



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÌA**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA.**

TEMA:

Estudio para determinar el impacto y crecimiento que tendría la microempresa “Cabinas Telefónicas” con el mejoramiento de su infraestructura.

Autora:

Blanca Alexandra Mullo Cepeda

Tutor: Econ. Carlos Luis Rivera PhD(a)

Guayaquil - Ecuador

DEDICATORIA

Este proyecto de tesis va en primer lugar dedicado a Dios porque él me dio las fuerzas y la inteligencia suficiente para poder culminar este escalón que es de ser una tecnóloga en Administración De Empresas y seguir mis sueños en ser una profesional más del Ecuador, a veces sentía que ya no podía pero él estuvo ahí dándome fuerzas para seguir.

En segundo lugar está mi papi y mi mami porque son las personas que yo más amo en este mundo y que me ayudaron tanto materialmente y espiritualmente, ellos fueron los motores en darme un aliento de que si puedo y que saldré adelante esforzándome y luchando por mis propios méritos, inculcándome siempre los valores que son el Respeto, Responsabilidad, Honestidad y sobre todo la Humildad que es un valor muy importante que se está perdiendo hoy en día.

También mi esposo que en ese entonces era mi novio y hoy mi esposo, una persona que nunca me dejó y me dio palabras de que si puedo y saldré adelante, él fue la persona que cuando no sabía dónde estudiar la Universidad él fue que me matriculo y por el estoy donde estoy que es culminando este nueva etapa.

Mi hermana pequeña la que siempre está ahí para hacer mandados e irme a comprar materiales para realizar los deberes, y como olvidarme de mis compañeras del instituto Digna Cando, Rosario Sánchez y yo las que estuvimos en las buenas y en las malas ayudándonos mutuamente como hermanas.

Blanca Alexandra Mullo Cepeda

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Dios por darme la sabiduría y la inteligencia suficiente para poder culminar esta nueva etapa de mi vida que es ser una profesional más del Ecuador y servir con mis conocimientos adquiridos a la comunidad y a las empresas que ofrece un puesto para trabajar.

A mis padres, mi hermana y mi esposo que me ayudaron dándome y ofreciéndome un apoyo incondicional ellos son las personas que me enseñaron a nunca darme por vencida y luchar por lo que deseo alcanzar y de lo que me proponga conseguirlo con esfuerzo y perseverancia poniendo mi parte y mi empeño, y con temor a Dios.

A mis amigas, compañeras y maestros que me enseñaron a lo largo de la carrera me ayudaron a caminar por el sendero del triunfo y el éxito.

Blanca Alexandra Mullo Cepeda



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto previo a la obtención del título de:

Tecnóloga en Administración de Empresas

Tema

“Estudio para determinar el impacto y crecimiento que tendría la microempresa “Cabinas Telefónicas” con el mejoramiento de su infraestructura.

Autora: Blanca Alexandra Mullo
Cepeda

Tutor: Econ. Carlos

Rivera

RESUMEN

El presente trabajo de tesis titulado Estudio para determinar el impacto y crecimiento que tendría la microempresa “Cabinas Telefónicas” con el mejoramiento de su infraestructura ubicado al Norte de la ciudad de Guayaquil, tiene como propósito conocer las debilidades y amenazas que le están afectado a la microempresa, en su desarrollo normal y adecuado como negocio.

Para aquello se tomó como unidad de análisis a la microempresa “Cabinas Telefónicas” ubicada en Bastión Popular BL. 4 MZ. 616 SL. 13 al Norte de la ciudad de Guayaquil, pudiendo realizar a través de ellas un estudio que nos va a permitir reunir información adecuada y necesaria para poder realizar dicho estudio, el diseño de investigación fue de tipo descriptivo, porque por esa razón se dio a conocer que la microempresa tenía una falencia que era el deterioro del mismo.

Además nos ayuda para que la microempresa tenga la solución al problema que es de mejorar su infraestructura tanto interno como externo, también dar a ofrecer una nueva imagen y con nuevos servicios para la satisfacción del dueño y el cliente, para aquello se va dar una mejora en la parte interior implementado equipos de cómputo para alquiler de tiempo para que los clientes puedan hacer sus tareas e investigaciones y andar en redes sociales con un internet de alta velocidad y rápida, también ofrecer servicios de artículos y bisutería.



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto previo a la obtención del título de:

Tecnóloga en Administración de Empresas

Tema

“Estudio para determinar el impacto y crecimiento que tendría la microempresa “Cabinas Telefónicas” con el mejoramiento de su infraestructura.

Autora: Blanca Alexandra Mullo

Cepeda

Tutor: Econ. Carlos Luis Rivera F.

PhD(a)

SUMMARY

This thesis entitled Study to determine the impact and microenterprise growth would "phone booths" to improving its infrastructure located north of the city of Guayaquil, aims to know the weaknesses and threats that are affected microenterprise, in its normal and proper development as a business.

For what was taken as the unit of analysis for microenterprise "PHONE BOOTHS" located in Bastion Popular BL. 4 Mz. 616 SL. 13 north of the city of Guayaquil and can make them through a study that will allow us to gather appropriate and necessary to ensure that study information, the research design was descriptive, because for that reason became known microenterprise that had a flaw that was the deterioration.

It also helps us to microenterprises has the solution to the problem is to improve both its internal infrastructure and external, giving also offer a new image and new services to the satisfaction of the owner and the client, so that it will give an improvement on the inside of deployed computers to rental time for customers to do their homework and research and biking social networks with high-speed internet and fast, also offer services items and jewelry.

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
Carátula.....	I
Certificación de la aceptación del tutor.....	II
Autoría notariada.....	III
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema.....	1
Ubicación del problema en un contexto.....	1
Situación conflicto.....	2
Delimitación del problema.....	3
Tema.....	3
Formulación del problema.....	4
Evaluación del problema.....	4
▪ Delimitado.....	4
▪ Factible.....	4
▪ Claro.....	4
▪ Evidente.....	4
▪ Concreto.....	5
▪ Original.....	5
▪ Relevante.....	5

Variables de investigación.....	5
▪ Variable Independiente.....	5
▪ Variable dependiente.....	5
Objetivos.....	6
▪ Objetivos generales.....	6
▪ Objetivos específicos.....	6
Justificación e importancia.....	6

CAPÍTULO II

MARCO TEÒRICO

Antecedentes históricos.....	8
Fundamentación teórica.....	9
Características de los servicios.....	11
Intangibilidad.....	11
Inseparabilidad.....	12
Heterogeneidad.....	12
Carácter Perecedero.....	13
Ausencia de propiedad.....	13
Componentes de un buen servicio.....	13
▪ Seguridad.....	13
▪ Credibilidad.....	13
▪ Comunicación.....	13
▪ Comprensión al cliente.....	14
▪ Accesibilidad.....	14
▪ Cortesía.....	14
▪ Profesionalismo.....	14
▪ Capacidad de respuesta.....	14

▪ Fiabilidad.....	15
▪ Elementos tangibles.....	15
Clasificación de los servicios.....	15
▪ Servicio Público.....	15
▪ Servicio Privado.....	15
▪ Servicios de mantenimiento.....	15
▪ Servicios a domicilio.....	16
▪ Servicios de alquiler.....	16
▪ Servicios de talleres.....	16
Aspectos para medir el servicio.....	16
▪ Demanda del servicio.....	16
▪ Meta del servicio.....	16
▪ Nivel del servicio.....	16
Satisfacción del cliente.....	17
Formula de satisfacción al cliente.....	17
Telefonía fija.....	18
Telefonía celular.....	19
Historia de claro, movistar, cnt.....	21
Servicio de internet.....	23
Internet en un principio.....	23
Internet hoy en día.....	24
Internet en un futuro.....	24
Cómo funciona el internet.....	25
Mejoramiento en la infraestructura.....	28
Antecedentes referenciales.....	30
▪ Bayas Nicola, Guerrero Fajardo (2013).....	30
▪ Villarán(1998).....	31
▪ Gómez Molina(2013).....	32
▪ Vega Capila(2012).....	33
▪ Santos Criollo(2013).....	33

▪ Hernández García(2014).....	34
Marco legal.....	34
Reglamento para las operadoras de la telefonía celular....	34
Telefonía Celular.....	51
Reglamento de claro.....	52
Marco conceptual.....	72
Variables de la investigación.....	79
▪ Variable Independiente: Mejoras en la infraestructura....	79
▪ Variable Dependiente: Crecimiento microempresarial...	79

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Diseño de investigación.....	81
▪ Investigación cualitativa.....	81
▪ Investigación cuantitativa.....	82
Método de investigación.....	82
▪ Método deductivo.....	83
▪ Método Investigación-Acción.....	83
▪ Método de la Investigación Exploratoria.....	84
Tipos de Investigación.....	85
▪ Investigación de Campo.....	85
▪ Investigación exploratoria	85
▪ Investigación de Descriptiva.....	85
▪ Investigación de Correlacional.....	85
La población y la muestra.....	86
▪ Población.....	86
▪ Cuadro de la población.....	87

▪ Muestra.....	87
Tipo de muestra.....	88
▪ Muestra probabilística.....	88
▪ Muestra No probabilística.....	88
▪ Muestreo sistemático.....	88
▪ Muestreo por cuotas.....	88
▪ Muestreo Intencional.....	89
Cuadro de la Muestra.....	89
Tamaño de la muestra.....	89
Técnicas de investigación.....	91
▪ Observación.....	91
▪ Entrevista.....	91
▪ Encuesta.....	92

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Aplicación a las técnicas de instrumentos.....	95
Pregunta 1.....	96
Cuadro 1.....	96
Gráfico 1.....	96
Análisis e interpretación.....	96
Pregunta 2.....	97
Cuadro 2.....	97
Gráfico 2.....	97
Análisis e interpretación.....	97
Pregunta 3.....	98

Cuadro 3.....	98
Gráfico 3.....	98
Análisis e interpretación.....	98
Pregunta 4.....	99
Cuadro 4.....	99
Gráfico 4.....	99
Análisis e interpretación.....	99
Pregunta 5.....	100
Cuadro 5.....	100
Gráfico 5.....	100
Análisis e interpretación.....	100
Pregunta 6.....	101
Cuadro 6.....	101
Gráfico 6.....	101
Análisis e interpretación.....	101
Pregunta 7.....	102
Cuadro 7.....	102
Gráfico 7.....	102
Análisis e interpretación.....	102
Pregunta 8.....	103
Cuadro 8.....	103
Gráfico 8.....	103
Análisis e interpretación.....	103
Pregunta 9.....	104
Cuadro 9.....	104
Gráfico 9.....	104
Análisis e interpretación.....	104

Pregunta 10.....	105
Cuadro 10.....	105
Gráfico 10.....	105
Análisis e interpretación.....	105
Pregunta 11.....	106
Cuadro 11.....	106
Gráfico 11.....	106
Análisis e interpretación.....	106
Pregunta 12.....	107
Cuadro 12.....	107
Gráfico 12.....	107
Análisis e interpretación.....	107
Conclusiones.....	108
Plan de Mejoras.....	110
Recomendaciones.....	113
Bibliografía.....	115
Anexos.....	118

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO EL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto

La microempresa “Cabinas Telefónicas” empezó sus actividades comerciales el 8 de Abril del 2010, el negocio se encuentra ubicado en el Norte de la ciudad de Guayaquil en Bastión Popular Bl.4 Mz. 616 Sl.13, su fundadora es la Srta. Blanca Alexandra Mullo Cepeda, es una microempresa que se dedica a la prestación de servicios de telefonía nacional e internacional, de operadoras celulares como claro, movistar y a números convencionales, ventas de tarjetas claro-movistar y chip, la activación de recargas claro-movistar.

La microempresa “Cabinas Telefónicas” cuenta con una atención de primera calidad, y si se habla de crecimiento ha sido un crecimiento sostenido y satisfactorio para la dueña y los clientes.

El problema que presenta en la actualidad la microempresa “Cabinas Telefónicas” tiene que ver con la deficiente infraestructura del local que se encuentra deteriorándose día a día y su equipamiento se encuentran con fallas, por lo cual la microempresa “Cabinas Telefónicas” ha visto reducidos sus ingresos durante este año y por consiguiente se debe de tomar medidas de control en la microempresa.

La autora de este proyecto propone el desarrollo de un estudio para medir el impacto que tendría el realizar adecuaciones a la infraestructura, para así garantizar la sostenibilidad de la microempresa y satisfacer de mejor manera a sus clientes.

La cabina fue creada con el propósito de ofrecer servicios de llamadas a sus clientes, alrededor del negocio existen unas 7 cabinas ubicadas casi muy cerca, la fuerza de este negocio es que se encuentra ubicado en una esquina

a la vista de los clientes y donde existe mucho movimiento.

Situación del conflicto

La microempresa “Cabinas Telefónicas” Fue creada el 10 de agosto del 2010 al transcurrir los años se fue deteriorando tanto el local como en los equipos que se utilizan para hacer llamadas particular que ha ido afectando los ingresos y los recursos.

El problema se ha ido generando a lo largo de los años que tiene el negocio. el cableado, la caseta de cabina, la ventilación, la fachada del local tanto interno como externo y en el locutorio que a veces se escucha y a veces no o al contestar la operadora ya va marcando unos centavos.

El problema surge de la mala adecuación que se está citando ya que la infraestructura de la microempresa “Cabinas Telefónicas” se ha ido deteriorando con el pasar de los años así también los equipos que se utilizan para hacer llamada presentan fallas en el sistema de audición, que al llamar no se escucha la voz o que no se recepta adecuadamente.

Para aquello se necesita realizar un estudio de la infraestructura del negocio y también realizar un plan estratégico así ver y plantear cual es la misión, visión y los valores que se debe de tener en la microempresa “Cabinas Telefónicas”.

Para superar aquellas deficiencias se debe realizar un estudio de la infraestructura y poner en marcha un gran plan de remodelación para garantizar la satisfacción de nuestros clientes.

La microempresa cuenta con un aproximado de 400 clientes o más que acuden para poder realizar sus llamadas hacer recargas y comprar tarjetas ya sea claro o movistar en el día el negocio hace un ingreso de \$80 a \$90

dólares el cual haciendo el debido mejoramiento habrá un ingreso más de los \$90 dólares y llevar al éxito a la microempresa y la satisfacción de sus clientes.

Por lo tanto el cliente se ha ido a la competencia, otro de los problemas por el ambiente que no cuenta con un aire acondicionado para satisfacer las necesidades de los clientes.

Delimitación del problema

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Guayaquil

Lugar: Bastión Popular Bloque.4 Manzana.616 Solar.13

Campo: Administrativo.

Área: Infraestructura Operativa

Aspectos: Cambio en la infraestructura física y tecnológica del local.

Periodo: Durante el tercer período de 2015.

Tema: “Estudio para determinar el impacto y crecimiento de la microempresa “Cabinas Telefónicas” por el mejoramiento de su infraestructura física y tecnológica durante el período 2015”

Formulación del problema

¿Incidencia de las mejoras en infraestructura física y tecnológica en Cabinas Telefónicas y su efecto en la satisfacción del cliente?

Evaluación del problema.

La evaluación del problema que se realiza a continuación, pretende esclarecer las razones por las cuales el problema ha sido planteado en los términos escogidos por la autora, con la intención específica del problema, sus orígenes y consecuencias de manera coherente, relevando su factibilidad y originalidad.

Delimitado: El trabajo que se propone es realizar un estudio para el mejoramiento en cuanto a la infraestructura en la Cabina Telefónicas durante el periodo 2015 para así ofrecer un mejor servicio y satisfacer a sus clientes en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

Factible: Es factible por la razón que es posible en realizar un mejoramiento en la infraestructura para ofrecer un mejor servicio tanto que los bajos ingresos eran por la deficiencia era en la infraestructura que posee la microempresa una vez que hemos identificado el problema que es sobre la infraestructura así lograr una mejor operación y el uso de los recursos que posee. Además es factible de realizar porque se cuenta con un recurso que se ha tenido de los ingresos del mismo.

Claro: El problema planteado es coherente con la propuesta de solución, para poder llevar a cabo la investigación.

Evidente: Es evidentemente que la microempresa “Cabinas Telefónicas” presenta deficiencias en cuanto a su infraestructura tanto interno como externo lo que ha impedido a la microempresa ofrecer los servicios que los clientes se merecen.

Por lo que no ha permitido ofrecer el servicio adecuado a los clientes como se lo debe de hacer para poder cubrir con una eficiencia a nuestros clientes, en la problemática se evidencia los reclamos de los clientes por la demora al momento de hacer las llamadas o al escuchar un sonido raro en las cabinas.

Concreto: La microempresa “Cabinas Telefónicas” se ha dedicado al servicio de llamadas y la activación de recargas a operadoras claro y movistar, actividad que en la actualidad tiene un poco de inconveniente al momento de realizar las llamadas la cual hace que la microempresa no cumpla como debe de ser al momento de ofrecer los servicios de llamadas.

Original: En la microempresa “Cabinas Telefónicas” desde que se creó hasta hoy no se ha realizado un mejoramiento en la infraestructura del negocio para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Relevante: Es de suma importancia al analizar la insatisfacción que tienen actualmente los clientes de la microempresa “Cabinas Telefónicas” ya que hemos encontrado el problema, de esta manera proponer el mejoramiento en la infraestructura del negocio y ofrecer un servicio que sea agradable para ofrecer a los clientes y a los que se encuentran alrededor de nuestra microempresa.

Variables de investigación

- **Variable Independiente:** Mejorar en la infraestructura.

- **Variable dependiente:** Impacto que tendría en el crecimiento la microempresa “Cabinas Telefónicas”

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL: Realizar un estudio de impacto por la implementación de nueva infraestructura en las “Cabinas Telefónicas”.

OBJETIVO ESPECIFICO:

- 1. Fundamentar los aspectos teóricos,** en la implementación de la infraestructura.
- 2. Diagnosticar el estado actual,** del servicio que se ofrece en la “Cabinas Telefónicas”.
- 3. Proponer un plan de mejora,** para ofrecer un servicio adecuado con una infraestructura y máquinas modernas para la satisfacción en los clientes en la microempresa “Cabinas Telefónicas”.

Justificación e importancia

La investigación de es mucha importancia para poder realizar un cambio en la infraestructura debemos de realizar un estudio del impacto que tendría en el crecimiento la microempresa “Cabinas Telefónica” si en el cambio que haríamos sea favorable o desfavorable para el negocio, y así mejoraría el aspecto tanto por fuera y por dentro.

El cambio en la infraestructura se debió a su ambiente ya que este negocio tiene 5 años en funcionamiento y que al pasar los años tanto en la infraestructura como en las máquinas que se utilizan para hacer llamadas se están deteriorando ya que afecta tanto al dueño como al cliente.

El cambio en la infraestructura es primordial porque toda microempresa requiere de un cambio para dar un mejor servicio ya que los negocios requieren de un mantenimiento cada 4 o 5 años para seguir creciendo en el mercado y continuar con su crecimiento para convertirse en una microempresa competitivo, lograr sus metas y objetivos trazados ofreciendo un servicio de mejor calidad que la competencia y llamar la atención de los clientes.

La investigación que requiere la microempresa “Cabinas Telefónicas” es de darle una buena cara en cuanto al interior y exterior del negocio y esto se lo puede hacer realizando un estudio en el cambio en cuanto a la infraestructura.

Para este proyecto la Autora se basó en unos de los objetivos del plan del buen vivir y escogió el objetivo **9 “Garantizar el Trabajo Digno en todas sus Formas”**, ya que en el mejoramiento de la microempresa ayudara y ofrecerá un puesto de trabajo tanto en la renovación como en el puesto de atender y dar un servicio.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

Antecedentes históricos.

Los servicios que se ofrece en la microempresa “Cabinas Telefónicas” son llamadas nacional e internacional a claro-movistar y recargas a telefonía claro-movistar.

La compañía de telefonía CLARO es un servicio que pertenece a una empresa Mexicana antes de llamarse claro su nombre era Porta esta empresa fue creada en el año 2003 en Brasil.

La telefonía claro ofrece no solo llamadas sino que internet, acceso a redes sociales, claro tv, antena satelital entre otros servicios.

Otra telefónica es la de MOVISTAR esta marca se fundó en Madrid el 19 de Abril del 1924 con el nombre de Compañía Telefónica Nacional de España, la telefonía fue cambiando su nombre hasta hoy en día llamarse movistar.

Movistar es una marca que no se queda atrás ya que cuenta con internet, redes sociales entre otros servicios que ofrece.

La telefonía CNT es una corporación nacional Ecuatoriana antes era conocido como Andinatel que fue una compañía de telefonía fija de Ecuador su sede se encontraba en Quito, operaba los servicios de telefonía fija, pública, servicio de internet con un valor agregado.

Hoy en día la podemos encontrar como CNT que es una empresa pública del gobierno y que ofrece servicios de llamadas, internet por cable, tv cable entre otros.

Tanto en el negocio de cabinas telefónicas contamos con los 3 servicios que es claro-movistar-cnt pero la telefonía que más se utiliza es la de claro

porque a nivel mundial, nacional y en el sector donde está ubicado el negocio.

Claro tanto en llamadas como en recargas tiene más acogida y se venden más después sigue la de movistar y cnt.

En el sector donde está ubicada la microempresa los clientes están apegados a la telefonía claro porque dicen que es eficiente y es una marca más conocida y que está a la expectativa y al gusto de ellos.

Fundamentación teórica

A través de la historia varios autores según la misma autora han referido definiciones al termino en cuestión, y en su trabajo presenta una análisis de dichos conceptos y sus autores, con lo cual este trabajo coincide en adoptar un servicio es el acto por el cual se añade valor al producto, a partir de la satisfacción de las necesidades y deseos del cliente.

Según Kotler (1988), un gran estudioso de los servicios nos dice de la siguiente manera: "Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico.

En las diversas definiciones se manejan elementos comunes tales como:

Es una actividad, existen dos partes en su realización, es esencialmente intangible, aunque puede estar presente algún componente tangible y se satisfacen determinadas necesidades de los clientes.

En la década de los 90 y en los inicios de este siglo, la gestión de las empresas ha mantenido una tendencia a incrementar la atención del servicio al cliente, da la importancia de garantizar el nivel de competitividad que permita a la organización mantenerse en el mercado, a partir de la

satisfacción de las necesidades de sus clientes, en el plazo más breve y con el mínimo costo.

Las organizaciones están obligadas a enfocar la gestión hacia el cliente y no hacia el producto. La clave del éxito está en determinar sus necesidades y expectativas y colocarlas en el centro de atención de todos los procesos de la empresa sean claves, estratégicos o de apoyo.

Para ellos es importante tener en cuenta las satisfacciones de las necesidades y expectativas del cliente, pues ello constituye el elemento más importante de la gestión de la calidad y la base del éxito de una empresa.

Por este motivo es imprescindible conocer el concepto de satisfacción de clientes, sobre todo de sus clientes específicamente, desarrollando formas para medir esta de satisfacción del cliente y fomentando acciones que den respuesta inmediata a las insatisfacciones.

