



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÍA**

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

CARRERA: TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

Tema:

**PLAN DE MEJORA DE RESPUESTA DEL SERVICIO TÉCNICO DE LA
EMPRESA TELE-RED**

Autora:

Martínez Hernández Rosalía Yuliana

Tutor:

PhD. Simón Alberto Illescas Prieto

Guayaquil -Ecuador

2018



DEDICATORIA

Este logro se lo dedico a mis padres ya que han sido mis pilares fundamentales para llegar a ser una profesional y a mi familia en general por la motivación del día a día a mis compañeros, amigos quienes compartieron sus conocimientos alegrías y tristezas durante el transcurso de estos años estuvieron a mi lado apoyándome para que este sueño se haga realidad.

Martínez Hernández Rosalía Yuliana



AGRADECIMIENTO

Primeramente doy gracias a Dios y a mi familia por permitir que logre mi objetivo dentro de esta gran institución, quien nos motivó desde un principio a llegar a ser un profesional, a mis profesores por sus distintas maneras de enseñar quienes siempre nos incentivaron dándonos su apoyo por su paciencia y enseñanza ya que sin ellos no hubiera sido posible este logro finalmente agradezco a todos por estar en esta etapa de mucho trabajo y culminarla con mucho éxito.

Martínez Hernández Rosalía Yuliana



CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de investigación. Nombrado por la Comisión de Culminación de Estudio del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Plan de mejora de respuestas del servicio técnico de la empresa Tele-Red”**, y problema de investigación: **¿cómo mejorar la respuestas del servicio técnico para la satisfacción de los usuarios de la empresa Tele-Red ubicada en la ciudad de Guayaquil en el 2018?** Presentado por Martínez Hernández Rosalía Yuliana como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresada:

Martínez Hernández Rosalía Yuliana

Tutor:

PhD. Simón Alberto Illescas Prieto

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Rosalía Yuliana Martínez Hernández** en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **PLAN DE MEJORA DE RESPUESTA DEL SERVICIO TÉCNICO DE LA EMPRESA TELE-RED**, de la modalidad presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **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/autorizamos 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*.

Rosalía Yuliana Martínez Hernández

Firma

No. de cedula: 0954405437

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior 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

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

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

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**PLAN DE MEJORA DE RESPUESTA DEL SERVICIO TÉCNICO DE LA
EMPRESA TELE-RED**

Autora: Martínez Hernández Rosalía Yuliana

Tutor: Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

Resumen

El propósito de este trabajo que se desarrolla en la empresa Tele-Red consiste en fomentar un plan de mejora en el servicio de telecomunicaciones y redes, para la satisfacción de los clientes. este problema se escoge por la falta de compromiso laboral que existe en la empresa ya que las actividades que se realizan de telecomunicaciones como servicio técnico , instalaciones y reparación no son específicamente registradas en el sistema causando quejas en sus clientes , moras en el pago del servicio ,llamadas de atención de terceros y mala recomendación del servicio, desde 1958 la empresa de radio telégrafo y teléfonos ecuador se creó por la unión de la dirección de telégrafos y radio internacional del ecuador por un consenso de escrito por el gobierno ,desde ese tiempo se ha permitido que nuevas empresas ecuatorianas laboren sin conectarse en monopolio teniendo como propósito principal poner al día el sistema de telecomunicaciones internacionales. En el artículo 53 de la constitución de la republica del ecuador nos dice, que las empresas e instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación ya que el estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención. Con el propósito de analizar la situación del problema en la empresa y poder mejorarla se escogió el método análisis síntesis y el método inductivo deductivo, también se escogió las técnicas de observación, entrevista y foda utilizando los instrumentos como la guía el formulario y la matriz Foda para así obtener la información necesaria referente a la empresa teleRed.

RESPUESTA	SERVICIO	SATISFACCION	USUARIOS
-----------	----------	--------------	----------



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y
CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**PLAN DE MEJORA DE RESPUESTA DEL SERVICIO TÉCNICO DE LA
EMPRESA TELE-RED**

Autora: Martínez Hernández Rosalía Yuliana

Tutor: Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

Abstract

The purpose of this work that is developed in the company TeleRed is to promote a plan of improvement in the service of telecommunications and networks, for the satisfaction of the clients. This problem is chosen because of the lack of work commitment that exists in the company since the activities that are carried out of telecommunications as technical service, , facilities and repair are not specifically registered in the system causing complaints in their clients, arrears in the payment of the service, calls of third attention and bad recommendation of the service, since 1958 the company of Radio Telegraph and telephones Ecuador It was created by the Union of the Directorate of Telegraph and International Radio of Ecuador by a consensus of written by the Government, since that time it has been allowed that new Ecuadorian companies Work without being connected in a monopoly with the main purpose of putting the international telecommunications system up to date. Article 53 of the Constitution of the Republic of Ecuador tells us that companies and institutions and agencies that provide public services should incorporate measurement systems for the satisfaction of users and consumers and to implement systems of care and reparation since the state will respond civilly for the damages caused to the people by negligence and carelessness in the attention. With the purpose of analyzing the situation of the problem in the company and being able to improve it was chosen the method analysis synthesis and the inductive deductive method, also was chosen the techniques of observation, interview and SWOT using the instruments as the guide the Form and the SWOT matrix to get The necessary information concerning the company teleRed.

ANSWERS	SERVICE	SATISFACTION	USERS
---------	---------	--------------	-------

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDOS	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 DEL CEGESCIT.....	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA	1
Planteamiento del problema	1
Ubicación del problema en un contexto.....	1
Situación del conflicto	2
Delimitación del problema.....	3
Evaluación del problema.....	3
Objetivos de la investigación	4
Interrogantes de la investigación	4
Justificación e Importancia.....	5
Viabilidad de la investigación	6
Viabilidad técnica	6
Viabilidad económica	7
CAPÍTULO II.....	8
MARCO TEÓRICO.....	8

Fundamentación Teórica	8
Antecedentes históricos.....	8
Qué es el servicio al cliente y cuál es su importancia	8
Indicadores de la satisfacción del cliente.....	10
Servicio técnico.....	12
¿Qué es el servicio técnico?.....	12
Beneficios del servicio técnico.....	13
Estructura del servicio técnico	13
Antecedentes de la satisfacción de usuarios	14
Tendencias metodológicas para realizar estudios de satisfacción de usuarios	15
Modelos teóricos.....	15
Antecedentes referenciales	18
Teorías de la gestión de las empresas	22
Gestión de calidad.....	23
Importancia de la calidad	24
Principios de gestión de la calidad.....	25
Fundamentación legal	27
Ley Orgánica de Servicio Público (2010).....	27
Plan Nacional del Buen Vivir (2013)	28
Variables de la investigación	29
Definiciones conceptuales	31
CAPÍTULO III.....	33
METODOLOGÍA.....	33
Datos de la Empresa	33
Diseño de la investigación	37
Tipos de la investigación.....	37
Población y Muestra	38
Población:.....	38
Muestra.....	39
Técnicas e instrumentos de la investigación.....	40
CAPÍTULO IV.....	43
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	55
Aplicación a las técnicas e instrumentos	55

Plan de Mejoras.....	56
Conclusiones	60
Recomendaciones	61
Bibliografía	62
ANEXOS	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Conflicto	2
Tabla 2 Detalle de Población	39
Tabla 3 Técnicas e instrumentos de la investigación	40
Tabla 4 Misión y Visión	43
Tabla 5 Facilidad de acceso a guías a seguir	44
Tabla 6 Rol en la empresa	45
Tabla 7 Rol en la empresa	46
Tabla 8 Posee herramientas para el desempeño de su trabajo	47
Tabla 9 Frecuencia de capacitaciones recibidas	48
Tabla 10 Conocimiento de los servicios de la empresa	49
Tabla 11 Frecuencia de uso	50
Tabla 12 Satisfacción de atención recibida.....	51
Tabla 13 Satisfacción de atención recibida.....	52
Tabla 14 Satisfacción de atención recibida.....	53

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Misión y Visión	43
Gráfico 2 Facilidad de acceso a guías a seguir	44
Gráfico 3 Rol en la empresa	45
Gráfico 4 Rol en la empresa	46
Gráfico 5 Posee herramientas para el desempeño de su trabajo	47
Gráfico 6 Frecuencia de capacitaciones recibidas.....	48
Gráfico 7 Conocimiento de los servicios de la empresa	49
Gráfico 8 Frecuencia de uso	50
Gráfico 9 Satisfacción de atención recibida	51
Gráfico 10 Satisfacción de atención recibida	52
Gráfico 11 Satisfacción de atención recibida	53

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Modelo de la encuesta a empleados Tele-red	66
Anexo 2 Modelo de la encuesta a clientes de la empresa Tele-Red	69
Anexo 3 Modelo de la entrevista al gerente de Tele-red.....	72
Anexo 4 Carta de autorización.....	74
Anexo 5 Organigrama de la empresa Tele- Red.....	75
Anexo 6 Logo de la empresa Tele- Red	76
Anexo 7 Fotos dentro de la empresa Tele- Red	77

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema

La Empresa de telecomunicaciones y redes “Tele-Red” se encuentra ubicada en el norte de la ciudad en Urdesa Central, Bálsamos norte 323 segunda y cuarta en la ciudad de Guayaquil perteneciente a la provincia del Guayas. Cuenta con cuatro sucursales en Quito, Perú, USA y Guatemala.

Es una empresa proveedora de soluciones en telecomunicaciones y servicios IP (Internet Protocol), que brinda a sus clientes un servicio profesional de conectividad óptima, instalaciones, soluciones en redes y servicio técnico.

Ubicación del problema en un contexto

Tele-Red es una empresa con más de 20 años en el mercado nacional e internacional cuenta con una estructura bien establecida para cada área. La problemática que está presentando la empresa desde hace algunos años, es que no se registran las actividades que realizan a diario los técnicos a cargo del área de atención al cliente, por lo cual se generan quejas por parte de los clientes que aducen demoras a la hora de brindarles el servicio establecido, esto hace que la empresa no cumpla con el objetivo de brindar una atención rápida y oportuna en la resolución de problemas, además hay inconformidad de los usuarios en la rapidez que deben ser atendidos por lo necesario que son los servicios que ofrece a empresa.

Situación del conflicto

Los procedimientos de atención al cliente que actualmente maneja la empresa Tele-Red deben actualizarse, porque en la actualidad no poseen una visión clara del número de requerimientos que atiende cada técnico, ni el tiempo que demora en la resolución del problema, lo cual provoca que su trabajo no sea bien visto por parte de los clientes, lo que conlleva a que la empresa reciba frecuentes quejas y pérdidas de sus clientes.

Para solucionar esta problemática, se diseñará una nueva política de atención al cliente, que deberá ser implementada en el área de servicio al cliente de la empresa.

Tabla 1 Conflicto

Causas	Efectos
Aumento del número de reclamos y quejas del área técnica por parte de los clientes.	Clientes insatisfechos
Larga espera para la entrega de informe de respuesta a requerimiento presentado.	Aumento de usuarios y esperas prolongadas
Rotación de los técnicos del área de atención al cliente.	Frecuentes retrasos en los procesos, por el tiempo que dura el entrenamiento del nuevo personal.
Espacio reducido del área de Atención al cliente.	Aglomeración de clientes

Elaborado por: Rosalía Martínez

Delimitación del problema

Campo : Gestión administrativa

Área : Atención al usuario

Aspecto: Elevar la calidad de servicio

Tema: Plan de mejoras de respuesta del servicio técnico de la empresa Tele-Red.

Planteamiento o formulación del problema

¿Cómo mejorar el tiempo de respuesta del área de atención al cliente de servicio técnico, para lograr la satisfacción de los usuarios de la empresa Tele-Red ubicada en la ciudad de Guayaquil en el año 2019?

Evaluación del problema

Delimitado. – Se puede determinar la insatisfacción de los clientes hacia el área de atención al cliente técnico de la empresa Tele-Red, por lo cual se implementará una nueva política de atención al cliente, además de evaluar al personal técnico de esta área de la empresa.

Claro. – Se va a aplicar una nueva política de atención al cliente para mejorar el servicio de atención a clientes, lo que permitirá mejorar la satisfacción de los clientes y el prestigio de la empresa.

Evidente. – Los reportes de quejas y sugerencias permitirán visualizar ciertas falencias en los servicios prestados.

Concreto. – La información recolectada es necesaria e idónea para solucionar los inconvenientes internos de la empresa.

Relevante. – Es importante todas las acciones correctivas que se realicen al área de atención al cliente, con esto elevaremos el nivel de prestigio de la empresa.

Factible. – La empresa dispone del personal humano, de la información y conocimientos necesarios para contribuir con un plan de acción de mejoras.

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Elaborar un plan de mejora del tiempo de respuesta en el área técnica de atención al cliente de la empresa Tele-Red.

Objetivos Específicos

Investigar los fundamentos teóricos actuales de atención al usuario y servicio técnico.

Diagnosticar la situación actual del área de atención al cliente técnico.

Establecer un plan de mejoras que permitan cumplir con los requerimientos solicitados por los clientes en el menor tiempo posible.

Interrogantes de la investigación

1. ¿Cómo se determinan los fundamentos teóricos de atención al usuario y de servicio técnico?
2. ¿Cómo se diagnosticará la situación actual del área de servicio técnico de la empresa?

3. ¿Cómo se establecerán las mejoras que nos permitan cumplir con los requerimientos de los clientes en un tiempo de respuesta satisfactorio?

Justificación e Importancia

El presente trabajo de titulación está basado en un plan de mejora en el área de atención al usuario de servicio técnico, mediante la implementación de una política institucional que busca ofrecer una solución a los clientes de la empresa, con el objetivo de disminuir los tiempos de demora en las solicitudes a los técnicos de la empresa.

Permitirá llevar un control diario de los requerimientos atendidos por cada uno de los técnicos de la empresa, con este control se debe tener la facilidad de mejorar el servicio que se brinde a los clientes.

Se analizará la capacidad de los técnicos de la empresa, lo cual permitirá analizar las fortalezas y debilidades de los mismos, esto también da una apertura de que se pueda capacitar a los empleados y de esta forma se dé un servicio de calidad.

La empresa podrá realizar un estudio técnico de las herramientas tecnológicas que actualmente posee el área de atención al cliente de servicio técnico con el objetivo de analizar si son suficientes o se requiere la compra o implementación de alguna herramienta tecnológica nueva.

Se analizará el espacio físico del área de trabajo de atención al cliente para determinar si es el apropiado para la atención de los clientes de la empresa, esto hace que el cliente se sienta cómodo al momento de realizar algún trámite de atención y mejorar el servicio técnico de la empresa.

Aspectos que justifican la investigación

Conveniencia: Todo el personal que labora en la empresa se sentirá a gusto con incentivos por su trabajo realizado con la finalidad de cumplir con las metas establecidas por la empresa, además de cumplir con mayor eficiencia y eficacia su trabajo. Un plan de mejora de respuesta al servicio técnico debe beneficiar a la empresa y los clientes.

