistado, las estrategias se basan en la publicidad en redes sociales y promociones en las compras de hamburguesas, ya que esto incentiva a que los clientes y genera ganancias para el emprendimiento, también se basa en la experiencia laboral de sus trabajadores donde dictan que poseen mucha experiencia laboral lo cual hace que el Gerente se confié de las habilidades de los empleados evitando los gastos en capacitaciones.

Al aplicar la encuesta a los Consumidores del Restobar La Bacana, hemos obtenidos los siguientes resultados:

Tabla 2: *Satisfacción de los Clientes*

Opciones	N. de Encuestados	Porcentaje
Excelente	6	7,5%
Buena	2	2,5%
Muy Buena	1	1,25%
Regular	39	48,75%
Mala	32	40%
Total	80	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores.

Elaborado por: Julio Cesar Aguirre Ycaza.

El 88,75% de los consumidores que llegan al Restobar La Bacana tienen una experiencia regular y mala a su vez por parte del local, ya que manifiestan por la atención recibida por los empleados no es idónea y esto genere inconformidad en los clientes, lo cual hace que la institución pierda comensales y a su vez ingresos para sostener el emprendimiento, logrando que el resto de organizaciones competidoras se beneficien del servicio poco eficiente que oferta la entidad, lo que a largo plazo, generará que el índice de riesgo del negocio sea cada vez alto.

Tabla 3: *Implementación del Servicio Delivery*

Opciones	N. de Encuestados	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	52	65,0%
De acuerdo	18	22,5%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	5	6,25%
En desacuerdo	5	6,25%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	80	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores

Elaborado por: Julio Cesar Aguirre Ycaza.

El 93.75% de los consumidores están de acuerdo que se implemente el servicio de Delivery en la institución, ya que esto facilitaría que el cliente no salga de su casa, y así evita la expansión del periodo pandémico que vivimos hoy en día. A pesar de la disminución en los contagios que existe en la actualidad por la inmunización, varias personas, sobre todo las vulnerables, consideran que aplicar esta estrategia le convendría mucho para el aumento en ventas del negocio.

Tabla 4: *Calificación de los productos del Restobar*

Opciones	N. de Encuestados	Porcentaje
Excelente	65	81,25%
Muy Bueno	10	12,5%
Bueno	5	6,25%
Regular	0	0%
Malo	0	0%
Total	80	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores.

Elaborado por: Julio Cesar Aguirre Ycaza.

A pesar de que la atención al cliente no es idónea, el 100% de los clientes manifiestan que les parece muy bueno los productos de consumo, que se ofrecen en el Restobar, eso hace que aumente los índices de gusto y preferencia para el emprendimiento por la calidad de los alimentos que oferta. Sin embargo, la atención que se brinda, es el factor que más descontenta genera en los usuarios que acuden al local, la cantidad y variedad en los bienes que proporciona la institución, son ideales para la ciudadanía.

Conclusión

El Restobar “La bacana” posee una estrategia de Sustentabilidad que satisface al cliente con la calidad de su producto y la variedad que existe en el local de los mismos, pero a pesar de poseer esta ventaja competitiva, la atención que reciben no es la adecuada por parte de los empleados como menciona el gerente propietario. El personal de la entidad, cuenta con el conocimiento gastronómico necesario para poder cubrir la demanda por consumo de los usuarios, pero carece de empatía y atención al momento de ofrecer dichos bienes.

A pesar de que los alimentos que oferta la entidad satisfacen completamente el cliente en gusto y preferencia, en ocasiones estos, tardan en llegar a la mesa de los consumidores, debido a la ineficiencia de los meseros y jefes de cocina, quienes se frustran cuando existen una demanda alta de comensales, porque no tienen experiencia en lo que respecta a la ejecución de productos alimenticios en masa, generando inconformidad en los usuarios logrando que el emprendimiento obtenga malas expectativas en los clientes.

Las estrategias que implementa el Restobar “La Bacana” han permitido, recompensar de cierta forma, el índice negativo de gusto y preferencia que causa la ausencia de una atención óptima por parte de los empleados, por medio de promociones en las compras que realizan los usuarios durante su estadía en el local, así como de la publicidad que existe en las principales redes sociales como son Facebook e Instagram, que gracias a la excelente colaboración de profesionales del Marketing y la implementación de diferentes actividades para fechas especiales, el volumen de ciudadanos se mantenga.