La evolución que se sigue en cuanto a satisfacción del cliente, no es un fin en sí mismo sino que en la actualidad se consigue a través de la lealtad o fidelidad de los clientes, factor que tiene una relación directa con los resultados de la empresa.

Según Humberto Serna Gómez (2006) define que:

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

Según Núñez (2009) afirma que:

En el mundo globalizado en el cual nos encontramos, la competencia de las empresas es cada vez mayor. Por eso, las compañías además de enfocarse en sus productos se ven en la necesidad de dirigir sus estrategias en el mejoramiento del servicio al cliente.

Mientras tanto Damaso J (1987) argumenta que el buen servicio al cliente se trata de hacer que los clientes regresen. Y también de hacer que se vayan felices – felices lo suficiente para pasar comentarios positivos a otros, que posteriormente podrán probar tu producto o servicio y convertirse en clientes nuevos.

Según Malcolm Peel (1990), por ejemplo, destaca entre los principales puntos del servicio al cliente que "La Dirección ejecutiva debe ser responsable funcional de todos los aspectos del servicio al cliente"; "La formación debe ser especial en todo el personal que esté en contacto con el cliente", "El vestuario tiene que ser impecable de quienes entren en contacto con el cliente" y "La Autoridad expresa debe en el personal de las sucursales para solucionar problemas de servicio".

Características de los Servicios: Las características fundamentales que diferencian a los servicios de los bienes (y que el mercadólogo debe tomar en cuenta) son cuatro: 1) Intangibilidad, 2) inseparabilidad, 3) heterogeneidad y 4) carácter perecedero 5) Ausencia de propiedad.

Intangibilidad: Esta característica se refiere a que los servicios no se pueden ver, degustar, tocar, escuchar u oler antes de comprarse, por tanto, tampoco pueden ser almacenados, ni colocados en el escaparate de una tienda para ser adquiridos y llevados por el comprador (como sucede con los bienes o productos físicos). Por ello, esta característica de los servicios es la que genera mayor incertidumbre en los compradores porque no pueden determinar con anticipación y exactitud el grado de satisfacción que tendrán luego de rentar o adquirir un determinado servicio. Por ese motivo, según Philip Kotler, a fin de reducir su incertidumbre, los compradores buscan incidir en la calidad del servicio. Hacen inferencias acerca de la calidad, con base en el lugar, el personal, el equipo, el material de comunicación, los

símbolos y el servicio que ven. Por tanto, la tarea del proveedor de servicios es "administrar los indicios", "hacer tangible lo intangible".

Inseparabilidad: Los bienes se producen, se venden y luego se consumen. En cambio, los servicios con frecuencia se producen, venden y consumen al mismo tiempo, en otras palabras, su producción y consumo son actividades inseparables. Por ejemplo, si una persona necesita o quiere un corte de cabello, debe estar ante un peluquero o estilista para que lo realice. Por tanto, la interacción proveedor-cliente es una característica especial de la mercadotecnia de servicios: Tanto el proveedor como el cliente afectan el resultado.

Heterogeneidad: O variabilidad, significa que los servicios tienden a estar menos estandarizados o uniformados que los bienes. Es decir, que cada servicio depende de quién los presta, cuando y donde, debido al factor humano; el cual, participa en la producción y entrega. Por ejemplo, cada servicio que presta un peluquero puede variar incluso en un mismo día porque su desempeño depende de ciertos factores, como su salud física, estado de ánimo, el grado de simpatía que tenga hacia el cliente o el grado de cansancio que sienta a determinadas horas del día.

Por estos motivos, para el comprador, ésta condición significa que es difícil pronosticar la calidad antes del consumo. Para superar ésta situación, los proveedores de servicios pueden estandarizar los procesos de sus servicios y capacitarse o capacitar continuamente a su personal en todo aquello que les permita producir servicios estandarizados de tal manera, que puedan brindar mayor uniformidad, y en consecuencia, generar mayor confiabilidad.

Carácter Perecedero: O imperdurabilidad. Se refiere a que los servicios no se pueden conservar, almacenar o guardar en inventario. Por ejemplo, los

minutos u horas en las que un dentista no tiene pacientes, no se puede almacenar para emplearlos en otro momento, sencillamente se pierden para siempre. Por tanto, la imperdurabilidad no es un problema cuando la demanda de un servicio es constante, pero si la demanda es fluctuante puede causar problemas. Por ese motivo, el carácter perecedero de los servicios y la dificultad resultante de equilibrar la oferta con la fluctuante demanda plantea retos de promoción, planeación de productos, programación y asignación de precios a los ejecutivos de servicios.

Ausencia de propiedad: Los compradores de un servicio adquieren un derecho, pero no la propiedad del soporte tangible del servicio, es decir, el consumidor paga por un servicio más no por la propiedad.

Componentes de un buen servicio

Los siguientes son los 10 componentes básicos del buen servicio, si no están bien cubiertos difícilmente se alcanzará una calidad de servicio adecuada.

Seguridad: sólo está bien cubierta cuando podemos decir que brindamos al cliente cero riesgos, cero peligros y cero dudas en el servicio.

Credibilidad: va de la mano de la seguridad, hay que demostrar seguridad absoluta para crear un ambiente de confianza, además hay que ser veraces y honestos, no sobre prometer o mentir con tal de realizar la venta.

Comunicación: se debe mantener bien informado al cliente utilizando un lenguaje oral y corporal sencillo que pueda entender, si ya hemos cubierto los aspectos de seguridad y credibilidad, seguramente será más sencillo mantener abierto el canal de comunicación entre cliente-empresa.

Comprensión al cliente: no se trata de sonreírles en todo momento a los clientes sino de mantener una buena comunicación que permita saber qué

desea, cuándo lo desea y cómo lo desea en un esfuerzo por ponernos en su lugar.

Accesibilidad: para dar un excelente servicio debemos tener varias vías de contacto con el cliente, buzones de sugerencias, quejas y reclamos, tanto físicamente como en el sitio web (si se cuenta con él), línea 800,... además, hay que establecer un conducto regular dentro de la organización para este tipo de observaciones, no se trata de crear burocracia sino de establecer acciones reales que permitan sacarles provecho a las fallas que nuestros clientes han detectado.

Cortesía: atención, simpatía, respeto y amabilidad del personal, como dicen por ahí, la educación y las buenas maneras no pelean con nadie. Es más fácil cautivar a nuestros clientes si les damos un excelente trato y brindamos una gran atención.

Profesionalismo: posesión de las destrezas necesarias y conocimiento de la ejecución del servicio, de parte de todos los miembros de la organización, recuerda que no sólo las personas que se encuentran en el Frontline hacen el servicio.

Capacidad de respuesta: disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y oportuno. Nuestros clientes no tienen por qué rogarnos para ser atendidos, ni para que sus dificultades o problemas sean solucionados, debemos estar al tanto de las dificultades, para estar un paso adelante de ellas y una buena forma de hacerlo es retroalimentándonos con las observaciones nuestros clientes.

Fiabilidad: es la capacidad de nuestra organización de ejecutar el servicio

de forma fiable, sin contratarnos ni problemas, este componente se ata directamente a la seguridad y a la credibilidad.

Elementos tangibles: se trata de mantener en buenas condiciones las instalaciones físicas, los equipos, contar con el personal adecuado y los materiales de comunicación que permitan acercarnos al cliente.

Una vez cumplamos con estos componentes básicos, podremos adicionar detalles extras que permitan agregar aún más valor y mayores niveles de satisfacción para nuestros clientes.

Clasificación de los Servicios.

Existen diversas percepciones acerca de lo que son los servicios y de la manera en cómo se clasifican, por ejemplo:

Servicio Público: Prestaciones reservadas en cada Estado a la órbita de las administraciones públicas y que tienen como finalidad ayudar a las personas que lo necesiten, p. ej., hospitales y empresas postales.

Servicio Privado: son aquellos servicios que entrega una empresa privada y que sirve para satisfacer intereses o necesidades particulares de las personas con fin de lucro, por ejemplo, empresas de comunicaciones y gas.

Servicios de mantenimiento

Son aquellos que ofrecen mantener bajo un método preventivo los artículos que requieren su cuidado, p. ej., los televisores, las encendedoras, las bicicletas o a nivel industrial como las máquinas de uso diario, camiones, carros, motocicletas.

Servicios a domicilio

Son aquellos que el cliente utiliza sin moverse de su hogar y que contrata por medio de vía telefónica o Internet, por ejemplo: alimentos como pizza, películas, etc.

Servicios de alquiler

Son aquellos que la persona contrata para satisfacer una necesidad momentánea o por algún tiempo, por ejemplo: arriendo de casa, arriendo de automóviles, etc.

Servicios de talleres

Son los servicios que ofrecen personas individuales en el cuidado del mantenimiento y reparación de algún artículo de necesidad. Normalmente funcionan dentro de un taller.

Aspectos para medir el servicio

Según Acevedo Suarez, 2000 es necesario abordar el servicio al cliente considerando tres aspectos interrelacionados del mismo:

Demanda del Servicio: Son las características deseadas por el cliente para el servicio que demanda y la disposición y posibilidad del mismo para pagarlo con tales características.

Meta del Servicio: Son los valores y características relevantes fijadas como objetivo para el conjunto de parámetros que caracterizan el servicio que el proveedor oferta a sus clientes. Esta meta puede ser fijada como única para todos los clientes, diferenciada por tipo de cliente o acordada cliente a cliente.

Nivel del servicio: Grado en que se cumple la meta de servicio.

Satisfacción del cliente

La satisfacción de los consumidores y usuarios tienen en común el hecho de que se considera central el punto de vista de los clientes finales al valorar los productos que las organizaciones son capaces de proporcionar. Desde esta perspectiva, el rendimiento de las organizaciones es valorado en último término por las personas que adquieren o utilizan los bienes de consumo y servicios. La psicología ha venido haciendo contribuciones importantes a la investigación e intervención relacionadas con la calidad de servicio y satisfacción de los consumidores y usuarios.

Es claro que fenómenos tan complejos son abordados también desde otras disciplinas, como la economía, la sociología, la filosofía, la historia, etc. Aunque se consideran en bastantes ocasiones estas perspectivas, su enfoque es eminentemente psicosocial. Interesa investigar los mecanismos psicológicos y sociales que, en interacción, proporcionan un acercamiento de especial riqueza para entender los temas que se estudian. Así mismo, permite el desarrollo de propuestas de intervención.

Según Philip Kotler (1931), define la satisfacción del cliente como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.

$$\text{Satisfacción del cliente} = \frac{\text{Percepción del cliente}}{\text{Necesidades y expectativas}}$$

Cuando mejor sea la percepción del cliente del servicio recibido, y siempre y cuando esté acorde con sus expectativas, mayor será la satisfacción del cliente ante el servicio prestado.

La forma de tener un cliente consolidado y fiel es lograr su plena satisfacción. Puesto que la satisfacción es el resultado de comparar lo percibido con lo

esperado, el cliente siempre esperará recibir un servicio con un nivel de calidad de, al menos, el nivel percibido en la ocasión anterior que se le prestó. Esta situación pone de manifiesto la necesidad de la mejora continua, como única vía para conseguir satisfacer las crecientes expectativas de los clientes.

Nada de estas cuestiones son ajenas a los servicios de salud que con características particulares, no dejan de constituir un servicio basado en los mismos principios y concepciones.

Telefonía fija

El servicio de telefonía fija realiza el transporte de voz en tiempo real entre dos terminales, estando ambos terminales, o al menos el terminal de origen (que realiza la llamada), conectados a una red conmutada de telecomunicaciones en una ubicación fija. Dicha red de telecomunicaciones es la red telefónica conmutada.

Aunque pueden concebirse usos privados de la telefonía fija (telefonía “en grupo cerrado” de usuarios), lo habitual es ligar la telefonía fija con el servicio telefónico fijo disponible al público, STDP, (o servicio telefónico básico).

Este servicio asigna a cada abonado un número del plan nacional o internacional de numeración telefónica (habitualmente con vinculación geográfica) y le permite, además de efectuar y recibir llamadas nacionales e internacionales, hacer uso de una serie de servicios adicionales:

- Acceso a los servicios de emergencia
- Prestación de asistencia mediante operador
- Servicios de información (horaria, meteorológica, noticias, sobre números de abonados)
- Servicios suplementarios (contestador, llamada en espera, desvío de llamadas)
- Servicios para usos especiales por clientes con discapacidad
- Otras comunicaciones (fax y datos mediante la utilización de un módem)

El servicio telefónico fijo también está disponible en aquellos lugares públicos en los que existen teléfonos públicos de pago.

Se conoce como telefonía fija a un teléfono fijo al dispositivo no portátil que se encuentra enlazado con otro teléfono o con una central a través de conductores metálicos y que permite y transmite sonidos a distancia mediante señales eléctricas. Fue inventado en 1871 por Antonio Meucci, aunque el primero en patentarlo fue Alexander Graham Bell, en 1876.

Por lo general, un teléfono, se compone de dos circuitos, un circuito de conversación que se encarga de la voz y un circuito de marcación, vinculado a la marcación y a las llamadas.

Telefonía celular

El escenario de las telecomunicaciones en el Ecuador podría dar espacio a nuevos actores que entrarían a competir con las tres operadoras actuales: Claro, Movistar y la estatal CNT. Este lunes 11 de agosto, el ministro de Telecomunicaciones, Jaime Guerrero, anunció que tres compañías de telecomunicaciones están interesadas en entrar al mercado ecuatoriano: Virgin Mobile, Multinet y Olo. Este escenario resultaría beneficioso para los clientes, no solo porque tendrían más opciones para elegir, sino por los costos. “Lo que se prevé es que los costos bajen, porque mientras más competencia hay, más bajan costos”, señala Hugo Carrión, analista de telecomunicaciones y director de la firma Imaginar.

Esto ocurrirá si los nuevos operadores entran al mercado bajo la modalidad de Operador Móvil Virtual (OMV), que permite alquilar la infraestructura a otra compañía, pues no tienen un contrato de concesión del espectro radioeléctrico. “Con los OMV se hace la misma cobertura, pero los precios y el valor agregado serían los que marquen la diferencia.

Es la competencia solo en el ámbito comercial”, dice Carrión, añadiendo que la competencia se centraría en estrategias que permitan ganar clientes. Un

millón de abonados de telefonía móvil se cambiaron de operadora Reforma plantea reducir al 3% utilidades para trabajadores de empresas de telecomunicaciones Telefonía móvil interrumpió seis veces su servicio entre abril y junio Marcelo López, presidente de la Asociación de Empresas de Telecomunicaciones de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), coincide con Carrión, y añade que las empresas también podrían acceder a un espacio en el espectro, pero que sería necesario que se revisen los contratos con las operadoras que ya tienen espacio en el espectro.

“Si se ordena adecuadamente el espectro sí habría la posibilidad para que tengan espectro en otras frecuencias. Si entran sería al 4G, ahora que está todavía en negociación este tema con las otras dos operadoras”, mencionó. Virgin De las tres empresas interesadas, la compañía estadounidense Virgin Mobile es la que más experiencia tiene en América Latina, bajo la modalidad de operador móvil virtual. Virgin, fundada por Richard Branson, ofrece sus servicios como operador móvil virtual (OMV) en América Latina desde el 2010.

En 1999 fue la primera compañía a nivel mundial que operó en servicios de telefonía móvil sin montar infraestructura de redes, y desde el 2002 ofrece sus servicios sin la necesidad de que el usuario firme un contrato. La compañía, que comenzó en 1970 como una empresa de discos tiene presencia en el área de las telecomunicaciones en diez países; en América Latina opera en Chile, Colombia y México, y hace dos años está en negociaciones para entrar a Perú, en donde se convertiría en el quinto operador si se concretan las negociaciones hasta el próximo año. Multinet La otra empresa interesada, la rusa Multinet, fue fundado en el 2000 y opera principalmente en Asia y Rusia, de acuerdo con la información publicada en su portal. Se caracteriza por apuntar a mercados emergentes como Afganistán, Mozambique, Uganda y Bangladesh. De concretarse su entrada a Ecuador, este sería el primer país en la región en la que operaría la firma. Olo La empresa peruana Olo, en cambio, opera desde el 2012 y se

especializa en internet móvil inalámbrico WiMax con tecnología 4G de alta velocidad y planes prepago.

La empresa no ofrece servicios de telefonía móvil y Ecuador sería el primer país con el que la firma se internacionalizaría si se concreta su entrada a Ecuador.

En este pequeño post voy a contrastar los diversos aspectos de las tres operadoras de telefonía móvil para que usted sepa si su operadora le da el servicio que merece o si puede beneficiarse al cambiarse de operadora, ahora que hay portabilidad numérica.

HISTORIA

CLARO (Conecel): Apareció en 1993 como la primera operadora celular del país, en un momento en que la telefonía móvil era un lujo como lo son actualmente la tv de alta definición o los plasma de 60'. Comenzó como una empresa con participación accionaria nacional, relacionada por ejemplo con el Banco Amazonas. Actualmente es parte de América Móvil, grupo de compañías celulares en toda Latinoamérica con marcas como llamadas Claro (en varios países latinoamericanos) Comcel en Colombia y Telcel en México; las cuales son propiedad del magnate mexicano Carlos Slim Helú, quien es - después de Bill Gates- el segundo hombre más rico del mundo. En Marzo del 2011 dejó de llamarse Porta y fusionó las operaciones de esta empresa celular con las de Telmex (Ecuadortelecom)

MOVISTAR (Otecel): Fue la segunda empresa celular en el país llegando con su marca Celular Power al mercado ecuatoriano. En el 98 (aprox) fue adquirida por la corporación Bellsouth de Estados Unidos, y en el 2004 fue adquirida por Telefónica Móviles (A.k.a. movistar) junto con sus "hermanas" en toda América latina. Telefónica de España es una empresa que fue privatizada en los 90' opera en el negocio de las telecomunicaciones en América, Europa y África.

CNT (Telecsa): Empresa ecuatoriana que apareció en el año 2003 (Gobierno de Lucio Gutiérrez) como una alternativa a los operadores tradicionales. Fue fundada en base a deudas y administrada en sus inicios por Swedtel de

Suecia, Luego por Vía Advisors de Italia y luego por otros administradores. Sus accionistas mayoritarios fueron Andinatel y Pacifictel. Actualmente es parte de la CNT (Corporación Nacional de Telecomunicaciones) debido a un decreto presidencial creado para evitar la quiebra de la estatal móvil.

USUARIOS

CLARO: 10 Millones de clientes (Según el operador) con tendencia al alza

MOVISTAR: 4 Millones de clientes con tendencia al alza

CNT: 400 mil clientes con posible tendencia a la baja

TECNOLOGÍA

CLARO: Análoga y TDMA (Ya canceladas). GSM 850mhz. UMTS. (3.5G)

MOVISTAR: Análoga y TDMA (Ya canceladas). CDMA 2000 800 mhz (Todavía en funcionamiento aunque ya no hay teléfonos ni activaciones en esa tecnología, la cual quedó “abandonada” desde la llegada de GSM). GSM 850mhz. UMTS. (3.5G)

CNT: CDMA 2000 1900mhz (PCS). EV-DO (3G CDMA). GSM 850mhz con la infraestructura de Movistar.

COBERTURA (DE SEÑAL)

CLARO: La más expandida del país, con antenas en una gran cantidad de ciudades, pueblos y carreteras así como mayor potencia en áreas urbanas. Fue el primero en llegar a todas las provincias.

MOVISTAR: Cobertura en muchas ciudades, pueblos y carreteras. Falta llegar a ciertos lugares. CDMA solo llega a los sitios más importantes del país, aunque su señal es más potente. GSM cubre a más sitios y en ciertos sitios de las ciudades su señal es mala o inexistente, lo que significa una menor calidad en las llamadas, especialmente en edificios.

CNT: CDMA solo funciona en las ciudades más importantes de la costa y la sierra así como en ciertos pueblos y carreteras. En las provincias de Carchi,

Loja o Cañar la cobertura se encuentra en la capital de provincia y lugares adyacentes. En GSM aplica la cobertura de CNT.

Servicio de Internet

En este trabajo se expresa todo lo aprendido por mis investigaciones y experiencias propias sobre el Internet. Con el propósito de que le sirva de ayuda y referencia a las personas interesadas en el tema de Internet, su funcionamiento, sus ventajas, para que sirva, etc.

Esperando así que se resalte la importancia de este medio de comunicación y aprender a usar sus servicios, las precauciones que hay que tomar para evitar daños en su máquina y a entenderlo para que pueda sacar mayor provecho al utilizarlo.

El Internet no es más que una herramienta que sabiendo cómo funciona se le puede sacar mayor provecho y esto es lo que he aprendido investigando y espero que sirva para referencias futuras.

Internet en un principio

En 1969 el departamento de defensa de los estados unidos creó la ARPA (Agencia para Proyectos Avanzados de Investigación. El departamento de defensa aspiraba crear una red de comunicación de tal manera que si una parte de la misma sufría un colapso total, los mensajes pudieran encontrar el camino hasta su destino de cualquier manera.

El resultado fue ARPA net. En 1983, más que nada debido a razones pragmáticas, ARPA net se dividió en dos sistemas diferentes llamados ARPA net y MILENET. La primera fue puesta a disposición de los ciudadanos para uso civiles, y MILENET fue reservado para uso militar. Las redes se conectaron de tal manera que los usuarios pudieran intercambiar información; esto acabó por conocerse como Internet.

Con el paso del tiempo comenzaron a surgir otras redes como BITNET y CSNET. Al principio se trabajaba con redes totalmente independientes,

usadas con propósitos educativos o de investigación, pero más adelante se conectaron con Internet para poder compartir información fácilmente entre organizaciones.

Uno de los avances más importantes de Internet tuvo lugar en 1986, cuando NFS (Fundación Nacional de la Ciencia) de los Estados Unidos creó NSFNET con el propósito de conectar varias supercomputadoras de gran velocidad a lo largo del país, principalmente con fines de investigación. ARPA net fue desmantelada y NSFNET se convirtió en el principal conducto de Internet.

Internet Hoy en Día

Internet es una gran red. ¿Por qué es una red? Por qué Internet no es más que una red de grandes servidores en configuración de cliente servidor, quiero decir con esto que nosotros le mandamos una petición al servidor que es respondida por este y son vistos e interpretados en nuestra propia interface. Por lo que Internet es una red WAN (world area network)

Ya a estas alturas todo el mundo ha oído o sabe navegar en Internet como comúnmente se le dice. Este es tan variado y ofrece tantos servicios que la comunicación no es ni será la misma nunca jamás gracias a este servicio. Uno de los ejemplos más comunes es el del E-MAIL o correo electrónico. Una de las redes más grandes del mundo es la Microsoft. La razón es simple, las mayorías de computadoras personales utilizan su sistema operativo. Windows.