Relevancia Social: Los empleados de la empresa tendrán mayor responsabilidad con las actividades que se les designara tomando en cuenta sus destrezas y la eficacia en el trabajo. Esto beneficia a la sociedad de clientes a quienes se le brinda el servicio técnico.

Valor teórico: Un breve análisis que se les da a diferentes personas para que tenga conocimiento del porque viene el problema establecido en la empresa que afecta el desempeño personal del colaborador. Ademas se consultaran conocimientos teóricos y prácticos para mejorar el servicio de la empresa.

Utilidad Metodológica: Con el plan de mejora se fomentará mejor actitud en los trabajadores y su desempeño será eficiente, responsable y factible para la empresa, esta propuesta es la manera que se plantea para mejorar el servicio técnico y que los clientes estén satisfecho de escoger dicha empresa.

Viabilidad de la investigación

Viabilidad técnica

La viabilidad técnica del proyecto radica en mejorar la respuesta del servicio técnico de la Empresa Tele-red que debe brindar a sus clientes,

creando estrategias para que los trabajadores desarrollen las labores con calidad, para cumplir con los clientes de manera oportuna.

Para que se cumpla con los objetivos de la empresa, todo el recurso humano de la empresa debe participar activamente, con entusiasmo de tal forma que la colaboración debe ser de todos, con lo cual habrán clientes satisfechos con una respuesta en los tiempos establecidos para cubrir las necesidades de la empresa.

Viabilidad económica

La viabilidad económica depende de las decisiones acertadas del administrador de la empresa, porque debe poner en marcha estrategias para que el recurso humano trabaje utilizando su capacidad con nuevas políticas al servicio de la satisfacción del cliente aplicando un plan de mejora de forma continua. Esta propuesta hace que la Empresa Tele-red, obtengan mayor producción y de esta manera aumenta la rentabilidad de la misma.

La investigadora también plantea una propuesta para mejorar el servicio, la misma que puede ser aplicada en la Empresa Tele-red, de esta forma los empleados tendrán un plan para direccionar su trabajo y tener clientes satisfecho en un tiempo establecido y las referencias de ellos ayudaran a satisfacer la producción de la empresa.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Fundamentación Teórica

Antecedentes históricos

Servicio al cliente y su importancia

El término servicio al cliente es sinónimo de atención al cliente en una empresa, cuando un cliente busca un producto este debe ir acompañado de un servicio oportuno que cumpla con las exigencias del usuario, y dentro de estos requerimientos están una excelente respuesta al servicio técnico.

(Gómez, 2016) “El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseñada para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos” (p. 124). Para el autor el servicio al cliente es el desempeño que tiene una empresa en satisfacer las necesidades de los clientes.

Este servicio al cliente debe estar acompañado por factores que incidan para que el usuario vuelva a utilizar los servicios en dicha empresa. Estos factores son amabilidad, esta debe ir siempre acompañada de una sonrisa franca y amplia, capaz de tranquilizar al cliente cuando busca el servicio; atención personalizada, la misma que debe ser para satisfacer las necesidades personales del cliente; atención oportuna, deben tener el personal necesario para atender de manera pertinente al cliente; seguridad en el servicio y la señalética es importante para que el cliente ubique la sección que busca ayuda, ambiente agradable que cubra las expectativas,

el lugar donde se atiende al cliente debe brindar la comodidad y confianza al cliente para satisfacer lo que se está adquiriendo y se asegura la fidelidad del producto.

Para que este servicio al cliente sea eficiente la empresa debe motivar a los trabajadores y empleados en general de la empresa, esto ayuda a dar un servicio de calidad y se mantiene un compromiso efectivo entre el cliente y el empleado. La actitud positiva de los empleados es vital para la atención que se dé al usuario ya que este brindara una verdadera atención. El empleado debe estar capacitado para resolver los problemas que se presenten con respecto al servicio que busca el cliente, es importante retener al cliente y esto se lo logra con un buen servicio. Por tanto es importante que la empresa evalúa a los empleados para medir el nivel de servicio que se ofrece, un cliente debe irse de la empresa solucionando las dificultades presentadas, esto garantiza la fidelidad de la empresa.

Importancia del Servicio al Cliente

La atención o servicio al cliente que la empresa proporcione a sus clientes es un elemento que puede llegar a ser más poderoso que las promociones, publicidad o descuento que una empresa ofrezca a sus usuarios. La fidelidad del cliente está asegurada con este elemento en la empresa, porque conseguir otro cliente nuevo es seis veces más costoso que mantener al cliente.

El servicio al cliente debe ser oportuno y eficaz para poder tener a un cliente satisfecho, toda persona que esté en contacto con el cliente debe transmitir seguridad, debe estar preparado para tratar con las demandas del cliente, él estará midiendo de manera inconsciente la calidad del servicio.

Indicadores de la satisfacción del cliente

Las empresas en general deben plantearse objetivos, los mismos que se deben de cumplir a corto o largo plazo y en caso de que no se cumplan buscar la forma de corregir errores y llegar a la meta establecida. En este momento se puede aplicar indicadores que ayuden a mejorar la calidad del servicio y lograr alcanzar las metas en la empresa.

Los indicadores de satisfacción del cliente son utilizados por la empresa porque miden la satisfacción del cliente con respecto al servicio o producto adquirido por ellos. El indicador es la relación que resulta entre dos o más datos para medir de forma cualitativa y cuantitativa una eventualidad del servicio para poder corregir y satisfacer al cliente. (García, 2015) (p. 82).

Los indicadores, deben medir la satisfacción del cliente, se debe lograr aplicar estos para medir la calidad en la atención, y por tanto se mejoren la atención de los recursos humanos de la empresa, estos son:

Tiempo en espera: este debe ser establecido para los clientes, de tal forma que se realicen los servicios en el tiempo indicado, sin pérdida de tiempo para las partes.

Grado de fidelidad del producto: este depende de la debida atención que se brinde al cliente y la calidad con que se atiende a los clientes.

Los reclamos: se espera que estos no existen y si los hay sean atendidos de manera eficaz y se solucionen los problemas presentados para que el cliente este satisfecho con el producto.

Defectos: esto tiene que ver con el producto entregado o el servicio brindado, no debe tener defecto y si fuera ese el caso hacer la reposición

respectiva con un nuevo equipo y restableciendo el servicio con calidad del mismo.

Cumplir con lo acordado: de tal manera que no haya inconvenientes ni malestar del cliente al cumplir con la entrega del equipo o instalación del servicio.

(López, 2017) “Un claro indicador ayuda a medir al cliente y obtener respuestas satisfactorias a sus reclamos, de esta manera se mejoran los procesos del servicio al cliente propiamente dicho” (p.41). Los indicadores según el autor son la señal para conocer los reclamos y solucionarlos oportunamente.

Los indicadores que se utilizan para medir la satisfacción al cliente son los siguientes:

Indicador de calidad: Es la búsqueda de satisfacción del cliente por parte del empleado de la empresa, el mismo que debe superar el 85% para ser considerado que se ha cumplido con la necesidad del cliente.

Indicador de Satisfacción: Esta señala el número de clientes que se ha atendido por algún tipo de dificultades que se presentan con el servicio o producto que haya adquirido en la empresa.

Indicador de retención de clientes: Este hace un promedio de los clientes que cancelan el servicio y los clientes que solicitan la instalación del servicio.

Indicador de autosuficiencia: Este indicador señala como se mide la referencia de los clientes hacia la empresa, lo que induce al agente a superar su propio record.

Indicador de costo de atención: Es cuando la empresa debe realizar acciones para escoger el mejor canal para llegar al cliente a un bajo costo.

Indicador de rotación del personal: Es una estrategia de la empresa que mide las veces que los empleados ingresan y se retiran de ella, de tal forma hay que tomar medidas para bajar tal rotación.

Servicio Técnico

El servicio técnico es realmente la imagen de la empresa frente a sus clientes, de él depende la fidelidad de los clientes, porque este no solo realiza el mantenimiento o repara algún desperfecto del servicio está en contacto directo con el cliente, por tanto es indispensable que este servicio llegue a la hora y efectúe su trabajo con eficacia.

Servicio técnico es el conjunto de acciones realizada por los especialistas con la finalidad de resolver problemas del servicio o equipo, este debe estar definido de acuerdo a la necesidad del cliente, este debe estar capacitado para brindar un excelente servicio de esta manera mejorar la eficiencia y reducir costos. (Partida, 2016) (p.103)

El servicio técnico según el autor debe resolver no solo los problemas que se le presentan al cliente, sino también tener una buena actitud ya que tendrá contacto directo para preguntarle al cliente sobre las necesidades y las características del servicio que está utilizando y poderlo ayudar en todas las dificultades que se le haya presentado. Por lo expuesto se sugiere una encuesta de satisfacción con respecto al servicio técnico, con la encuesta se evalúa el soporte técnico, lo que le permitirá brindar un mejor servicio y detectar la opinión del cliente.

Beneficios del servicio técnico

El servicio técnico es un soporte para la empresa importante, de él depende la satisfacción del cliente, porque mantiene la presencia física y contacto con el cliente. Actualmente la informática ofrece brindar un soporte por teléfono basados en el internet y las telecomunicaciones, esto da la pauta de tener profesionales especializados y en continua capacitación para actualizar sus conocimientos.

El más grande beneficio es la informática, ya sea a través de Help Desk o a través de una asistencia técnica in-situ, donde el cliente cuente con asesoramiento informático y una atención personalizada con conocimientos actuales y precisos, conociendo además los últimos servicios, avances y soluciones. (Vallejo Lopez , 2018) (p.68)

Para el autor un beneficio que ofrece el servicio técnico, es tener el profesional adecuado para dicho trabajo, tener un equipo técnico capacitado para resolver los problemas que se le presenten a los clientes de manera eficaz.

Estructura del servicio técnico

La efectividad del manejo del servicio depende de la estructura de cuentas creada por usted. La estructura ideal presupone una jerarquía clara. Abajo se dan unas recomendaciones que le ayudarán a comprender las peculiaridades de la jerarquización de cuentas. La comprensión de estas peculiaridades le permitirá construir más tarde una estructura correcta que corresponda a las necesidades de su negocio.

Antecedentes de la satisfacción de usuarios

“Para tener una idea de cuando inicia la satisfacción al cliente no transporta a la evaluación del servicio que se brinda al cliente, la evaluación permite conocer las falencias que presentan la satisfacción del cliente”. (Eslava, 2013) (p. 72). Por tanto el autor indica que todo servicio al cliente debe ser evaluado para conocer el nivel de satisfacción del usuario.

El tema de evaluación empieza a tratarse en la década de los sesenta del siglo XX e inicia con los estudios relacionados con la forma básica de las unidades de información cuya finalidad es la maximización del uso de la información.

“Nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar rendimiento percibido de un producto o servicio con sus experiencias, existen tres grados o niveles de satisfacción del cliente que son insatisfacción, satisfacción y complacencia”. (Koptler, 2016) (p.17). para el autor la actitud frente al uso del servicio o producto depende de la satisfacción que este brinde a su usuario. Los niveles de satisfacción dl usuario son:

Insatisfacción.- es el momento en que el cliente siente que el servicio o producto adquirido no cubre sus expectativas, es mas no cumple con sus necesidades.

Satisfacción.- es cuando el cliente o usuario del servicio está de acuerdo en las bondades que el servicio le presta y sus expectativas están cubiertas.

Complacencia.- se produce cuando el producto o servicio supera las expectativas que el cliente tiene sobre este.

Según estas apreciaciones el cliente puede decir que la satisfacción es lo que siente sobre las expectativas que este tiene del producto o servicio. Es la evaluación que hace el cliente sobre el producto o servicio, es decir refiere a la calidad en los servicios que se dé al cliente.

Tendencias metodológicas para realizar estudios de satisfacción de usuarios

La metodología para realizar estudios de satisfacción al cliente son modelos o técnicas que sirven para evaluar la satisfacción del usuario, entre los más utilizados tenemos:

Modelos teóricos

Teoría de la no confirmación de expectativas

Es aquel método extraído de la mercadotecnia, en la que el cliente cumple o no con las expectativas que tenía con respecto del servicio o producto adquirido, este compara las expectativas de calidad con la experiencia real de consumo. Cuando la actuación del producto o servicio es mayor que las expectativas, resulta una no confirmación positiva o satisfacción; cuando es menor es una no confirmación negativa o insatisfacción.

“Para esta teoría la actuación de servicio se la puede definir como la percepción subjetiva del cliente acerca de la calidad del producto o servicio después de ser consumido”. (Shi & Jurkat, 2015) (p.57). Es la forma de medir aspectos de calidad y la forma como se ha medido hasta la actualidad son las encuestas.

a) Descontento Potencial.- son las quejas o reclamos que el cliente hace sobre el producto o servicio que adquirió ya que no cumple con las

expectativas de sus necesidades. Se han diferenciado dos tipos de descontentos el externo, donde el cliente hace extensiva su queja para lograr una solución al problema, el potencial, es cuando el cliente no está satisfecho pero no reclama porque piensa que no será ayudado en su reclamo, o porque es muy complicado hacer los reclamos respectivos.

b) Análisis de disponibilidad.- Es realizar una observación de que los recursos estén disponibles al momento de que surja un reclamo y lograra atender el reclamo de manera oportuna, aquí es importante medir los desempeños de adquisición, circulación y el usuario, de tal manera que las demandas sean satisfactorias para los clientes.

c) Medición de la calidad percibida.- Aquí intervienen los sentidos, para lograr la calidad del servicio, esta se fundamenta en la evaluación de desempeño en múltiples niveles para tener una idea global de la calidad del servicio.

Métodos, técnicas e instrumentos de medida

Los instrumentos de medida han sido utilizados son cualitativas, la encuesta es el principal instrumento, en cuanto a los métodos utilizados el que se utiliza es el Delfos (Delphi), con la finalidad de generar proyecciones para resolver problemas futuras.

El método Delfos, no es un método para grupos creativos, porque los participantes no llegan a constituir, como tal un grupo de trabajo, aunque es necesaria la participación de varias personas, es utilizado en marketing y prospectiva para anticiparse las tendencias del futuro. Una gran ventaja no se realiza con la conformación formal de un grupo ya que no se reúnen las personas que intervienen en ella. (Norman C. Dalkey, 2015) (p.283)

Para el autor este método Delfos, se utiliza para conocer la satisfacción del cliente, con él se detectan los factores que influyen en la calidad de los servicios, permite pronosticar transformaciones que pueden ser cambiado en el transcurso del tiempo.

