

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E
INFORMÁTICA

(F.A.F.I)



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y GESTIÓN
EMPRESARIAL

TESIS DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO
COMERCIAL

TEMA:

Plan estratégico de servicio al cliente para el centro de recreaciones REY PARK en la parroquia Tres Postes del cantón Jujan provincia del Guayas.

EGRESADAS:

CEVALLOS MACIAS ROXANA

MARTINEZ DIAZ KAREM

DIRECTOR:

ING. EDUARDO JIMENEZ. Ms.

LECTOR:

ECO. VERONICA MERCHAN M.A.E

AÑO: 2015

INDICE

	Pág.
DECLARACION DE AUDITORIA DE TESIS.....	I
DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	IV
RESUMEN EJECUTIVO.....	VI
INTRODUCCION.....	1
 CAPITULO I	
1.1. OBJETIVOS	
1.1.1. OBJETIVO GENERAL.....	2
1.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	2
 CAPITULO II	
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION.....	3
2.2. MARCO CONCEPTUAL.....	3
2.3. MARCO TEORICO	
2.3.1. PLANIFICACION ESTRATEGICA.....	6
2.4. POSTURA TEÓRICA ASUMIDA.....	26
2.5. HIPÓTESIS	
2.5.1. HIPÓTESIS GENERAL.....	27
2.5.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.....	28
2.6. VARIABLES	
2.6.1 VARIABLES DE ESTUDIO (INDEPENDIENTE).....	28
2.6.2 VARIABLE (DEPENDIENTE).....	28
2.7. RELACIÓN: PROBLEMA – OBJETIVOS – HIPÓTESI.....	28
2.8. CUADRO DE VARIABLE E INDICADORE.....	30
 CAPITULO III	
3. DISEÑO METODOLÓGICO.....	31
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	31
3.2. MÉTODOS.....	32

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	32
3.4. POBLACION Y MUESTRA.....	33
3.5. ORGANIZACIÓN Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION..	34
3.6. PROCESO METODOLOGICO PARA LA PRUEBA DE LA HIPOTESIS.....	34
3.7. RESULTADO DE LA INVESTIGACION.....	35
3.8. INTERPRETACION Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	47

CAPITULO IV

4. CONCLUSIONES.....	48
----------------------	----

CAPITULO V

5. RECOMENDACIONES.....	49
-------------------------	----

CAPITULO VI

6. MARCO PROPOSITIVO	
6.1. PROPUESTA DE INTERVENCION.....	50
6.2. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	50
6.3. JUSTIFICACIÓN.....	51
6.4. FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA.....	52
6.5. PROPUESTAS DE INICIATIVAS ESTRATEGICAS.....	55
6.5.1 DESPLIEGUE DE ESTRATEGIAS.....	56
6.6. FIJACION DE LOS OBJETIVOS CORPORATIVOS.....	57
6.6.1. OBJETIVOS DE MARKETING.....	57
6.6.2. OBJETIVOS DE PRODUCTIVIDAD.....	58
6.6.3. OBJETIVOS DE INNOVACION.....	58
6.6.4. OBJETIVOS DE RECURSOS HUMANOS.....	59
6.6.5. OBJETIVOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	60
6.7. ESTRATEGIAS DE DESARROLLO EN MERCADOTECNIA.....	62
6.8. PPROPUESTA DE FILOSOFIA EMPRESARIAL.....	67

CAPITULO VII

7.- BIBLIOGRAFIA..... 74

ANEXOS..... 76