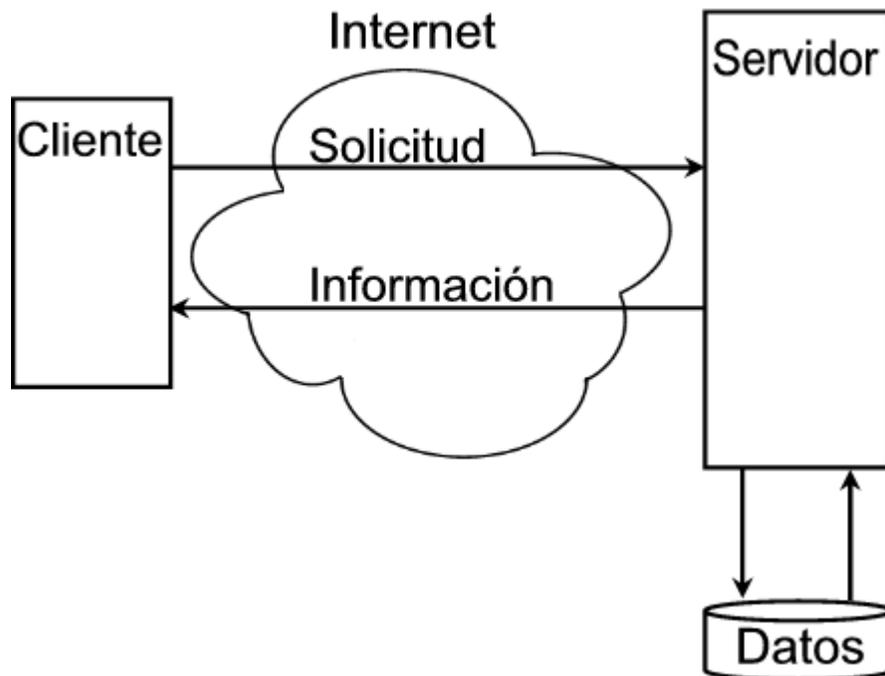
Internet en el futuro

Aunque ya en el presente el comercio por Internet es algo común se esperara más de este en el futuro al igual que las videoconferencias, música, juegos, educación, televisión, imágenes, radio y muchas cosas más.

2. ¿Cómo funciona Internet?

Todas las computadoras ya poseen módem (de no hacerlo no es problema ni costoso instalarle uno) y en todos los países hay servicio a Internet por lo tanto no hay que ser un experto para tener acceso a Internet sino recursos, que es lamentable aunque justo ya que todo servicio de debe pagar.

Cada equipo de cómputo que participa en Internet recibe el nombre de computadora host. Algunos host sirven el contenido o aplicaciones por lo que se les denomina servidores. Otras computadoras como la que estoy utilizando yo (clientes) consumen el contenido o la información ofrecida por los servidores. A esta relación se le denomina cliente servidor.



La misma tecnología funciona con respecto a programas que se ejecutan en computadoras conectadas a Internet. Cada programa servidor necesita un programa cliente que hable el mismo lenguaje.

Cada computadora necesita una configuración correcta para conectar a Internet, esto es un protocolo, un cliente y un adaptador. En nuestro caso el cliente sería ya dependiendo de las personas que vayan a utilizar su equipo, el adaptador del dispositivo que esté utilizando en su computadora y en protocolo que será el más usado el TCP/IP.

El protocolo TCP/IP no es más que un protocolo para poder comunicarse con otras computadoras. Este protocolo norma la manera en que la computadora host se comunica al definir se empaquetan los datos y como se encuentra el camino hasta la computadora remota. Este protocolo está formado por dos protocolos diferentes, unidos y acoplados. Cada persona tiene una contraseña dada por el proveedor de Internet que es única también.

Computadoras especiales llamadas enrutadores, usan un protocolo de Internet para mover bits de información a través de Internet. Cada paquete de información cuenta con la dirección IP tanto de la computadora que lo envió como de la que recibe el paquete. Una dirección IP es un número de identificación único de la computadora tal como es reconocida por las demás computadoras en Internet. Las direcciones IP constan de cuatro números separados por puntos como muestra el cuadro de abajo.

Pero estos números no hay que ponerlos obligatoriamente por que inmediatamente se conecta a Internet se le asigna uno automáticamente a su computadora.

TCP

El protocolo de control de transmisión define la manera en que la información será separada en paquetes y enviada a través de Internet, se asegura también de que cada paquete se recombinen en el orden correcto y también los revisa para localizar errores.

Como en cada computadora que participa en Internet se le asigna una dirección IP una persona ordinaria no podría recordar tantos números de cada computadora entonces por lo que hay una manera más fácil de hacerlo. Por el DOMINIO. Que es el nombre para un host determinado. Como por ejemplo la dirección IP de Yahoo (0. 0. 0. 0), pero su nombre dominio es www.yahoo.com. Lo cual también tiene una estructura URL (Localizador

Uniforme de Recursos) que es el método estándar que emplea para especificar la ubicación de los recursos de Internet.

Los tres primeros números indican la red a la que pertenece nuestro ordenador, y el último sirve para diferenciar nuestro ordenador de los otros que "cuelguen" de la misma red.

Los nombres dominio consisten en dos o más palabras separadas por puntos. WWW (World Wide Web) es una recopilación masiva de documentos estáticos e interactivos vinculados entre sí. Se utiliza un navegador Web para visualizar esas páginas Web los cuales se encuentran en cientos de miles de servidores alrededor del mundo.

En el caso de la figura de arriba sé está usando el navegador de Windows, el Internet Explorer versión 5.0. Este explorador es muy común en las computadoras por la razón de que este viene con el paquete de Windows. De ahí el problema de monopolio que tiene esta empresa multimillonaria.

Los dominios del primer nivel son más específicos como COM, NET, EDU, lo cual indica el tipo de organización que es incluso en país donde se encuentra. Mostraremos unos ejemplos.

Nombre	Descripción
Com	Organizaciones comerciales y con fines de lucro
Net	Organizaciones diversas y sin fines de lucro
Edu	Universidad que imparten carreras de cuatro años
Gov	Agencias del gobierno federal
Do	República dominicana
Uk	Reino unido

Los servidores de nombre de dominio traducen estos nombres en direcciones IP.

El concepto de proveedor de servicios de Internet refiere una empresa que proporciona conectividad con Internet. La labor de estas empresas es de mantener una gran red que se conecta directamente con Internet. La computadora que utiliza la gente común con usted y yo establece una conexión de red con el proveedor de servicios a través de un protocolo de conexión y de un módem. A esto se le llama conexión PPP.

La diferencia entre una conexión directa con una PPP es que la PPP es más lenta que la directa y también que es temporal o hasta que el cliente siga pagando el servicio.

El Internet a estas alturas está muy corrupto. Por lo que no es muy seguro para todos lo que no estén preparados. El sexo es una continua propaganda en incontables de las páginas Web por lo que cualquier persona pudiera encontrarse con estas propagandas no deseadas.

Una vez que se ha explorado por algún tiempo en Internet es normal recibir en su buzón de correo electrónico publicidad no solicitada de sitios Web decidamos a la pornografía, ciertos sitios de la Web al rastrean su forma de navegar, buscan direcciones de correo masivos para enviar su publicidad.

La difamación por Internet es otro factor preocupante. Ya que cualquier persona con la ayuda de las herramientas correctas podría hacer un montaje y jugar una mala broma que se propagaría rápidamente por toda la Web.

Mejoramiento en la infraestructura

La puesta en práctica, que es la cuarta fase de la consultoría, constituye una prueba definitiva con respecto a la pertinencia y viabilidad de las propuestas elaboradas por el consultor en colaboración con su cliente. Los cambios propuestos comienzan a convertirse en una realidad. Empiezan a suceder cosas, que se han planificado o que escapan a la planificación. Pueden surgir nuevos problemas y obstáculos imprevistos o se puede poner de manifiesto el carácter erróneo de ciertas suposiciones o errores de

planificación, la resistencia al cambio puede ser muy distinta de la que se preveía en la fase de diagnóstico y planificación.

Quizás sea necesario corregir el diseño original y el plan de acción. Como es imposible prever con exactitud todas las relaciones, acontecimientos o actitudes, y la realidad de la puesta en práctica difiere a menudo del plan, la vigilancia y administración de la aplicación son muy importantes. Esto explica también por qué prefieren los consultores profesionales participar en la puesta en práctica de los cambios que han contribuido a identificar y planificar. Una vez que el equipo de diseño elaboró el plan de acción y este fue sometido a la consideración de la alta dirección de la organización y aprobado, se inicia la etapa de implementación.

La implementación tiene como objetivo implantar las acciones derivadas de la estrategia de solución. Las tareas o actividades a desarrollar en esta etapa son las siguientes:

- Preparar las condiciones para la implementación.
- Implementación de cada acción.

La etapa de implementación en general es una etapa de ejecución donde los implicados y responsables deben asegurarse que las acciones previstas se lleven a cabo según lo aprobado de la manera más rigurosa posible. En primer lugar resulta necesario preparar las condiciones requeridas para implementar cada acción acorde a los plazos establecidos; dependiendo del tipo de acción la tarea tendrá diferentes matices.

La creación de condiciones para dejar implantadas acciones clasificadas como directas consiste en esencia en garantizar los recursos necesarios y la preparación del personal para su puesta en práctica y una vez que esto esté concluido implementarla.

En el caso de las acciones de tipo indirecto la situación es un poco más compleja ya que prácticamente puede llevar al equipo que las ejecuta a iniciar un proceso investigativo específico con procedimientos particulares para poder llegar a precisar acciones directas, o sea, que prácticamente

implica todo un trabajo de diseño, Informativo, formativo y comprometedor alto que tiene que ser tomado muy en cuenta si se quiere alcanzar el éxito en la misma.

Por lo regular, deben implementarse acciones de formación para los directivos y el staff donde cada cual adquiera los conocimientos y desarrolle las habilidades para utilizarlo tal y como fue concebido. En la etapa de implementación pueden y de hecho deben ser aplicadas diversas técnicas teniendo primacía las que ayuden a planificar y controlar los avances, tal es el caso de los diagramas de Gant, los de secuencia o flujo de actividades y documentos, así como técnicas de apoyo a la exposición de ideas para ser usadas en la formación.

El equipo de implementación debe además asegurar que se elabore y este a disposición de los trabajadores y directivos toda la documentación requerida, en términos de normas, procedimientos, etc.

Por último son muy importantes las acciones de seguimiento necesarias para valorar los avances operados en la ejecución e ir corrigiendo las posibles desviaciones existentes.

Antecedentes Referenciales.

Bayas Nicola Lady Diana, Guerrero Fajardo Juliana Roxana (2013)

La falta de control y supervisión en cualquier nivel organizacional, puede tener un efecto negativo en la rentabilidad de toda organización. Si todas las personas fuesen perfectas, todo marcharía a la perfección, sin necesidad de control, pero todos cometemos errores, existen personas olvidadizas, descuidadas, distraídas, con poca calma, etc., y todos como seres humanos que somos, estamos expuestos a cometer errores. Ya que los seres humanos nunca alcanzaran la perfección, es allí donde radica la importancia de la aplicación de controles y mecanismos de supervisión, para detectar lo que se está haciendo mal y tomar los correctivos de inmediato. Esto es la motivación de la realización de este proyecto, ya que son casos muy

comunes en las organizaciones y que en caso de las pymes no son tomadas con la importancia que se lo debería hacer.

Esta investigación considera que toda organización debe tener bases sólidas, sostenidas desde un adecuado manual de políticas generales que establezca las normas de cumplimiento y a su vez, adecuados mecanismos de supervisión y control que garanticen el cumplimiento de las mismas. De igual manera la aplicación de auditorías para detectar irregularidades y deficiencias, y finalmente aplicar conceptos de reingeniería de procesos, que permita ágilmente modificar procesos deficientes ya sea con el fin de crear nuevos procesos o mejorar los existentes.

Son todos estos, conceptos que consideramos esenciales, para toda organización, que tenga como conseguir el logro de objetivos mediante una rentabilidad sostenida, aportando al desarrollo productivo del país.

La autora de este proyecto ha desarrollado la investigación por la falta de una supervisión en la organización lo que motivado deficiencias y el deterioro de la infraestructura para dar un mejor servicio a los clientes y satisfacer sus necesidades ofreciendo una buena imagen de nuestra microempresa.

Villaran, (1998) El problema de la pequeña empresa no es su tamaño sino su aislamiento. Las características y condiciones actuales de la economía hacen muy difícil la permanencia de las empresas pequeñas que se mantienen solas, sin contacto con empresas más grandes, instituciones de apoyo, universidades. Se requieren una serie de medidas e instrumentos específicos que van desde la actuación en los mercados de sus productos hasta la consolidación de los mercados de los servicios necesarios para alcanzar las condiciones de competitividad en los mercados globalizados. Siguiendo alineamientos de estrategia propuestos y recogiendo los problemas más álgidos reportados por las empresas se proponen a un

conjunto coherente de insumos claves para lograr la necesaria competitividad.

La autora considera que las estrategias plantea para el mejoramiento es de mucho interés porque se requiere medidas apropiadas en el desarrollo económico y social la cual permitir generar empleo donde se promueven activamente las actividades para asegurar sus bienes y el bienestar de sus clientes.

Gómez Molina José Manuel (2013) Las microempresas son un renglón necesario en la economía nacional y por lo mismo es indispensable, hacer notar su importancia porque además de ayudar con la economía, muchas familias toman a las microempresas como la única fuente de ingresos, los que únicamente les alcanza para poder sobrevivir el microempresario y su familia, siendo esta una solución para poder conseguir un empleo; por estas circunstancias, es necesario identificar a través de una investigación cuales son los obstáculos que les impiden a las microempresas lograr un crecimiento adecuado, el cual al momento de superarlos les permitirá llegar en el futuro a formar parte del sector formal, que prácticamente sería convertirse en una empresa pequeña o mediana. El propósito de este proyecto es identificar específicamente cuales son los motivos por los que las microempresas no pueden obtener un desarrollo adecuado que por el contrario en lugar de crecer día a día se encuentran propensas a la quiebra o desaparecer; así mismo se pretende hacer conciencia en los microempresarios sobre la importancia de aplicar conocimientos administrativos para que ellos puedan aprovechar de la mejor forma los recursos con los que cuentan, ya que las microempresas al convertirse en pequeñas o medianas empresas contribuirán fuertemente con la economía del país y serán al mismo tiempo fuentes de empleo. En la actualidad se puede observar que existe un número considerable de microempresas que desde un punto de vista positivo todas tienen aspiraciones a ser mejores y a

poder superar los obstáculos que se le presenten, este proyecto pretende ser una herramienta para los microempresarios que les servirá como una guía que dirija el camino a seguir y de igual forma para la sociedad en general por la misma importancia de las microempresas en la economía del país y como futuras fuentes de empleo.

La autora considera tomar en cuenta que el mejoramiento de la infraestructura cambiaría el aspecto de la microempresa tanto para poder ofrecer servicio y ofrecer fuentes de trabajo a las personas que lo necesitan.

Vega Capilla (2012) Las microempresas son organizaciones que se dedican a producir bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la comunidad y así poder obtener un beneficio económico. Poseen la capacidad de contribuir al desarrollo en la infraestructura para así incrementar el ingreso familiar.

Tiene la ventaja de aprovechar los recursos internos que existen en las áreas rurales y en los pequeños centros urbanos.

La autora considera tomar en cuenta este informe por la ventaja que se tiene que aprovechar al momento de realizar el mejoramiento de la infraestructura de la empresa.

Segùn (Santos Criollo, 2013) El organigrama de una empresa representa lo fundamental en todas las empresas ya que sirve para conocer más a fondo la estructura general de la organización. Son sistemas de organización que se representan en la forma intuitiva y con objetividad, también son llamados cartas de organización.

La autora tomara en cuenta el concepto de organigrama porque así se dio a conocer su importancia en toda empresa al momento de hacer algún mejoramiento en su infraestructura en el momento en un futuro dado.

Hernández García (2014) Busca analizar las mejores estrategias que ayuden a las microempresas al crecimiento ya que permite fortalecer sus recursos internos para ello se realizara un estudio con un enfoque cualitativo debido a que se recurrirá a fuentes bibliográficas sobre estrategias decrecimiento así como información proporcionada, también es importante tener en cuenta la influencia tecnológica en sus implementación.

La autora considera que todos las estrategias deben tener un crecimiento con altos estándares ya que sus infraestructura deben tener todos los implementados necesarios que lleve a la microempresa un enfoque a la situación y estatutos.

Marco Legal.

Reglamento para las operadoras de la telefonía celular

Resolución del CONATEL 421

Registro Oficial 10 de 24-ago-1998 Estado:

Vigente EL CONSEJO NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CONATEL
Considerando:

Que es necesario expedir un Reglamento para el Servicio de Telefonía Móvil Celular, acorde con la Ley Reformatoria a la Ley Especial de Telecomunicaciones, publicada en el Registro Oficial No. 770 de agosto 30 de 1995; Que en el artículo 57 de la Ley Reformatoria a la Ley Especial de Telecomunicaciones, establece que la operación del servicio móvil automático se prestará mediante Operadores en las condiciones que el Contrato de Concesión, la Ley y los Reglamentos establezcan, con los

servicios finales que permita su red; Que el artículo 41 en sus literales b), c) y d) del Reglamento General a la Ley Especial de Telecomunicaciones Reformada, le facultan al CONATEL establecer los Reglamentos y dictar las normas que regulen los servicios de telecomunicaciones; y, En uso de las atribuciones que le confieren el artículo 10, artículo enumerado tercero, literal j) de la Ley Reformatoria a la Ley Especial de Telecomunicaciones. Resuelve: Expedir el "REGLAMENTO PARA EL SERVICIO DE TELEFONIA MOVIL CELULAR" CAPITULO I GENERALIDADES

Art. 1.- Objetivo.- El presente Reglamento tiene por objeto regular, normar supervisar y permitir la explotación del Servicio de Telefonía Móvil Celular. (STMC) a través de Redes Públicas de Telefonía Móvil (RPTM).

Art. 2.- Régimen Legal.- La prestación del servicio de telefonía móvil celular se regirá por la Ley Especial de Telecomunicaciones, por la Ley Reformatoria a la Ley Especial de Telecomunicaciones, por el Reglamento General a la Ley Especial de Telecomunicaciones Reformada, por este Reglamento, por el Reglamento de Tarifas por el Uso de Frecuencias, por el Reglamento de Interconexión y Conexión entre Redes y Sistemas de Telecomunicaciones por las Normas y Regulaciones Expedidas por el CONATEL. Lo no previsto en estos instrumentos se regirá por las disposiciones del derecho común.

Art. 3.- Términos y definiciones.- Los términos y definiciones para la aplicación de este reglamento son los que constan en el Reglamentos General a la Ley Especial de Telecomunicaciones Reformada y al presente Reglamento; lo no definido en dichos instrumentos se sujetará a la interpretación que consta en el Convenio de la UIT y sus regulaciones.

Art. 4.- La Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (SNT), luego de la autorización del Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) suscribirá contratos de concesión para la explotación de STMC con

cualquier persona natural o jurídica, que cumpla con las condiciones señaladas por el CONATEL en las bases del concurso público que se convoque para otorgar dicha concesión.

Art. 5.- La concesión tiene por objeto que el operador seleccionado proporcione el servicio de telefonía móvil automática que permita la red de telefonía móvil celular autorizada en el contrato de concesión siempre que no se oponga a la Ley Especial de Telecomunicaciones vigente. La prestación de servicio de telefonía móvil internacional está sujeta al cumplimiento de los principios del "servicio universal" y al cumplimiento de los techos tarifarios aprobados por el CONATEL.

Art. 6.- Derecho de concesión.- Es la compensación por la concesión de STMC que el operador pagará al Estado a través de la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, conforme a lo establecido en los respectivos contratos de concesión.

Art. 7.- Duración de los contratos de concesión.- Los contratos de concesión para la explotación del servicio de telefonía móvil celular tendrán una duración de quince años, renovables de mutuo acuerdo.

Art. 8.- Renovación.- El CONATEL iniciará el proceso de renovación de la concesión 24 meses antes de la terminación del contrato, el operador tendrá un plazo de treinta días para hacer llegar al CONATEL sus comentarios. A partir de ese día el operador y la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones tendrán sesenta días adicionales para acordar el contrato definitivo. En el caso de que las partes no lleguen a un acuerdo, el Operador podrá recurrir al CONATEL, cuyo dictamen será obligatorio.

Art. 9.- La Operadora y la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones seguirán el procedimiento aprobado por el CONATEL y acordarán los términos y condiciones de la renovación del contrato de concesión; una vez

acordado el contrato, la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones lo someterá, individualmente, a la aprobación del CONATEL.

Art. 10.- Reversión.- Extinguido el contrato por cualquiera de las causas contempladas en la Ley y/o en el presente Reglamento, y en caso de que no se hubiera renovado el plazo señalado en este Reglamento, se seguirá el siguiente procedimiento:

- a) Terminado el contrato la Operadora no podrá continuar prestando servicios;
- b) Automáticamente se revierte al Estado únicamente el derecho de explotar el servicio de telefonía móvil celular y las frecuencias autorizadas; y,
- c) La Secretaría Nacional de Telecomunicaciones convocará a un concurso público, para la selección de un nuevo operador, aprobado por el CONATEL, en el cual no podrá participar la Operadora, cuyo contrato ha sido revertido.

Art. 11.- Modificaciones de los contratos.- De surgir causas imprevistas, cambios en el marco regulatorio de las telecomunicaciones, las partes adecuarán los contratos a la nueva norma jurídica, en el plazo establecido por el CONATEL, previo el acuerdo entre las partes y siguiendo el procedimiento establecido en la Ley.

Art. 12.- El área geográfica de cobertura del servicio será todo el territorio nacional; la Operadora presentará a la SNT un plan de expansión para lograr dicha cobertura. Dicho plan de expansión será preparado de acuerdo a los lineamientos que para el efecto establezca el CONATEL.

En el caso de que el Plan no sea aprobado, el CONATEL se reserva el derecho de conceder las áreas geográficas no concesionadas, a otras operadoras. A partir de la aprobación de dicho plan cualquier expansión no tendrá nuevos derechos de concesión. La Operadora tiene la obligación de

cumplir con el plan de expansión y de informar de los avances a la Superintendencia de Telecomunicaciones y a la SNT.

Art. 13.- Otros servicios.- Un prestador de servicios finales de telefonía móvil celular podrá proveer cualquier otro servicio de telecomunicaciones que no se encuentre dentro del régimen de exclusividad temporal regulada; una vez que haya obtenido de manera separada las correspondientes concesiones o permisos, en caso que se aprobare su solicitud, los otros servicios podrán ser ofrecidos directamente o a través de empresas subsidiarias, empresas vinculadas o en asociación con otros operadores, en todo caso deberá tener un sistema de contabilidad de costos independiente para cada servicio a fin de asegurar el desarrollo competitivo del mercado. El uso de la red de Telefonía Móvil Celular requerirá autorización de la SNT para prestación de otro servicio de telecomunicaciones. De ninguna manera podrán utilizar el mecanismo de subsidios cruzados entre los servicios concesionados. El alcance y cobertura geográfica de los servicios serán los que se acuerden en el contrato de concesión o en el permiso.