Se supone que los métodos para abordar el fenómeno de la satisfacción deben estar direccionados hacia lo cualitativo, por tanto se presentan algunas técnicas de tipo cualitativo que se pueden seguir:

Incidente crítico: aquí se recolecta información necesaria de situaciones específicas, estas corresponden a incidentes críticos, teniendo en cuenta que el incidente es cualquier actividad humana que haga inferencia de las personas que hagan el acto claro al observador y en donde sus consecuencias sean definidas como para dejar dudas acerca de sus efectos.

“Los datos se recolectan utilizando un cuestionario generalmente con preguntas abiertas, una entrevista o un ensayo amplio y descriptivo, estos instrumentos deben aplicarse inmediatamente después que un incidente haya ocurrido” (Hernández Salazar, 2011) (p. 38). Según el autor los datos pueden ser recolectados en encuestas para conocer ampliamente el criterio de los clientes.

Grupo Focal: Esta es una técnica, donde la opinión es de un grupo pequeño específico de sujetos, que ayuda a una investigación cualitativa cuya finalidad es obtener datos por medio de la percepción, sentimientos, actitudes de las personas que intervienen en el debate.

“El grupo focal es una técnica los entrevistados hablan en su propio lenguaje, desde su propia estructura y conceptos, a la vez son animados para seguir sus prioridades en términos propios” (Hamui-Sutton & Varela-

Ruiz, 2015) (p.27). El grupo focal es una técnica donde realizan una forma de entrevista sobre un tema determinado, desde su propia estructura.

Análisis de contenido: Es una técnica fundamentada en un mensaje, que puede ser visual, auditivo o audiovisual, para ser cuantificada y analizadas, dando como resultado inferencias que permiten acomodar un sistema o servicio de información.

Debate en grupos de interés: Es una técnica de comunicación verbal, donde se puede exponer un tema y una problemática, en esta técnica existe un modelador, un secretario y un público que actúe activamente en el debate, aquí no se logra llegar a soluciones solo se aportan sugerencias y argumentos.

Simulación de uso: Es un simulacro de la atención al cliente con el ánimo de probar el nivel de satisfacción que tenga el cliente y observar cómo se maneja el técnico de servicio al usuario.

Gestión de reclamaciones: Es importante promover los reclamos entre los clientes de tal forma que estos se envíen por diferentes medios y de esta forma analizarlos para mejorar la gestión, esta estrategia es útil para conocer las dificultades o problemas que se han presentado en el servicio obtenido y lograr la satisfacción del cliente.

Antecedentes referenciales

Según el autor (Garrido Oballos, 2011), en su tesis de grado titulada “Sistema de Control Interno en el Área de Caja del Instituto Universitario Tecnológico de Ejido” de la Universidad de los Andes de la ciudad de Mérida - Venezuela, hace el siguiente análisis:

La realización de un sistema de control interno para mejorar los procesos administrativos de control, para lo cual concluye que el área de caja es un área altamente funcional es decir que posee un tráfico de información considerable lo cual la convierte en un área importante que se debe tomar en cuenta para solucionar problemas potenciales que se presentan en la empresa esta propuesta contribuye a que se disminuya la pérdida de tiempo ayudando a optimizar el desarrollo de sus actividades mediante la aplicación de un sistema automatizado que maneje el control interno del área mencionada.

Según los autores (Pozzo Rodelo & Barrios Barrios , 2014), en su trabajo de investigación denominado “Diseño de un sistema de control interno en la empresa prestadora de servicios Hoteleros Ecoturísticos Nativas”, realizado en la ciudad de Cartagena de Indias en Colombia, cuyo objetivo general fue diseñar un sistema de control para la empresa prestadora de servicios hoteleros que permitirá una mejor vigilancia de las actividades contables y financieras, llegando a la siguiente conclusión de que el control interno es una herramienta fundamental para alcanzar los objetivos trazados por la empresa.

Para la autora (Paiva Acuña, 2013), en su trabajo de investigación publicado en la revista científica de FAREM, titulado: “Control interno y su incidencia en la rentabilidad de la empresa cobros del norte S.A”, realizada en la ciudad de Managua en Nicaragua, cuyo objetivo principal fue enfocar una visión clara del proceso administrativo y contable, de las funciones de cada empleado de la empresa, con el objetivo de mejorar las debilidades de la misma, con lo cual se pudo concluir que en lo que respecta al área de control se encontró una mala segregación de funciones lo que provoca que no se detecten errores involuntarios exponiéndose a actos ilícitos por parte de los empleados, por lo cual se recomienda establecer políticas de control interno para mejorar su desempeño.

Según las autoras (Guzman Coello & Vera Rodriguez, El control interno como parte de la gestion administrativa y financiera de los centros de atencion y cuidado diario., 2015), en su tesis de grado titulada “El control interno como parte de la gestión administrativa y financiera de los centros de atención y cuidado diario. Caso: Centro de atención y cuidado diario el Pedregal de Guayaquil” de la Universidad Politécnica Salesiana sede Guayaquil, hace el siguiente análisis:

Luego de analizar la incidencia del control interno en la gestión administrativa financiera de los centros de atención ciudadana diaria, a través de principios normas y procedimientos de verificación de gestión, para garantizar que se cumplan cada uno de los procesos de acuerdo a la misión del centro de atención, se determina la siguiente conclusión: Sugerir analizar cada uno de los procesos de control interno en la asignación de recursos, por ello se recomienda realizar la implementación de un sistema de control interno actualizado y ajustado a las necesidades actuales.

(Guzman Coello & Vera Rodriguez, 2015) En su tesis de grado: “El control interno como parte de la gestión administrativa y financiera de los centros de atención y cuidado diario el Pedregal de Guayaquil” menciona que: Los entes reguladores supervisan el servicio y la infraestructura, es decir que se han cerrado algunos establecimientos por no cumplir con requisitos principales, pero el presente trabajo va más allá de la estructura y los espacios, se direcciona a la gestión administrativa-financiera, que no existe en este centro, en donde el control interno, podría mejorar los resultados propuestos y los optimizaría. Esta consecución de factores de control interno se inician en la gestión administrativa y financiera se desarrolla a través del análisis de los procesos del centro de atención, definiendo estrategias que optimicen los resultados.

En el fragmento del resumen de la tesis citada en el párrafo anterior, nos permite conocer que el control interno es utilizado en cualquier área de la empresa, con la finalidad de mejorar los procesos administrativos para mantener un control adecuado de cada una de las áreas de la empresa, lo que permite concluir que el uso adecuado de control interno en el presente trabajo, permitirá identificar todas las falencias en la atención al cliente de la empresa Tele-Red.

(Ramos Calle, 2015) En su tesis de grado: “Diseño del sistema de control interno en la empresa ab optical de la ciudad de Loja” de la Universidad Nacional de Loja, refiere que: Analizar el Sistema de Control Interno es una tarea que cobra especial relevancia en todas las organizaciones no solo para el fortalecimiento de la gestión sino para la identificación de posibles puntos que necesiten mejora. Es clara la premisa de que el Control Interno es un curso de acción para la consecución de los objetivos de las empresas, promover el ordenamiento de los procesos, controlar las desviaciones de las tareas y los principios de la organización y para retroalimentar y fortalecer la gestión de calidad, eficiencia y eficacia que se traducirá en mejor prestación de servicios. Es en este contexto que la presente investigación y la propuesta que en ella se desarrolla tienen como propósito contribuir a la mejora del funcionamiento administrativo y financiero con un “Diseño del Sistema de Control Interno en la empresa AB OPTICAL de la ciudad de Loja” con la finalidad de mejorar la gestión.

Del fragmento de la tesis citada, se puede concluir que el control interno eficaz dentro de cada una de las áreas de la empresa, dará como objetivo que se cumplan los objetivos y se mantengan estándares de calidad y satisfacción de la empresa hacia sus clientes.

(Jaramillo Gonzáles, 2013) Señala que “El entorno de control determina las pautas de comportamiento en la organización e influye en el

nivel de concienciación del personal respecto del control”. Esta conceptualización del autor con respecto al entorno de control, muestra cómo actuar en todas las áreas de la empresa y como se debe desarrollar nuestra conducta en estos ambiente para lograr mejorar los niveles de productividad en cada puesto de la empresa.

Teorías de la Gestión de las empresas

Toda empresa debe llevar a cabo una gestión de calidad para optimizar la eficiencia de sus procesos, esto ayudara a elevar las ganancias o rentabilidad de la misma. Los sistemas de gestión de calidad capacitan a los empleados para preocuparse en la voz del cliente como estrategia para ofrecer un servicio de calidad a tiempo a los usuarios.

La Gestión tiene principios básicos específicos para cada empresa u organización, es decir debe servir para la empresa que fue creada, la gestión se sustenta en el trabajo de los empleados, en el trabajo en equipo para lograr resultados. Es la actividad empresarial que busca mejorar la productividad y por tanto la competitividad del negocio. (Eslava, 2013) (p. 157)

Para el autor la gestión es una organización que utilizan modelos que mejora los procesos, exigen a los empleados mayor eficiencia, consiguen que los empleados sean proactivos, los clientes son satisfechos.

“La gestión se apoya y funciona a través de equipos de trabajo, para lograr sus objetivos, por lo general escogen a empleados eficientes para encargarse de puestos de responsabilidad sino lo pueden hacer se cambia hasta alcanzar los resultados esperados” (Rubio Dominguez, 2015). Para el autor es importante que la gestión este articulada con todos los

empleados con la finalidad de que se pueda poner en marcha el modelo escogido para dicha gestión.

Gestión de Calidad

Es el producto o conjunto de acciones que efectúa la empresa con el objetivo de mejorar la calidad en la entrega de un servicio. Las estrategias que se utilizan obedecen a un modelo con acciones integradas para la completa organización de la empresa, con esta gestión se logra optimizar las labores de los empleados y trabajadores en general, este desempeño debe reflejarse en la satisfacción del cliente.

El sistema de gestión de calidad es una herramienta que se utiliza a la hora de planificar, coordinar y ejecutar acciones que fomenten mejorar los procesos de una empresa, es importante conocer los elementos claves de cada proceso, en los recursos humanos recae la responsabilidad de monitorear la ejecución de los procesos. (García, 2015) (p.41)

La gestión de calidad para el autor es el conjunto de acciones que debe cumplir la empresa con la ayuda de su personal de trabajo para aumentar la rentabilidad.

La calidad surge en los primeros momentos, como un sistema de gestión empresarial vinculada a la producción, cuyo objetivo era optimizar los productos o servicios, para abaratar costos manteniendo la calidad del servicio, esta propuesta inicia en la evolución del desarrollo económico como la necesidad de tener un cliente satisfecho. (Teruel Cabrero, y otros, 2016) (104)

La calidad para el autor no es otra cosa que entregar un producto o servicio que cumpla con las expectativas de los usuarios, esto se debe mantener para aumentar rentabilidad en la empresa.

“La calidad se define como la adecuación al uso, al diseño del producto o servicio y la medición del grado en que el producto es conforme con dicho diseño” (Gryna, 2014) (p.316). Para el autor la calidad es las características potenciales de un servicio para satisfacer al cliente con diseños específicos propios de cada empresa.

“La calidad no cuesta, lo que cuesta son las propiedades que no tiene el servicio o producto, la calidad son los requisitos que debe tener el servicio o producto cuya motivación es alcanzar la cifra de cero defecto” (Crosby, 2016) (p.160). Para el autor la calidad es la optimización del producto para aumentar la rentabilidad a bajo costo.

Importancia de la calidad

La calidad actualmente es un elemento indispensable en cualquier negocio para mantenerse en el mercado competitivo de todos los productos, este nivel de calidad es decisivo para estar encaminado al éxito de la empresa.

La calidad es una forma de vida, esta filosofía debe estar encaminada hacia un desarrollo económico saludable para toda empresa, para esto es necesario se determinan algunos objetivos de las empresas, entre estos está el ahorro, mayor rendimiento de inversión, ganar fidelidad, aumentar la rentabilidad, superar la competencia.

Es importante que la empresa garantice la calidad de los productos en el mundo actual con tanta competitividad del mercado, la satisfacción del cliente hace la diferencia entre las empresas, es indispensable a la hora

de negociar con el cliente. La calidad es el requisito para que el cliente venga por otro producto o que se mantenga con el servicio ofrecido, por la calidad es sinónimo de satisfacción, una vez que exista calidad en una empresa existe la seguridad de mantener a los clientes con el servicio requerido.

Lo que se hace para ofrecer productos y servicios de calidad es conocer la necesidad del cliente, que van a consumir y desde un principio conociendo el producto, ofrecerlo técnicamente perfecto, con un servicio y trato inmejorable y ajustando los precios tanto para el cliente como para la empresa. (Chiavenato, 2016) (p.71)

Para el autor la calidad está garantizada en una empresa y debe estar al servicio de los clientes, de tal manera que los clientes vuelvan a adquirir el producto o servicio y de esta forma satisfacer al cliente.

Principios de gestión de la calidad

Un sistema de gestión de calidad (certificado o no), debe estar documentado con un manual de calidad y con procedimientos e instrucciones técnicas y debe revisarse su cumplimiento a través de auditorías. Debe contemplar todos aquellos aspectos que tengan incidencia en la calidad final del producto o servicio que presta la organización. (iso9001calidad, 2013)

La gestión de calidad debe estar fundamentada en principios que deben cumplir los productos o servicios, que garantice la fidelidad de los clientes. A continuación se detallan los principios de la gestión de la calidad:

- **Enfoque al cliente:** Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deben entender sus necesidades actuales y futuras, cumplir con

los requerimientos del cliente y tratar de, no solo alcanzar, sino exceder sus expectativas.

- **Liderazgo:** Los líderes crean el ambiente en el cual las personas pueden involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.
- **Implicación de todo el personal:** Las personas, a todos los niveles, son la esencia de una organización y su total implicación permite que utilicen sus habilidades en beneficio de esta.
- **Enfoque de proceso:** Un resultado deseado se logra más eficientemente cuando los recursos relacionados y las actividades se manejan como un proceso.
- **Enfoque de sistema a la gestión:** Identificando, entendiendo y manejando un sistema como procesos interrelacionados para lograr un objetivo dado, se contribuye a la efectividad y eficiencia de la organización.
- **Mejora continua:** La mejora continua debe ser un objetivo permanente de la organización.
- **Enfoque basado en hechos, para la toma de decisiones:** Las decisiones efectivas se basan en un análisis lógico e intuitivo de datos e información.
- **Relación de mutuo beneficio con proveedores:** La habilidad de la organización y sus proveedores de crear valor se incrementa por la relación de mutuo beneficio, en él se trata al proveedor como un socio más de la organización.

Fundamentación Legal

Constitución Política de la República del Ecuador (2008)

En el Art. 52 señala: “las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características”.

En el Art. 325 determina: “Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores”.

Según el Art. 326 numerales 5 y 6: “Establece el derecho de los ecuatorianos a desarrollar actividades laborales en un ambiente adecuado que garantice la salud, integridad, seguridad, higiene y bienestar, y que toda persona rehabilitada después de un accidente de trabajo enfermedad, será reintegrada al trabajo y mantener la relación laboral”.