Bibliografía

- Bohórquez Arévalo, L. E., Caro Ballestas, A. S., & Morales , N. D. (2017). Impacto de la capacitación del personal en la productividad empresarial: Caso Hipermercado. . *Scielo*, 113.
- Carrasco, L. (24 de Febrero de 2017). *HRTRENDS*. Obtenido de HRTRENDS: <https://empresas.infoempleo.com/hrtrends/consecuencias-de-reclutar-de-forma-erronea>
- Causado Rodriguez , E., Charris , A. N., & Guerrero , E. A. (2018). Mejora continua del servicio al cliente mediante ServQual y Red de Petri en un Restaurante de Santa Marta, Colombia. . *Universidad de Magdalena* , 84.
- Duarte Cueva , F. (2017). Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. . *Redalyc.Org*, 56.
- Duque Oliva, E. (2015). Revisión del Concepto de Calidad del Servicio y sus modelos de medición. . *Innovar Journal*, 65.
- Herzberg, F. (2019). Factores de la teoría de Herzberg y el impacto de los incentivos en la satisfacción de los trabajadores. . *Scielo*, 45. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Frederick_Herzberg
- Kotler, P., & Armstrong, G. (12 de 28 de 2018). *Rockcontent*. Obtenido de Rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/philip-kotler/>
- Lopez, A. (2014). *Clima Organizacional*. México.
- Ortega Marquez, A. (2017). Nivel de importancia del Control interno de los inventarios dentro del Marco Conceptual de una empresa. . *Unisimon*, 12.
- Parra Penagos, C., & Rodriguez Fonseca , F. (2015). La capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones. *Investigación Desarrollo e Innovación*. , 20.
- Peña Rivas , H. C. (2017). Motivacion laboral. Elemento fundamental en el exito Organizacional. *Instituto Internacional de Investigaciones y Desarrollo Tecnologico Educativo*.
- Ramirez Mendez, G. (2013). Liderazgo Organizacional. Un desafio permanente . *Redalyc*, 11.
- Serna Gómez, H. (31 de 12 de 2016). *Importaciones*. Obtenido de Importaciones: <http://importacionesan.blogspot.com/2011/05/marco-teorico.html>
- Velasquez, M. (15 de Agosto de 2016). *Entrepreneur*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/280867>
- Vizcaino , A. D., & Sepulveda Ríos, I. J. (2018). *Servicio al cliente e integración del Marketing Mix de Servicios*. . México: Printed.

ANEXOS

ANEXO N.1

Encuesta dirigida a los Consumidores del Restobar La Bacana

- 1. ¿Cómo considera usted la experiencia que le brinde en el Restobar “La Bacana”?**
 - a. Excelente
 - b. Muy Buena
 - c. Buena
 - d. Regular
 - e. Mala
- 2. ¿Cómo calificarías el producto que consumiste en el Restobar?**
 - a. Excelente
 - b. Muy Bueno
 - c. Bueno
 - d. Regular
 - e. Malo
- 3. ¿Con que frecuencia te gustaría que las promociones se repitan en la semana?**
 - a. 2 veces a la semana
 - b. 3 veces a la semana
 - c. 1 vez a la semana
 - d. 4 veces a la semana
 - e. Solo los fin de semana
- 4. ¿Cree usted, que los emprendimientos podrían reactivar la economía de la ciudad de Babahoyo?**
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De Acuerdo
 - c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo
- 5. ¿Cree usted que es necesario implementar servicio Delivery?**
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

- d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo
- 6. ¿Está de acuerdo que se implemente promociones Semanales que lleven un adicional a la orden de su pedido?**
- a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Neutral
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo
- 7. ¿Qué tan satisfecho estas con la atención recibida por parte del Mesero?**
- a. Muy Satisfecho
 - b. Satisfecho
 - c. Regular
 - d. Poco satisfecho
 - e. Insatisfecho
- 8. ¿Recomendaría el lugar a familiares y amigos para el disfrute en familia?**
- a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Neutral
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo

ANEXO 2

Entrevista Dirigida al Gerente propietario del Restobar La Bacana

1. ¿Qué estrategias de sustentabilidad aplica en el Restobar “La Bacana”?
2. ¿Cómo considera usted que es la atención que brindan sus empleados al cliente?
3. ¿Cómo son las promociones que brinda el Restobar
4. ¿Qué clase de incentivos brinda a los empleados? Incentivo a Los empleados
5. ¿Cómo eligió usted el personal de trabajo para su emprendimiento
6. ¿Qué estrategias aplicaría para la mejora del personal?

Sr(a)

Elvin Josué Rivera Barroso

Accionista y Gerente Propietario del Restobar La Bacana

En su despacho.

De mis consideraciones:

Yo: **AGUIRRE YCAZA JULIO CESAR**, con cédula de identidad 1207342393, estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo de la Facultad de Administración, finanzas e informática, carrera de Ingeniería Comercial, matriculado(a) en el proceso de titulación periodo Junio - Octubre 2021, le solicito a usted de la manera más comedida se sirva autorizar a quien corresponda se proceda otorgarme el permiso respectivo para realizar mi Caso de estudio denominado ESTRATEGIA DE SUSTENTABILIDAD DEL RESTOBAR LA BACANA EN LA CIUDAD DE BABAHOYO el cual es requisito indispensable para poder titularme.

Esperando una respuesta favorable quedo de usted muy agradecido(a).

Muy atentamente

Julio Cesar Aguirre.

AGUIRRE YCAZA JULIO CESAR

CI. N° 1207342393

Elvin Josué Rivera Barroso
1250785654

Document Information

Analyzed document	Aguirre Ycaza Julio César.docx (D112849785)
Submitted	9/18/2021 6:03:00 AM
Submitted by	
Submitter email	juliocesaraguirreycaza@gmail.com
Similarity	9%
Analysis address	fmorales.utb@analysis.orkund.com

Sources included in the report

W	URL: https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/4526/UPSE-THT-2018-0028.pdf?sequence=3&isAllowed=y Fetched: 5/7/2020 6:22:04 AM	 1
W	URL: http://201.159.223.180/bitstream/3317/7973/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-378.pdf Fetched: 7/24/2021 12:15:19 AM	 2
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO / Santillán Castro Alonso Rafael.docx Document Santillán Castro Alonso Rafael.docx (D112821345) Submitted by: alonsosantillancastro@gmail.com Receiver: fmorales.utb@analysis.orkund.com	 4
W	URL: https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7110/Carrasco%20Carrasco%20Ana%20Luz.pdf?sequence=1&isAllowed=y Fetched: 6/8/2021 4:58:52 AM	 1
W	URL: http://repositorio.unan.edu.ni/5214/1/6071.pdf Fetched: 4/20/2021 2:21:49 AM	 1