Art. 14.- El alcance de la concesión del servicio de telefonía móvil celular incluye los servicios suplementarios que se soporten sobre sus propias redes tales como marcación abreviada, conferencias multiparte, teléfono rojo, llamada en espera, etc. bastando para ello la notificación a la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones con el detalle de los servicios que van a ofrecer e incluir en los informes que presente a la Superintendencia de Telecomunicaciones.

Art. 15.- Los servicios de valor agregado que puedan ser prestados por el concesionario requerirán de un permiso en los términos señalados en el Reglamento de Servicio de Valor Agregado.

Art. 16.- Las operadoras celulares tienen derecho a publicar una guía telefónica de sus abonados sea en forma directa o a través de un

concesionario que pueda explotar el sistema de páginas amarillas. El CONATEL se reserva el derecho de contratar una administración de bases de datos independiente para favorecer la libre competencia de servicios de larga distancia.

Art. 17.- Transacción.- Las partes, de común acuerdo, podrán celebrar convenios transaccionales para precaver o solucionar litigios de carácter técnico o recurrir al arbitraje en los términos de la Ley de Arbitraje y Mediación.

Art. 18.- Planos de instalación.- La Operadora someterá, para su registro y aprobación, a la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones los planos de instalación de las estaciones de telefonía celular, con por lo menos quince (15) días de anticipación al inicio de la obra; una copia de los mismos será enviada a la Superintendencia de Telecomunicaciones para el respectivo control.

Art. 19.- Terminación de los contratos.- Los contratos de concesión pueden legalmente terminar por las siguientes causas:

- a) Por terminación del plazo de concesión sin que se haya renovado el contrato;
- b) Por mutuo acuerdo de las partes, siempre que no se afecte a terceros;
- c) Por sentencia ejecutoriada que declare la nulidad del contrato;
- d) Por sentencia ejecutoriada que declare la resolución o terminación del contrato, a pedido del concesionario;
- e) Por laudo arbitral;
- f) Por disolución legal de la persona jurídica de la Operadora, exceptuando los casos de fusión autorizadas por el CONATEL;

g) Por reincidencia grave o culposa en el incumplimiento de las disposiciones legales y contractuales y,

h) Caducidad por incumplimiento de las obligaciones en la prestación de los servicios, dictaminado por el CONATEL.

Art. 20.- Controversias.- En las controversias derivadas de los contratos de concesión celebrados con la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, las partes procurarán solucionarlas en la fase administrativa, en forma amigable y transaccional, de acuerdo a las normas de este Reglamento; y, en la fase jurisdiccional se someterán a los jueces competentes de la ciudad de Quito. Si las partes así lo acuerdan, podrán recurrir al arbitraje en los términos de la Ley de Arbitraje y Mediación; en este caso el fallo de los árbitros causará ejecutoria.

Art. 21.- Corresponde a la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones la gestión y administración de todo el espectro radioeléctrico que demanden las RPTM para su operación. Todos los aspectos relativos al uso del espectro radioeléctrico por parte de cualquier concesionario se regirán por el Reglamento de Radiocomunicaciones.

Art. 22.- Derechos de autorización.- Las tarifas por la autorización para el uso de frecuencias necesarias para la explotación de los servicios STMC serán pagadas a la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, de acuerdo a la Reglamentación que dicte el CONATEL.

Art. 23.- Procedimiento para la autorización de uso de frecuencias.- La Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, previa aprobación del CONATEL y de conformidad con el Reglamento de Radiocomunicaciones y el Reglamento de Tarifas por el Uso de Frecuencias otorgará la autorización de uso de las frecuencias integrada a la concesión para la prestación del servicio de telefonía móvil celular, para lo cual la Operadora deberá adjuntar

la siguiente documentación:

- a) Ubicación de las centrales de conmutación del servicio de telefonía móvil celular y de las estaciones bases del sistema de telefonía móvil celular;
- b) Número de frecuencias requeridas para cada estación base del sistema de telefonía móvil celular, conforme al tráfico esperado;
- c) Plan de uso de frecuencias radioeléctricas;
- d) Cálculos de áreas de cobertura de las estaciones bases del sistema de telefonía móvil celular; los mapas serán el resultado de la predicción computarizada de coberturas, actualizados con mediciones de campo;
- e) Características técnicas de las centrales de conmutación del servicio de telefonía móvil celular en las que describa la capacidad del sistema para la conexión a la red pública de telefonía fija y el sistema de control utilizado para manejar las estaciones terminales;
- f) Características técnicas de las estaciones del sistema de telefonía móvil celular;
- g) Características de los enlaces físicos y radioeléctricos necesarios a la interconexión del sistema; y,
- h) Número de estaciones del sistema de telefonía móvil celular que integran la red. Estos requisitos deberán ser observados tanto para la operación inicial del sistema como para cada expansión.

Para la utilización de las frecuencias de las celdas la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones está autorizada por el CONATEL para aprobar de oficio dichas solicitudes en el término de cuarenta y cinco (45) días de la presentación de toda la documentación requerida, las que serán incorporadas como parte del contrato. En caso de no haber respuesta en dicho plazo se dará por autorizada.

Art. 24.- Vigencia de las autorizaciones del uso de frecuencias.- Los contratos de autorizaciones de uso de frecuencias esenciales para el sistema de telefonía móvil celular, terminarán en la misma

CAPITULO V DE LAS NORMAS TECNICAS Y OPERATIVAS

Art. 25.- Alcance de las Normas Técnicas.- Las normas técnicas y operativas y demás parámetros específicos del STMC constan en el Anexo No. 2 a este Reglamento, y todos los estándares y plataformas que apruebe el CONATEL a solicitud de una operadora.

Art. 26.- Planes de numeración del sistema celular.- Se usan los siguientes planes de numeración:

a) Número de abonado Acceso al servicio 0 Área de servicio 9 Operador Banda A 4 - 5 Operador Banda B 7 - 8 Abonado XXXXX (5 Dig.)

b) Identificación del terminal de abonado (MIN) Indicativo país 740 Indicativo Banda A 94 - 95 Indicativo Banda B 97 - 98 Estación en abonado XXXXX (5 Dig.)

c) Identificación al sistema (SID) Según la norma EIA - 553, el SID para el Ecuador es cualquier número entre 31296 y 31327, la Operadora notificará a la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones el número que usar.

Art. 27.- Carácter obligatorio de las Normas y de los Parámetros.- La aplicación y cumplimiento de las normas técnicas y operativas y de los parámetros específicos del STMC tienen el carácter de obligatorio, y su incumplimiento será sancionado conforme a las disposiciones reglamentarias.

Art. 28.- Parámetros mínimos de calidad del servicio.- La Operadora presentará a la Superintendencia de Telecomunicaciones informes trimestrales sobre los siguientes parámetros mínimos de calidad de servicio:

a) Reutilización de frecuencias con un diseño de cobertura basado en una relación portadora a interferencia mayor o igual que 17dB, para sistemas digitales y mayor o igual a 24dB para sistemas analógicos;

b) Grado de servicio del canal de acceso (menor o igual que uno por ciento);

c) Grado de servicio del canal de voz (menor o igual que dos por ciento), según la Tabla de Erlang B, en la hora cargada de cada estación del sistema;

d) Grado de servicio de las troncales hacia la red telefónica pública (menor o igual que uno por ciento);

e) Bloqueo de llamadas transferidas (Hand - Off) (menor o igual que dos por ciento);

f) Caída de llamadas: Si durante la hora cargada se establecen Q llamadas en una hora y llamada se caen, con lo cual Q - n se mantienen, entonces el porcentaje de caída de llamadas es $n \times 100/Q$. Se establece un valor no mayor que 2% para estaciones con celda o celdas adyacentes en todo su perímetro, no mayor que 5% para estaciones con celda o celdas adyacentes, pero que éstas no cubran el perímetro total de la estación, y no mayor que 7% para estaciones sin celdas adyacentes; y,

g) Llamadas completadas: La tasa de completación de las llamadas, será superior al 60% hacia abonados fijos y superior al 80% hacia abonados celulares.

Art. 29.- Información al cliente.- La Operadora del STMC debe proporcionar a sus clientes de manera impresa, documentos que contengan lo siguiente:

- Contrato de servicio.

- Uso adecuado del terminal de abonado. - Mapas de cobertura.

- Formato de factura.

- Manejo de características especiales, como son las instrucciones para los servicios de información y servicios especiales.

Art. 30.- Activación de terminales.- La Operadora debe asegurarse que los terminales de abonado cumplan con las siguientes características, como requisitos mínimos:

a) Cualquier intento de cambiar fraudulentamente el Número Serial Electrónico (ESN) del terminal de abonado, deberá provocar la inhabilitación de dicho terminal. Es obligación de la Operadora del STMC activar en su sistema sólo los terminales que cumplan con este requerimiento;

b) La Operadora del STMC deberá estar programada conforme a la norma EIA 553;

c) Deberá activarse el servicio como máximo dentro de las 12 horas hábiles de haber contratado el servicio; y,

d) Todos los equipos terminales deberán estar debidamente homologados en forma previa a su activación.

Art. 31.- Reclamos y soluciones de problemas.- La Operadora llevará un registro numerado, el número será entregado al reclamante, de los reclamos escritos o verbales de sus abonados el que contendrá los siguientes datos:

- Nombre del abonado.

- Dirección y número telefónico.

- Lugar en que se encontraba el abonado.

- Fecha y hora del reclamo. - Motivo del reclamo.

- Número de veces que el abonado ha reclamado en el último año.

La Operadora llevará una estadística de los siguientes reclamos:

- Demora para obtener el servicio.
- Demora para reparación del servicio una vez obtenido.
- Problemas que requieren de mejoras en cobertura.
- Demora para obtener respuesta de la red después de presionar SEND.
- Llamadas caídas.
- Tono de congestión.
- Conversación en un sentido.
- Diafonía e interferencia.
- Inteligibilidad.
- Facturación errónea. El índice de reclamos por cada cien (100) abonados deberá ser menor o igual que uno (1) al mes. El número de problemas derivados de las quejas, solucionados en la semana siguiente deberá ser mayor o igual que el 80% de los reclamos. Los informes respectivos se presentarán trimestralmente a la Superintendencia.

Art. 32.- Encuesta de calidad del servicio.- La Operadora contratará una empresa encuestadora la que será seleccionada entre firmas encuestadoras profesionales inscritas en la Superintendencia de Telecomunicaciones. La encuestadora evaluará semestralmente la opinión del usuario con relación a la Calidad del servicio, incluyendo calidad de voz.

- Atención al cliente.
- Sistema de facturación.
- Sistema de venta.
- Número de reclamos y reparación.

- Relación Operadora
- usuario.
- Otros parámetros que requiera la Operadora. El formulario de preguntas será aprobado por la Superintendencia de Telecomunicaciones cada semestre, previo a la realización de la encuesta. La encuestadora remitirá los resultados directamente a la Operadora y a la Superintendencia de Telecomunicaciones quien informará al CONATEL.

Art. 33.- Servicios especiales.- Las operadoras pueden prestar a los usuarios que lo soliciten algunos servicios especiales como por ejemplo:

- Transferencia de llamadas.
- Llamada en espera.
- Conferencia tripartita.
- Mensaje de voz electrónico.
- Facturación detallada.
- Servicios del sistema digital como identificación del número que llama, envío de mensajes cortos, etc.

La facturación de estos servicios deberá llevarse a cabo de acuerdo a las tarifas aprobadas por la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones.

Art. 34.- Llamada completada.- Para efecto de la facturación se considera llamada completada únicamente las que contesta el número llamado. No se facturará LLAMADAS COMPLETADAS las que terminen en dispositivos interceptores propios de la red celular o fija. Los dispositivos interceptores podrán dar origen a servicios suplementarios.

CAPITULO VI DE LA OPERACION

Art. 35.- Responsabilidad de la Operadora.- Frente a sus abonados la Operadora será la única responsable por la prestación del servicio. La Superintendencia de Telecomunicaciones velará por el cumplimiento de los términos y condiciones establecidos en el contrato de servicios que la Operadora suscriba con sus abonados; inclusive procederá a sancionar conforme lo establece el presente Reglamento. La Operadora no podrá obligar al abonado a suscribir otros contratos o adendas al contrato tipo aprobado. A menos que tales contratos o adendas hayan sido aprobados por el CONATEL.

Art. 36.- Interconexión de redes.- La Operadora podrá suscribir con otras operadoras de servicios públicos, de servicios al público y de servicios de valor agregado, convenios de interconexión de acuerdo al Reglamento de Interconexión y Conexión de Redes y dentro de los límites establecidos por la Ley y los reglamentos.

Art. 37.- Interferencias.- La Operadora será la única responsable por las interferencias radioeléctricas que las estaciones de su sistema puedan causar a otros sistemas de radiocomunicaciones, previamente autorizados, o por daños que puedan causar sus instalaciones a terceros, y estará obligada a solucionar a su costo y a reconocer daños y perjuicios.

En caso de que las frecuencias asignadas a la Operadora de STMC sufrieren interferencias por terceros, la Superintendencia de Telecomunicaciones procederá, en el término de diez (10) días, a determinar la interferencia. El causante de la interferencia se someterá a lo establecido en el Reglamento de Radiocomunicaciones.

Art. 38.- Obligaciones.- La Operadora del servicio de telefonía móvil celular está obligada a:

- a) Establecer, instalar, operar, comercializar y mantener el servicio de telefonía móvil celular, conforme a lo establecido en el contrato de concesión y en las normas técnicas y operativas respectivas;
- b) Operar el sistema de telefonía móvil celular en las frecuencias que la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones le autorice para tal efecto;
- c) Prestar el servicio en toda la zona de cobertura autorizada;
- d) Instalar y mantener en operación terminales públicos de telefonía móvil celular en el área de servicio autorizada, en un porcentaje no inferior al 0.5% del número total de terminales de abonados instalados, de conformidad con el plan acordado con la SNT el que incluirá un 70% en áreas rurales y marginales;
- e) Solucionar los problemas de interferencias radioeléctricas o daños a terceros que cause su sistema, de acuerdo a lo estipulado en este Reglamento;
- f) En situaciones de emergencia, vinculadas a la seguridad y defensa del Estado, los operadores deberán otorgar prioridad a la transmisión de voz, vídeo y datos de los medios de comunicaciones de los sistemas de defensa nacional. La operadora mantendrá un programa de acción para atender tales emergencias, el cual será coordinado y actualizado periódicamente con los organismos superiores de Seguridad Nacional. Así mismo, el Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas, en situación de emergencia, declarada por el Presidente de la República, podrá tomar el control o supervisar directamente la operación de cualquier red pública de telefonía celular de la manera más conveniente a los intereses nacionales;
- g) Establecer los mecanismos para que sus abonados puedan comunicarse con abonados de otros sistemas de telefonía móvil de otras operadoras legalmente autorizadas y con la red fija de ANDINATEL, PACIFITEL y

ETAPA, a través de la interconexión de sus redes;

h) Esta obligación incluye la reventa de servicios de su red únicamente a las operadoras legalmente autorizadas para prestar tales servicios;

i) Establecer y mantener un sistema de medición y control de la calidad del servicio, cuyos registros deberán ser confiables y de fácil verificación. Estos sistemas y registros estarán a disposición de la Superintendencia de Telecomunicaciones para el control correspondiente;

j) Mantener en buen estado de funcionamiento los aparatos de medición para permitir la supervisión del sistema, por parte de la Superintendencia de Telecomunicaciones;

k) Prestar todas las facilidades a la Superintendencia de Telecomunicaciones para que inspeccione y realice las pruebas necesarias para evaluar la precisión y confiabilidad del sistema;

l) Las operadoras celulares están obligadas a proporcionar a la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones y a la Superintendencia de Telecomunicaciones, toda la información que se encuentra especificada en el presente Reglamento y en el contrato de concesión;

m) Prestar el servicio a todas las personas que lo soliciten, con la excepción que determina la Ley, dentro del área de servicio autorizada, en condiciones equitativas, sin establecer discriminaciones;

n) Las solicitudes de servicio deberán satisfacerse en orden cronológico de presentación, excepto en situaciones de emergencia. A los usuarios potenciales se les informará del área en la cual puedan esperar un servicio confiable. La Operadora del STMC mantendrá registros de los nombres de las personas cuyas solicitudes de servicio que no han sido satisfechas debido a la falta de capacidad del STMC;

o) Establecer los mecanismos necesarios para suministrar el servicio a los abonados visitantes sobre la base de los convenios que para el efecto celebren las operadoras, previa notificación a la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, los cuales deberán ser enviados en forma trimestral a la Superintendencia de Telecomunicaciones para el control respectivo;

p) Ofrecer el servicio de telefonía móvil celular a sus abonados durante las veinticuatro horas del día, sin interrupciones, aún en los casos de mantenimiento del sistema. Se excluyen los casos en que, previa la autorización de la Superintendencia de Telecomunicaciones, sea indispensable la interrupción del servicio. En caso de que la interrupción sea imprevista, la Operadora deberá notificar en un plazo no mayor a 48 horas a la Superintendencia de Telecomunicaciones para que una vez evaluadas las causas de la interrupción del servicio se puedan tomar los correctivos que sean necesarios. En todo caso los abonados tienen derecho a recibir aviso, con antelación, cuando el operador deba suspender temporalmente el servicio por razones técnicas. La Operadora mantendrá un registro de las fallas ocurridas, el cual deberá ser remitido a la Superintendencia de Telecomunicaciones;

q) Celebrar un contrato de prestación del servicio con cada uno de sus abonados, en el que se establezca los términos y condiciones de prestación del servicio. Dicho contrato no podrá ser contrario a las disposiciones de la Ley, el presente Reglamento, de la concesión, y su contenido básico será aprobado por el CONATEL. El contrato aprobado será considerado contrato tipo;

r) Presentar y mantener las garantías que se establezcan en los contratos de concesión;

s) Activar o habilitar únicamente equipos terminales para usuarios legalmente homologados;

t) Establecer un sistema eficiente de recepción de reclamos y reparación de daños en su sistema, incluyendo los equipos terminales. Todos los reclamos relacionados con el objeto del contrato de concesión deberán ser registrados y solucionados. Dichos registros deberán estar a disposición de la Superintendencia de Telecomunicaciones;

u) Cumplir las demás obligaciones contempladas en la Ley Especial de Telecomunicaciones y Ley Reformatoria a la Ley Especial de Telecomunicaciones; y,

v) Facturar los servicios en forma simple y comprensible; la factura debe contener como mínimo las tarifas de los servicios básicos y especiales y el detalle de las llamadas realizadas.

Telefonía celular

La telefonía móvil es la comunicación a través de dispositivos que no están conectados mediante cables. El medio de transmisión es el aire y el mensaje se envía por medio de ondas electromagnéticas. Para la comunicación, se utiliza el teléfono móvil, que es un dispositivo inalámbrico electrónico que se usa para tener acceso y utilizar los servicios de la red de telefonía móvil.

En la mayor parte de América Latina el teléfono móvil se llama también teléfono celular, debido a que el servicio funciona mediante una red de celdas, donde cada antena repetidora de señal es una célula, si bien también existen redes telefónicas móviles. La telefonía móvil básicamente está formada por dos grandes partes: una red de comunicaciones y los terminales que permiten el acceso a dicha red.

Reglamento de claro

REGLAMENTO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE TELEFONÍA PREPAGO.

1. PRIMERA. DEFINICIONES: Para efectos del presente Reglamento (en adelante, el “Reglamento”), las siguientes palabras o expresiones utilizadas con mayúsculas en el Reglamento, tendrán el significado que se indica a continuación, con independencia de su empleo en singular o plural: Agente Autorizado CLARO (“AAC”): Aquella persona, que por virtud de un Contrato celebrado con CLARO: (i) realiza a nombre y por cuenta de CLARO la comercialización de servicios de telecomunicaciones (en adelante, los “Servicios”) y Equipos Provistos, según se define este término más adelante, por sí misma o a través de terceros; (ii) da información de los Servicios que ofrece CLARO; (iii) hace la tramitación de la Garantía otorgada por el Proveedor de los Equipos Provistos a través de dicho AAC; (iv) cuenta con un mecanismo de acceso al CAT para atender aclaraciones y reclamaciones respecto de la prestación de los Servicios; y (v) vender Recargas para el Servicio Telefonía Prepago.

Centro de Atención a Clientes (“CAC”): Es el lugar en donde físicamente se encuentran los ejecutivos de CLARO cuya función es: (i) dar información de los Servicios que ofrece CLARO; (ii) tramitar la contratación de Servicios; (iii) atender aclaraciones y reclamaciones respecto de la prestación de los Servicios; (iv) solicitar la gestión de la garantía otorgada por el Proveedor de los Equipos Provistos por CLARO; y (v) vender Recargas para el Servicio Telefonía Prepago. Centro de Atención Telefónica (“CAT”): Servicio de atención telefónica cuya función es: (i) dar información de los Servicios que ofrece CLARO; (ii) atender aclaraciones y reclamaciones que no requieran soporte documental respecto de los Servicios; (iii) brindar asistencia técnica respecto de la utilización de Equipos Provistos y el uso de los Servicios; y

(iv) recibir pagos y vender Recarga utilizando medios electrónicos, entre otros. El SUSCRIPTOR puede acceder al CAT mediante la marcación de acceso gratuito desde su Línea marcando *10, así como a través de marcaciones gratuitas a la línea definida por CLARO para tal fin, siempre y cuando correspondan a llamadas nacionales entre operadores interconectados. CLARO definirá las políticas de funcionamiento de los CAT para la prevención de llamadas maliciosas, pudiendo implementar mecanismos tales como el filtrado de llamadas con base al comportamiento del SUSCRIPTOR y el cobro de las llamadas realizadas por el SUSCRIPTOR al CAT cuando sean realizadas más de tres llamadas diarias, salvo que no se haya podido dar una solución satisfactoria al problema denunciado por el SUSCRIPTOR. Cobertura: Son las áreas geográficas de un territorio en las que se cuenta con infraestructura para la prestación de Servicios. La Cobertura de CLARO se encuentra disponible en los CACs y la página en Internet www.claro.cr. Equipo: Terminal de telecomunicaciones mediante el cual el SUSCRIPTOR (i) a través de la Línea, accede a los Servicios objeto del presente Reglamento; y (ii) cuya marca, modelo, y número de identificación (ESN, IMEI u otra abreviatura según la tecnología) se describen en la carátula del Reglamento. Equipo suscriptor: Es aquel Equipo que el SUSCRIPTOR declara de su propiedad y que se identifica en la carátula del presente Reglamento. El SUSCRIPTOR entiende que es de su exclusiva responsabilidad que el Equipo Suscriptor sea compatible con la red de CLARO y esté debidamente homologado según las disposiciones de la SUTEL, caso contrario el SUSCRIPTOR renuncia a cualquier reclamo por problemas de calidad del servicio vinculado con el terminal. Equipo Provisto: Es aquel Equipo debidamente homologado que CLARO, directamente o a través de un AAC, provee al SUSCRIPTOR con motivo del presente Reglamento, ya sea al momento de la contratación o en cualquier momento ulterior. Los datos del mismo se asentarán, de ser el caso, en los registros internos de CLARO. Línea: El número compuesto por ocho (8) dígitos

asignados al SUSCRIPOTOR para poder hacer uso de los Servicios. Práctica Prohibida: La constituye la realización de cualquiera de los supuestos siguientes: (i) la comercialización de cualquier Servicio o la ejecución de cualquier actividad considerada por la regulación vigente como exclusiva de personas físicas o jurídicas, que mediante el respectivo título habilitante les haya sido otorgada la calidad de operador y/o proveedor de redes de telecomunicaciones y/o prestador de servicios de telecomunicaciones;(ii) cualquier práctica o conducta cuyo fin sea la reoriginación de tráfico, ya sea éste local o internacional o, por efectuar conexiones fraudulentas, clandestinas o sin autorización de CLARO y/o por adulterar de cualquier forma la facturación del Servicio; (iii) la terminación de llamadas o cualquier otro tipo de tráfico a usuarios de la red de CLARO evadiendo las rutas definidas para ello y las tarifas de interconexión establecidas para concesionarios autorizados para la terminación de dichas llamadas; (iv) el envío de mensajes y transmisión de datos en general que disminuya, sature o de cualquier otra forma afecte las funciones de cualquier elemento de la red de CLARO o de terceros con los que exista interoperabilidad; (v) el envío de mensajes o transmisión de datos en general, susceptible de ser interpretado por el Equipo como audio, texto, gráficos, imágenes, video o combinación de ellos, ya sea individual o masivo, cuyo contenido sea de carácter mercadotécnico o publicitario y no hubiese sido previamente autorizado por los usuarios a los que se encuentre destinado dicho mensaje o transmisión; (vi) Cuando el SUSCRIPOTOR modifique o altere su Equipo Provisto afectando la prestación del Servicio; (vii) Cuando los Equipos e instalaciones del SUSCRIPOTOR, por cualquier razón, produzcan efectos que puedan desmejorar la eficiencia del Servicio o perturbar la red de CLARO o de otros operadores; (viii) Por incumplimiento de las obligaciones a cargo del SUSCRIPOTOR derivadas de cualquier otro Reglamento de PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES o de cualquier otra índole que haya celebrado o celebre en el futuro el SUSCRIPOTOR con CLARO; y

(ix) cualquier otro acto prohibido por las leyes, reglamentos y en general por cualquier disposición regulatoria aplicable y vigente.