Ley Orgánica de Servicio Público (2010)

Establece en el Art. 76 que el: “Subsistema de evaluación del desempeño.- es el conjunto de normas, técnicas, métodos, protocolos y procedimientos armonizados, justos, transparentes, imparciales y libres de arbitrariedades que sistemáticamente se orienta a evaluar bajo parámetros objetivos acordes con las funciones, responsabilidades y perfiles del puesto.

La evaluación se fundamentara en indicadores cuantitativos/ cualitativos de gestión, encaminados a impulsar la consecución de los fines y propósitos institucionales, el desarrollo de los servidores públicos y el mejoramiento continuo de la calidad del servicio público prestado por todas las entidades, institucionales, organismos o personas jurídicas señaladas ”.

Políticas

11.2 impulsar la actividad de pequeñas y medianas unidades económicas asociativas y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan.

11.3 impulsar las condiciones productivas necesarias para alcanzar la soberanía alimentaria.

11.7 promover condiciones adecuadas para el comercio interno e internacional, considerando especialmente sus interrelaciones con la producción y con las condiciones de vida.

11.10 promover cambios en los patrones de consumo a fin de reducir su componente importado y suntuario, generalizar hábitos saludables y prácticas solidarias, social y ambientalmente responsables.

Plan Nacional del Buen Vivir (2013)

El plan nacional del buen vivir es la forma de vida que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental armonía, igualdad, equidad y solidaridad.

Objetivo 4. Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.

Se propone el establecimiento de una formación integral de alcanzar la sociedad socialista del conocimiento.

Ello nos permitirá dar el salto de una economía de recursos (materiales) a la economía del recurso infinito: el conocimiento.

Es preciso centrar los esfuerzos para garantizar a todos el derecho a la educación, bajo condiciones de calidad y equidad, teniendo como centro al ser humano y el territorio.

Fortaleceremos el rol del conocimiento, promoviendo la investigación científica y tecnológica responsable con la sociedad y con la naturaleza.

Objetivo 9: Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.

Política: 9.3. Profundizar el acceso a condiciones dignas para el trabajo la reducción progresiva de la informalidad y garantizar el cumplimiento de los derechos laborales.

Objetivo 10. La motivación para impulsar la transformación de la matriz productiva

Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen.

Se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada.

Variables de la investigación

- **Variable independiente:** Respuesta del servicio al cliente.

La noción de soporte se utiliza para nombrar a algo que brinda un respaldo, que puede ser físico o simbólico. Lo técnico, por otra parte, se asocia a aquello que se aplica en la ciencia o una disciplina de diferente índole. (Gómez, 2016) (p.12)

Entonces se puede definir al área de atención al cliente técnico como: El departamento que está dentro de la empresa, el cual se encarga de atender a los clientes que necesitan asesoría técnica y reclamos o consultas por los servicios o productos que brinda Tele-Red.

- **Variable dependiente:** Satisfacción de los usuarios

Sobre la definición de satisfacción a usuario, el autor Vogt (2004), en su libro: El usuario es lo primero, la satisfacción del usuario como prioridad en la gestión, indica lo siguiente:

“Es el resultado de un proceso permanente de comparación entre la experiencia y las percepciones subjetivas, en un lado, y los objetivos y las expectativas, en el otro.” (VOGT, 2014) (p.27). Para el autor la satisfacción del usuario es indispensable para el éxito de la empresa, esto quiere decir que ha cubierto sus expectativas.

Definiciones Conceptuales

Administrar: Fayol define el acto de administrar como planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar. (Chiavenato, 2016)

Planeación: avizorar el futuro y trazar el programa de acción. (Chiavenato, 2016)

Organización: construir las estructuras material y social de la empresa. (Chiavenato, 2016)

Dirección: guiar y orientar al personal. (Chiavenato, 2016)

Coordinación: enlazar, unir y armonizar todos los actos y esfuerzos colectivos. (Chiavenato, 2016)

Control: verificar que todo suceda de acuerdo con las reglas establecidas y las órdenes dadas. (Chiavenato, 2016)

Jerarquía: es el conjunto de niveles de autoridad que existen en una organización formal. (Chiavenato, 2016)

Organización: desde el punto de vista de la función administrativa, es aquella que constituye el organismo material y social de la empresa. Desde el punto de vista de la entidad social, constituye el conjunto a personas que interactúan entre sí para alcanzar objetivos específicos. (Chiavenato, 2016)

Organización formal: es el nombre que se le da a la organización oficialmente adoptada por la empresa y que se muestra en el organigrama. (Chiavenato, 2016)

Proceso administrativo: es el nombre que se le da al conjunto de funciones administrativas, incluyendo la planeación, la organización, la dirección y el control. (Chiavenato, 2016)

Responsabilidad: significa el deber de una persona de dar cuentas a su superior. (Chiavenato, 2016)

Comunicación: es el conjunto de informaciones entre: individuos. Significa hacer común un mensaje. (Chiavenato, 2016)

Motivación: se refieren las fuerzas dentro de cada persona que la conduce hacia un determinado comportamiento. (Chiavenato, 2016)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Datos de la Empresa

Nombre de la Empresa: Tele-Red Telecomunicaciones y Redes S.A

Dirección: Urdesa Central, Bálsamos Norte 323, entre segunda y cuarta peatonal.

Nombre de Comercial: Tele-Red

Fecha de Constitución: 6 de enero del 2004

Registro Único de Contribuyente: 0992334061001

Objeto Social: Compañía dedicada a brindar soluciones en telecomunicaciones y servicios IP

Visión:

Según la empresa Tele-Red en su página oficial define su cómo visión lo siguiente:

Las nuevas tecnologías tics están cambiando el modo en que se piensa con respecto a los que se comunica y que ayuda para hacer negocios, TELE-RED quiere continuar contribuyendo al desarrollo de las mismas y seguir innovando de la mano de su comunidad de clientes, proveedores y empleados.

Esto deberá permitir seguir creciendo de manera constante, para afianzarse como un referente en el sector, con una fuerte presencia internacional y diversificando la actividad hacia otras áreas emergentes donde pongamos en valor nuestros conocimientos y experiencia. (Tele-Red, 2019, pág. 1)

Misión:

Según (Tele-Red, 2019) define como misión lo siguiente:

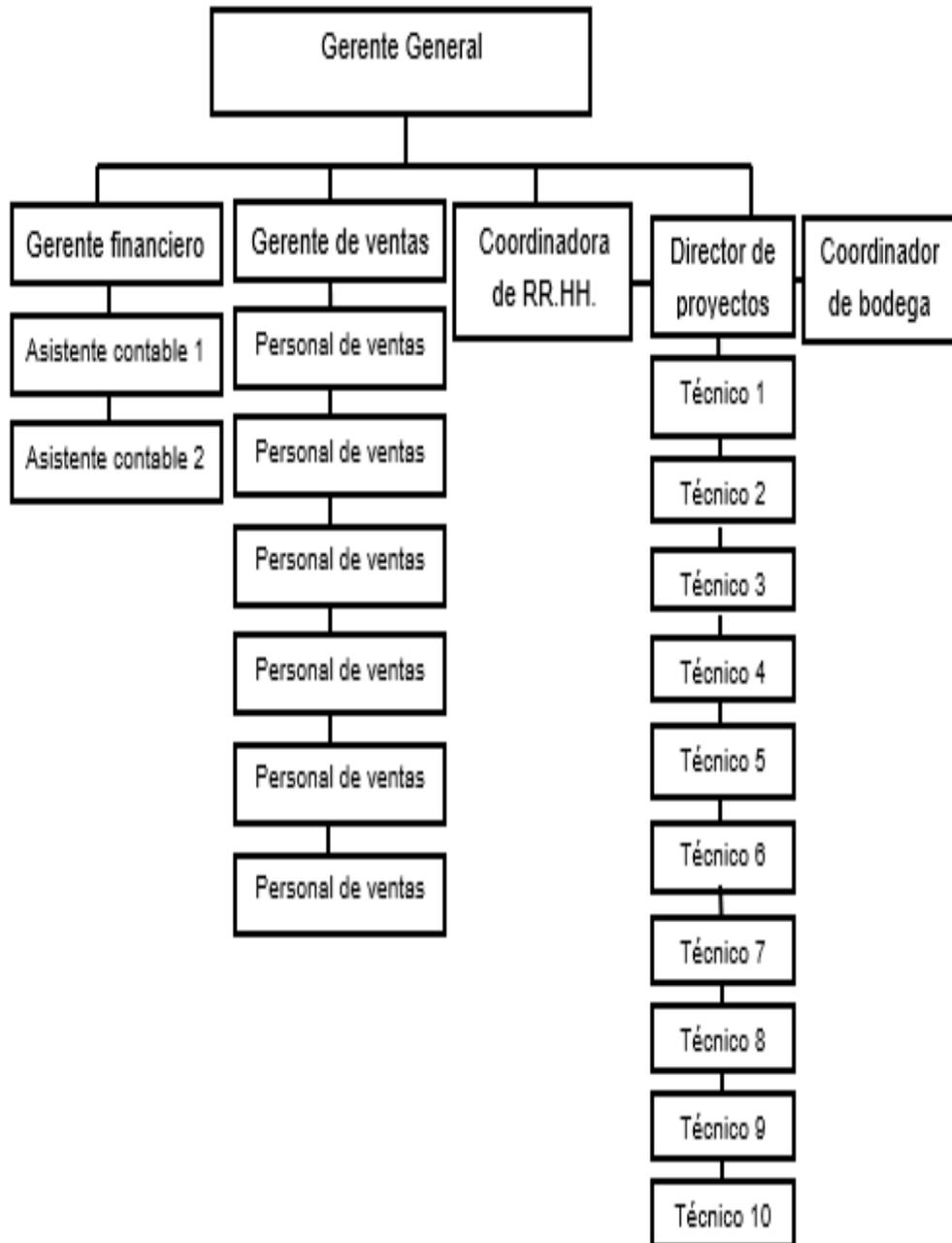
Desarrollar un proyecto empresarial, armonizado y personal basado en el compromiso, la innovación y con una constante vocación de servicio a nuestros clientes y proveedores.

Impulsar la participación y la integración de sus profesionales en la gestión y resultados, apostando por un modelo de gestión en constante revisión y mejora para garantizar un desarrollo sostenible que nos permita llegar a una posición de liderazgo. Todo ello, basado en la innovación y la formación para el desarrollo de las capacidades humanas y tecnológicas que nos permita liderar el mercado.

Logo de la empresa:



Organigrama de la empresa:



Descripción de actividades de los colaboradores

Gerente General: Conocer y resolver todas las necesidades de la empresa.

Gerente Financiero: Responsable de la parte económica de la empresa.

Gerente de Venta: Responsable de la parte de venta de los productos de la empresa, se encarga de las promociones, descuentos y publicidad de la empresa.

Coordinadora de Recursos Humanos: Se encarga de las nóminas de la empresa, contrataciones y revisiones del personal que labora en la empresa.

Director de proyectos: El responsable del uso de nuevas tecnologías, está encargado del personal técnico de la empresa.

Coordinador de bodega: Es el responsable de despacho de los productos de la empresa, se encarga del inventario de la empresa.

Asistente contable: Reporta al gerente financiero, se encarga de la parte operática de la contabilidad de la empresa.

Personal de ventas: Son los encargados de realizar las ventas y dar a conocer los productos y servicios con que cuenta la empresa, existen vendedores de oficina y vendedores externos.

Técnicos: Son los encargados de atender a los clientes para solventar dudas de funcionamiento, atender las quejas por productos defectuosos y atenderlos por garantía.

Diseño de la investigación

El diseño de una investigación es el plan que lleva quien realiza el estudio de un tema específico, de esta forma podrá responder las preguntas directrices.

“Se refiere a la estrategia que todo investigador tiene para lograr responder al problema, dificultad o inconveniente en el estudio” (Palella y Martins, 2014) (p.80). De acuerdo con el autor la investigación se fundamenta en el diseño no experimental, ya que trabajo bajo las realidades del hecho y sus características principales es presentar una interpretación correcta.

“El diseño no experimental corresponde a la dimensión temporal o al número de momentos en el tiempo en los cuales se recolectan datos” (Hernández, Collado , & Batista, 2015)(p.41). Para el autor este tipo de diseño manipula intencionalmente las variables en este caso la respuesta del servicio al cliente y satisfacción de los usuarios.

Tipos de la investigación

Para el siguiente trabajo se recomienda la investigación diagnóstica y exploratoria.

Investigación diagnóstica

Es el estudio cuyo objetivo es analizar situación determinada de forma profunda, lo que ayudara a tomar decisiones, detalla los datos de estudio para conocer sus causas. Es la que se realiza antes realmente de comenzar la investigación propiamente dicha.

La investigación diagnóstica es la que se realiza mediante fuentes bibliográficas, es decir documentos de cualquier especie, este tipo de investigación identifica factores que intervienen en un escenario dado para poder generar una idea global del contexto del objeto de estudio. (Behar Rivero, 2015) (p. 20-21)

Para el autor la investigación diagnóstica ayuda a conocer los hechos sobresalientes consultados en documentos de diferentes fuentes, para poder analizar situaciones determinadas.

Investigación exploratoria

Este tipo de investigación es la que se utiliza para conocer el contexto del problema, el objetivo principal es localizar todas las pruebas relacionadas con el problema a investigar.

“La investigación exploratoria persigue una aproximación a una situación o problema. Se desarrolla cuando los investigadores no tienen conocimientos profundos de los problemas que se está estudiando” (Chávez, 2014) (p.52)

Población y Muestra

Población

Es el conjunto de personas o elementos que intervienen en la investigación, estas pueden ser personas u otros elementos a investigar.

“La población es el conjunto de personas que reciben algunas características o propiedades comunes que se van a estudiar” (Gallego, Isern, & Segura, 2016) Para el autor la población son las personas en este

caso los clientes y trabajadores de la empresa Tele-Red Telecomunicaciones y Redes S.A

Población Finita: “Agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran, donde existe un registro documental de estas unidades”. (Fidias Arias, 2016) (p.42)

La población que se utilizará para la presente investigación es de 10 colaboradores de la empresa Tele-Red de varios niveles jerárquicos, por tal razón la población a utilizar es finita.

Tabla 2 Detalle de Población

Población	Cantidad
Gerente	1
Supervisor Servicio cliente	1
Técnicos	3
Clientes	5
Total	10

Nota: Autora R. Martínez

Muestra

La muestra es una parte de la población que se tomara en cuenta para realizar las encuestas que se analizaran para proponer una propuesta que solucione el problema.