Proveedor del Equipo: Aquella persona identificada en la caja y el manual del Equipo Provisto correspondiente que: (i) fabrica y/o importa dicho Equipo Provisto y los accesorios incluidos como parte del mismo y, (ii) otorga al SUSCRIPOTOR la garantía respecto de dicho Equipo Provisto, en los términos y condiciones de garantía contenida en la caja. **Recarga:** Tiempo al aire para el uso de los Servicios, adquirido por el SUSCRIPOTOR Recargas a través de los medios y en los puntos que se indican en el portal www.claro.cr. **Roaming Internacional:** Servicio Disponible que CLARO podrá ofrecer al SUSCRIPOTOR, cuando éste sale del territorio nacional y cuyo objeto consiste en que pueda continuar haciendo uso de los Servicios de Voz materia del presente Reglamento, mediante la utilización de la red de un operador del país visitado.

Servicio de Telefonía Prepago: Servicio de telefonía en el cual el SUCRIPOTOR hace uso de los mismos mediante la adquisición de Recarga a través de los medios y en los puntos que se indican en el portal www.claro.cr. **Servicios:** Son conjunta o indistintamente los Servicios de Telefonía Prepago, los Servicios Complementarios y/o los Servicios Disponibles.

CLARO determinará el conjunto de Servicios que serán habilitados al momento de su activación, salvo en los casos que el SUSCRIPOTOR hubiese indicado expresamente su intención de bloquearlos al momento de activación del Servicio de Telefonía Prepago. **Servicios Complementarios:** Son cada uno de los Servicios de telecomunicaciones o de cualquier otra índole que requieren, (i) para su contratación, una solicitud expresa del SUSCRIPOTOR, ya sea al momento de la adquisición del Servicio de Telefonía Prepago o en cualquier otro momento de la vigencia del Servicio

de Telefonía Prepago y (ii) para su provisión, se requiere que el Equipo cuente con las funcionalidades técnicas necesarias. Los Servicios Complementarios pueden ser prestados directamente por CLARO o por terceros a través de CLARO. Servicios Disponibles: Son cada uno de los servicios de telecomunicaciones y de cualquier otra índole que el SUSCRIPUTOR puede utilizar de manera eventual mediante el acceso a los mismos si éstos estuviesen integrados a su Tarjeta SIM, por solicitud expresa empleando funcionalidades especiales o a través de marcaciones específicas desde su Equipo y que requieren para su aprovechamiento por el SUSCRIPUTOR, que las funcionalidades técnicas de su Equipo así lo permitan. Los Servicios Disponibles pueden ser prestados directamente por CLARO o por terceros a través de CLARO. La información correspondiente a los Servicios Disponibles y las tarifas aplicables a los mismos estarán disponibles en medios en los que se publiciten u oferten los mismos y en el portal web www.claro.cr. Servicios de Llamadas Internacionales: Son los servicios que CLARO presta y que permiten al SUSCRIPUTOR generar llamadas telefónicas hacia números telefónicos de otros países. El SUSCRIPUTOR deberá asumir los Cargos Adicionales que se originen por el uso de dichos servicios. SUSCRIPUTOR: Aquella persona, física o jurídica que adquiere el Servicio de Telefonía Prepago, sujeto a las condiciones de este Reglamento. SUTEL: Superintendencia de Telecomunicaciones.

Tarjeta SIM: Tarjeta inteligente desmontable que, entre otras funcionalidades, almacena la clave de servicio del SUSCRIPUTOR usada para identificarse en la red de CLARO mediante la Línea, así como capaz de contener servicios, información adicional o publicidad que podrá versar sobre los distintos productos o servicios que brinda CLARO, sin que ello implique necesariamente que los mismos se prestan por medio de la tarjeta inteligente en el momento de contratación.

Tarifas: Se refiere a las aplicables a Servicios Complementarios y Servicios

Disponibles, fijadas por CLARO dentro de los límites establecidos por la regulación vigente.

2. OBJETO: El objeto del presente Reglamento consiste en regular los términos y condiciones bajo los cuales CLARO prestará el Servicio de Telefonía Prepago al SUSCRIPTOR.

3. CONDICIONES GENERALES PARA LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS: CLARO y el SUSCRIPTOR reconocen que la prestación de los Servicios está sujeta a lo establecido por la legislación y regulación de la República de Costa Rica, las cuales pueden obligar a CLARO, sin responsabilidad frente al SUSCRIPTOR, a: (i) discontinuar la prestación de los Servicios; y (ii) proporcionar información relativa a las comunicaciones del SUSCRIPTOR. El SUSCRIPTOR se obliga a proporcionar en tiempo y forma, la información requerida por la legislación aplicable. De conformidad con lo anterior: (i) CLARO podrá proporcionar al SUSCRIPTOR, bajo cualquier título legal, un Equipo Provisto homologado y compatible con la red de CLARO en el momento pactado; o bien, (ii) El SUSCRIPTOR, al momento de la contratación, podrá habilitar un Equipo SUSCRIPTOR, debidamente homologado y compatible con la red de CLARO. En caso que el SUSCRIPTOR elija un Equipo Provisto, CLARO estará facultada para el precio del mismo, conforme a lista de Precios vigente al momento de la adquisición del Servicio de Telefonía Prepago.

En caso que el Equipo SUSCRIPTOR no se encuentre homologado, CLARO no será responsable por la calidad o imposibilidad de prestación de los Servicios, pudiendo incluso suspender la prestación de los mismos en cualquier momento y ejercer las acciones que conforme a su derecho convengan, incluyendo las correspondientes a la reparación de daños y perjuicios ocasionados a CLARO por el mal funcionamiento de dicho Equipo. Servicios Complementarios y Uso de Servicios Disponibles: CLARO

informará al SUSCRIPOTOR sobre la disponibilidad para la prestación de los Servicios y sobre las condiciones y términos que regirán la prestación de éstos. El SUSCRIPOTOR podrá utilizar cualquiera de los Servicios Complementarios y Disponibles, aceptando desde este acto, el pago de todos los cargos que se generen por la utilización de los mismos.

El SUSCRIPOTOR reconoce y acepta que por tratarse de una modalidad de Servicio prepago, el consumo correspondiente a los Servicios, incluyendo Servicios Complementarios, Servicios Disponibles, o Servicios prestados por otros Operadores, incluyendo los Servicios de Roaming y Larga Distancia Internacional, será cobrado del saldo de recarga disponible en la Línea respectiva. Nota: El SUSCRIPOTOR declara que (i) todos los datos suministrados al momento de activación de la línea son ciertos; (ii) Ha tenido a su disposición y le ha sido proporcionada toda la información relativa al contenido del presente Reglamento, incluyendo aquella correspondiente a los Servicios y las tarifas aplicables; (iii) Los Servicios que CLARO le proveerá serán destinados únicamente a su uso personal o para aquellas personas expresamente autorizadas para ello; y (iv) reconoce que la adquisición y activación de una Línea constituye una aceptación expresa de la existencia del presente Reglamento.

4. PLAZO: El Reglamento tendrá una vigencia indefinida. El Servicio de Telefonía Prepago estará sujeto a las condiciones establecidas en el presente Reglamento, el cual podrá ser modificado por CLARO. El usuario acepta que el acceso a los Servicios dependerá de la disponibilidad y vigencia de la Recarga asociada a la Línea de Servicio de Telefonía Prepago. El SUSCRIPOTOR podrá solicitar en cualquier momento la cancelación de su Servicio de Telefonía Prepago, a través de los CAC de CLARO.

5. OBLIGACIONES DE CLARO: Sin perjuicio de las obligaciones legales y

reglamentarias vigentes y las demás obligaciones a su cargo establecidas en el presente Reglamento, CLARO se obliga a:

(a) Entregar la Tarjeta SIM, y en su caso, entregar el Equipo Provisto (debidamente homologado y compatible con la red de CLARO), todo ello al momento de la celebración del Reglamento;

(b) proveer los Servicios en las condiciones pactadas; y

(c) Poner a disposición del SUSCRIPTOR Recargas a través de los medios y en los puntos que se indican en el portal www.CLARO.cr o bien suministrado en el CAC marcando *10 dentro de la red CLARO o al 70027002 fuera de la red CLARO.

6. OBLIGACIONES DEL SUSCRIPTOR: Sin perjuicio de las obligaciones legales y reglamentarias, y demás obligaciones a su cargo establecidas en el presente Reglamento, el SUSCRIPTOR se obliga a:

(a) Adquirir Recargas de CLARO para poder hacer uso de los Servicios;

(b) Utilizar los Servicios únicamente con Equipos debidamente homologados o con terminales que cuenten con idénticas características de otros equipos homologados;

(c) Destinar los Servicios únicamente para uso personal y para ningún propósito contrario a la ley, a los reglamentos o al presente Reglamento, ni para perturbar a terceros o interferir injustificadamente a otro(s) SUSCRIPTOR(es) o de terceros;

(d) No emplear los servicios para la realización de Prácticas Prohibidas.

7. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Y/O DISPONIBLES: Los Servicios Complementarios y/o Disponibles que ofrece CLARO pueden requerir determinadas condiciones técnicas de operación, instalación, funcionamiento y homologación. En virtud de lo anterior y dada la naturaleza

de dichos Servicios, el SUSCRIPOTOR acepta y conviene que los registros de los eventos o llamadas con los que cuente CLARO, serán del único mecanismo válido para determinar los cargos correspondientes.

Los Servicios, Tarifas y condiciones aplicables a los mismos podrán ser consultados en los CAC, en los CAT, o así como en el portal web www.claro.cr.

8. COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS DE LLAMADAS INTERNACIONALES: CLARO prestará al SUSCRIPOTOR los Servicios de Llamadas Internacionales en forma directa, o brindará acceso a redes de concesionarios que estén autorizados para prestar dichos servicios, con los que CLARO tenga celebrados acuerdos para tales efectos. El SUSCRIPOTOR podrá hacer uso de estos servicios única y exclusivamente si cuenta con saldo de Recarga disponible en la Línea de Servicio de Telefonía Prepago contratada.

El cargo por los Servicios de Llamadas Internacionales se hará conforme a los registros que se generen en el sistema de CLARO y la aplicación de las Tarifas correspondientes, con independencia de los cargos por originar y recibir llamadas, Roaming Internacional y cualesquiera otros que se generen o que puedan generarse en forma paralela. Las Tarifas de los Servicios de Llamadas Internacionales podrán ser modificadas por CLARO en caso de variación de los costos de dichos Servicios por parte de otros operadores internacionales.

9. SERVICIOS DE ROAMING: CLARO podrá prestar al SUSCRIPOTOR los Servicios de Roaming Nacional y los de Roaming Internacional de voz mediante los operadores con los que CLARO tenga celebrados acuerdos para dichos efectos. Los Servicios de Roaming de voz podrán ser habilitados por CLARO como Servicios Disponibles mediante su inclusión en la Tarjeta SIM o, para el caso de los Servicios de Roaming de datos, a través de su

contratación como Servicios Complementarios a solicitud el SUSCRIPOTOR, vía CAC o CAT. Para que los Servicios contratados sean susceptibles de ser utilizados mediante el Servicio de Roaming Internacional, dependerá de: (i) que el suscriptor se encuentre dentro de la cobertura del operador extranjero con el que CLARO haya celebrado acuerdo; (ii) que dicho operador tenga disponibles los Servicios; y (iii) que el Equipo sea compatible (según la banda y tecnología utilizada) con la red del operador extranjero. Es entendido por las partes que el SUSCRIPOTOR solamente tendrá acceso a los Servicios de Roaming si dispone de saldo suficiente en la Recarga para cubrir los cargos correspondientes a los Servicios de Roaming Nacional y de Roaming Internacional conforme las Tarifas correspondientes a dichos servicios, las cuales podrán ser modificadas por CLARO debido a la naturaleza de los costos variables de dichos Servicios y con independencia de los cargos por Servicios de Llamada Internacional y cualesquiera otros que se generen en forma paralela. Estos cargos podrán ser fijados en dólares de los Estados Unidos de América y cobrados al SUSCRIPOTOR en Colones Costarricenses aplicando la tasa de cambio de venta publicada por el Banco Central de Costa Rica al momento de emisión de la factura.

10. INDEMNIZACIONES POR INTERRUPCIÓN TEMPORAL: De conformidad con los términos y condiciones establecidos en el Reglamento de Prestación y Calidad de los Servicios, el SUSCRIPOTOR tendrá derecho a ser indemnizado en caso que se presenten interrupciones en la Red de CLARO, con excepción de los siguientes casos: (i) caso fortuito; (ii) fuerza mayor; (iii) hecho de un tercero; (iv) causas imputables al propio SUSCRIPOTOR; (v) incumplimiento de las condiciones contractuales por parte del SUSCRIPOTOR, en particular, para los casos de fraude donde aplique la suspensión temporal o total, respectiva; (vi) conexión por parte del SUSCRIPOTOR de equipos terminales no homologados por la SUTEL; y (vii) condiciones de mantenimiento programado de la red. Para tales efectos, se

aplicarán las siguientes reglas para el cálculo de la indemnización por interrupción temporal:

(a) El SUSCRIPTOR deberá formular una reclamación, identificando la fecha y tiempo estimado de la interrupción, a través de un CAC o CAT de CLARO;

(b) el monto correspondiente a la indemnización será establecido por CLARO conforme a los parámetros de calidad establecidos en la regulación vigente que incluye, entre otros, un factor de ajuste de calidad que es determinado con base en el cumplimiento de los niveles mínimos de calidad del servicio;

(c) el SUSCRIPTOR reconoce y acepta expresamente que la responsabilidad de CLARO para con el SUSCRIPTOR, por interrupciones se restringe y limita única y exclusivamente a lo estipulado en la presente cláusula y que en ningún momento será CLARO responsable por pérdida de negocio, pérdida de oportunidad, lucro cesante, o cualquier otra figura similar. En consecuencia, el SUSCRIPTOR reconoce y acepta que en ningún caso tendrá en contra de CLARO, sus compañías matrices o afiliadas y de sus contratistas, derecho alguno distinto o adicional al indicado en esta cláusula por concepto de interrupciones temporales del Servicio; y

(d) la compensación procedente será aplicada en la facturación siguiente de los Servicios.

11. SUSPENSIÓN DEFINITIVA DE LOS SERVICIOS: La falta de Recarga por parte del SUSCRIPTOR por un periodo de ciento veinte (120) días naturales, contados a partir de la última Recarga efectuada, dará derecho a CLARO, previo aviso al SUSCRIPTOR, a proceder con la suspensión definitiva del Servicio de Telefonía Prepago y hacer uso del número de Línea asignado al SUSCRIPTOR. Para tales efectos, la suspensión se llevará a cabo, previo aviso que será cursado al SUSCRIPTOR dentro de los tres días hábiles anteriores al vencimiento del segundo período mensual facturado.

12. RESTABLECIMIENTO DE LOS SERVICIOS: CLARO procederá con el restablecimiento en la prestación del Servicio cuando se haya eliminado la causa que originó la suspensión siempre que el SUSCRIPUTOR realice una Recarga de al menos ¢500, dentro de los treinta (30) días naturales siguientes al vencimiento de la última Recarga efectuada. A partir de ese momento, CLARO deberá llevar a cabo la reconexión en un plazo máximo de una (1) hora, contado a partir de la solicitud de reconexión correspondiente efectuada por el SUSCRIPUTOR.

13. HURTO, ROBO O EXTRAVÍO DEL EQUIPO O DE LA LINEA: En caso de hurto, robo o extravío del Equipo o de la línea, el SUSCRIPUTOR deberá solicitar a CLARO, inmediatamente, vía telefónica o por escrito, la suspensión de los Servicios, indicando la causa por la que solicita dicha suspensión, quedando liberado de cualquier responsabilidad por uso indebido del mismo, una vez que CLARO le asigne el número de reporte respectivo, mismo que se proporcionará al SUSCRIPUTOR al momento de realizar la solicitud antes mencionada. Una vez levantado el reporte de hurto, robo o extravío, el SUSCRIPUTOR sólo será responsable de los consumos realizados con anterioridad a dicho reporte. El SUSCRIPUTOR tendrá el derecho de solicitar a CLARO el restablecimiento de los Servicios en otra Tarjeta SIM, ya sea aportando un nuevo terminal o comprándole a CLARO un nuevo equipo.

14. TERMINACIÓN ANTICIPADA DE LOS SERVICIOS: CLARO podrá dar por terminados los Servicios en los siguientes casos: (I) Sin responsabilidad para CLARO:

(a) Por muerte, liquidación o quiebra del SUSCRIPUTOR;

(b) Por falta de recarga en la Línea del SUSCRIPUTOR por un periodo de ciento veinte (120) días naturales, contados a partir de la última Recarga efectuada;

(c) Por engaño, fraude o mala fe al momento de la contratación de los Servicios o disfrute posterior de los mismos;

(d) Por actuación dolosa que ocasione un daño o comprometa de alguna manera, la prestación de los Servicios o la operabilidad e integridad de la red;

(e) Por la cesión de los derechos del SUSCRIPTOR derivados de este Reglamento, sin el consentimiento previo y por escrito de CLARO;

(f) Por realización de Prácticas Prohibidas;

(g) Por solicitud del suscriptor aun cuando sea en ejercicio del derecho derivado de las normativas de portabilidad numérica. La terminación anticipada de los Servicios. (II) Sin responsabilidad para el SUSCRIPTOR:

(a) Por disolución o liquidación de CLARO;

(b) Por mandamiento de autoridad judicial o administrativa competente que expresamente lo exima de tal responsabilidad; o

(c) Por cualquier otra causa señalada expresamente por las leyes y reglamentos aplicables.

15. NOTIFICACIONES: Para todos los efectos de este Reglamento, se tendrá como sus domicilios o medios para atender notificaciones y en general cualquier comunicación, los que sean reportados por el SUSCRIPTOR al momento de activación de los Servicios. El SUSCRIPTOR se obliga a notificar inmediatamente y por escrito a CLARO cualquier cambio de domicilio o medio de notificación derivada del presente Reglamento, y acepta que se tenga por recibida cualquier comunicación que se le dirija al domicilio indicado por éste al momento de la activación del Servicio, el cual se considerará como vigente y válido para los fines de este Reglamento mientras no se le haya notificado a CLARO un cambio de domicilio o medio

de recepción por escrito. Las notificaciones que el SUSCRIPTOR haga se tendrán por aceptadas en el momento en que efectivamente las reciba CLARO en su domicilio, mismo que se indica en la página www.claro.cr.

16. MODIFICACIONES AL REGLAMENTO: En caso de modificaciones al presente Reglamento, CLARO se obliga a comunicarlas por escrito al SUSCRIPTOR quien, en caso que le afecten las nuevas condiciones, podrá solicitar la cancelación de su Línea en caso de no estar de acuerdo con dichas modificaciones. En caso de que el suscriptor no manifieste lo contrario dentro de los siguientes quince (15) días naturales contados a partir de la comunicación de CLARO, se tendrán por aceptados dichos cambios. El SUSCRIPTOR acepta por voluntad propia y libre de cualquier tipo de presión, que las tarifas y condiciones comerciales de prestación de los Servicios de Telefonía Prepago, Servicios Complementarios, Servicios Disponibles, Servicios de Llamadas Internacionales y Servicios de Roaming según lo establecido en la cláusula Décimo Cuarta, podrán ser modificadas de manera unilateral por CLARO, respetando la regulación tarifaria vigente, sin que sean entendidas como una modificación a las condiciones del Reglamento.

17. CESIÓN: El SUSCRIPTOR no podrá ceder o traspasar los derechos y obligaciones que adquiere en virtud de este Reglamento sin la autorización previa y por escrito de CLARO. CLARO se reserva el derecho de rechazar dicha solicitud y de establecer las condiciones requeridas para su aceptación.

18. INFORMACIÓN: El SUSCRIPTOR autoriza expresamente a CLARO para fines del giro normal de su operación, la investigación, reproducción, almacenamiento, acceso y transmisión interna total o parcial de los datos e información que con motivo del uso de los Servicios se hagan del conocimiento de CLARO. Asimismo y en cumplimiento de las obligaciones de información establecidas en la regulación vigente y siempre que haya

sido autorizado por el SUSCRIPTOR en la carátula de este Reglamento, CLARO de forma directa o a través de terceros debidamente autorizados, estará facultada para ofrecerle y/o enviarle al SUSCRIPTOR diversos bienes, productos, servicios, promociones, novedades, mensajes, avisos de consumo avisos de mora, empleando al efecto cualquier medio de comunicación disponible al que tenga acceso el SUSCRIPTOR. CLARO se obliga a no ceder o transmitir a terceros, con fines mercadotécnicos o publicitarios, los datos e información proporcionada por el SUSCRIPTOR a CLARO con motivo del presente Reglamento.

19. DATOS PERSONALES Y AUTORIZACIÓN DE INFORMACIONES Y REFERENCIAS: El SUSCRIPTOR manifiesta que conoce que CLARO cuenta con una base de datos que se alimenta de la información personal que el SUSCRIPTOR voluntariamente brinda para la prestación de sus Servicios. Dicha base de datos tiene como finalidad que CLARO cuente con la información necesaria del suscriptor es para el giro normal de su operación y eventual cobro de deudas pendientes. Asimismo, en virtud de que CLARO tiene políticas de transparencia y buenas prácticas comerciales, el SUSCRIPTOR ha autorizado a CLARO para que obtenga información personal no sensible de otras fuentes y para que reporte, actualice o transfiera a cualquier banco o central de datos, la información y referencias relativas a sus datos personales que constan en la base de datos de CLARO, incluyendo los relativos a su comportamiento como usuario del servicio, sobre el cumplimiento de sus obligaciones y crédito comercial, hábitos de pago, manejo de su(s) cuenta(s) y en general el cumplimiento de sus obligaciones pecuniarias.

20. LÍMITE DE RESPONSABILIDAD: Sin perjuicio de cualquier otra limitación de responsabilidad establecida al efecto en el Reglamento, CLARO no asume las obligaciones a cargo de terceros relacionados con la prestación de los Servicios objeto del presente Reglamento; en el caso de

obligaciones a cargo de terceros, mencionando en forma no limitativa aquella derivada por garantía y servicios de mantenimiento de Equipos, contenidos provistos, entre otros, CLARO se compromete a servir de facilitador y gestor de ejecución de garantías o compromisos de terceros. Adicionalmente, CLARO no será responsable en la prestación de los servicios por daños indirectos o consecuenciales; quedando expresamente limitada su responsabilidad a la obligación de indemnizar conforme a la metodología establecida en la cláusula Décima – Indemnizaciones por Interrupción Temporal.

21. PETICIONES, QUEJAS, RECLAMOS Y RECURSOS: EL SUSCRIPTOR tiene derecho a presentar peticiones, quejas y reclamos a CLARO, en cualquier CAC, CAT o por cualquier medio disponible por CLARO y publicado en el sitio www.claro.cr. Contra las decisiones que adopte CLARO en la ejecución del presente Reglamento, el SUSCRIPTOR tendrá derecho, dentro de los diez (10) días naturales siguientes a la fecha de conocimiento de la decisión proferida por CLARO, a presentar solicitud de reconsideración, sin perjuicio del uso de la vía a la cual la regulación le da derecho. En caso de que el SUSCRIPTOR presente sus peticiones, quejas o reclamos mediante escrito, CLARO notificará su decisión en la dirección de notificaciones registrada por el SUSCRIPTOR.

22. CARACTERÍSTICAS DEL EQUIPO PROVISTO Y/O TARJETA DE PROGRAMACIÓN: EL SUSCRIPTOR reconoce y acepta que el Equipo Provisto adquirido a CLARO, podrá contener características de fabricación que impidan que el Equipo Provisto opere en una red que tenga bandas de frecuencias distintas a las asignadas a CLARO o que opere en una red con tecnología distinta a la de CLARO; en este supuesto, CLARO advertirá debidamente al SUSCRIPTOR. EL SUSCRIPTOR acepta las condiciones descritas en la presente cláusula ejerciendo su derecho a la libre elección, en el entendido que existen ofertas alternativas en el mercado en las que el Equipo Provisto

o el Equipo SUSCRIPOTOR no presentan ningún tipo de restricción.

23. DESACTIVACIÓN DE EQUIPOS: El SUSCRIPOTOR reconoce y acepta que cuando el Equipo Provisto haya sido extraviado, hurtado y/o desactivado por trascurrir el periodo que se indica en la cláusula once sin que haya sido efectuada Recarga alguna, facultará a CLARO para desactivar el funcionamiento del Equipo Provisto dentro de su Red.

24. El SUSCRIPOTOR declara expresamente que conoce y acata las normas legales que prohíben contenidos perjudiciales para menores de edad en cualquier modalidad de información en las redes globales, como por ejemplo pornografía, explotación sexual u ofrecimiento de servicios comerciales que impliquen abuso sexual; y además, se obliga a prevenir y no permitir el acceso desde su terminal a los menores de edad a dichos contenidos.

25. CONDICIONES DE CALIDAD: CLARO prestará sus servicios en estricto apego a la regulación vigente en materia de calidad y es enteramente responsable por los servicios prestados dentro de su propia Red sin la intervención de terceros Operadores, garantizando una disponibilidad de al menos el 99.97%. No obstante lo anterior, CLARO expresamente manifiesta que durante la prestación del servicio Celular al SUSCRIPOTOR, es posible que se presente el fenómeno de caída de llamadas, sin perjuicio de los de lo establecido en el Reglamento de Prestación y Calidad de los Servicios, y el SUSCRIPOTOR expresamente acepta esta situación.

26. Para los casos en que el SUSCRIPOTOR obtenga una licencia para la utilización de un software, el usuario no deberá (i) copiar, usar, analizar, modificar, distribuir, revender, reproducir, acceder, descompilar, desensamblar, traducir, convertir o aplicar cualquier procedimiento o hacer ingeniería de reversa a todo o parte del software licenciado ni intentar hacerlo; (ii) autorizar o consentir en que otra persona realice dichas actividades o intente hacerlo; o (iii) remover cualquier marca registrada o

información relacionada con la propiedad intelectual de la documentación relacionada con el software licenciado. En el evento en que el SUSCRIPTOR haya adquirido una aplicación para el servicio de correo, el usuario entiende y acepta, que CLARO no es responsable por ataques de seguridad ocurridos en el servidor de correo del usuario; el usuario debe verificar y contactar a su proveedor de correo para conocer los términos y condiciones sobre seguridad. En estos casos, el dispositivo móvil se comporta como un medio de acceso por lo cual, el usuario debe contar con las herramientas necesarias para controlar intromisiones y ataques.

27. RED DE ACCESO TERCERA GENERACIÓN: El SUSCRIPTOR reconoce que sólo podrá acceder a los servicios de la red de tercera generación en los sitios donde existe cobertura. En aquéllos lugares donde no existe cobertura de tercera generación el SUSCRIPTOR accederá a los servicios ofrecidos en la red de acceso GSM, la cual tiene características técnicas distintas. Roaming Internacional: Los servicios prestados sobre la red de acceso de tercera generación a través del roaming internacional estarán sujetos a la cobertura, condiciones técnicas y calidad ofrecidas por los operadores involucrados en la prestación de los mismos. El SUSCRIPTOR conoce y acepta las siguientes condiciones y restricciones del servicio de Video-llamada: (i) El servicio de Video-llamada sólo es posible inicialmente entre abonados que posean terminales 3G dentro de la Red de CLARO, cuando ambos estén en cobertura 3G y estén habilitados para hacer uso del servicio de Video-llamada; (ii) Cuando está en curso una Video-llamada y entra una llamada de voz o una Video-llamada, ya sea al número que origina la Video-llamada o al de destino, los USUARIOS no podrán dejarla en espera para recibir o generar otras llamadas de voz o Video-llamadas; (iii) En el evento en que el número de destino se encuentre apagado o fuera de cobertura, el número de origen de la Video llamada no tendrá acceso al buzón de voz del número de destino; (iv) En el evento en

que el número de destino no conteste una Video-llamada, el número de origen de la Video llamada no tendrá acceso al buzón de voz del número de destino; (v) A nivel nacional la Video llamada solo será posible inicialmente entre usuarios CLARO. Cuando sea posible la Video llamada entre usuarios de otras redes nacionales y/o internacionales, el usuario pagará las tarifas establecidas por CLARO. Cuando se ha establecido una Video-llamada, y el número de destino o de origen decide desactivar o no activar la transferencia de video, el cobro que se realizará es el de la tarifa de la Video-llamada.

28. RED DE ACCESO LTE DE CUARTA GENERACIÓN EI SUSCRIPTOR reconoce que podrá acceder a los servicios de la red LTE de cuarta generación en los sitios donde existe cobertura. En aquellos lugares donde no existe cobertura LTE/4GeI SUSCRIPTOR accederá a los servicios ofrecidos por medio de las otras redes de CLARO (3G y GSM), las cuales tienen características técnicas distintas. La Tarjeta SIM 4G/LTE habilita al usuario para acceder a esta red, cuando las condiciones de la oferta comercial elegida por el usuario lo permitan; de tal forma que la Tarjeta SIM 4G/LTE podrá contener servicios, información adicional o publicidad que versa sobre los distintos productos o servicios que brinda CLARO, sin que ello implique necesariamente que los mismos se prestan por medio de la tarjeta inteligente.

29. REPOSICIÓN DE EQUIPOS TERMINALES: CLARO efectuará la venta para la reposición del Equipo Provisto cuando esta última sea solicitada por el SUSCRIPTOR, bajo las siguientes condiciones:

(1) de acuerdo a las existencias que CLARO tenga en su inventario y en ningún momento CLARO garantiza al usuario que encontrará el modelo de terminal que solicita;

(2) sin ningún subsidio o financiación, y

(3) con el compromiso por parte del SUSCRIPOTOR a pagar por el Equipo Provisto objeto de reposición, al valor establecido por CLARO.

30. SERVICIOS DE ACCESO A INTERNET: El SUSCRIPOTOR acepta que dependiendo del Equipo Terminal utilizado y zona de cobertura, podrá acceder a la red de transmisión de datos GPRS, EDGE, o UMTS. Los planes y paquetes de acceso a Internet ofrecidos por CLARO no limitan, ni controlan el consumo del SUSCRIPOTOR. El consumo de acceso a Internet ofrecido por CLARO podrá ser medido y cobrado en Kilobytes de descarga cuando el marco regulatorio lo permita.

El SUSCRIPOTOR acepta expresamente que las velocidades ofrecidas por CLARO para el acceso a Internet corresponden al rango publicado por CLARO en la página www.claro.cr y con una tasa de transferencia máxima que pudiese ser alcanzada en el servicio de tercera generación. La velocidad de acceso, depende del tipo de Servicio Complementario que el SUSCRIPOTOR utilice, de la cantidad de usuarios que estén accediendo a la red de transmisión de datos de CLARO en forma simultánea, de la velocidad a la que se desplace el usuario, del Equipo Terminal que el SUSCRIPOTOR utilice. CLARO no se responsabiliza de la calidad del enlace o de las capacidades disponibles en la red del operador extranjero a través del servicio de Roaming.

31. POLÍTICA DE USO JUSTO: Siempre que las disposiciones regulatorias así lo permitan, el SUSCRIPOTOR reconoce y acepta que cualquier paquete u oferta de Recarga para navegación con servicio ilimitado de datos basado en velocidad para navegación por Internet permitirá por cada periodo de vigencia de la Recarga el uso de los recursos disponibles de red en una cantidad limitada de hasta 3GB; si éste límite es superado antes de finalizar el periodo de facturación, la velocidad de navegación de la Recarga podrá ser disminuida a una velocidad de 128 kbps por el tiempo restante de

vigencia de la Recarga adquirida por el SUSCRIPTOR. Las condiciones indicadas corresponden a los servicios utilizados dentro del Territorio Nacional; el uso del servicio fuera del territorio nacional estará condicionado a la adquisición de Recarga para tal fin y se cobrará de acuerdo a las tarifas vigentes. Conforme a la cláusula Trigésima de este Reglamento, el consumo de datos ofrecido por CLARO podrá ser medido y cobrado en Kilobytes de descarga cuando el marco regulatorio lo permita.

32. **LEGISLACIÓN APLICABLE:** Para la ejecución, interpretación y cumplimiento del presente Reglamento, las partes convienen en someterse expresamente a las leyes de la República de Costa Rica.

Marcos Conceptual.

Operacionalización: La operacionalización es un proceso que consiste en definir estrictamente variables en factores medibles. El proceso define conceptos difusos y les permite ser medidos empírica y cuantitativamente.

Demografía: La demografía es el análisis de las comunidades humanas a partir de la estadística. El concepto procede de un vocablo griego compuesto que puede traducirse como “descripción del pueblo”. Esta disciplina estudia el tamaño, la estratificación y el desarrollo de una colectividad, desde una perspectiva cuantitativa.

Relevante: Relevante tiene su origen en el vocablo latino relevans que, a su vez, procede de relevare (“alzar”, “levantar”).

Se trata de algo significativo, importante, destacado o sobresaliente.

Comparativo: Un criterio de comparación nos dice de qué manera se relaciona un objeto con otro, en términos de mayor o menor. Ejemplo: mucho antes de que la ciencia elaborara el concepto de

temperatura que puede ser medido, era posible decir: "este objeto es más caliente que este otro".

Sucede que a menudo que un concepto comparativo se convierte luego en la base de un concepto cuantitativo.

Conceptualiza:

Formar un concepto o representación abstracta y mental de una cosa.

Expectativa: Se conoce como expectativa (palabra derivada del latín *exspectātum*, que se traduce como "mirado" o "visto") a la esperanza, sueño o ilusión de realizar o cumplir un determinado propósito.

Mercadólogo: Como Mercadólogo eres especialista en manejos estratégicos de comercialización, aplicando disciplinas administrativas, contables, creativas, psicológicas y de obtención de información a fin de generar estrategias que te ayuden a un mejoramiento de las relaciones de intercambio (compra-venta).

Intangibilidad: La intangibilidad es la capacidad de un objeto de ser atravesado sin sufrir ninguna clase de daño, así como de poder atravesar la materia sin dificultad alguna.

Inseparabilidad: La inseparabilidad de las cosas se traduce jurídicamente en su individualidad.

Heterogeneidad:

Cualidad de una cosa heterogénea o formada por elementos de distinta clase o naturaleza.

Carácter perecedero: Es un adjetivo que señala aquello poco durable y que, por lo tanto, ha de perecer (dejar de ser, acabar).

Ausencia de propiedad: Los compradores de servicios adquieren un derecho a recibir una prestación, uso, acceso o arriendo de algo, pero no la

propiedad del mismo. Luego de la prestación sólo existen como experiencias vividas.

Escaparate: Es el espacio exterior de las tiendas comerciales, destinado a exponer las mercancías en venta al público.

Exactitud: Es la puntualidad y fidelidad en la ejecución de algo. Cuando alguien ejecuta una acción con exactitud, el resultado obtenido es aquel que se pretendía. La exactitud implica la inexistencia del error o del fallo.

Rentar: Es la utilidad o el beneficio que rinde algo o lo que de ello se cobra. El término, que procede del latín *reddita*, puede utilizarse como sinónimo de ingreso en algunas circunstancias.

Variabilidad: Es la propiedad de aquello que es variable. Este adjetivo, que procede del vocablo latino *variabilis*, refiere a lo que varía, cambia o se modifica.

Uniformidad: Semejanza o igualdad que presentan las características de los distintos elementos de un conjunto.

Imperdurabilidad: Idea o representación mental de algo las palabras representan conceptos opinión o juicio los que se tienen acerca de una persona.

Fluctuante: Deben afrontar los fluctuantes precios de la economía de mercado.

Credibilidad: Es un concepto que las personas utilizan para decidir si creen o no una información de la que no son testigos directos. En su aplicación intervienen componentes objetivos y subjetivos que se conceden a las fuentes, canales o plataformas de difusión de información.

Accesibilidad: La accesibilidad es la cualidad de aquello que resulta accesible. El adjetivo accesible, por su parte, refiere a lo que es de comprensión o entendimiento sencillo.

Burocracia: Permite nombrar a la organización que está regulada por normas que buscan un orden racional en la gestión y distribución de sus asuntos.

Espectro: Un espectro es una imagen o representación que puede presentarse en fenómenos o investigaciones científicas, o bien, asociada a un escenario sobrenatural o imaginario.

Erróneo: Es erróneo pensar que una vez logrado el éxito no es necesario esforzarse.

Matices: Combinar adecuadamente distintos colores y tonos.

Primacía: Es una noción que procede del latín primatīa. El término se emplea para nombrar a la preponderancia o predominancia que se ejerce sobre algo de misma especie.

Reingeniería: Reingeniería es la revisión fundamental y el rediseño radical de procesos para alcanzar mejoras espectaculares en medidas críticas y contemporáneas de rendimiento, tales como costos, calidad, servicio y rapidez.

Álgidos: Referido esp. A un momento o a un período, que es crítico o culminante en el desarrollo de un proceso.

Reglón: Un renglón es una línea recta que se imprime o se traza en sentido horizontal sobre un papel para que se pueda escribir sobre él, sin curvas ni torceduras.

Cualitativo: Lo cualitativo es aquello que está relacionado con la cualidad o con la calidad de algo, es decir, con el modo de ser o con las propiedades de un objeto, un individuo, una entidad, o un estado.

Concesión: Una concesión es el otorgamiento del derecho de explotación, por un período determinado, de bienes y servicios por parte de una administración pública o empresa a otra, generalmente privada.

Revertido: Dado vuelta atrás; invertida. Específicamente: (Heráldica) doblado o curvado dos veces, en direcciones opuestas, o en la forma de una S.

Subsidiarias: Que se da como ayuda o apoyo.

Litigios: Un litigio es un proceso judicial, una discusión legal que está regida por todas las normas y condiciones que se deben respetar frente a un órgano judicial superior.

Arbitral: La decisión arbitral fue protestada por el público y los jugadores; procedimiento arbitral; convenio arbitral.

Contractuales: Es el conjunto de consecuencias jurídicas que la ley le asigna a las obligaciones derivadas de un contrato.

Transaccional: Del latín transactivo, transacción es un término definido por el diccionario de la Real Academia Española (RAE) como la acción y efecto de transigir (acordar voluntariamente con otra parte algún punto litigioso para compartir la diferencia de la disputa, consentir a fin de terminar con una diferencia).

Mediación: El término mediación hace referencia al acto de mediar, de intervenir en una situación con el objetivo de solucionar un enfrentamiento o disputa entre dos partes. La mediación siempre supone una actitud cercana a la objetividad ya que se entiende que alguien que no está directamente

involucra con el hecho o problema a solucionar no responderá siguiendo intereses personales.

Radiocomunicaciones: Es una forma de telecomunicación que se realiza a través de ondas de radio u ondas hertzianas, la que a su vez está caracterizada por el movimiento de los campos eléctricos y campos magnéticos. La comunicación vía radio se realiza a través del espectro radioeléctrico cuyas propiedades son diversas dependiendo de su bandas de frecuencia. Así tenemos bandas conocidas como baja frecuencia, media frecuencia, alta frecuencia, muy alta frecuencia, ultra alta frecuencia, etc. En cada una de ellas, el comportamiento de las ondas es diferente.

Adyacentes: Se denomina adyacente (que en latín significa "que yace junto a") o, también, modificador, al constituyente sintáctico del sintagma nominal, a la función sintáctica y la oración. Estudiando es un complemento de un sustantivo, por lo general un adjetivo calificativo, matiza el sustantivo núcleo con el cual concierda en género y número especificando o explicándolo en el seno del sintagma nominal: "La bondadosa viajera inglesa". El adjetivo adyacente puede ir situado antes o después del sustantivo, y en esta función puede encontrarse también una proposición subordinada adjetiva equivalente: "La bondadosa viajera que había nacido en Inglaterra" El adyacente puede hacer funciones también en una oración de relativo.

Inhabilitación: La inhabilitación hace referencia a la incapacidad o ineptitud para desempeñar una función determinada, impuesta como castigo legal o como modo de protección de la persona y/o su familia.

Diafonía: En Telecomunicación, se dice que entre dos circuitos existe diafonía, denominada en inglés Crosstalk (XT), cuando parte de las señales presentes en uno de ellos, considerado perturbador, aparece en el otro, considerado perturbado.

Tripartita: Del pacto celebrado por tres personas o entidades; esp. Entre tres naciones.

Homologados: Derivado del griego homólogos (ομόλογος) "acordar", es el término que se usa en varios campos para describir la equiparación de las cosas, ya sean éstas características, especificaciones o documentos.

Reformatoria: Un reformatorio es un establecimiento correccional donde se intenta rehabilitar y educar a menores de edad que han cometido algún delito, y donde ahí habitan por el tiempo que se haya dictado.

Provistos: Provisto es una conjugación del verbo proveer. Esta acción refiere a aportar, abastecer o procurar de algo. La noción de proveer también puede hacer referencia a la realización de un cierto trámite o a la resolución de alguna cuestión.

Ulterior: Ulterior es un adjetivo masculino y femenino que se utiliza para describir algo que está a continuación o más allá de algo, que ocupa el lugar siguiente en una serie, que se dice, sucede o se ejecuta después de algo, posterior. También se puede utilizar para describir algo profundo o recóndito.

Aplicables:

Que sirve para una o varias personas o cosas y las afecta del mismo modo: lo que acabo de decir de ella es aplicable a todos los demás.

Tarifaria:

Que está relacionado con los precios de un servicio u otra cosa aumento tarifario.

Variables de Investigación.

- Variable Independiente: Mejoras en la infraestructura.

Significa hacer un cambio en cuanto a la infraestructura tanto interno como externo para ofrecer un mejor servicio a los clientes para aquello debemos hacer un estudio para poder implementar otros equipos no solo arreglar la infraestructura sino también ofrecer servicios de cyber para que así haiga más ingresos y obtener clientes.

La microempresa ofrecería servicio de alquiler de tiempo en las computadoras para aquello emplearíamos 8 computadoras con sus respectivos equipos también, impresora para las copias con un internet rápido y eficiente aparte realizar trabajos de investigación entre otros trabajos y ofrecer ventas de artículos escolares y equipos para computadoras. Con estos servicios y con una mejora en cuanto a la infraestructura la microempresa llegara al éxito y a la preferencia de los clientes.

Variable Dependiente: Crecimiento microempresarial

Cuando hablamos de un crecimiento microempresarial nos referimos a lo que uno ha trabajado para llegar con esfuerzo y esmero. El crecimiento va jalado de la mano con lo que uno quiere ser, para aquello se hace un FODA para ver sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Actualizarse día a día para ser mejor que la competencia y ver que necesidades existen alrededor del negocio que prefieren los clientes porque si no hay consumidores no somos nadie en el mundo empresarial para que nuestro negocio se mantenga debemos estar siempre avanzando de acuerdo a la tecnología que avanza día a día.

El crecimiento por ende es un avance que se hace de acuerdo con lo que nos propongamos de una microempresa llegar a ser una empresa grande y

prestigiosa que este con el gusto de los clientes y que se sientan satisfechos por el servicio que se brinda en dicho lugar y ser una marca reconocida a nivel nacional.

CAPITULO III

METODOLOGÍA

Diseño de la investigación

Se identifican los fundamentos sobre los cuales reposa el conocimiento científico, relacionados directamente con la investigación. Se desarrolla de manera práctica el estudio de las etapas que el investigador debe recorrer a fin de llevar a término su tarea, con precisión y seguridad. Se da particular atención a las técnicas de la búsqueda bibliográfica. El texto inicia al estudiante en el trabajo intelectual objetivo y sistemático.