“Es el subconjunto de personas que se eligen al azar para el estudio, es el subconjunto de la población que ayuda a conocer sobre el tema y dichos resultados ayudan a la investigación” (Gallego, Isern, & Segura, 2016) Para la presente investigación no es necesario extraer ningún tipo de

muestra, porque la población es muy pequeña por tratarse de una microempresa. Por lo antes mencionado se concluye que la muestra es del mismo tamaño de la población.

Técnicas e instrumentos de la investigación

Tabla 3 Técnicas e instrumentos de la investigación

Técnicas	Instrumentos
Encuesta	Cuestionario
Entrevista	Formulario

Elaborado por: Rosalía Martínez

Encuesta

La encuesta es un instrumento para obtener información estructurado, lo que puede influir en la información recogida, se aplica a la muestra de la investigación.

“Es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador, para ello un listado de preguntas escritas” (Hamui-Sutton & Varela-Ruiz, 2015) (p.28)

Tipos de encuestas según las preguntas

No estructurada – abierta

Son aquellas que permiten a la persona encuestada tener la libertad de responder libremente las preguntas realizadas. El objetivo de este tipo de preguntas es obtener la mayor cantidad de información, su principal desventaja es lo difícil de cuantificar, por tal razón se deben interpretar las respuestas.

Estructurada – cerrada

Preguntas cerradas dicotomía: Son aquellas en las que existen únicamente dos variables: Si o No.

Preguntas cerradas de elección múltiple: Este tipo de cuestionamientos tienen varias opciones de respuestas, es decir se puede limitar a responder “Si o No” o por el contrario se pueden encontrar algunas variables de respuesta de acuerdo a la pregunta que se esté desarrollando.

Entrevista

La entrevista como: Un intercambio verbal, que nos ayuda a reunir datos durante un encuentro, de carácter privado y cordial, donde una persona se dirige a otra y cuenta su historia, da su versión de los hechos y responde a preguntas relacionadas con un problema específico. (Acebedo & Alba, 2006) (p.29)

Por lo descrito en el párrafo anterior se puede definir una entrevista a un diálogo entre dos o más personas, de algún hecho en particular, donde el entrevistado da su versión de los hechos según las preguntas formuladas por el entrevistador.

Procedimiento de la Investigación

Para la presente investigación se utilizará las técnicas de encuesta y entrevistas.

Encuesta a los trabajadores

Se realizará cuestionario con siete preguntas enfocadas a la investigación de identificar los problemas por los cuales se demoran en los

tiempos de atención a los clientes, se aceptará respuestas de tipo cerradas de elección múltiple.

Entrevista al Gerente

Se realizará un formulario con cinco preguntas, se permitirá que las respuestas sean de manera abierta, es decir que el Gerente tendrá la opción de manifestar su opinión verbal libremente.

CAPÍTULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS
Aplicación a las técnicas e instrumentos
Encuesta a colaboradores

1) ¿Conoce la misión, visión de la empresa?

Tabla 4 Misión y Visión

Opciones	Cantidad	Porcentajes
Desconocimiento	2	50%
Poco conocimiento	1	25%
Conocimiento	1	25%
Total	4	100%

Fuente: Colaboradores de servicio técnico Tele-Red

Elaborado: Rosalía Martínez

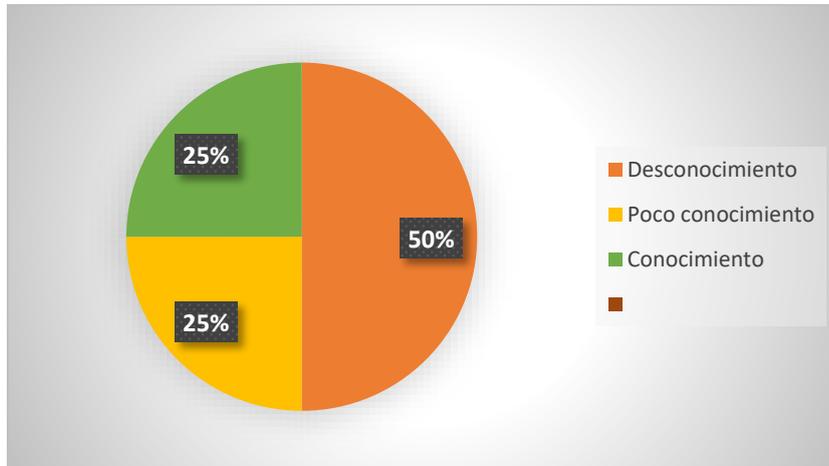


Gráfico 1 Misión y Visión

Fuente: Colaboradores de servicio técnico Tele-Red

Elaborado: Rosalía Martínez

Análisis

Según los datos de la encuesta realizada al personal técnico de la empresa Tele-Red, se puede evidenciar que existe un desconocimiento de los objetivos y hacia dónde quiere llegar la empresa.

2) ¿La empresa le ha facilitado guías para alcanzar objetivos, estrategias y nivel de satisfacción de los clientes?

Tabla 5 Facilidad de acceso a guías a seguir

Opciones	Cantidad	Porcentajes
Totalmente	1	25%
Parcialmente	2	50%
Medianamente	1	25%
Ninguna	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Colaboradores de servicio técnico Tele-Red

Elaborado: Rosalía Martínez

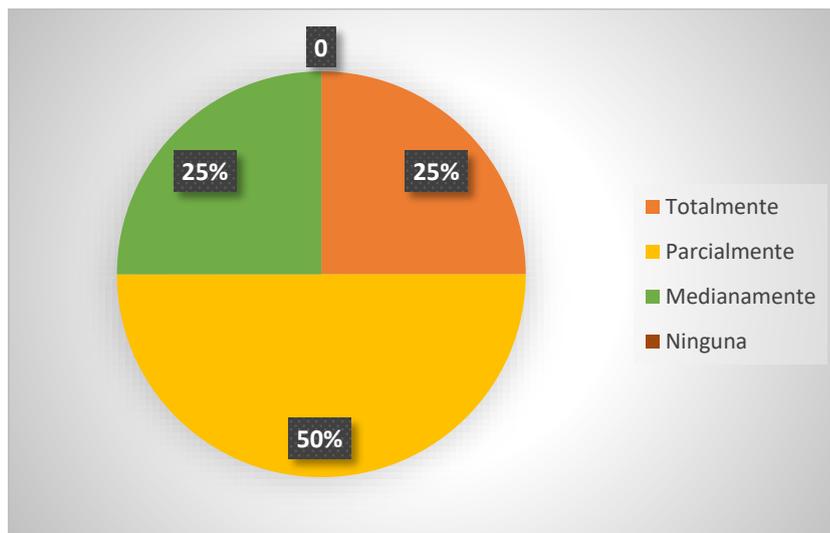


Gráfico 2 Facilidad de acceso a guías a seguir

Fuente: Colaboradores de servicio técnico Tele-Red

Elaborado: Rosalía Martínez

Análisis

Observando el gráfico se puede determinar que la empresa Tele-red no facilita manuales de actualización, ni políticas a seguir de atención a clientes al personal técnico de la empresa.

3) ¿Qué rol ocupa dentro de la empresa?

Tabla 6 Rol en la empresa

Opciones	Cantidad	Porcentajes
Jefe	0	0%
Supervisor	1	25%
Personal Técnico	3	75%
Otro	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Colaboradores de servicio técnico Tele-Red

Elaborado: Rosalía Martínez

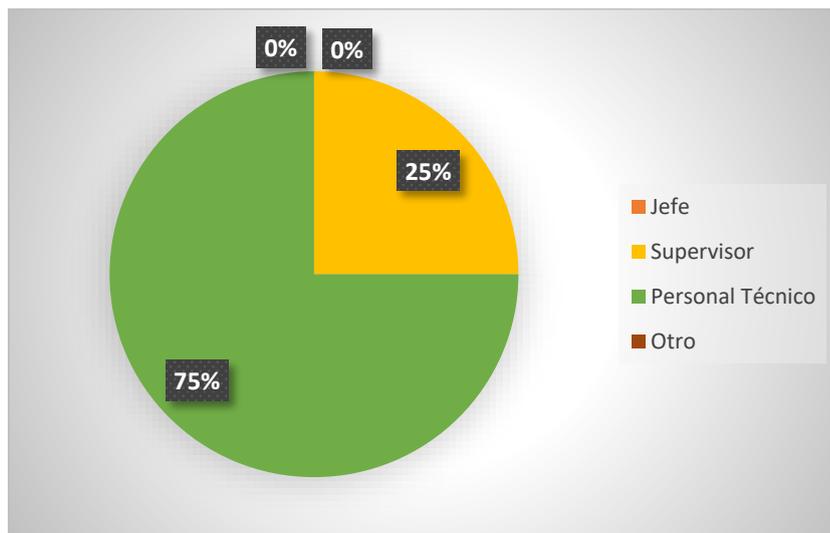


Gráfico 3 Rol en la empresa

Fuente: Colaboradores de servicio técnico Tele-Red

Elaborado: Rosalía Martínez

Análisis

Según la información que se evidencia en el gráfico, se pudo determinar que el área técnica de la empresa Tele-Red está conformada por 3 técnicos y 1 supervisor técnico.

4) ¿Tiene claras y establecidas las actividades que debe de cumplir como trabajador de la empresa?

Tabla 7 Rol en la empresa

Opciones	Cantidad	Porcentajes
Establecidas	3	75%
No establecidas	0	0%
Poco establecidas	1	25%
Total	4	100%

Fuente: Colaboradores de servicio técnico Tele-Red

Elaborado: Rosalía Martínez

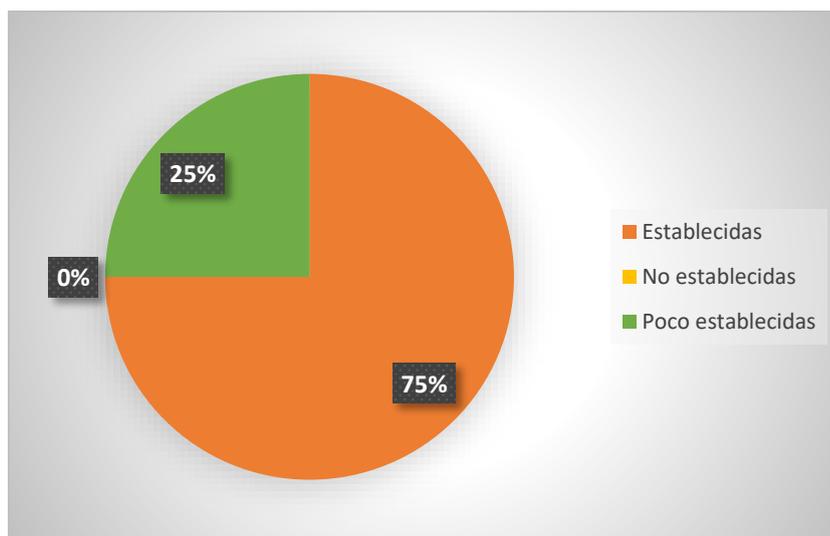


Gráfico 4 Rol en la empresa

Fuente: Colaboradores de servicio técnico Tele-Red

Elaborado: Rosalía Martínez

Análisis

Se pudo evidenciar que el 75% de los consultados creen tener claro todas las actividades que deben realizar dentro de la empresa y tan solo un 25% no está seguro si las actividades que desempeña sean las correctas o las únicas que deba seguir dentro de la empresa.

5) ¿Cuenta con las herramientas necesarias para cumplir satisfactoriamente su trabajo?

Tabla 8 Posee herramientas para el desempeño de su trabajo

Opciones	Cantidad	Porcentajes
Totalmente	0	0%
Medianamente	2	50%
Ninguna	2	50%
Total	4	100%

Fuente: Colaboradores de servicio técnico Tele-Red

Elaborado: Rosalía Martínez

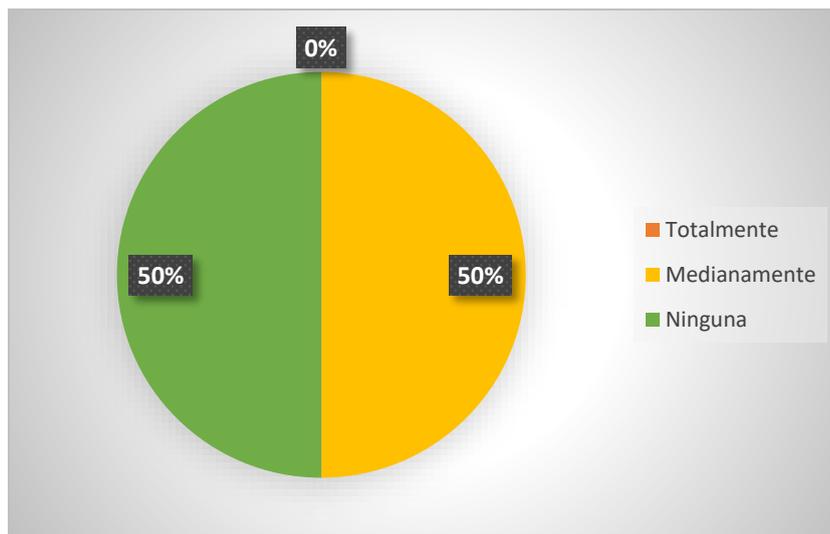


Gráfico 5 Posee herramientas para el desempeño de su trabajo

Fuente: Colaboradores de servicio técnico Tele-Red

Elaborado: Rosalía Martínez

Análisis

Según los resultados que presenta el gráfico se puede determinar la falta de herramientas necesarias para el mejor desempeño de los técnicos de la empresa. Esta conclusión se llega al saber que el 50% del personal no poseen sus propias herramientas y tienen solicitar prestadas a sus compañeros.

6) ¿Con que frecuencia la empresa le brinda las capacitaciones para cumplir el trabajo de forma eficiente?

Tabla 9 Frecuencia de capacitaciones recibidas

Opciones	Cantidad	Porcentajes
Constantemente	0	0%
Pocas veces	1	25%
Casi nunca	2	50%
Nunca	1	25%
Total	4	100%

Fuente: Colaboradores de servicio técnico Tele-Red

Elaborado: Rosalía Martínez

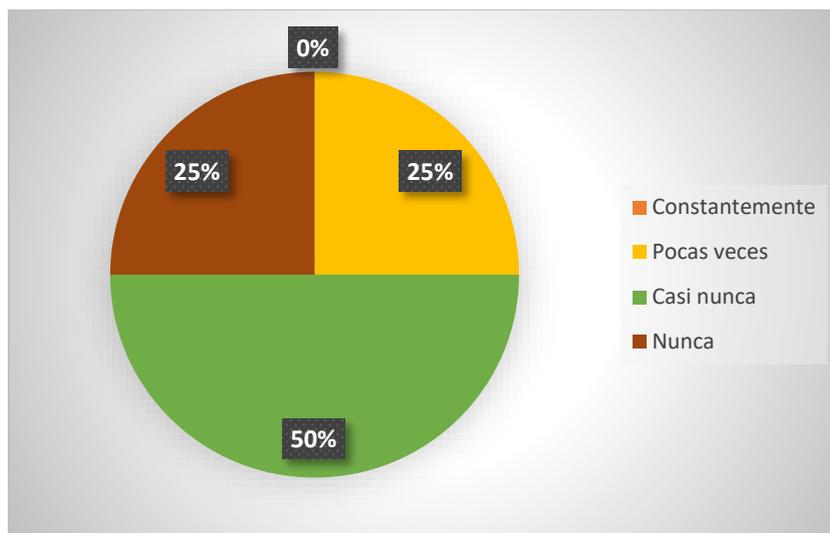


Gráfico 6 Frecuencia de capacitaciones recibidas

Fuente: Colaboradores de servicio técnico Tele-Red

Elaborado: Rosalía Martínez

Análisis

Según los datos que se muestran en el gráfico, la empresa no realiza capacitaciones constantes a esta área de la empresa, ya que el 50% de los encuestados manifiestan que casi nunca son capacitados y un 25% manifiesta que ha sido capacitado pocas veces desde que ingreso a la empresa.