Investigación Cualitativa.- Hace referencia a un grupo de métodos de investigación de base lingüístico-semiótica usados principalmente en ciencias sociales. Se suele considerar técnicas cualitativas todas aquellas distintas a la encuesta y al experimento. Es decir, entrevistas abiertas, grupos de discusión o técnicas de observación y observación participante. La investigación cuantitativa asigna valores numéricos a las declaraciones u observaciones, con el propósito de estudiar con métodos estadísticos posibles relaciones entre las variables, mientras que, la investigación cualitativa recoge los discursos completos de los sujetos, para

proceder luego a su interpretación, analizando las relaciones de significado que se producen en determinada cultura o ideología.

Investigación Cuantitativa.- La investigación o metodología cuantitativa es el procedimiento de decisión que pretende decir, entre ciertas alternativas, usando magnitudes numéricas que pueden ser tratadas mediante herramientas del campo de la estadística.

Para que exista metodología cuantitativa se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación cuya naturaleza sea representable por algún modelo numérico ya sea lineal, exponencial o similar. Es decir, que haya claridad entre los elementos de investigación que conforman el problema, que sea posible definirlo, limitarlos y saber exactamente dónde se inicia el problema, en qué dirección va y qué tipo existe entre sus elementos:

- Su naturaleza es descriptiva.
- Permite al investigador “predecir” el comportamiento del consumidor.
- Los métodos de investigación incluyen: Experimentos y Encuestas.
- Los resultados son descriptivos y pueden ser generalizados.

Método de investigación

Este método de investigación se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido, y cuando aún, sobre él es difícil formular hipótesis precisas o de ciertas generalidades.

Suelen surgir también cuando aparece un nuevo fenómeno, que precisamente por su novedad, no admite todavía una descripción sistemática, o cuando los recursos que dispone el investigador resultan insuficientes como para emprender un trabajo más profundo.

Método Deductivo

El método deductivo lo empleamos corrientemente tanto en la vida ordinaria como en la investigación científica. Es el camino lógico para buscar solución a los problemas que nos planteamos. Consiste en emitir hipótesis acerca de las posibles soluciones al problema planteado y en comprobar con los datos disponibles si estos están de acuerdo con aquellas.

Cuando el problema está próximo al nivel observacional, el caso más simple, las hipótesis podemos clasificarlas como empíricas, mientras que en los casos más complejos, sistemas teóricos, las hipótesis son de tipo abstracto.

Así, en los ámbitos de la óptica, electricidad, química analítica, cinética química, etc.

Método de investigación Inductivo

Razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Distingue cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación.

Método Investigación-Acción

Este breve trabajo trata de aclarar en qué consiste la “investigación acción” en cuanto formula diferentes de las concepciones tradicionales de la investigación educativa, y sus relaciones con otras formas de reflexión sobre la práctica. La forma de reflexión que más suele dejarse de lado en las escuelas es la investigación – acción en comparación con las que denomino deliberadora y evaluadora. Estas constituyen tres diferentes modos de reflexión práctica.

La forma de reflexión que más suele dejarse de lado en las escuelas es la investigación – acción en comparación con las que denomino deliberadora y evaluadora.

Método de la Investigación Exploratoria

En un mundo globalizado, el sector empresarial no puede seguir negando la necesidad de adoptar la responsabilidad social como estrategia para alcanzar beneficios externos e internos, pues sigue latente cierto comportamiento dominante de rechazo hacia ella. Por ello, el objetivo de esta investigación exploratoria, no experimental, es describir la responsabilidad social en empresas del Valle de Toluca (México) mediante cuatro componentes: ética empresarial, preservación del medio ambiente, calidad de vida en el trabajo y vinculación empresa-sociedad, en una muestra no probabilística de 31 empresas. Los resultados reflejan que las empresas se encuentran en el nivel inicial de filantropía, detectándose la voluntad de la alta dirección y de los accionistas como factores que podrían favorecer la adopción de la responsabilidad social. Queda para futuras investigaciones incrementar la muestra e incluir el desempeño económico en este tipo de estudios.

La metodología que la autora va a utilizar es la metodología exploratoria.

Por la razón que el método Exploratoria se apega más en el proyecto que la autora va a realizar porque es un método globalizado donde hay que estudiar el entorno de la competencia en este mundo existe mucha competitividad alrededor del establecimiento.

Por ello el objetivo de esta investigación exploratoria es describir la responsabilidad social de la microempresa, que nos ayudara para poder mejorar la infraestructura tanto externa como interna y poder dar un mejor servicio a nuestros clientes y satisfacer sus necesidades.

Tipos de Investigación.

Investigación de Campo. Constituye un proceso sistemático, riguroso y racional de recolección, tratamiento, análisis y presentación de datos, basado en una estrategia de recolección directa de la realidad de las informaciones necesarias para la investigación. De acuerdo con el propósito, la investigación de campo puede ser de dos tipos:

Investigación exploratoria, constituida por aquellos estudios que tratan de describir la situación sin intentar explicar o predecir las relaciones que se encontraran en ella.

Investigación de Descriptiva. La Investigación descriptiva, también conocida como la investigación estadística, describen los datos y este debe tener un impacto en las vidas de la gente que le rodea. Por ejemplo, la búsqueda de la enfermedad más frecuente que afecta a los niños de una ciudad. El lector de la investigación sabrá qué hacer para prevenir esta enfermedad, por lo tanto, más personas vivirán una vida sana.

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. El objetivo principal es saber el por qué y para que se está realizando.

Investigación de Correlacional. En este tipo de investigación se persigue fundamentalmente determinar el grado en el cual las variaciones en uno o varios factores son confortantes con la variación en otro u otros factores. La existencia y fuerza de esta covariación normalmente se determina estadísticamente por medio de coeficientes de correlación.

Es conveniente tener en cuenta que esta covariación no significa que entre los valores existan relaciones de casualidad, pues estas se determinan por otros criterios.

La población y la muestra

Se habla de población como el número de habitantes que integran un estado ya sea el mundo en su totalidad, o cada uno de los continentes, países, provincias o municipios que lo conforman; y puede referirse también a aquel acto poblacional que significa dotar de personas a un lugar. Cada país o región tiene una población característica que aumenta por los nacimientos y las inmigraciones y decrece por las defunciones y la emigraciones, lo que es objeto de estudio por parte de la dinámica poblacional o demográfica, que usa como un instrumento primordial la pirámide de población, para reflejar esos ritmos de crecimiento. Para saber el número de personas que viven en determinado lugar y sus características, se emplean los censos.

Población es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las unidades o elementos poseen una característica común, la que se estudia y da origen a los datos de la investigación.

"Una población está determinada por sus características definitorias. Por lo tanto, el conjunto de elementos que posea esta característica se denomina población.

La cuantía de los elementos que integran la población se encuentra, definido como tamaño de la población y son:

- Población finita.- El número de los elementos que integran la población se encuentra delimitada.
- Población infinita.- Es aquella en la que el número de sus elementos no se encuentra delimitado o el número es inmensamente grande.

Cuadro de la población

Cuadro de la población de la microempresa

Ítems	Usuarios por Líneas Producción	Densidad
1	Jóvenes 12 a 15 años	30
2	Jóvenes 16 a 20 años	25
3	Hombres mayores de 20 años	21
4	Mujeres mayores de 20 años	10
5	Adultos Mayores	4
	TOTAL	90

Cuadro No. 1

Elaborado por: Blanca Mullo Cepeda

Muestra.

La muestra en el proceso cualitativo es un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia (Hernández et al 2008, p.562).

En los estudios cualitativos el tamaño de muestra no es importante desde una perspectiva probabilística pues el interés no es generalizar los resultados a una población más amplia, ya que lo que se busca en una investigación de enfoque cualitativo es profundidad, motivo por el cual se pretende calidad más que cantidad, en donde lo fundamental es la aportación de personas, participantes, organizaciones, eventos, hechos etc., que nos ayuden a

entender el fenómeno de estudio y a responder a las preguntas de investigación que se han planteado.

Según Marcelino Cuesta y Fco. J. Herrero En todas las ocasiones en que no es posible o conveniente realizar un censo, lo que hacemos es trabajar con una muestra, entendiendo por tal una parte representativa de la población. Para que una muestra sea representativa, y por lo tanto útil, debe de reflejar las similitudes y diferencias encontradas en la población, ejemplificar las características de la misma. Cuando decimos que una muestra es representativa indicamos que reúne aproximadamente las características de la población que son importantes para la investigación.

Tipo de muestra.

Muestra probabilística

El muestreo probabilístico es una técnica de muestreo en virtud de la cual las muestras son recogidas en un proceso que brinda a todos los individuos de la población las mismas oportunidades de ser seleccionados.

Muestra No probabilística

El muestreo no probabilístico es una técnica de muestreo donde las muestras se recogen en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población iguales oportunidades de ser seleccionados.

Muestreo sistemático.- La simplicidad en la selección de la muestra sistemático uno de los procedimientos más utilizados. Consiste en seleccionar un elemento de los primeros K-ésimo elementos.

Presenta la ventaja frente al muestreo aleatorio simple que es más fácil de llevar a cabo y además proporciona más información por unidad de costo.

Muestreo por cuotas.- muestreo por cuotas donde los elementos se eligen de acuerdo con ciertas instrucciones pero sin la intervención del azar.

Las cuotas de elementos de la muestra se eligen de acuerdo con el criterio del investigador entre las categorías de las variables independientes más relevantes. Por ejemplo sexo, nivel económico, etc.

Muestreo Intencional.- El muestreo intencional es un procedimiento que permite seleccionar los casos característicos de la población limitando la muestra a estos casos. Se utiliza en situaciones en las que la población es muy variable y consecuentemente la muestra es muy pequeña.

Cuadro de la muestra

Ítems	Usuarios por Líneas Producción	Densidad
1	Jóvenes 12 a 15 años	14
2	Jóvenes 16 a 20 años	17
3	Hombres mayores de 20 años	15
4	Mujeres mayores de 20 años	18
5	Adultos Mayores	3
	TOTAL	67

Cuadro No. 2

Elaborado por: Blanca Mullo Cepeda

Tamaño de la Muestra

Se considerará el tamaño de la muestra del proyecto como población finita porque ya se conoce el tamaño de la muestra y con la información proporcionada por el personal que intervienen en el proceso de recuperación de cartera de la compañía Telconet. Se utilizara la siguiente

fórmula para el cálculo de la muestra representativa que considere el 95% de confianza y el 5% de error.

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{z^2} + pq}$$

Datos	
n:	Ø Tamaño de la Muestra
N:	Ø 90 personas que están involucradas dentro del proceso
p:	<input type="checkbox"/> 0,5
q:	<input type="checkbox"/> 0,5
E:	<input type="checkbox"/> 0,05
Z:	<input type="checkbox"/> 1,96

$$n = \frac{90 \times 0,5 \times 0,5}{\frac{(90-1)(0,05)(0,05)}{(1,96)(1,96)} + (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{22,5}{\frac{0,32}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{22.5}{0,3333}$$

$$n = 67$$

n=	Tamaño de la muestra
N=	Población
p=	Probabilidad a favor
q=	Probabilidad en contra
E=	Nivel de error
z=	Nivel de confianza

Como la muestra para la investigación es pequeña, se calculó el tamaño de la muestra es decir el muestreo será aplicado las sesenta siete (67) personas.

Técnicas de investigación

Observación

La observación es la adquisición activa de información a partir del sentido de la vista. Se trata de una actividad realizada por un ser vivo (humanos, animales, etc.), que detecta y asimila los rasgos de un elemento utilizando los sentidos como instrumentos principales.

Entrevista

Las entrevistas pueden ser estructuradas o no estructuradas, según el tipo de preguntas que se desarrollan y su finalidad.

ENCUESTA

Microempresa: CABINAS TELEFÓNICAS

Área: Ventas y Servicios

Tema: Estudio para determinar el impacto y crecimiento que tendría la microempresa “Cabinas Telefónicas” con el mejoramiento de su infraestructura.

Objetivo: Adquirir información primordial para estudiar la situación actual de la microempresa, reuniendo la información adquirida del personal de clientes para ser evaluados y tomarlos en cuenta en las recomendaciones al final del presente proyecto investigativo.

Cuestionario

Edad:

Genero:

CUESTIONARIO

1. ¿Está satisfecho con las cabinas telefónicas en cuanto a su infraestructura?

Si

No

2.) ¿Estaría usted de acuerdo con el cambio de las cabinas telefónicas a cyber y cabinas?

Si

No

3.) ¿Cómo se siente con el cambio de la microempresa?

Excelente Bien Mal

4.) ¿Cree usted que el actual estado de las instalaciones incide en la satisfacción del cliente?

Si No Tal vez

5) ¿Está satisfecho con el servicio que le ofrecen?

Si

No

6) ¿Los equipos que tiene el negocio se encuentran en buen estado para el uso del cliente?

Si

No

7) ¿Cómo califica usted el cambio de la infraestructura tanto interno como externo?

Excelente Bueno Malo Regular

8) ¿Cómo califica usted el cambio de imagen de la microempresa?

Bien

Mal

9) ¿A usted lo atienden como se debe?

Si

No

10) ¿Se siente satisfecho con la atención que brinda en la microempresa?

Bien

Mal

11) ¿Está a gusto con los precios que le ofrecen la microempresa en cuanto a los servicios que presta?

Si

No

12.) ¿En cuánto a la calidad de la comunicación como lo califica?

Excelente

Bueno

Malo

Regular

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.

Una vez utilizada la encuesta como instrumento de investigación, esta se realiza en las instalaciones de la empresa en horas laborables, realizada tanto a los empleados como a los usuarios de la microempresa con previa autorización de la gerencia.

El análisis se realizó considerando los contenidos del marco teórico y en relación con los objetivos, así como las variables e indicadores de la investigación, todo esto con la finalidad de hacer notar la necesidad de cambios en la infraestructura que contribuyan a la adecuada presentación y provisión de los servicios, puesto que al existir una ausencia del mismo se presentan inconvenientes dentro de la microempresa para la adecuada satisfacción del cliente.

El análisis de la encuesta realizada a la muestra seleccionada se efectuó aplicando la estadística descriptiva que permitió una interpretación de la información obtenida. Este análisis se presentará mediante cuadros con su respectivo análisis e interpretación para con esto dar a conocer los resultados encontrados en la misma.

1. ¿Está satisfecho con las cabinas telefónicas en cuanto a su infraestructura?

Respuesta	frecuencia	Porcentaje
Si	15	22%
No	52	78%
Total	67	100%

Cuadro # 1

Elaborado por: Blanca Mullo Cepeda



Grafico # 1

Elaborado por: Blanca Mullo Cepeda

Análisis: De los encuestados el 78% está satisfecho con el cambio en cuanto a la infraestructura del negocio pero existe un 22% que todavía no quiere que haiga un cambio en la microempresa.

Interpretación: Se puede determinar que la microempresa “Cabinas Telefónicas” requiere un cambio en su infraestructura para poder ofrecer un mejor servicio para el cliente así ser una microempresa competitiva.

2. ¿Estaría usted de acuerdo con el cambio de las cabinas telefónicas a cyber y cabinas?

Respuesta	frecuencia	Porcentaje
Si	60	90%
No	7	10%
Total	67	100%

Cuadro # 2

Elaborado por: Blanca Mullo Cepeda



Grafico # 2

Elaborado por: Blanca Mullo Cepeda

Análisis: De los encuestados el 90% está de acuerdo con el cambio que se le haría a la microempresa de ya no solo ser cabinas sino cambiar con un nuevo servicio que es de ofrecer cyber y cabinas en cambio el 10% no está de acuerdo con el cambio que se le haría a la microempresa en cuanto mejorar su infraestructura.

Interpretación: Podemos determinar que el 10% no está de acuerdo pero que el 90% si está de acuerdo con el cambio que se le haría a la microempresa con un nuevo servicio para la comodidad ya que solo ofrecía llamadas en cambio ahora tendría otros servicios para los clientes.

3. ¿Cómo se siente con el cambio de la infraestructura de la microempresa?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	50	75%
Bien	15	22%
Mal	2	3%
Total	67	100%

Cuadro # 3

Elaborado por: Blanca Mullo Cepeda

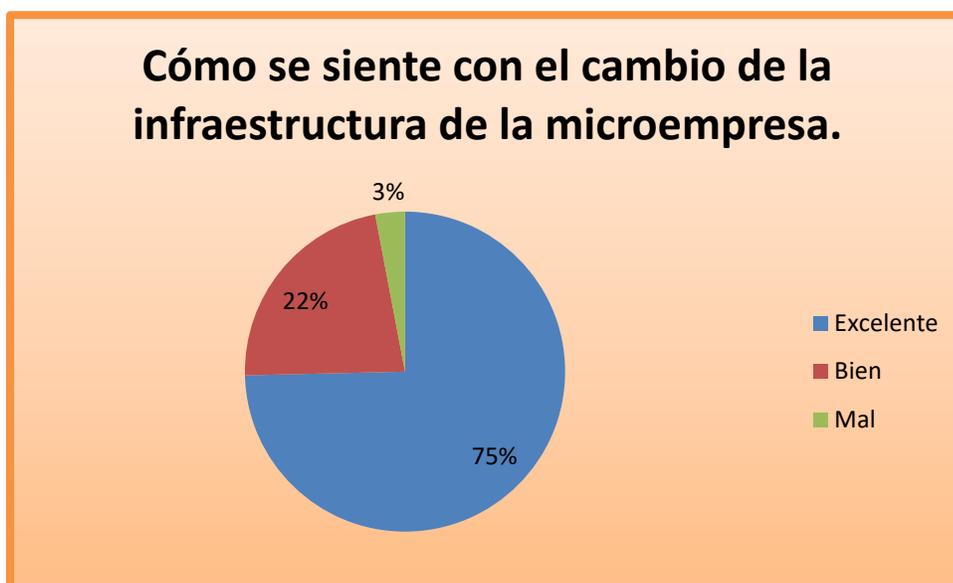


Grafico #3

Elaborado por: Blanca Mullo Cepeda

Análisis: De los encuestados el 75% y el 22% está de acuerdo con el cambio solo existe un 3% que todavía no quiere un cambio para la microempresa.

Interpretación: Como podemos ver y analizar contamos con un punto a favor para realizar el cambio que requiere la microempresa en cuanto a su infraestructura y poder dar un mejor aspecto al cliente.

4. ¿Cree usted que el actual estado de las instalaciones incide en la satisfacción del cliente?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	62	93%
No	0	0%
Tal vez	5	7%
Total	67	100%

Cuadro # 4

Elaborado por: Blanca Mullo Cepeda

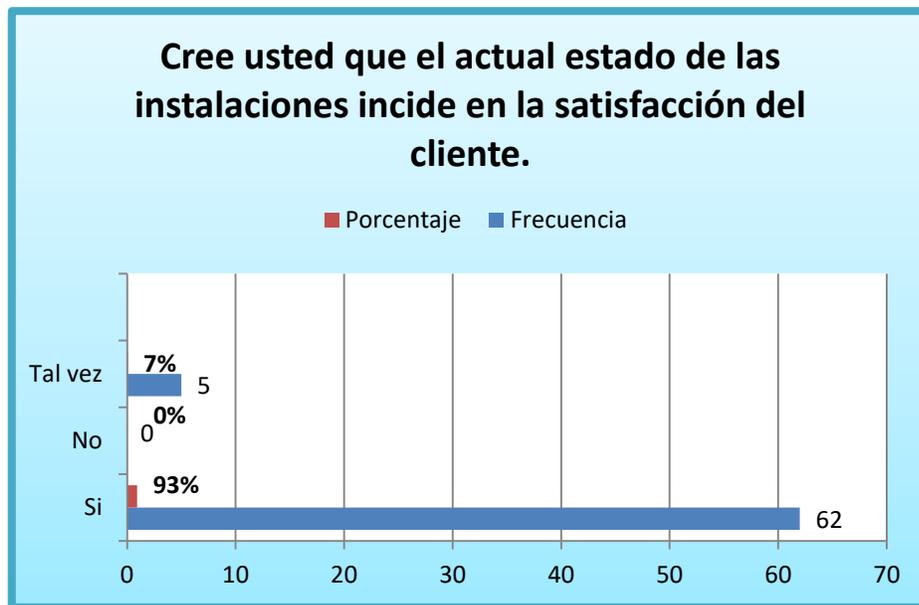


Grafico # 4

Elaborado por: Blanca Mullo Cepeda

Análisis: Al realizar la encuesta nos podemos dar cuenta que el 93% cree que la satisfacción del cliente esta y coincide con las instalaciones pero existe un 75% cree que tal vez.

Interpretación: Como podemos interpretar la satisfacción de los clientes incide en las instalaciones de las cabina si el negocio y su ambiente está bueno la gente también se siente bien.

5. ¿Está satisfecho con el servicio que le ofrecen?

Respuesta	frecuencia	Porcentaje
Si	29	43%
No	38	57%
Total	67	100%

Cuadro # 5

Elaborado por: Blanca Mullo Cepeda

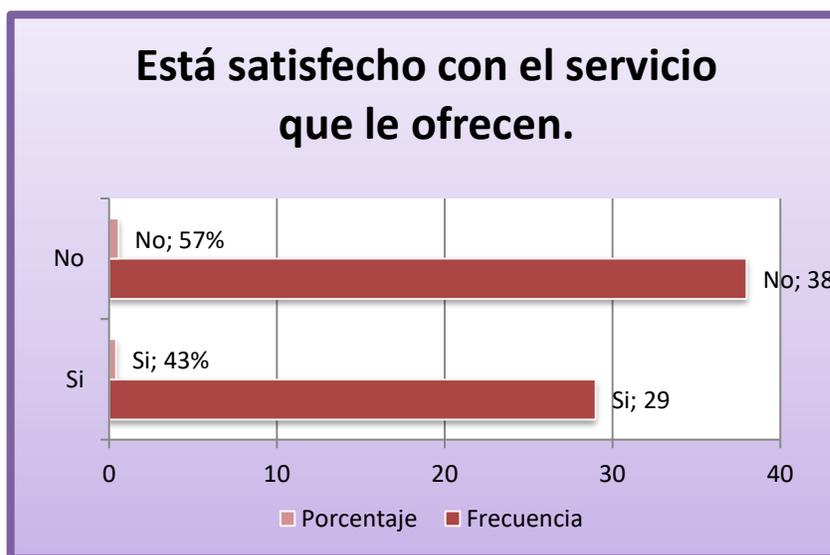


Grafico # 5

Elaborado por: Blanca Mullo Cepeda

Análisis: De los encuestados el 57% respondieron que no están satisfechos con el servicio que le ofrecen mientras que el 43% sienten augusto con el servicio.

Interpretación: Se puede determinar que la microempresa requiere de otros servicios para los clientes, así estar más adelante que la competencia que es de ofrecer otros servicios y la atención adecuada a los clientes.

6. ¿Cree usted que los equipos que tiene el negocio se encuentran en buen estado para el uso del cliente?

Respuesta	frecuencia	Porcentaje
Si	27	40%
No	40	60%
Total	67	100%

Cuadro # 6

Elaborado por: Blanca Mullo Cepeda



Grafico # 6

Elaborado por: Blanca Mullo Cepeda

Análisis: De los encuestados el 60% respondieron que no cosa que nos da una pauta para mejorar y restaurar los equipos antiguos con equipos nuevos y de alta calidad, en cambio el 40% respondió que si los equipos están en buen estado.

Interpretación: Podemos ver que más de la mitad cree que los equipos no se encuentran en buen estado para el uso del cliente, en cuanto a eso tenemos se debe de comprar equipos nuevos y de calidad.

7. ¿Cómo calificaría usted el cambio de la infraestructura tanto interno como externo?

Respuesta	frecuencia	Porcentaje
Excelente	62	93%
Bueno	5	7%
Malo	0	0%
Regular	0	0%
Total	67	100%

Cuadro # 7

Elaborado por: Blanca Mullo Cepeda

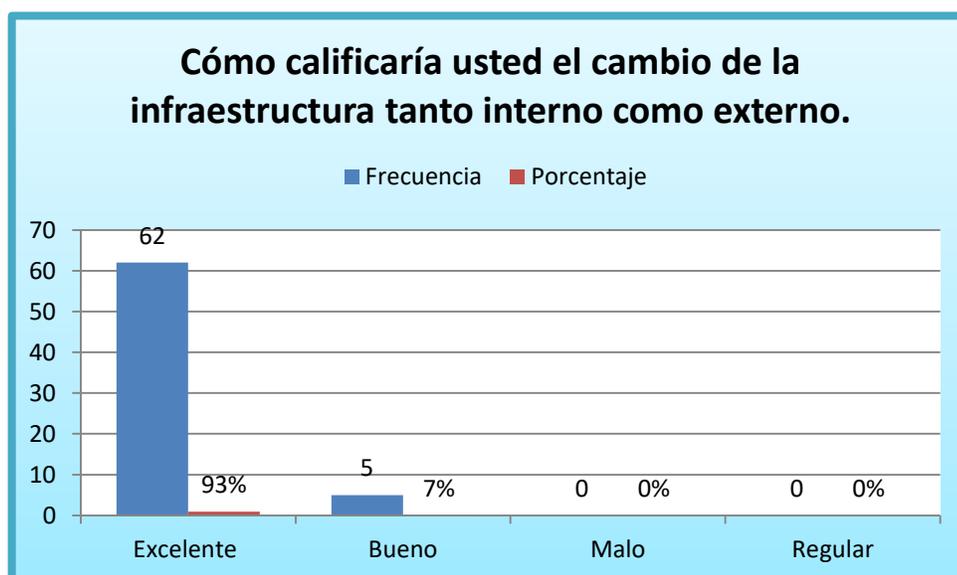


Grafico # 6

Elaborado por: Blanca Mullo Cepeda

Análisis: De los encuestados el 93% dicen excelente, tanto el 7% están de acuerdo con el cambio tanto interno como externo de la microempresa.

Interpretación: Como podemos ver esta dicho que la mayoría requiere y necesitan de un cambio interno y externo de la microempresa, debemos ahora poner en marcha el cambio de la infraestructura para ofrecer a los clientes y a la competencia.

8. ¿Cómo calificaría usted un cambio de imagen de la microempresa?

Respuesta	frecuencia	Porcentaje
Bueno	67	100%
Malo	0	0%
Total	67	100%

Cuadro # 8

Elaborado por: Blanca Mullo Cepeda

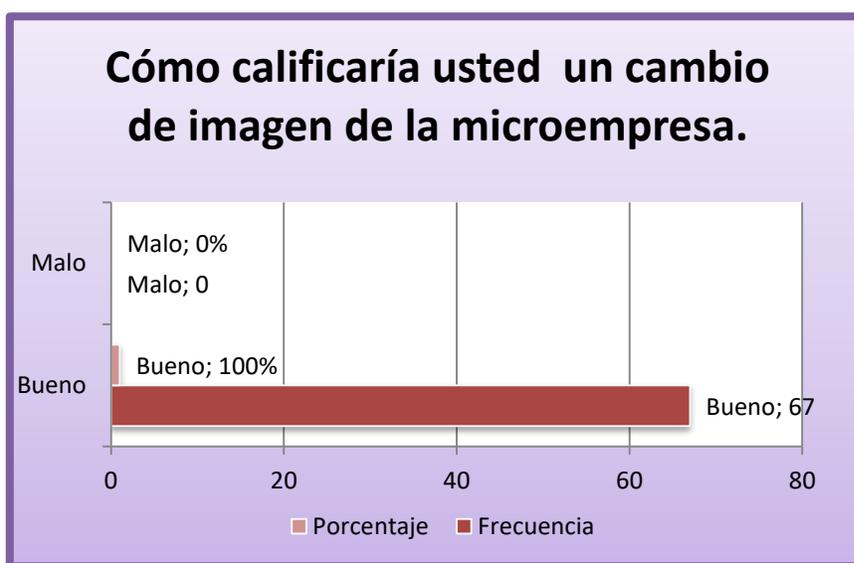


Grafico # 8

Elaborado por: Blanca Mullo Cepeda

Análisis: De los encuestados el 100% respondieron que está bien el cambio de imagen de la microempresa en cuanto a su infraestructura interna y externa.

Interpretación: Se puede determinar que ellos quieren un cambio de la microempresa para que a la hora de requerir los servicios estén agustos, para la cual podemos realizar un cambio para los clientes así ser un negocio sólido.

9. ¿Considera que la atención al cliente es la adecuada?

Respuesta	frecuencia	Porcentaje
Si	29	43%
No	38	57%
Total	67	100%

Cuadro # 9

Elaborado por: Blanca Mullo Cepeda

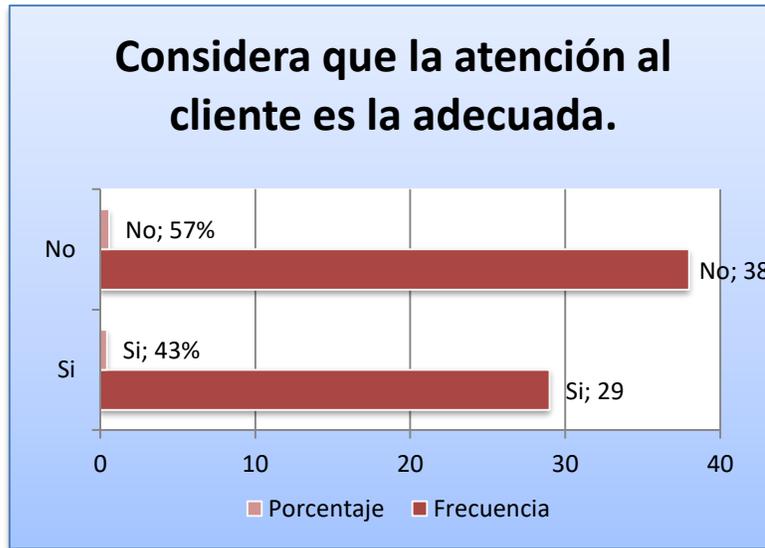


Grafico # 9

Elaborado por: Blanca Mullo Cepeda

Análisis: De los encuestados el 57% considera que la atención al cliente no es la adecuada, y el 43% si considera que la atención es la adecuada.

Interpretación: Como podemos ver que más de la mitad no está satisfecho con la atención al servicio, la cual necesitamos también capacitar al personal que atiende en el negocio. Para así dar una mejor atención a los clientes.

10. ¿Considera adecuado la implementación de un cyber asociado a las cabinas telefónicas en la microempresa?

Respuesta	frecuencia	Porcentaje
Bien	67	100%
Mal	0	0%
Total	67	100%

Cuadro # 10

Elaborado por: Blanca Mullo Cepeda

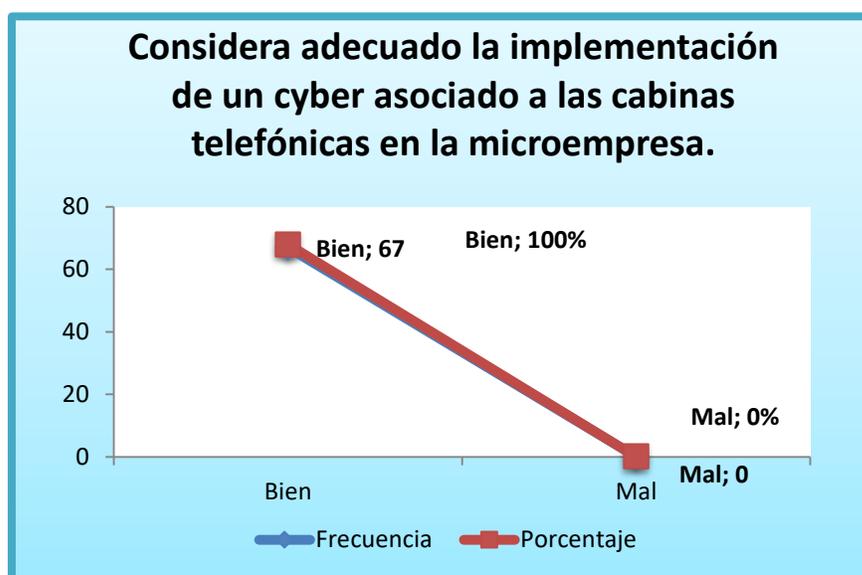


Grafico # 10

Elaborado por: Blanca Mullo Cepeda

Análisis: En la encuesta realizada podemos ver que el 100% está de acuerdo con la implementación de otro servicio.

Interpretación: Como podemos ver la microempresa requiere de un nuevo servicio que es la de ofrecer internet ya no solo llamadas.

11. ¿Considera justo los precios que le ofrece la microempresa en cuanto a los servicios que presta?

Respuesta	frecuencia	Porcentaje
Si	65	97%
No	2	3%
Total	67	100%

Cuadro # 11

Elaborado por: Blanca Mullo Cepeda

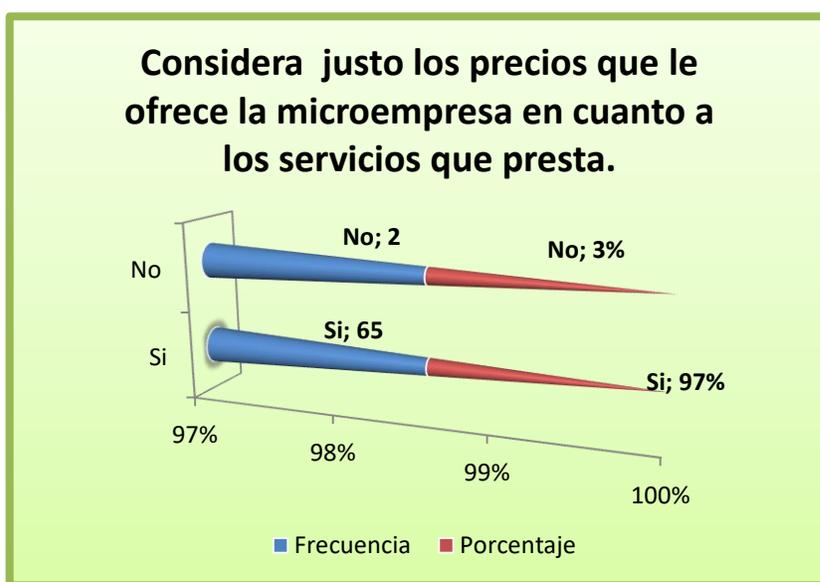


Grafico # 11

Elaborado por: Blanca Mullo Cepeda

Análisis: En la encuesta el 97% más de la mitad respondieron que si considera justo los precios de los servicios solo el 3% lo considera que no es justo.

Interpretación: Se puede determinar que más de la mitad de los encuestados considera que los precios son justos pero para tener el 100% de los clientes que se sientan satisfechos con los precios que ofrece la microempresa “Cabinas Telefónicas” debemos de analizar los precios para conveniencia del negocio y del cliente.

12. ¿En cuánto a la calidad de la comunicación en las cabinas como la calificaría?

Respuesta	frecuencia	Porcentaje
Excelente	0	0%
Bueno	2	3%
Regular	46	69%
Malo	19	28%
Total	67	100%

Cuadro # 12

Elaborado por: Blanca Mullo Cepeda



Grafico # 12

Elaborado por: Blanca Mullo Cepeda

Análisis: En la encuesta realizada podemos notar que el 69% ven la calidad de la comunicación regular, y un 28% malo solo un 3% lo ve bueno.

Interpretación: Cabe destacar que con esos resultados, toca de darle un cambio a los equipos, brindándole accesorios de buena calidad y marca para que así haiga una buena comunicación.

CONCLUSIONES

1. Podemos ver que la mayor parte de los encuestados no están satisfecho con la infraestructura todos están de acuerdo con el cambio de la microempresa. Antes solo ofrecía servicio de llamadas hoy en día quieren otros servicios como la de implementar un cyber con una infraestructura y un nuevo ambiente para la comodidad de los clientes. Los clientes dicen que el estado de las instalaciones incide en la satisfacción del cliente para aquello debemos con una mejor infraestructura de lo anterior.
2. Algunos están acostumbrados con el actual estado y el servicio que se le ofrece por lo que la satisfacción del cliente en cuanto a las instalaciones, se puede decir que es relativamente satisfactorio con el servicio que se ofrece en cuanto a la calidad de servicios que se les brindan.
En cuanto a los equipos que hoy cuenta la microempresa están ya en deterioro para el uso de los clientes para aquello se debe implementar equipos nuevos.
3. Los encuestados creen apropiado el cambio de la infraestructura tanto interno como externo cosa que es un punto clave para el cambio de la microempresa. Los clientes califican bien el cambio de la imagen que se va a realizar en la microempresa. Para dar una mejor atención al cliente tendremos que contratar a un personal capacitado que tenga buenas cualidades y una educación acorde para los servicios que presta la microempresa.
4. Los clientes se sienten satisfechos por la atención de los servicios pero si requieren de un nuevo servicio que es la de ofrecer servicio de internet y también las llamadas. En la microempresa se ofrece los precios al alcance del consumidor en cuanto a servicio, cosa que el cliente prefiere a la microempresa y no a la competencia.

Si hablamos de la comunicación de las llamadas en las cabinas existe una intervención por los que los equipos ya tienen deterioro para aquello se va tomar en cuenta las opiniones de los clientes para mejor en cuanto a las amenazas que tiene hoy en día la microempresa.

PLAN DE MEJORAS

- **La contratación del internet de banda ancha para mejorar el servicio.**

Como primer punto tenemos es de contratar el internet con una banda ancha que sea rápida con una velocidad mayor a la de la competencia para así mejorar el servicio que es de alquilar máquinas para que los clientes puedan navegar en las redes sociales, hacer trabajos de investigación entre otras cosas.

Que con la velocidad del internet el cliente este satisfecho y nos prefieran como microempresa, dándole la comodidad el servicio que ellos requieren.

- **El rediseño de la infraestructura física para la implementación de cubículos nuevos para las llamadas y un lugar para la ubicación de equipos para el cyber.**

Para aquello se debe de ver los espacios con los que cuenta la microempresa y que todo sea con visibilidad agradable para los clientes.

Dando los espacios adecuados para ubicar los cubículos de las cabinas y los espacios para los equipos de cómputo para el servicio de cyber.

Comprando equipos nuevos y de calidad para uso del cliente que cuente con una garantía para el dueño de la microempresa.

- **La implementación de un aire acondicionado integral.**

Para que el lugar del negocio tenga un ambiente adecuado debemos de implementar con aire acondicionado integral y con los voltios que se requiere dentro de la microempresa, para aquello el aire debe de ser de calidad y con garantía para el dueño de la microempresa.

- **Un proceso de selección adecuado para la atención del cyber y cabinas.**

Para ser una microempresa competitiva debemos de seleccionar a un personal adecuado para la atención del cliente tanto para el cyber y las cabinas que tenga buena experiencia en tratar a las personas para las cuales se debe de tener estos aspectos:

- Educación.
- Carisma.
- Paciencia.
- Respeto.
- Humildad.
- Sencillez.

Poner en primer lugar los valores aprendidos tanto en el hogar como en centros educativos para que así los clientes se sientan a gusto y satisfechos con la atención que se les va a brindar en la microempresa.

- **La preparación de planes anuales del mantenimiento de la infraestructura, equipos y de más servicios.**

Para poder realizar un plan anual para el mantenimiento debemos de analizarlo y ver cada cuanto se necesita de realizar un mantenimiento de la infraestructura y para los equipos se debe de analizar con el ingeniero y tener a disposición para cuando los equipos requieran una revisión.

Porque como son equipos nuevos tardarían en necesitar un mantenimiento.

- **La implementación de un área de papelería y bisutería para así responder a la demanda del cliente.**

Como es un plan de mejora como se va implementar a las cabinas un lugar para equipos de cómputo también se requiere de implementar un espacio para responder a la demanda de los clientes que es de ofrecer un espacio para papelería y bisutería.

En el espacio de papelería se ubicaría algunos de estos artículos los cuales son:

- Hojas de impresión.
- Cuadernos de diferentes tamaños.
- Bolígrafos de diferentes marcas y diferentes colores.
- Gomas.
- Tijeras.
- Borradores.
- Regla.
- Marcador de colores.
- Lápiz.
- Carpetas.
- Sobres manila.
- Marcador de pizarra.
- Marcador de pizarra.
- Corrector.
- Hojas de papel ministro entre otras cosas.

También se ofrecería con un espacio para artículos de cómputo como:
Parlantes.

- Mouse.
- Audífonos.
- Tinta para impresora.
- Teclado.
- Pendrive.
- Memorias.
- Adaptador de memoria.
- Cargadores.
- Calculadoras.
- Perforadora.
- Grapadora. entre otras cosas.

RECOMENDACIONES

1. Implementación de la banda ancha, como mecanismo para mejorar la calidad del servicio ofrecido.

Como ya se ha hablado tenemos el plan de mejorar la microempresa “Cabinas Telefónicas” implementando un nuevo servicio la cual es de ubicar unos cubículos donde va ir ubicado las computadoras para brindar al cliente el tiempo para que ellos puedan navegar en internet y andar en redes sociales, la cual se contratar a una empresa que cuente con un servicio de internet de banda ancha con alta velocidad para que el cliente este satisfecho con el servicio de internet.

2. El rediseño de la infraestructura física y la adecuación de las instalaciones para el montaje del cyber.

Para realizar el rediseño de la infraestructura se ha analizado los espacios que van a requerir cada servicio como es la ubicación de los 3 cubículos para las cabinas cada cubículo cuenta con (Teléfono- Visores), los 8 cubículo para las computadoras cada una con sus respectivos accesorios que son (Monitor-CPU- Teclado- Mouse- Parlantes- Audífonos- Cámaras), el lugar donde va ubicado la vitrina para los artículos de papelería, para la impresora y por último la caja.

3. El rediseño de la infraestructura interna y la climatización local.

El rediseño de la infraestructura interna se lo ha analizado desde un principio ya que era el problema de la microempresa “Cabinas Telefónicas”.

En lo interno mejoraremos tanto el piso, las paredes, el tumbado y por ultimo dándole un nuevo color al negocio el cambio también viene de la mano con implementar la ubicación de un aire acondicionado que tenga una capacidad para cubrir todo el negocio y esté con un ambiente adecuado.

4. Capacitar al personal en el servicio y atención al cliente.

Para capacitar al personal, lo primordial es ver las cualidades que posee ver sus virtudes y defectos y ver si es la persona que necesita el negocio.

- Capacitar en el servicio.

Brindarle con una charla de todo lo que tiene que ver con la microempresa de los servicios que ofrece y la calidad del negocio haciéndole ver la transparencia de lo que es como microempresa.

- Capacitar en atención al cliente.

La atención es lo principal que necesita el cliente, para aquello se tomara como medida brindarle una charla a la persona que va atender el negocio ya que a través de la forma de tratar el cliente regresa de nuevo y día a día nos prefiere más a nosotros que a la competencia.

5. Implementar, material de papelería como complemento de los servicios brindados.

La implementación de un espacio para el uso de las vitrinas con material de papelería es importante ya que existen las ocasiones que requieren de cartulina para la impresión ya no necesitan de estar saliendo a un bazar a comprar si no que ya está al alcance de ellos.

BIBLIOGRAFIA

Libros

(Cervo & Bervian, 1990)

<http://saber.ucab.edu.ve/handle/123456789/33527>

(Sánchez, 2012)

https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=YROO_q6-wzgC&oi=fnd&pg=PA81&dq=libros+M%C3%A9todo+de+investigaci%C3%B3n++Deductivo&ots=Y13aXGqdIT&sig=gfZIlbBdxm3B-bcGYiVhJtoLBZ8#v=onepage&q=libros%20M%C3%A9todo%20de%20investigaci%C3%B3n%20Deductivo&f=false

(Vargas)

<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/metodologia%20de%20investigacion.pdf>

(Elliott, 2005)

<https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=eG5xSYGsdvAC&oi=fnd&pg=PA9&dq=M%C3%A9todo+Investigaci%C3%B3n-Accidental&ots=qSc3clb4o6&sig=nTGV-tk90laBAu33-5oHRjInYDU#v=onepage&q=M%C3%A9todo%20Investigaci%C3%B3n-Accidental&f=false>

(PATRICIA MERCADO SALGADO1, 22-1-2007)

http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0123-59232007000100005&script=sci_arttext

(Pérez)

<http://remineo.org/images/archivos/memorias/ciao/ixciao/ixciaot6m6.pdf>

Tesis

(Mero Franco, 2013)

<http://repositorio.uleam.edu.ec/handle/26000/1753>

<http://decon.edu.uy/network/panama/VILLARAN.PDF>

<http://190.95.144.28/handle/123456789/1014>

<http://tesis.bnct.ipn.mx:8080/handle/123456789/12980>

<http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/01/01/Gomez-Jose.pdf>

<http://repositorio.uide.edu.ec:8080/handle/37000/61>

(DIANA, MARZO 2013)

<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/1293/3/REESTRUCTURACI%C3%93N%20DE%20LOS%20PROCESOS%20EN%20EL%20C3%81REA%20DE%20EMPAQUE%20DE%20LFLOWERS.pdf>

(Vega Capilla, 2012)

<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/5124/1/T-ESPEL-0898.pdf>

(Santos Criollo, 2013)

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/4297>

[http://www.sidalc.net/cgi-](http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=BAC.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mfn=014743)

[bin/wxis.exe/?IsisScript=BAC.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mfn=014743](http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=BAC.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mfn=014743)

<http://revistas.udistrital.edu.co/ojs/index.php/Tecnura/article/view/6014>

<https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=atN1FkmUMmIC&oi=fnd&pg=PA49&dq=mejoramiento+y+crecimiento+de+una+microempresa&ots=lpzhWVVxa2&sig=u4R7zN11wgtUldJK-vXQmcQ2yYQ#v=onepage&q=mejoramiento%20y%20crecimiento%20de%20una%20microempresa&f=false>

<http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/5124>

http://bdigital.uao.edu.co/handle/10614/5049#.VYrZuvl_Oko

Anexos

Antes





Encuesta





Después