Encuesta a clientes

1) ¿Conoce los servicios que brinda la empresa?

Tabla 10 Conocimiento de los servicios de la empresa

Opciones	Cantidad	Porcentajes
Totalmente	3	60%
Parcialmente	2	40%
Medianamente	0	0%
Ninguna	0	0%
Total	5	100%

Fuente: Clientes del área de servicio técnico Tele-Red

Elaborado: Rosalía Martínez

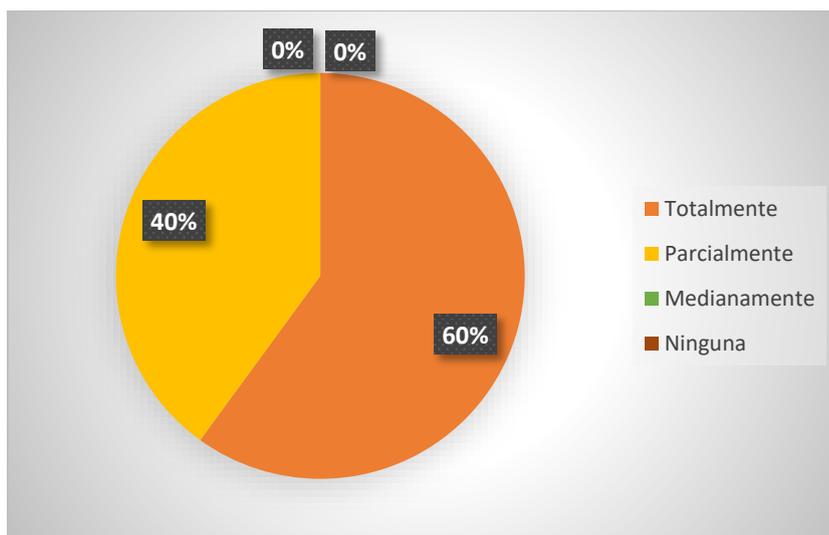


Gráfico 7 Conocimiento de los servicios de la empresa

Fuente: Clientes del área de servicio técnico Tele-Red

Elaborado: Rosalía Martínez

Análisis

El resultado de esta pregunta es alentador, porque permite conocer que un porcentaje mayoritario del 60% de los encuestados conocen todos los servicios que brinda la empresa y 40% manifiesta que conoce los productos de forma parcial.

2) ¿Con que frecuencia ha realizado el uso de los servicios técnicos que brinda la empresa?

Tabla 11 Frecuencia de uso

Opciones	Cantidad	Porcentajes
Semanal	1	20%
Quincenal	1	20%
Mensual	3	60%
Ninguna	0	0%
Total	5	100%

Fuente: Clientes del área de servicio técnico Tele-Red

Elaborado: Rosalía Martínez

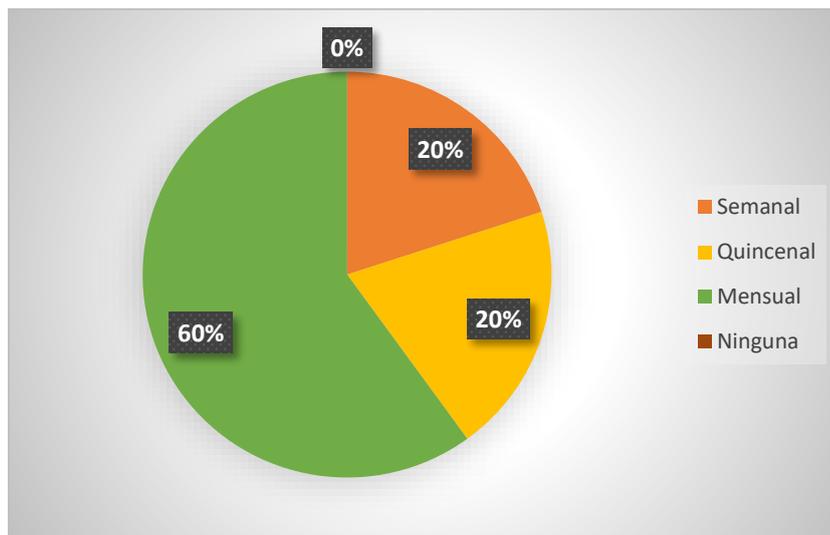


Gráfico 8 Frecuencia de uso

Fuente: Clientes del área de servicio técnico Tele-Red

Elaborado: Rosalía Martínez

Análisis

Con los datos obtenidos en esta pregunta, se pudo conocer que la frecuencia mayoritaria de uso del área técnica sin precisar el tipo de consulta es de manera mensual.

3) ¿Indique el grado de satisfacción de los servicios técnicos solicitados?

Tabla 12 Satisfacción de atención recibida

Opciones	Cantidad	Porcentajes
Excelente	1	20%
Bueno	1	20%
Regular	3	60%
Malo	0	0%
Total	5	100%

Fuente: Clientes del área de servicio técnico Tele-Red

Elaborado: Rosalía Martínez

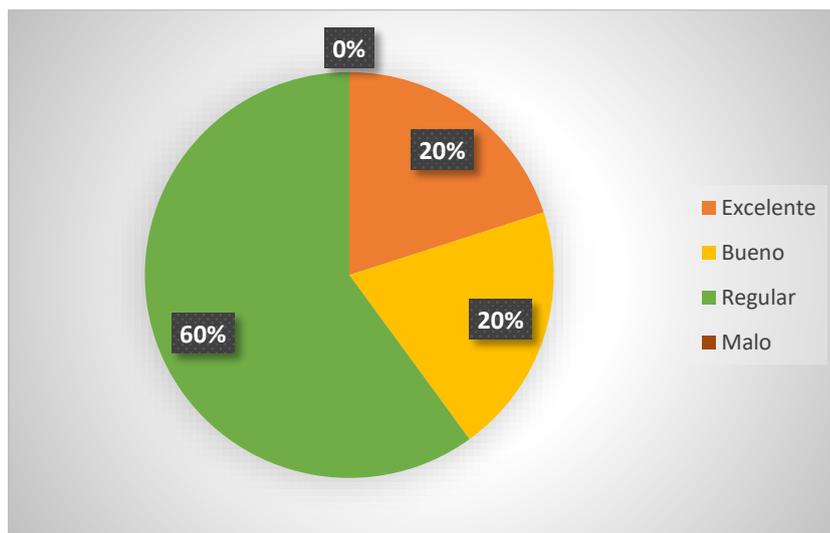


Gráfico 9 Satisfacción de atención recibida

Fuente: Clientes del área de servicio técnico Tele-Red

Elaborado: Rosalía Martínez

Análisis

Los resultados encontrados en esta pregunta son pocos alentadores, porque el 60% de los clientes encuestados manifestaron que la calidad del servicio técnico recibido es regular, un 20% dijo que era bueno y tan solo un 20% dijo que obtiene un buen servicio.

4) ¿Indique el grado de satisfacción con el técnico que atendió su requerimiento?

Tabla 13 Satisfacción de atención recibida

Opciones	Cantidad	Porcentajes
Excelente	0	0%
Bueno	2	40%
Regular	2	40%
Malo	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Clientes del área de servicio técnico Tele-Red

Elaborado: Rosalía Martínez

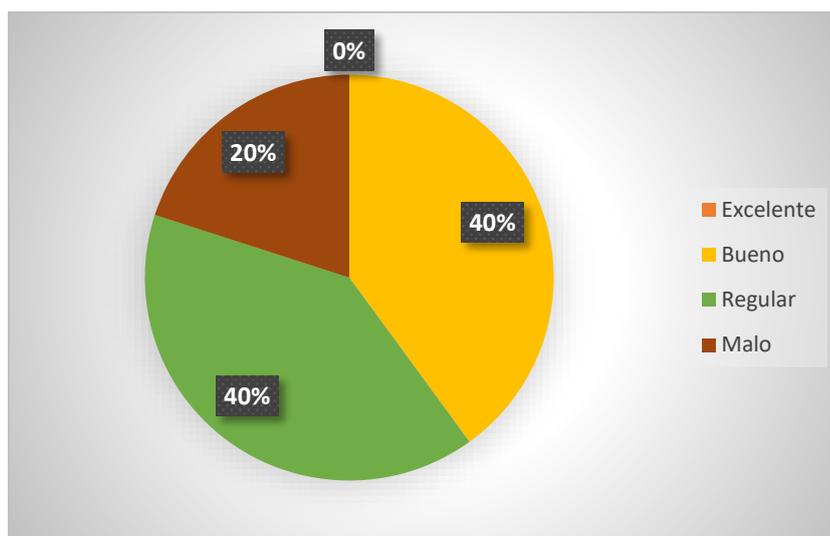


Gráfico 10 Satisfacción de atención recibida

Fuente: Clientes del área de servicio técnico Tele-Red

Elaborado: Rosalía Martínez

Análisis

Los resultados encontrados en esta pregunta son pocos alentadores, porque el 80% de los clientes encuestados manifestaron que la atención recibida por parte del personal técnico de la empresa está entre regular y bueno, un 20% manifestó que el trato que reciben los clientes es malo.

5) ¿Indique cuál de las siguientes descripciones se debería tomar los correctivos necesarios, para mejorar la atención al cliente?

Tabla 14 Satisfacción de atención recibida

Opciones	Cantidad	Porcentajes
Calidad del servicio	0	0%
Atención del servicio	1	20%
Tiempo de espera para la atención	2	40%
Tiempo de espera para la solución del requerimiento	2	20%
Total	5	100%

Fuente: Clientes del área de servicio técnico Tele-Red

Elaborado: Rosalía Martínez

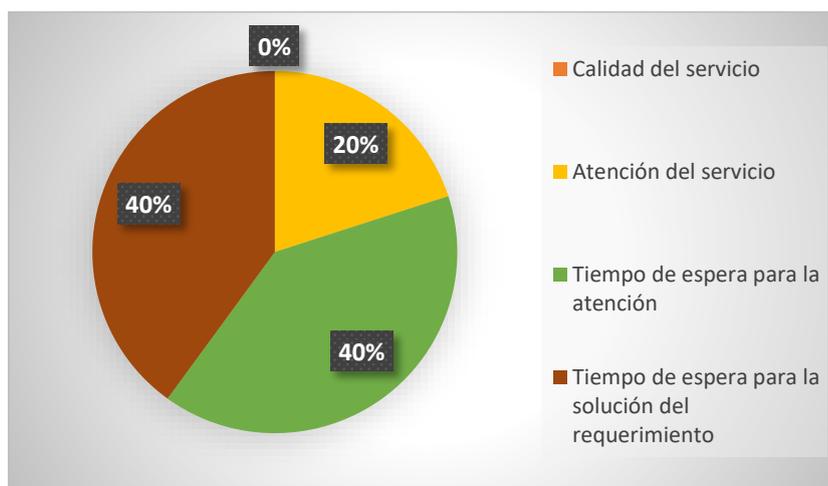


Gráfico 11 Satisfacción de atención recibida

Fuente: Clientes del área de servicio técnico Tele-Red

Elaborado: Rosalía Martínez

Análisis

Según los clientes las mejoras urgentes que se deben tomar de manera urgente es en mejorar los tiempos de espera para recibir la atención de uno de los técnicos de la empresa y mejorar el tiempo de espera para la solución de un requerimiento.

Entrevista realizada al Gerente de la empresa Tele-Red

Objetivo: Conocer las opiniones del Gerente acerca de las situaciones que se vienen presentando dentro del área técnica de la empresa.

El resultado que se obtuvo en la entrevista al gerente fue el siguiente:

La atención que brindan nuestros técnicos es la correcta y lo realizan de manera oportuna a nuestros clientes. Además reconoció que la empresa no destina recursos para capacitaciones del personal técnico de servicio al cliente por considerar que este personal al momento de ingresar a la empresa se lo contrata ya capacitado y se realiza una apropiada inducción antes de comenzar a laborar, pero reconoce que no existe una política o manual a seguir certificado por la empresa, sino que esta inducción es realizada por el supervisor del área técnica.

El Gerente expresa que existe una demora en la adquisición de nuevas herramientas para el área técnica lo que ha influenciado en el desempeño de esta parte de la empresa.

Al ser consultado sobre el tipo de comunicación que se lleva a cabo en el área técnica, manifiesta que esta área presenta una buena relación entre compañeros y que ha podido apreciar que siempre tratan de apoyarse entre unos a otros.

En la pregunta que se realiza sobre sobre en qué situaciones la empresa reconoce incentivos a sus trabajadores, el señor gerente nos manifiesta que la única área que recibe estos incentivos es el área de ventas de la empresa.

Análisis e interpretación

De la entrevista realizada al gerente de la empresa se evidencia el siguiente enfoque:

- Considera que la atención que los técnicos están brindando es la correcta y eficiente que se puede brindar.
- La empresa no destina recursos económicos para capacitaciones de esta área.
- La empresa no cuenta con manuales o políticas de atención al cliente.
- El personal técnico no cuenta nuevas herramientas para mejorar su desempeño y calidad de servicio.
- La comunicación y trato que existe en esta parte de la empresa es muy buena.
- No existen incentivos económicos para el personal de este departamento de la empresa.

Plan de Mejoras

El plan de mejora en una empresa son las acciones que se llevaran a cabo para lograr los objetivos, estas deben efectuarse de manera consecutiva, en este plan deben intervenir todo el recurso humano que está en la empresa. Con este plan se espera tener un periodo de consecución, fecha de inicio, indicadores de seguimiento y los responsables de realizar el control y seguimiento del mismo.

Es necesario que la planificación conlleve una negociación entre todos los responsables de la empresa de todos los niveles, este plan es de carácter formal y dependiendo como se la lleve hará que la empresa tenga éxito. La selección de las acciones que conlleva seguir con el plan de mejoras es consecuencia lógica del problema para poder solucionarlo, se pondrán desde sus causas hasta los objetivos fijados. El número de acciones que se llevaran a cabo depende de la magnitud del problema.

Un plan de mejora es un conjunto de medidas de cambio que toma una empresa para mejorar la rentabilidad, en este caso dar a los clientes un mejor servicio y por tanto tener clientes satisfechos, tener un objetivo que disminuya los errores en el servicio que se brinda.

El desarrollo de las competencias en la empresa deben ser el eje de cualquier mejora, estas deben ser sistemáticas, no improvisadas, ni aleatorias, planificadas de tal manera que se lleven cuidadosamente para lograr que la empresa tenga el éxito esperado.

Un plan de mejora tiene que ser medido, esta debe identificar los resultados concretos en la empresa y luego hacer una rendición para informar los progresos que se logran en el tiempo del plan de mejoras.

Componentes del Plan de Mejora

1. **Los problemas priorizados.** será necesario organizar los problemas en un orden de prioridad, puesto que no es posible solucionar todos los problemas identificados en el corto plazo. Lo recomendable es priorizar máximo 3 problemas importantes para organizar el plan de mejora.
2. **Las metas:** contienen las nuevas situaciones de cambio que se espera alcanzar
3. **Las acciones concretas:** para caminar hacia cada una de esas metas con plazos de tiempo claramente definidos. Lo importante es que al momento de definir las tengamos claro el cómo, por qué y para qué los ejecutaremos.
4. **Los recursos:** humanos, físicos, financieros y tecnológicos. Se recomienda buscar aliados a fin de obtener algunos de estos recursos para ejecutar el plan.
5. **Responsables:** es el actor que toma iniciativa, decide y rinde cuentas. Además se define quiénes participarán y cuáles serán sus responsabilidades.
6. **El seguimiento permanente:** permite realizar los ajustes necesarios.
7. **Los resultados:** evidencian las situaciones de cambio en los actores educativos en función de las metas planteadas. (Ministerio de Educación del Ecuador, 2012)

Objetivo del Plan de Mejora:

Mejorar los tiempos de respuestas en las atenciones que brinda el personal de servicio técnico a los clientes de la empresa Tele-Red,

Condiciones previas:

- Socializar como se llevará a cabo el plan de mejora a todos los actores del mismo dentro y fuera de la empresa.

- Contar con la predisposición del personal de la empresa para sacar adelante este plan de mejora. Dentro del recurso humano que contempla este plan de mejora esta: el gerente, el supervisor, los técnicos.
- Informar sobre el plan de mejora a todo el recurso humano de la microempresa.
- Disponibilidad de todos los recursos necesarios para ejecución del plan de mejora

Sistema de acciones y su aseguramiento integral:

Aportar en el fortalecimiento de conocimiento y motivación de cada trabajador

- Se analizará la entregar incentivos, para motivar al personal a brindar un mejor y más rápido servicio a los clientes de la empresa.
- Capacitar al personal del área de atención de servicio técnico para lograr que el mismo se encuentre bien capacitado y motivado, para que realice su trabajo con actitud positiva y mayor productividad.
- Reconocimiento de trabajo cuando se haya realizado las labores de manera sobre saliente, celebración de crecimiento o logros profesionales.
- Contar con las herramientas que sean solicitadas por el empleado para facilitar su trabajo y mejor desempeño.

Contribuir a un clima laboral ideal para el trabajo

Realizar talleres de integración entre el personal del área de atención a servicio técnico, para lograr fortalecer la confianza entre supervisores y técnicos, para que juntos puedan atender las necesidades de los clientes de la empresa.

Plan de Mejoras

Objetivo General: Mejorar del tiempo de respuesta en el área técnica de atención al cliente de la empresa Tele-Red.

Problema	Objetivo	Meta	Acciones	Recursos	Plazo	Responsable
Falta de información de los empleados, con respecto a información relevante como misión, visión, objetivos de la empresa.	Lograr que todos los colaboradores técnicos de la empresa trabajen hacia un mismo objetivo y crear sentido de pertenencia.	Que los trabajadores conozcan las metas y objetivos de la empresa.	Integraciones para el intercambio de ideas, donde se incluya a todo el personal y entrega de incentivos.	Trabajadores Recursos Materiales	Primer lunes de cada mes	Gerente
Baja producción por la falta de compromiso y de conocimientos de los colaboradores	Realizar talleres de capacitación al personal.	Aumento de productividad y crecimiento económico de todo el recurso humano	Capacitaciones al personal. Entrega de suministros a tiempo. Buena administración del horario	Trabajadores Recursos materiales	Pedido materiales y herramientas 2 veces por semana.	Supervisor
Bajo rendimiento y rotación de empleados	Evaluar al personal e incentivar por cada logro obtenido	Estabilidad y progreso de los empleados	Aplicación de ficha evaluativa a los trabajadores para reconocimiento del trabajo	Trabajadores Recursos Materiales: Hojas, plumas	Una vez al mes	Gerente
Recursos necesarios para la productividad	Mantener en excelentes condiciones los recursos necesarios para el trabajo de los técnicos.	Elevar la productividad de la empresa	Mantenimiento y revisiones periódicas de los equipos y herramientas utilizadas por el personal técnico.	Trabajadores- Materiales Tecnológicos: Maquinas de proceso de llenado del agua	Cada tres meses Dic-Ene-Feb 2018-2019	Gerente

Conclusiones

Según las investigaciones realizadas a la Microempresa Tele-Red, se considera las siguientes conclusiones:

- Se investigó y analizó los fundamentos teóricos que actualmente se utilizan para conocer las necesidades del usuario, complementadas con el área de servicio técnico.
- En el presente trabajo de investigación, se pudo analizar la situación actual de la empresa en lo que respecta al área de atención al cliente técnico.
- Se elaboró un plan de mejora que permitirá un mejor funcionamiento de esta área de la empresa.
- La empresa no cuenta con políticas de servicio técnico, que le permita mantener un estándar de atención y servicio a sus colaboradores.
- La comunicación en la empresa es muy escasa, existe un mal ambiente laboral y un trabajo insatisfactorio.
- Los trabajadores, se sienten desmotivados y no trabajan con actitud positiva.
- No existe preocupación del gerente hacia esta área de la empresa, en la entrevista se deja notar que su preocupación es el área de ventas.
- No poseen los equipos y herramientas necesarias para atender los requerimientos solicitados por los clientes, lo que provoca retrasos en la solución de los requerimientos.

Recomendaciones

Se recomienda aplicar el plan de mejoras propuesto en este trabajo de titulación, lo cual permitirá, mejorar el desempeño y calidad de trabajo del área de servicio técnico de la empresa.

- Elaborar los manuales de procedimientos con funciones establecidas, cuya finalidad será que todos tengan lineamientos claros y sepan las actividades que tienen que desarrollar, lo que permitirá la obtención de mejores logros.
- Elaborar un plan de capacitaciones sobre actualizaciones técnicas, relaciones humanas, servicio al cliente, para así lograr un eficiente desempeño de los colaboradores de la institución.
- Implementar un sistema de incentivos económicos o personales para aumentar la motivación laboral, crear estabilidad y compromiso con la empresa.
- Supervisar el trabajo constantemente para poder detectar a tiempo cualquier falencia o inconveniente en la empresa.
- Proveer toda la información y equipo necesario para que la solución brindada al cliente sea eficiente.
- Realizar la adquisición de herramientas y equipo técnico para el área de servicio técnico de la empresa, lo que permitirá maximizar la eficiencia de los colaboradores de esta área de la empresa.

Bibliografía

- Acebedo, A., & Alba, F. (2006). *Proceso de la entrevista, conceptos y modelos*. Mexico: Limusa.
- Behar Rivero, D. (2015). *Metodología de la Investigación* (A. Rubeiro ed.). Colombia: Editorial Shalom.
- Chávez, H. (2014). *Metodo de investigacion*. Colombia: Ediciones Yucatan.
- Chiavenato, I. (2016). *Introducción a la teoría general de la administración*. Mexico: McGraw-Hill.
- Crosby, P. (2016). *Gestion de calidad principios basicos*. N-Y.: Editorial MC Hill.
- Eslava, J. d. (2013). *La Gestión del control de la empresa*. Madrid: ESIC .
- Obtenido de Estupiñan Gaitán, R. (2015). *Control interno y fraudes* (Tercera ed.). Bogotá: Ecoe.
- Fidias Arias. (2016). *Introducción a la metodología científica* (Quinta ed.). Caracas-Venezuela: Epísteme.
- Gallego, F., Isern, I., & Segura, P. (2016). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y tesina* (primera ed.). Argentina: Editorial Person.
- Garcia, S. (2015). *Indicadores de gestion un enfoque práctico* (Vol. II volumen). Nueva Granada: Editorial Paidos.
- Garrido Oballos, B. (07 de 2011). Recuperado el 12 de 2018, de <http://pcc.faces.ula.ve/Tesis/Especialidad/Betty%20G.%20Garrido/TESIS.pdf>:
<http://pcc.faces.ula.ve/Tesis/Especialidad/Betty%20G.%20Garrido/TESIS.pdf>
- Gómez, H. S. (2016). *Mercadotecnia. Gerencia estrategica*. ESpaña: Ediciones MC Hill.
- Gryna, J. (2014). *Gestion de calidad* (Vol. II volumen). España: Editorial Moreta.
- Guzman Coello, K. E., & Vera Rodriguez, M. S. (03 de 2015). Recuperado el Diciembre de 2018, de

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9947/1/UPS-GT001072.pdf>

Guzmán Nivicela, D. V., & Pintado Palomeque, M. A. (09 de 2012).

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2891/1/UPS-CT002470.pdf>. Recuperado el Diciembre de 2018, de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2891/1/UPS-CT002470.pdf>

Hamui-Sutton, A., & Varela-Ruiz, M. (2015). *Técnica Grupo Focal* (Vol. II). Mexico: Editorial Planeta.

Hernández Salazar, P. (2011). La importancia de la satisfacción del usuario.

Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas, 20. Recuperado el 02 de 2019, de <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/viewFile/36463/35311>

Hernández, Collado & Bastidas. (2015). *Metodología de la investigación*. España: Editorial Paidós.

Huamán, G. (2005). *Manual de Técnicas de Investigación , conceptos y aplicaciones*. Perú.

iso9001calidad. (2013). <http://iso9001calidad.com/que-es-la-gestion-de-la-calidad-23.html>. Obtenido de <http://iso9001calidad.com/que-es-la-gestion-de-la-calidad-23.html>

Jaramillo González, D. R. (2013).

<http://dspace.ucacue.edu.ec/bitstream/reducacue/561/4/DARWIN%20JARAMILLO%207%20INFORME.pdf>. Recuperado el 9 de Enero de 2019, de <http://dspace.ucacue.edu.ec/bitstream/reducacue/561/4/DARWIN%20JARAMILLO%207%20INFORME.pdf>

Koptler, P. (2016). N.Y: Editorial MC Hill.

López, V. (2017). *Mercadotecnia*. Colombia: Ediciones Globo.

Ministerio de Educación del Ecuador. (Agosto de 2012).

<https://educacion.gob.ec/>. Obtenido de https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Plan_-Mejora1.pdf

- Norman C. Dalkey. (2015). *Metodo Delfos* (II edicion ed.). España: Editorial Moreta.
- Paiva Acuña, F. J. (Julio - Septiembre de 2013). Obtenido de <http://repositorio.unan.edu.ni/5910/3/99-371-1-PB.pdf>
- Palella y Martins. (2014). *Metodologia cientifica*. Mexico: Ediciones Trillas.
- Partida, A. (2016). *Gestion de mantenimiento*. Argentina: Editorial Putumayo.
- Pozzo Rodelo, J., & Barrios Barrios , M. (14 de 09 de 2014). <http://190.242.62.234:8080/jspui/handle/11227/2130>.
- Ramos Calle, M. E. (2015). <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/10494/1/TESIS%20DE%20CONTROL%20INTERNO.pdf>. Obtenido de <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/10494/1>
- Rubio Dominguez, P. (2015). *Gestion empresarial*, Electrónica. Recuperado el Diciembre de 2018, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006a/prd/1d.htm>
- Shi, & jurkat, H. y. (2015). *Servicio al cliente*. México: Editorial Trillas.
- Tele-Red. (02 de 01 de 2019). <http://telered.ec/>. Recuperado el 14 de 02 de 2019, de http://telered.ec/?page_id=1797
- Teruel Cabrero, M., Lapresta Domínguez, J. M., Rosell Martínez, N., Camas Losilla, P., Diestre Bernad, A. J., & Marco Pérez, J. M. (08 de 2016). *Guia de Gestion de calidad*. (C. y. Gobierno de Aragón Departamento de Educación, Ed.) Recuperado el 09 de Enero de 2019, de http://fp.educaragon.org/files/guia_calidad_web.pdf
- Vallejo Lopez , G. (2018). *Re-evolucion en el Servicio* . colombia: House Grupo Editorial.
- VOGT, H. (2014). *El usuario es lo primero: la satisfacción del usuario como prioridad en la gestión*. Barcelona: Fundación Bertelsmann.

ANEXOS

Anexo 1 Modelo de la encuesta a empleados Tele-red



Encuesta a empleados Tele-red

Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología

Proyecto de grado previo a la obtención del título de tecnóloga en Administración de Empresas

Tema: Plan de mejora de respuesta del servicio técnico de la empresa Tele-Red.

Encuesta a los empleados de la empresa

La presente encuesta será anónima y tiene como objetivo conocer aspectos positivos o negativos de los empleados hacia la empresa.

Su opinión es personal y confidencial, por lo tanto le recordamos que lo expuesto en este documento debe ser con total veracidad.

Este estudio sólo será analizado de forma agregada, con fines estadísticos y académicos.

Así mismo le comunicamos que las respuestas emitidas en este documento se analizarán con absoluta confidencialidad.

Datos Generales.

1. Sexo: Femenino () Masculino ()
2. Edad: _____
3. Área dentro de la empresa: _____

Instrucciones.

Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con esferográfico negro o azul con la letra (X) sólo una de las alternativas que usted considere, refleja mejor su situación dentro la empresa, sin opción a dejar una pregunta en blanco.

No existen respuestas correctas o incorrectas.

1) ¿Conoce la misión, visión de la empresa?

- Desconocimiento
- Poco conocimiento
- Conocimiento

2) ¿La empresa le ha facilitado guías para alcanzar objetivos, estrategias y nivel de satisfacción de los clientes?

- Totalmente
- Parcialmente
- Medianamente
- Ninguna

3) ¿Qué rol ocupa dentro de la empresa?

- Jefe
- Supervisor
- Personal técnico
- Otros

4) ¿Tiene claras y establecidas las actividades que debe de cumplir como trabajador de la empresa?

Establecidas

No establecidas

Poco establecidas

5) ¿Cuenta con las herramientas necesarias para cumplir satisfactoriamente su trabajo?

Totalmente

Medianamente

Ninguna

6) ¿Con que frecuencia la empresa le brinda las capacitaciones para cumplir el trabajo de forma eficiente?

Constantemente

Pocas veces

Casi nunca

Nunca

¡La Encuesta ha finalizado!

Muchas Gracias por su tiempo y colaboración

Saludos cordiales.

Rosalía Martínez

Anexo 2 Modelo de la encuesta a clientes de la empresa Tele-Red



Encuesta a clientes de la empresa Tele-red

Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología

Proyecto de grado previo a la obtención del título de tecnóloga en Administración de Empresas

Tema: Plan de mejora de respuesta del servicio técnico de la empresa Tele-Red.

Encuesta a los empleados de la empresa

La presente encuesta será anónima y tiene como objetivo conocer aspectos positivos o negativos de parte de los clientes hacia el área técnica de la empresa Tele-Red.

Su opinión es personal y confidencial, por lo tanto le recordamos que lo expuesto en este documento debe ser con total veracidad.

Este estudio sólo será analizado de forma agregada, con fines estadísticos y académicos.

Así mismo le comunicamos que las respuestas emitidas en este documento se analizarán con absoluta confidencialidad.

Datos Generales.

1. Sexo: Femenino () Masculino ()
2. Edad: _____
3. Requerimiento solicitado: _____

Instrucciones.

Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con esferográfico negro o azul con la letra (X) sólo una de las alternativas que usted considere, refleja mejor su situación dentro la empresa, sin opción a dejar una pregunta en blanco.

No existen respuestas correctas o incorrectas.

1) ¿Conoce los servicios que brinda la empresa?

- Totalmente
- Parcialmente
- Medianamente
- Ninguna

2) ¿Con que frecuencia ha realizado el uso de los servicios técnicos que brinda la empresa?

- Semanal
- Quincenal
- Mensual
- Ninguna

3) ¿Indique el grado de satisfacción de los servicios técnicos solicitados?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

4) ¿Indique el grado de satisfacción con el técnico que atendió su requerimiento?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

5) ¿Indique cuál de las siguientes descripciones se debería tomar los correctivos necesarios, para mejorar la atención al cliente?

- Calidad del servicio
- Atención del servicio
- Tiempo de espera para la atención
- Tiempo de espera para la solución del requerimiento

¡La Encuesta ha finalizado!

Muchas Gracias por su tiempo y colaboración

Saludos cordiales.

Rosalía Martínez

Anexo 3 Modelo de la entrevista al gerente de Tele-red



FORMULARIO DE ENTREVISTA

Fecha: _____

Hora de inicio: _____ **Hora de finalización:** _____

Datos Generales

Nombres y Apellidos: _____

Cargo: _____

Entrevistador: _____

Objetivo: Obtener información sobre las situaciones que se vienen dando en la empresa.

1. ¿Considera usted que la atención que están brindando actualmente los técnicos de la empresa es la correcta. Porque?

2. ¿La empresa brinda las capacitaciones adecuadas para que el personal técnico de la empresa pueda desempeñarse de la mejor manera, tanto en la parte de atención al cliente como la parte técnica en conocimientos actualizados?

3. ¿La empresa brinda los recursos necesarios y en qué tiempo solicitado, para que el personal técnico realice las labores eficientemente?

4. ¿Por qué es importante mantener una buena comunicación con los colaboradores?

5. ¿En qué situaciones cree usted se debería reconocer los incentivos en la empresa?

¡La entrevista ha finalizado!

Muchas Gracias por su tiempo y colaboración

Saludos cordiales.

Rosalía Martínez

Anexo 4 Carta de autorización



Guayaquil, 22 de Octubre del 2018

Asunto: Solicitud de permiso

Señores Instituto Tecnológico Bolivariano

De mi consideración

Por medio de este presente les comunicamos a Uds. la autorización de la Srta. Rosalía Martínez Hernández para que pueda desarrollar su tema de tesis en nuestra empresa TELERED S.A. en los estudios de mejora en el servicio técnico de la empresa.

Atentamente,

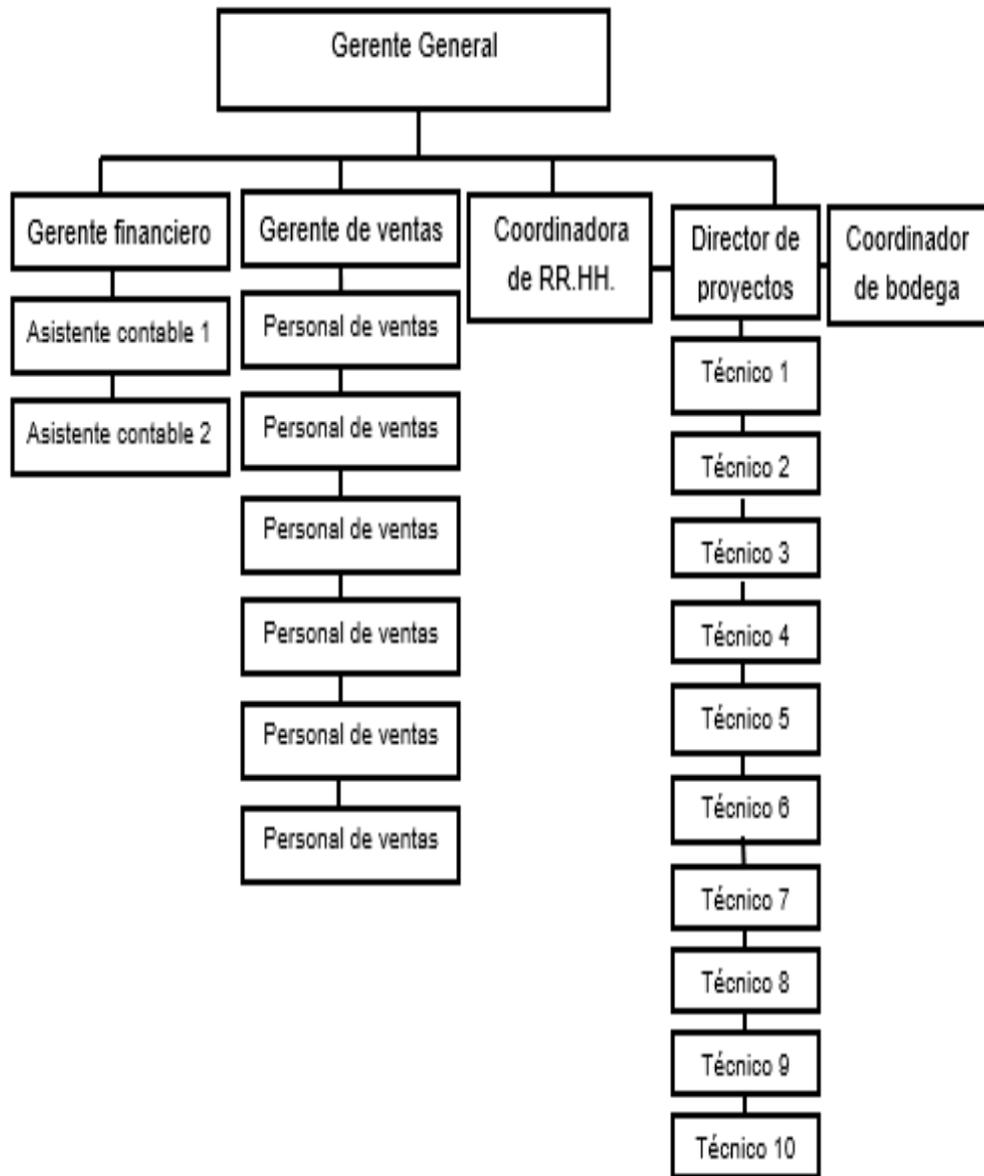


Ing. Eladio Vera
Director de Proyectos

• **GUAYAQUIL:** Urdesa Central, Bálsamos #323 entre Quinta y Primera
• **QUITO:** Catalina Aldaz N34-181 Y Av. Portugal, Edificio Titanium II, Piso 5 Oficina 501
• **PBX NACIONAL:** 3731366 • info@telered.ec • www.telered.ec
• **USA:** 1801 SW 160th. Ave, Suite 2092, **MIRAMAR, FL.** 33027 • Phone: 305-6440356
• **PANAMA:** Vía Brasil, Ed.: Brasil 405, Of.: 8C-B, contigua al IDAAN • Phone: 507-63793577



Anexo 5 Organigrama de la empresa Tele- Red



Anexo 6 Logo de la empresa Tele- Red



Anexo 7 Fotos dentro de la empresa Tele- Red

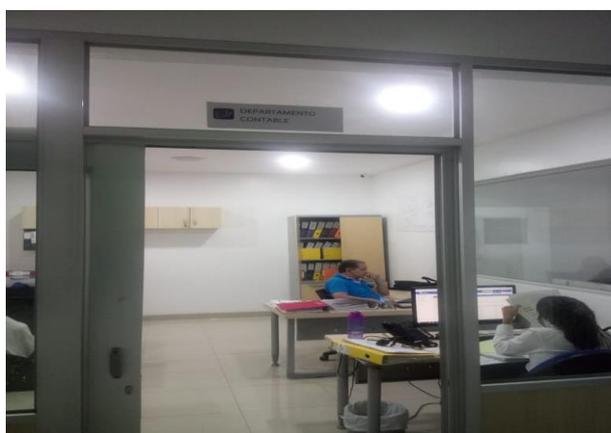


Foto 1: Departamento Financiero



Foto 2: Departamento de Ventas



Foto 3: Departamento Técnico

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN



Yo, **Rosalía Yuliana Martínez Hernández** en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **PLAN DE MEJORA DE RESPUESTA DEL SERVICIO TÉCNICO DE LA EMPRESA TELE-RED**, de la modalidad presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **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/autorizamos 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*.

Rosalía Yuliana Martínez Hernández

Rosalía Martínez H.

No. de cedula: 0954405437

Firma

Jaime T. Pazmiño Palacios, Msc.
NOTARIO SÉPTIMO DEL
CANTÓN GUAYAQUIL

REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL
IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CÉDULA DE CIUDADANÍA
APELLIDOS Y NOMBRES
MARTINEZ HERNANDEZ ROSALIA YULIANA
LUGAR DE NACIMIENTO
GUAYAS GUAYAQUIL BOLIVAR /SAGRARIO/
FECHA DE NACIMIENTO: 1986-10-08
NACIONALIDAD: ECUATORIANA
SEXO: F
ESTADO CIVIL: SOLTERO

N.º 095440543-7





INSTRUCCIÓN: BACHILLERATO
PROFESIÓN / OCUPACIÓN: BACHILLER

V2343Y2222

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE: MARTINEZ CRUZ JULIO
APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE: HERNANDEZ PEREZ ANA GISELLA
LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN: GUAYAQUIL
2015-12-18
FECHA DE EXPIRACIÓN: 2025-12-18

Rosalía Martínez H.




CERTIFICADO DE PRESENTACIÓN
24 - MARZO - 2019

095440543-7
CÉDULA

Martinez Hernandez
APELLIDOS

Rosalía Juliana
NOMBRES

Mario Heccepe
F. PRESIDENTA/E DE LA JRV



CIUDADANO/O:

ELECCIONES SECCIONALES Y CPCCS
2019

USTED ESTÁ OBLIGADO A OBTENER SU CERTIFICADO DEFINITIVO, PREVIO AL PAGO DE LA MULTA CORRESPONDIENTE, EN CUALQUIER DELEGACIÓN PROVINCIAL DEL CONSEJO NACIONAL ELECTORAL Y PODRÁ AL MISMO TIEMPO SOLICITAR SU CAMBIO DE DOMICILIO.

VALIDO POR 60 DÍAS

IMP:JGM.rj

J

DOY FE: QUE ES FIE!
COPIA DEL ORIGINAL!
Dr. Jaime Pazmiño Palacios, M.
NOTARIO SÉPTIMO DEL
CANTÓN GUAYAQUIL



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Rosalía Martínez Ht.



Número único de identificación: 0954405437

Nombres del ciudadano: MARTINEZ HERNANDEZ ROSALIA YULIANA

Condición del cedulado: CEDULA CADUCADA POR ANULACION

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/BOLIVAR
(SAGRARIO)

Fecha de nacimiento: 8 DE OCTUBRE DE 1996

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: BACHILLER

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: MARTINEZ CRUZ JULIO

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: HERNANDEZ PEREZ ANA GISELLA

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 18 DE DICIEMBRE DE 2015

Condición de donante: SI DONANTE



Información certificada a la fecha: 29 DE MARZO DE 2019

Emisor: LISSETTE DE LOS ANGELES BOHORQUEZ SOLORZANO - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 7 -
GUAYAS - GUAYAQUIL



Lcdo. Vicente Taiano G.
Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente





Factura: 001-003-000010525



20190901007D00244



DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20190901007D00244

Ante mí, NOTARIO(A) JAIME TOMMY PAZMIÑO PALACIOS de la NOTARÍA SÉPTIMA, comparece(n) ROSALIA YULIANA MARTINEZ HERNANDEZ portador(a) de CÉDULA 0954405437 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 CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de 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 Notaría, no asume responsabilidad alguna. - Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 29 DE MARZO DEL 2019, (10:57).

Rosalía Martínez H.

ROSALIA YULIANA MARTINEZ HERNANDEZ
CÉDULA: 0954405437

NOTARIO(A) JAIME TOMMY PAZMIÑO PALACIOS
NOTARÍA SÉPTIMA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



Dr. Jaime T. Pazmiño Palacios, Msc
NOTARIO SÉPTIMO
DEL CANTÓN GUAYAQUIL



Instituto Superior
Tecnológico
Bolivariano
de Tecnología

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de investigación. Nombrado por la Comisión de Culminación de Estudio del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: "**Plan de mejora de respuestas del servicio técnico de la empresa Tele-Red**", y problema de investigación: **¿cómo mejorar la respuestas del servicio técnico para la satisfacción de los usuarios de la empresa Tele-Red ubicada en la ciudad de Guayaquil en el 2018?** Presentado por Martínez Hernández Rosalía Yuliana como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresada:

Rosalía Martínez H.
Martínez Hernández Rosalía Yuliana

Tutor:

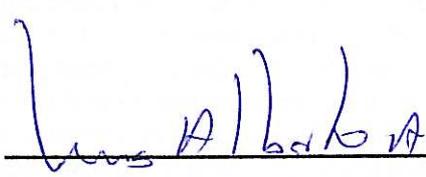
Simón Alberto Illescas Prieto
PhD. Simón Alberto Illescas Prieto

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

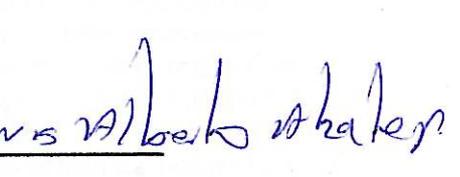
En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

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




Firma

CEGESCIT